

“พีเรลลี” เปิดตัว ฟรีเซ็นเตอร์ ไบค์เกอร์สาวสุดฮอต “แอนนี่ ปริศนา”



“พีเรลลี” เปิดตัว ฟรีเซ็นเตอร์ ไบค์เกอร์สาวสุดฮอต “แอนนี่ ปริศนา” พร้อมแนะนำยางบิ๊กไบค์ใหม่ 2 รุ่นรวม DIABLO SUPERCORSA SP V3 และ DIABLO ROSSO CORSA2 โดดเด่นด้วยสมรรถนะการขับขี่แบบเรซซิ่งเต็มตัว

พาทস্যูโร ผู้แทนจำหน่ายยางรถจักรยานยนต์ Pirelli (พีเรลลี) ที่มีชื่อเสียงระดับโลก เพียงผู้เดียวในประเทศไทย เปิดตัวยางรถจักรยานยนต์ Bigbike รุ่นใหม่ล่าสุด DIABLO SUPERCORSA SP V3 และ DIABLO ROSSO CORSA2 ที่ให้สมรรถนะการขับขี่แบบ racing เต็มตัว พร้อมเปิดตัวไบค์เกอร์สาวสุดฮอต “แอนนี่ ปริศนา” ฟรีเซ็นเตอร์สาวคนแรกของยางรถจักรยานยนต์พีเรลลี

นายปฏิภาณ ศิริจำรูญวิทย์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท พาทস্যูโร จำกัด ผู้แทนจำหน่ายยางรถจักรยานยนต์ Pirelli (พีเรลลี) ที่มีชื่อเสียงระดับโลก เพียงผู้เดียวในประเทศไทย จัดงาน Product training 2018 เปิดตัว ยาง Bigbike รุ่นใหม่ล่าสุด DIABLO SUPERCORSA SP V3 และ DIABLO ROSSO CORSA2 ที่ให้สมรรถนะการขับขี่แบบ racing เต็มตัว

Pirelli (พีเรลลี) มีชื่อเสียงด้านการเป็นบริษัทยางเก่าแก่ของอิตาลีซึ่งหลงใหลในการแข่งขัน และศิลปะ โดยยางรุ่นใหม่ทั้ง DIABLO SUPERCORSA SP V3 และ DIABLO ROSSO CORSA2 ถูกพัฒนาเพื่อรองรับสมรรถนะรถซูปเปอร์ไบค์รุ่นใหม่ ๆ ซึ่งมีแรงม้าแรงบิดสูงและน้ำหนักเบา โดย DIABLO SUPERCORSA SP V3 เปิดตัวในขนาดยางหลังใหม่ 200/60 ZR17 มีโครงสร้างยางที่ยกมาจากยางแข่งในรายการเว็รลซูปเปอร์ไบค์ ออกแบบให้ใช้กับรถขนาดตั้งแต่ 1,000 cc. ที่ยางไซส์เดิมขนาด 190 หรือ 200 ที่ต้องการใช้สมรรถนะของรถให้เต็มที่และเล่นโค้งบนเขาหรือในสนาม ส่วน DIABLO ROSSO CORSA2 โดดเด่นด้วยการเป็นยาง 2 คอมพาวด์ 3 โซนในยางหน้า และ 3 คอมพาวด์ 5 โซนในยางหลัง ซึ่งออกแบบมาสำหรับนักขี่ที่ต้องการนำทักษะการขี่ลงพื้น 100% ในทุกสภาพอากาศ

นอกจากนี้ ยังมีคอมพาวด์สปอร์ตถนนตรงกลางหน้ายางหลัง ที่ช่วยให้อายุการใช้งาน มีความยาวนานขึ้นอีกด้วย โดยกลุ่มเป้าหมายของยาง DIABLO SUPERCORSA SP V3 และ DIABLO ROSSO CORSA2 คือ ผู้ขับขี่รถซูปเปอร์ไบค์ระดับไฮเอนด์ ที่เน้นเสริมสมรรถนะในการขับขี่ โดยเฉพาะในการเลี้ยวและเข้าโค้ง ส่วน DIABLO ROSSO CORSA2 เหมาะสำหรับไบค์เกอร์ที่มีรถขนาดตั้งแต่ 500 cc ขึ้นไป ที่ใส่ใจการขับขี่ที่ต้องการความสนุกความแม่นยำและความมั่นใจ

กรรมการผู้จัดการ กล่าวต่ออีกว่า กลยุทธ์การทำตลาดของยางพีเรลลี่ คือ เน้นเพิ่มตัวแทนจำหน่ายให้กระจายครอบคลุมทั่วประเทศ จากปัจจุบันมีดีลเลอร์ จำนวน 300 ราย และจะเพิ่มเป็น 500 ราย ภายในสิ้นปี นอกจากนี้ พีเรลลี่ ยังได้เลือกแอนนี่ -ปริศนา เป็นพรีเซ็นเตอร์สาวคนแรก ของยาง DIABLO SUPERCORSA SP V3 เพราะแอนนี่เป็นไบค์เกอร์สาวที่เป็นที่รู้จักของไบค์เกอร์ทั่วไป อีกทั้ง แอนนี่ ปริศนา ยังเลือกใช้ ยางPirelli มาตั้งแต่เริ่มขี่รถ และเป็นนักขี่ที่บรรดาค่ายรถให้ความสำคัญในการเชิญร่วมทดสอบสมรรถนะของรถจักรยานยนต์อย่างต่อเนื่อง และเป็นรถที่มียางดีตรรกหลากหลายยี่ห้อ แอนนี่ ปริศนา จึงสามารถบอกประสบการณ์จากมุมมองผู้ใช้จริงได้ว่า ยาง Pirelli มีความแตกต่าง และเหนือกว่ายางอื่นๆได้อย่างชัดเจน แอนนี่ ปริศนา จึงตอบโจทย์ในการเป็นพรีเซ็นเตอร์ของพีเรลลี่ ได้อย่างลงตัว

ด้านภาพรวมของตลาด ยางรถจักรยานยนต์ Bigbike ในปีนี้มีมูลค่าประมาณ 350 ล้านบาท หรือ จำนวน 70,000 เส้น โดยตลาดมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากยอดขายที่สูงขึ้นของรถบิ๊กไบค์มากกว่า 20% แต่การบริโภคยางบิ๊กไบค์คาดว่าจะสูงขึ้นเพียง 10% เนื่องจากปัจจัยเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง ทั้งนี้ DIABLO SUPERCORSA SP V3และ DIABLO ROSSO CORSA2 ถือเป็นยางพรีเมียมไฮเอน ซึ่งเป็นตลาดเล็ก โดยพีเรลลี่ได้วางยอดขายในปีนีไว้ที่ 5,000 เส้น โดยแบรนด์คู่แข่งคือ Michelin และ Dunlop

อย่างไรก็ตามในฐานะของผู้ทำตลาดยางรถจักรยานยนต์แบรนด์พีเรลลี่ เพียงผู้เดียวในไทย พาร์ทเนอร์ วางเป้าหมายทางการตลาด ให้พีเรลลี่มีการเติบโตควบคู่ไปกับตลาดบิ๊กไบค์ ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการสร้างแบรนด์ ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ขี่รถจักรยานยนต์อย่างกว้างขวาง โดยจะเน้นไปที่ผู้เริ่มเล่นรถบิ๊กไบค์ที่ยังไม่รู้จักแบรนด์ Pirelli (พีเรลลี่) มาก่อน ซึ่งยังมีอีกจำนวนมากในเมืองไทย ด้วยการใช้แผนการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างแบรนด์พีเรลลี่ ทั้ง ออนไลน์ คือการใช้สื่อโฆษณาในเฟสบุ๊ค เว็บไซต์ ยูทูป และออฟไลน์ คือ ส่งทีมการตลาดออกแนะนำสินค้า ให้เป็นที่รู้จักแก่ ลูกค้าทั่วไป และ กลุ่มวินมอเตอร์ไซด์ เป็นต้น กรรมการผู้จัดการกล่าวในที่สุด