

“วาโก้” เดินเกมรุกตลาด ผุดไอเดียชั้นในร่วมกับ เสื้อผ้าแฟชั่นครั้งแรก เปิดตัวคอลเลคชั่นใหม่ “Kloset x Wacoal Mood” ตั้งเป้าโต 15%

วาโก้ (Wacoal) ส่งผลิตภัณฑ์ “Wacoal Mood” รุกตลาดชุดชั้นในไตรมาส 2 ครองใจวัยรุ่นอย่างต่อเนื่อง ด้วยการจับมือแบรนด์เสื้อผ้าชื่อดัง โคลเซ็ท (Kloset) ผุดโปรเจกต์ชุดชั้นในแฟชั่นแห่งปี “Kloset x Wacoal Mood” ภายใต้คอนเซ็ปต์ “WHEN MOM WAS YOUNG” พร้อมชูกลยุทธ์ Collaboration Marketing มุ่งขยายฐานลูกค้าใหม่กลุ่มแฟชั่นนิสต้าที่ชื่นชอบการแต่งตัว มั่นใจผลตอบรับดี ตั้งเป้ายอดขายปี 2557 โต 15%

ธรรมรัตน์ โชควัฒนา กรรมการผู้ช่วยผู้อำนวยการ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) (Mr.Thammarat Chokwatana, Executive vice president of I.C.C. International PLC.) ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในวาโก้ (Wacoal) เปิดเผยว่า ตลาดชุดชั้นในยังเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงไม่ว่าจะเป็นตลาดระดับแมสหรือพรีเมียม หลายแบรนด์ต่างมีการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย และมีการทำการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่มีความชัดเจนมากขึ้น เน้นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้า สำหรับวาโก้ หลังประสบความสำเร็จจากตลาดชุดชั้นในต้นทรง ในแคมเปญ Wacoal Mood Boost-Up เมื่อปลายปีที่ผ่านมา ด้วย Viral Marketing ในช่องทางออนไลน์ที่มีผู้ชมใน Youtube มากเป็นประวัติการณ์ถึง 11 ล้านกว่าวิว มาในปีนี้จะจับมือกับโคลเซ็ทแบรนด์เสื้อผ้าชื่อดังของเมืองไทย ทำโปรเจกต์ชุดชั้นในและชุดว่ายน้ำแฟชั่นแห่งปี ในคอลเลคชั่นใหม่ล่าสุด Kloset x Wacoal Mood ภายใต้คอนเซ็ปต์ “WHEN MOM WAS YOUNG”

“เรามองว่าปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจในเรื่องแฟชั่นมากขึ้น ไม่เพียงแต่เฉพาะเสื้อผ้า ที่สวมใส่ภายนอกเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงชุดชั้นใน ซึ่งจะสังเกตได้ว่าวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น ส่วนใหญ่มีความกล้าในการแต่งตัวมากขึ้น และไม่ได้ต้องการชุดชั้นในตัวเรียบหรือสีพื้นๆ อีกต่อไป แต่กลับมีความชื่นชอบชุดชั้นในที่มีความเป็นแฟชั่น มีลูกเล่น มีดีเทล สามารถนำมา믹ซ์แอนด์แมทช์กับเสื้อผ้าที่สวมใส่ในชีวิตประจำวันตามความชอบและไลฟ์สไตล์ส่วนตัวได้

ดังนั้นในคอลเลคชั่น Kloset x Wacoal Mood จึงนำจุดเด่นของวาโก้ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านสรีระของผู้หญิง

ไทยและความโดดเด่นทางด้านนวัตกรรมในการผลิตชุดชั้นในมาผสมผสานกับความเชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบสินค้าแฟชั่นของ **โคลเซ็ท** โดยชุดชั้นใน คอลเลคชันนี้จะเป็นลายเดียวกันกับเสื้อผ้าในคอลเลคชันของทาง **โคลเซ็ท** ที่ลูกค้าของทั้งสอง แบรินด์สามารถนำมามิคซ์แอนด์แมทช์ด้วยกันได้อย่างลงตัว หรือจะนำไปมิคซ์แอนด์แมทช์กับเสื้อผ้าที่มีอยู่ก็ได้ด้วยเช่นกัน”

สำหรับคอลเลคชัน **Kloset x Wacoal Mood** ได้รับการออกแบบภายใต้คอนเซ็ปต์ “WHEN MOM WAS YOUNG” ซึ่งมีแรงบันดาลใจมาจาก การบอกเล่าวันวานในสมัยคุณแม่สาว โดยมีการเพิ่มดีเทลให้ดูโดดเด่นขึ้นด้วยการปักจุก พร้อมทั้งการประดับตกแต่งด้วยลูกไม้และโบว์ ซึ่งมีด้วยกันทั้งหมด 5 ลาย ได้แก่ 1.Cuddle Do 2.Cozy Posy 3.Miss P 4.Mama Check และ 5.Mama Tale นอกจากนี้ยังมีชุดว่ายน้ำอีก 3 แบบให้คุณสาว ๆ ได้ใส่อวดหุ่นสวยริมชายหาดอีกด้วย

ด้านแผนการตลาด **นายธรรมรัตน์** กล่าวว่า “การประกาศจับมือทำตลาดร่วมกันครั้งนี้ เป็นการดึงกลยุทธ์ Collaboration Marketing โดยผนวกจุดแข็งของทั้ง 2 แบรินด์ เพื่อตอบสนองความต้องการไปยังกลุ่มเป้าหมายเดิมของ **วาโก้** ที่มีอยู่ในตลาด อีกทั้งยังเป็นการขยายฐานลูกค้าใหม่ไปยังกลุ่มแฟชั่นนิสต้าที่ชื่นชอบการแต่งตัว มีความกล้าแสดงออก มีไลฟ์สไตล์เป็นของตัวเอง และยังเป็นการเพิ่มอำนาจการแข่งขันในตลาดอีกด้วย

โดยปี 2557 **ผลิตภัณฑ์วาโก้ มู้ด (Wacoal Mood)** ตั้งเป้ารายได้เติบโตประมาณ 15% ทั้งนี้มูลค่าตลาดรวมชุดชั้นในอยู่ที่ประมาณ 7,000 ล้านบาท ซึ่ง **วาโก้** มีมาร์เก็ตแชร์อยู่ในตลาดมากกว่า 60%”

“การนำเสนอแฟชั่นใหม่ๆ ให้กับชุดชั้นในครั้ง นี้ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่แตกต่าง ไปจากแบรินด์อื่นๆ และคิดว่าคอลเลคชันพิเศษที่ร่วมกับดีไซน์เนอร์ชื่อดังอย่าง **โคลเซ็ท** จะทำให้ลูกค้าชื่นชอบและรู้สึกภูมิใจที่ได้ครอบครอง เพราะคอลเลคชันดังกล่าวมีจำนวนจำกัด (Limited Edition) และวางจำหน่ายในบางสาขาเท่านั้น” **นายธรรมรัตน์** กล่าวทิ้งท้าย

พร้อมกันนี้ทาง **วาโก้** และ **โคลเซ็ท** ได้จัดงานเพื่อเปิดตัวคอลเลคชันใหม่ล่าสุด **kloset x Wacoal mood** คึกคักไปด้วยบรรดาเหล่านางแบบสาวสวยสุดเซ็กซี่ ที่จะมาอวดโฉมในแฟชั่นโชว์ให้ชมกันทั้งหมด 5 ลาย สามารถนำมามิคซ์แอนด์แมทช์ได้มากกว่า 15 แบบ ณ สตูดิโอ 61 ซอยสุขุมวิท 61 ในวันจันทร์ที่ 28 เมษายน 2557 เวลา 14.00 น.