

मितซูบิชิ อีเล็กทริก ปักธงยืน 1 ครองแชมป์ ผู้นำเครื่องปรับอากาศอันดับ 1 และแบรนด์ที่ผู้ บริโภคให้ความไว้วางใจ เดินหน้ารุกตลาด โซลาร์ ไฮไลต์สุดล้ำ FAST COOLING เทคโนโลยีที่เร่ง ความสุขให้เร็วขึ้น เต็มเต็ม ทุกความสุขในครอบครัว



मितซูบิชิ อีเล็กทริก กันยงวัฒนา ส่งผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 กลุ่ม เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น พัดลม โซลาร์นวัตกรรมสุดล้ำ ชูจุดเด่นผลิตภัณฑ์คุณภาพ ประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เปิดตัวเครื่องปรับอากาศรุ่นใหม่ ที่มาพร้อมเทคโนโลยีอากาศสะอาดด้วย PM 2.5 Filter ช่วยกรองและตรวจจับฝุ่นละอองขนาดเล็ก 2.5 ไมครอน พร้อมลุยขยายฐานลูกค้า ผู้ดำนวยกระจายสินค้าจังหวัดลำปาง ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการกว่า 12 จังหวัด ทั่วภาคเหนือให้มีประสิทธิภาพรวดเร็วขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด เดินหน้ายกระดับบริการหลังการขายให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ตอกย้ำการรับรู้แบรนด์ด้วยภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ ผ่าน โป๊ป – ธนวรรธน์ วรรณะภูดี พาร์ทเนอร์ฟรีเซ็นเตอร์ ปีที่ 6 ตั้งเป้ายอดขายโตกว่า 8% หรือคิดเป็นมูลค่า 16,700 ล้านบาท

นายยาซุชิ โมริยามะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท มิตซูบิชิ อีเล็กทริก กันยงวัฒนา จำกัด เปิดเผยว่า บริษัทฯ ยังคงเดิน

หน้าดำเนินธุรกิจภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน “SDGs หรือ Sustainable Development Goals” ขององค์การสหประชาชาติ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพ รวมถึงการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของมิตซูบิชิ อีเล็กทริก ควบคู่กับความปลอดภัย ประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถเข้าถึงและตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกันนี้บริษัทฯ ได้ดำเนินธุรกิจด้วยความตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมไทยให้ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจ “Changes for the Better” หรือ “การเปลี่ยนแปลง เพื่อสิ่งที่ดีกว่า”

“ในปี 2563 นี้ บริษัท มิตซูบิชิ อีเล็กทริก คอร์ปอเรชั่น (ประเทศญี่ปุ่น) ได้ก้าวเข้าสู่วาระครบรอบ 100 ปีแห่งการประกอบกิจการ เรายังคงมุ่งมั่นเดินทางประกอบธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม เสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมุ่งสู่ความสำเร็จของการสร้างความเติบโตทางธุรกิจ ให้บรรลุยอดขายไม่ต่ำกว่า 5 ล้านล้านบาท รวมถึงการยกระดับภาพลักษณ์จากแบรนด์เครื่องใช้ไฟฟ้าสู่แบรนด์ด้านเทคโนโลยีเพื่อชีวิตที่ดีในอนาคต”

“แม้สภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2562 ที่ผ่านมามีการชะลอตัว อันมีผลมาจากภาวะการลดต่ำลงของธุรกิจภาคส่งออกและการลดต่ำลงของอัตราการบริโภคภายในประเทศ แต่ภาพรวมของตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศในประเทศไทยยังคงมีมูลค่ากว่า 30,000 ล้านบาท มีการขยายตัวไม่ต่ำกว่า 6 % ทั้งในกลุ่มของเครื่องปรับอากาศเชิงพาณิชย์ และกลุ่มที่พักอาศัย สำหรับมิตซูบิชิ อีเล็กทริก ในปีที่ผ่านมา เครื่องปรับอากาศภายในบ้านและบิมน้ำถือเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังได้เปิดตัวเครื่องปรับอากาศใหม่พร้อมฟังก์ชันพิเศษ “Fast Cooling” เย็นเร็วทันใจในปุ่มเดียว และฟิลเตอร์กรอง

อากาศ PM 2.5 Filter ประสิทธิภาพสูงที่ช่วยกรองและตรวจจับฝุ่นละอองขนาดเล็ก 2.5 ไมครอนด้วยประจุไฟฟ้า และจากข้อมูลสำรวจแนวโน้มการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศเครื่องใหม่พบว่า ผู้บริโภคกว่า 50% ยังคงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศของมิตซูบิชิ อีเล็กทริก ซึ่งถือเป็นการตอกย้ำถึงคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ผลประกอบการในปีงบประมาณ 2562 ของบริษัทฯ ซึ่งจะสิ้นสุดในวันที่ 31 มี.ค.นี้ จะสามารถทำได้ตามเป้าหมายที่วางไว้กว่า 15,500 ล้านบาท ซึ่งเติบโตหรือทำได้สูงกว่ายอดขายรวมที่ทำได้ในปีก่อนหน้านี้เพิ่มขึ้นกว่า 7%”

นายประพนธ์ โพธิ์วรรณ กรรมการรองผู้จัดการ บริษัท มิตซูบิชิ อีเล็กทริก กันยงวัฒนา จำกัด กล่าวว่า “ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้เดินทางยกระดับการบริการหลังการขาย รวมถึงพัฒนาช่องทางการติดต่อ ผ่าน Hot Line 1325 เพื่อสร้างมาตรฐานและประสบการณ์ระดับพรีเมียมแก่ผู้บริโภค ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ในปี 2563 บริษัทฯ จึงทุ่มงบประมาณกว่า 30 ล้านบาท เดินหน้าพัฒนาศักยภาพศูนย์บริการมิตซูบิชิ อีเล็กทริก ด้วยการขยายสาขาศูนย์บริการแต่งตั้งมิตซูบิชิ อีเล็กทริก ให้ครอบคลุมพื้นที่ใหม่ๆ ทั่วประเทศ รวมไปถึงศูนย์บริการสำหรับกลุ่มลูกค้าเชิง

พาณิชย์ “สำนักงานสนับสนุนลูกค้าโครงการระบบปรับอากาศที่ดีมีผลดี” ซึ่งปัจจุบันเปิดให้บริการในหัวเมืองใหญ่ๆ ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ อุตรดิตถ์ ชลบุรี และนครศรีธรรมราช และมีแผนขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีกในปีนี้ เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงการบริการอย่างทั่วถึง และสะดวกมากยิ่งขึ้น รวมทั้งขยายเวลาการให้คำปรึกษาด้านเทคนิคและปัญหาการใช้งานผลิตภัณฑ์ผ่าน Hot Line 1325 โดยเปิดให้คำปรึกษาในเวลา 08.30 -19.00 น. ทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์ พร้อมเปิดให้บริการซ่อมเครื่องปรับอากาศภายในบ้าน ประเภทด่วนพิเศษ “Express Team Service” ภายใน 24 ชั่วโมง หลังจากได้รับการแจ้งซ่อมจากลูกค้าในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยทีมช่างเทคนิคพร้อมอุปกรณ์และอะไหล่ที่ได้มาตรฐานจาก มิตซูบิชิ อิเล็กทริก พร้อมกันนี้ยังได้คิดค้นระบบ Smart Service Tool เครื่องมือพิเศษที่ออกแบบมาเพื่อตรวจเช็คอาการผิดปกติของเครื่องปรับอากาศมิตซูบิชิ อิเล็กทริก ระบบอินเวอร์เตอร์โดยเฉพาะ เพื่อวิเคราะห์ปัญหาความผิดปกติของเครื่องปรับอากาศได้อย่างแม่นยำ รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผ่าน Mobile Application

นอกจากนี้ เราได้การรับรองจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานให้จัดตั้งศูนย์ทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ สาขาอาชีพช่างเครื่องปรับอากาศและการพาณิชย์ขนาดเล็ก ระดับ 1 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ด้านเครื่องปรับอากาศ ให้มีความรู้ความสามารถและทักษะฝีมือ เพื่อลดการสูญเสีย เกิดความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน และสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดความมั่นคงในอาชีพ ส่งผลให้บริษัทฯ มีส่วนช่วยให้ความรู้ในการสร้างบุคลากรช่างเทคนิคไทยที่มีคุณภาพและบริการที่ได้มาตรฐาน ซึ่งจะเริ่มดำเนินการทดสอบให้กับช่างของศูนย์บริการแต่งตั้ง ช่างตัวแทนจำหน่ายและช่างอิสระ ได้ตั้งแต่เดือนเมษายนนี้เป็นต้นไป ขณะเดียวกันบริษัทฯ ยังคงเดินหน้าเสริมศักยภาพพนักงานอย่างต่อเนื่อง ด้วยการจัดอบรมให้ความรู้ทักษะความชำนาญเกี่ยวกับการบริการในด้านต่างๆ โดยเน้นการปฏิบัติงานตามมาตรฐานเพื่อความปลอดภัยและความสะดวกสบายของลูกค้าไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งนับเป็นก้าวสำคัญสู่การบริการอย่างมืออาชีพมากยิ่งขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจในทุกขั้นตอน ตอกย้ำความเป็นแบรนด์ยอดเยี่ยมอันดับ 1 ที่ผู้บริโภคชาวไทยให้ความไว้วางใจมาอย่างยาวนาน

นายทาคาชิ ฟุจิกิ กรรมการและผู้จัดการทั่วไปส่วนการตลาดและการขาย บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก กันยงวัฒนา จำกัด เปิดเผยว่า “ปัจจุบันตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน สะท้อนความต้องการของผู้บริโภคที่ “ใส่ใจ” ในทุกองค์ประกอบมากขึ้น พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน จึงทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในตลาดมากขึ้น

บริษัทฯ จึงมุ่งเน้นการทำตลาดแบบ Business-to-Consumer หรือ B2C ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น และพัดลมระบายอากาศ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง นำเสนอนวัตกรรมและเทคโนโลยีซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคในปัจจุบัน สำหรับธุรกิจแบบ Business-to-Business หรือ B2B นั้น บริษัทฯ มุ่งเน้นการขยายไปยังหัวเมืองใหญ่ รวมไปถึงต่างจังหวัดตามการเจริญเติบโตของระบบสาธารณสุขภาค อาทิ ร้านค้า โรงแรม และได้เปิดตัวเครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนขนาดใหญ่ มิตซูบิชิ อิเล็กทริก มิสเตอร์สลิม ระบบอินเวอร์เตอร์รุ่นใหม่ (Mr.Slim R32 INV Series) ที่มาพร้อมเทคโนโลยีประหยัดพลังงานระดับสูง รวมถึงการเตรียมรับมือ

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในอนาคตซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นสิ่งที่ มิตซูบิชิ อิเล็กทริก คำนึงถึง และถือเป็นกลยุทธ์หลักในปีนี้จะมุ่งสร้างประสบการณ์และรักษาความเป็นผู้นำในกลุ่มผลิตภัณฑ์พรีเมียมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ขยายฐานลูกค้า ทั่วประเทศ เปิดศูนย์กระจายสินค้า “Mitsubishi Electric Smart Hub” จังหวัดลำปาง ด้วยพื้นที่กว่า 5,000 ตารางเมตร เพื่อพัฒนาระบบขนส่งโลจิสติกส์ ครอบคลุมการให้บริการ 12 จังหวัด ในเขตภาคเหนือ โดยหวังผลให้ผู้บริโภคได้รับสินค้ารวดเร็วยิ่งขึ้นและมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกๆ ด้าน รวมถึงบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทั้งร้านค้าผู้แทนจำหน่าย โมเดิร์นเทรด ไฮเปอร์มาร์เก็ต โครงการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่และยกระดับการบริการหลังการขายให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ”

ในปี 2563 นี้ บริษัทฯ ตั้งเป้าการขายรวมกว่า 16,700 ล้านบาท โดยสินค้าใหม่ 3 กลุ่ม ที่เปิดตัวในปีนี้ได้ ตอกย้ำแนวคิด “Changes for the Better” มุ่งมั่นในการมอบวิถีชีวิตที่เรียบง่าย สะดวกสบายแก่ผู้บริโภคแล้ว เรา ยังให้ความสำคัญในการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้วยการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

- เครื่องปรับอากาศ อินเวอร์เตอร์ รุ่น JS Series และ รุ่น KS Series (Happy Inverter) เพิ่มความเย็นเร็วทันใจกับระบบ Fast Cooling เทคโนโลยีเพื่อความเย็นเร็วภายในพุ่มเดียว ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดีในปีที่ผ่านมา พร้อมด้วยรีโมทคอนโทรลที่สามารถแสดง Error Code เพื่อช่วยในการตรวจสอบอาการผิดปกติเบื้องต้นของเครื่องปรับอากาศได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังมีฟิลเตอร์กรองอากาศ PM 2.5 Filter เทคโนโลยีประสิทธิภาพสูง ช่วยกรองและตรวจจับฝุ่นละอองที่มีขนาดเล็ก 2.5 ไมครอน ด้วยประจุไฟฟ้า ทำให้ได้รับอากาศที่สะอาดและบริสุทธิ์ (เฉพาะรุ่น GR Series และเป็นอุปกรณ์เสริมในรุ่น JS Series, KS Series)
- เครื่องปรับอากาศแบบแยกส่วนขนาดใหญ่ มิตซูบิชิ อิเล็กทริก มิสเตอร์สลิม รุ่นใหม่ ใช้สารทำความเย็น R32 พร้อมเพิ่มขนาดใหม่ 13,000 BTU ในรุ่น PLY, PCY และ PEY Series พร้อมเทคโนโลยีประหยัดพลังงานระดับสูง
- ตู้เย็น 3 ประตู รุ่น Smart Freeze Glass Edition ระบบ Neuro Inverter สวยhurst ด้วยบานกระจกนิรภัย พร้อมเทคโนโลยี Supercool Chilling เก็บรักษาความสดของอาหารโดยไม่เป็นน้ำแข็ง สะดวกสบายยิ่งขึ้น พร้อมปรุงอาหารได้ทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลาทำละลาย ประหยัดพลังงานด้วยระบบ Neuro Inverter, ตู้เย็น 2 ประตู รุ่น FC Series ระบบ Neuro Inverter ดีไซน์ใหม่ เพิ่มพื้นที่ในการจัดเก็บอาหารได้มากกว่าเดิม ด้วยขนาดความจุเพิ่มขึ้นมากกว่า 10 ลิตร และ ตู้เย็น 1 ประตู รุ่น J Smart Defrost มีระบบละลายน้ำแข็งอัตโนมัติ พร้อมแผงควบคุมการทำงานด้านนอกตัวเครื่อง ทำให้สะดวกในการใช้งาน
- พัดลม เพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยระดับพรีเมียม กับปลั๊ก 3 ขาใหม่ที่มีสายดินป้องกันไฟดูดหากเกิดไฟรั่ว พร้อมกล่องเหล็กครอบสวิทช์ ป้องกันการลัดวงจรไฟ มั่นใจ ปลอดภัยระดับพรีเมียม

สำหรับการสื่อสารทางการตลาดในปี นี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น เพิ่มความเข้มข้นและเข้าถึงสื่อออนไลน์ รวมถึงการใช้ BIG DATA มาวิเคราะห์ และประยุกต์ใช้กับ Digital Marketing เพื่อสื่อสารให้ตรงกับความ ต้องการและสอดคล้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน และเพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ “The Cooling Master” รวมถึงสร้างการรับรู้แบรนด์มิตซูบิชิ อิเล็กทริก ผ่าน Sport Marketing ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

มากยิ่งขึ้น สำหรับแคมเปญในปีนี้ได้หยิบยกเรื่องราวความเชื่อมั่นที่มีต่อคุณภาพของเครื่องปรับอากาศ และตู้เย็น มิตซูบิชิ อีเล็คทริก ที่คนไทยให้การยอมรับและไว้วางใจ มานำเสนอเป็นภาพยนตร์โฆษณา ผ่านผู้ใช้จริงหลากหลาย ช่วงอายุ ที่ยืนยันว่าคุณภาพของสินค้า มิตซูบิชิ อีเล็คทริก ดีจริง ด้วยทำยืนยันที่น่ายกประกอบกับเพลงทำนองคันทรี เต็มเต็มทุกความต้องการด้วยเทคโนโลยีเพื่อความสะดวกสบาย ซึ่งภาพยนตร์โฆษณาทั้ง 2 เรื่อง ถูกบอกเล่าผ่าน โป๊ป - ธนวรรธน์ วรรณะภุติ พาร์ทเนอร์ฟรีเซ็นเตอร์ ปีที่ 6 ที่มาร่วมการันตี และเป็นอีกหนึ่งตัวแทนผู้ใช้จริง ผ่านแนวคิดที่ว่า “ซัดเลยว่าดิ การันตีเลยว่่าใช่ เชื่อในสิ่งที่ใช่” ซึ่งจากกลยุทธ์การตลาดดังกล่าว นับว่าเป็นกลยุทธ์เพื่อ สร้างการเติบโตทางธุรกิจและเพิ่มทางเลือกที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งจะช่วยสานต่อความสำเร็จในการทำตลาดของมิตซูบิชิ อีเล็คทริก และผลักดันยอดขายให้เติบโตได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้แล้ว นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ เตรียมกิจกรรมส่งเสริมการขาย พร้อมโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม เป้าหมายได้เป็นอย่างดี และเชื่อมั่นว่าจะช่วยสานต่อความสำเร็จในการทำตลาดของ มิตซูบิชิ อีเล็คทริก กันยงวัฒนา และสามารถผลักดันยอดขายโดยรวมให้เติบโตได้กว่า 16,700 ล้านบาท” นายทาคาชิ ฟุจิกิ กล่าวทิ้งท้าย