

มิตซูบิชิ อิเล็กทริก ตอกย้ำผู้นำเทคโนโลยีความเย็น คุณภาพที่เหนือกว่า เผยโฉมผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่ม อินเวอร์เตอร์



มิตซูบิชิ อิเล็กทริก ตอกย้ำผู้นำเทคโนโลยีความเย็น คุณภาพที่เหนือกว่า เผยโฉมผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มอินเวอร์เตอร์ ที่มาพร้อมสุดยอดประสิทธิภาพและการประหยัดพลังงาน เดินหน้าสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ ผ่านผลิตภัณฑ์คุณภาพและบริการเหนือระดับ

มิตซูบิชิ อิเล็กทริก กันยงวัฒนา ประกาศนโยบายและแผนธุรกิจปี 2561 เร่งเดินหน้าสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ ผ่านผลิตภัณฑ์คุณภาพและบริการเหนือระดับ ล่าสุดเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มอินเวอร์เตอร์ เน้นเทคโนโลยีที่เหนือกว่าและการประหยัดพลังงาน พร้อมตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้บริโภค เสริมทัพด้วย “JP Series” (Standard INVERTER) เครื่องปรับอากาศน้องใหม่ มาพร้อมระบบอินเวอร์เตอร์ ในราคาที่จับต้องได้ “PLY Series” เครื่องปรับอากาศระบบอินเวอร์เตอร์เชิงพาณิชย์ ที่มาพร้อมเทคโนโลยีอัจฉริยะ 3D Move-eye Human Sensor และตู้เย็นแบบ 4 ประตู รุ่น “LX Grande” ระบบ Neuro Inverter โดดเด่นด้วยดีไอซีและเทคโนโลยีคงความสดของอาหาร พร้อมตั้ง โป๊ป – ธนวรรธน์ วรรณะภูติ พิธีเซ็นเตอร์ ปีที่ 4 การันตีความเป็นผู้นำเทคโนโลยีความเย็น “The Cooling Master” มั่นใจสิ้นปียอดขายโตมากกว่า 8-10% หรือมากกว่า 14,500 ล้านบาท

นายยาซุชิ โมริยามะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก กันยงวัฒนา จำกัด เปิดเผยว่า “นโยบายการดำเนินธุรกิจและแผนธุรกิจในปี พ.ศ. 2561 ภายใต้ยุทธศาสตร์เชิงรุกตลอดทั้งปี จะยังคงมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรม สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของมิตซูบิชิ อิเล็กทริก นำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพ ด้วยเทคโนโลยีล้ำสมัย ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามปรัชญาดำเนินธุรกิจ “Changes for the Better” หรือ “การเปลี่ยนแปลงเพื่อสิ่งที่ดีกว่า” และในวาระก้าวเข้าสู่ปีที่ 46 บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจในทิศทางเดียวกับบริษัทแม่ (ประเทศญี่ปุ่น) และกลุ่มโรงงานมิตซูบิชิ อิเล็กทริก ในประเทศไทย โดยเน้นการสร้างมูลค่าใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ และให้ความสำคัญกับการเป็นองค์กรที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านผลิตภัณฑ์กิจกรรมต่างๆ รวมถึงการบริการ หลังการขายแบบครบวงจร เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของสังคมไทยให้ดีขึ้น ตลอดจนการปลูกจิตสำนึกธรรมาภิบาล ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้วิสัยทัศน์ ECO Changes”

“ขณะเดียวกัน ในปี 2563 บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น (ประเทศญี่ปุ่น) ครบรอบ 100 ปีแห่งการ

ประกอบการ โดยตั้งเป้าหมายรายได้รวมให้ได้สูงกว่า 5 ล้านล้านบาท โดยมุ่งเสริมความแข็งแกร่งและขยายธุรกิจ ออกสู่ตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง สำหรับตลาดในประเทศไทย มุ่งเน้นส่งเสริมกลยุทธ์สร้างความเติบโตในกลุ่มธุรกิจ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน โดยเล็งเห็นว่าประเทศไทยยังคงเป็นศูนย์กลางของเอเชียที่มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง”

“ด้านสถานการณ์ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านปี 2561 จากปัจจัยบวกต่างๆ ทางด้านเศรษฐกิจ อาทิ การเติบโตของ GDP ที่คาดการณ์ว่าจะโตขึ้นมากกว่า 4% มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ เพื่อดึงดูดการลงทุนจากภาคเอกชน รวมทั้งดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ปรับตัวสูงขึ้น ทำให้บริษัทฯ คาดว่าภาพรวมตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านจะมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีขึ้น

ปัจจุบันตลาดมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ผู้เล่นในตลาดมองหากลยุทธ์ต่างๆ มาใช้ในการแข่งขัน ทั้งการพัฒนาและ ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดแคมเปญโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อกระตุ้นยอดขาย มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้ได้มากที่สุด บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมถึงการบริการหลังการขายอย่างต่อเนื่อง โดยการันตีความเป็นแบรนด์เครื่องปรับอากาศอันดับ 1 ที่ครองใจผู้บริโภคมายาวนาน ด้วยรางวัล “17th Year of Thailand’s Most Admired Brand 2017” (จากผลสำรวจทั่วประเทศโดยนิตยสาร BrandAge) พร้อมกับการสร้าง“คุณค่า” ของแบรนด์และมุ่งมั่น ในการเป็นองค์กรที่ดี รับผิดชอบต่อสังคม สร้างความสุขให้กับสังคมไทยในทุกคร้วเรือน” “สำหรับกิจกรรมเพื่อสังคม ในปีนี้ บริษัทฯ ยังคงสานต่อกิจกรรมปั้น Slow life ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เมืองต้องห้ามพลาด 5 ภาค 5 จังหวัด ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและพัฒนาชุมชนในมิติต่างๆ รวมถึงส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดียิ่งขึ้น”

นายประพนธ์ โพธิ์วรรณ กรรมการรองผู้จัดการ บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก กันยงวัฒนา จำกัด กล่าวว่า “ภาพรวมตลาดเครื่องปรับอากาศในปี 2560 มียอดขายลดลงประมาณ 10% (เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา) โดยคาดการณ์ว่าผลประกอบการในปีงบประมาณ 2560 ของบริษัทฯ ซึ่งจะสิ้นสุดในวันที่ 31 มี.ค.นี้ จะสามารถทำได้ ตามเป้าหมายที่วางไว้มากกว่า 13,500 ล้านบาท”

“ในด้านบริการหลังการขาย บริษัทฯ มุ่งพัฒนาการสื่อสารผ่านระบบดิจิทัล ซึ่งมีบทบาทมากขึ้น ในชีวิตประจำวัน เพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าเดิม และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า เพราะการบริการหลังการขายถือเป็นหัวใจแห่งความสำเร็จ ที่ช่วยสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์ในระยะยาว บริษัทฯ ได้พัฒนาระบบการสื่อสารภายใต้แนวคิด THINK 360° อาทิ พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรผ่าน Mobile Application (MITSUBISHI ELECTRIC Air-Conditioner Technician Application) และสร้างกลุ่มไลน์ช่างเทคนิค (Line@ คู่หู ช่างแอร์ Mr.SLIM) เพื่อแจ้งข่าวสาร ข้อมูลความรู้ และให้คำปรึกษาเพื่อนำไปแก้ไขปัญหาเชิงเทคนิคต่างๆ ได้รวดเร็วขึ้น ตลอดจนเดินสายจัดกิจกรรมฝึกอบรมให้ความรู้ช่างเทคนิคทั่วประเทศ เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังได้ขยายช่องทางเพิ่มความสะดวกในการบริการหน้าร้าน ด้วยการขยายสาขาศูนย์บริการ มิตซูบิชิ อิ

เลิศทริค และศูนย์บริการแต่งตั้ง รวมถึงศูนย์ขายอะไหล่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และบริการผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยการเปิดระบบสั่งซื้ออะไหล่ผ่าน www.mkysparepart.com เพื่อรองรับการสั่งซื้อจากร้านค้าตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการของมิตซูบิชิ อีเลิศทริค ทั่วประเทศ

สำหรับลูกค้าโครงการและภาคธุรกิจ ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้เปิดศูนย์ให้บริการ “สำนักงานสนับสนุนลูกค้าโครงการระบบปรับอากาศซีดีมีลติ” ครบทั้ง 4 สาขาตามเป้าหมายที่วางไว้ ได้แก่ เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี และอุดรธานี และในปี 2018 ตั้งเป้าเปิดเพิ่มอีก 2 แห่ง ได้แก่ หาดใหญ่ และอีกแห่งหนึ่งในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”

“นอกจากพัฒนาการบริการในด้านต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรโดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่อร่วมสร้างองค์ความรู้ที่ถูกต้อง อาทิ ขยายความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาให้เพิ่มมากขึ้นในการอบรมพัฒนาหลักสูตรต่างๆ เพื่อผลิตนักศึกษาให้มีความรู้ความสามารถ สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง นับเป็นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับวงการอุตสาหกรรมเครื่องทำความเย็นและระบบปรับอากาศ เพื่อให้มิตซูบิชิ อีเลิศทริค เป็นแบรนด์ที่มีคุณค่า และเคียงข้างสังคมไทยตลอดไป”

นายอนันต์ บรรเจิดธรรม กรรมการและผู้จัดการทั่วไปส่วนการตลาดและการขาย บริษัท มิตซูบิชิ อีเลิศทริค กันยงวัฒนา จำกัด เปิดเผยว่า “ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป และมีการแข่งขัน อย่างรุนแรงในตลาด ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น แต่เรายังคงมุ่งมั่นสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อสร้างความแตกต่างอย่างชัดเจน โดยให้ความสำคัญกับ “ผลิตภัณฑ์คุณภาพ ความปลอดภัย และตอบโจทย์การใช้งานอย่างแท้จริง” เพราะเราคิด...จากชีวิตคุณ

โดยในปี 2561 ยังคงเดินทางต่อย้ำความเป็นผู้นำเทคโนโลยีความเย็น The Cooling Master เผยโฉมผลิตภัณฑ์ใหม่ พัฒนาเทคโนโลยีอินเวอร์เตอร์ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ที่เน้นนวัตกรรม ประหยัดพลังงาน ช่วยลดค่าไฟ และมาพร้อมคุณภาพที่เหนือกว่า”

“เครื่องปรับอากาศ ไฮไลท์อยู่ที่ “JP Series” (Standard INVERTER) เครื่องปรับอากาศระบบอินเวอร์เตอร์รุ่นใหม่ล่าสุด ดีไซน์สวยสะอาดตา ตอบโจทย์ครบทุกความต้องการ คุ่มค่าและประหยัดพลังงาน พร้อมด้วย Dual Barrier Coating ลดการเกาะติดของฝุ่นและละอองน้ำมัน ในราคาที่ทุกคนสามารถจับต้องได้ ด้านเครื่องปรับอากาศ เซิงพาณิชย์ ระบบอินเวอร์เตอร์รุ่นใหม่ “PLY Series” ล้ำสมัยด้วยเทคโนโลยี 3D Move-eye Human Sensor พร้อม ดีไซน์เรียบหรู เพื่อรุกตลาดอาคารสำนักงาน ที่พักอาศัย อย่างต่อเนื่อง

ใหม่ ตู้อุ่นแบบ 4 ประตู รุ่น “LX Grande” ระบบ Neuro Inverter สะท้อนความหรูหราผ่านดีไซน์ หน้าบานประตูกระจกนิรภัย นำเสนอเทคโนโลยีล่าสุด “Super Cool Chilling” ที่ใส่ใจในความสดอร่อยของอาหาร เก็บรักษาอาหารภายใต้ความเย็นเฉียบ 0 ถึง -3 องศา พร้อมปรุงได้ทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลาทำละลาย พร้อมด้วย “Easy Clean Auto Ice Maker” ระบบทำน้ำแข็งอัตโนมัติ ถอดล้างทำความสะอาดได้ง่าย ด้วยเทคโนโลยีเฉพาะของ มิตซู

ปิชิ อีเล็คทริก และช่องแช่ผักแบบลิ้นชักแยกอิสระพร้อมแสงสีส้มที่ช่วยคงความสดของผักและผลไม้ได้ยาวนาน ประหยัดพลังงานด้วยระบบ Neuro Inverter”

“ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการตลาดแบบ 360° โดยเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่และภาพยนตร์โฆษณา ชุด “7 DAYS : จะวันไหน...เราก็คิดจากชีวิตคุณ” สื่อถึงมุมมองความคิด อารมณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปในแต่ละวัน แต่ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีของมิตซูบิชิ อีเล็คทริก ที่ช่วยเติมเต็มความรู้สึกในแต่ละวัน จึงทำให้การใช้ชีวิตสะดวกสบายและมีความสุขมากขึ้น ซึ่งปีนี้ คุณโป๊ป-ชนวรรธน์ วรรณะภุติ ยังคงเป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ ที่มีทั้งความฉลาด เก่ง มั่นใจ และใส่ใจที่จะเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้กับตัวเอง มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ผลิตภัณฑ์มิตซูบิชิ อีเล็คทริก เป็นปีที่ 4

“ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการตลาดด้าน Digital Marketing มากขึ้น เพราะปัจจุบัน มีผู้คนใช้งานอินเทอร์เน็ตเกินกว่าครึ่งประเทศ และมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามแม้เทคโนโลยีต่างๆ และ สื่อโซเชียลมีเดียจะเข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น แต่การบริการหลังการขายที่น่าประทับใจก็ยังคงเป็นส่วนสำคัญ ที่จะช่วยให้แบรนด์ประสบความสำเร็จ บริษัทฯ จึงเตรียมบริการหลังการขายที่ดีไว้ให้ลูกค้าเสมอ ไม่ว่าจะเป็นหน้าร้านหรือผ่านสังคมออนไลน์ โดยบริษัทฯ เดินหน้ายกระดับการสื่อสารให้ครอบคลุมทุกแพลตฟอร์มที่สำคัญเพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่”

“มิตซูบิชิ อีเล็คทริก ยังคงยึดถือนโยบายการทำตลาดที่ชัดเจน โดยเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก พร้อมทั้งตอกย้ำความเป็นผู้นำเทคโนโลยีความเย็น เดินหน้าแคมเปญการตลาดอย่างเต็มรูปแบบทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ และขยายการรับรู้แบรนด์ผ่านกลยุทธ์ Sport Marketing ซึ่งบริษัทฯ ได้ร่วมเป็นหนึ่งในผู้สนับสนุนสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก “บางกอกกลาส เอฟซี” ในฤดูกาล 2561 นี้ เพื่อเปิดโอกาสให้แฟนบอลได้ร่วมทำกิจกรรมกับสโมสรนักเตะดาวดัง

ซึ่งในปีนี้ บริษัทฯ ได้ใช้งบประมาณทางการตลาด ด้านโฆษณาและส่งเสริมการขายกว่า 1,040 ล้านบาท โดยเชื่อมั่นว่าด้วยกลยุทธ์ต่างๆ ที่จะดำเนินอย่างเข้มข้นในปีี้ รวมถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ที่หลากหลาย จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้มากกว่า 14,500 ล้านบาท ในปี 2561 ได้อย่างแน่นอน”