

เลอชาซ่า ทุ่ม 30 ล้าน เปิดตัว สไปรล ทัวร์มาลีน พ พร้อม TVC ตัวใหม่ ยึด “หนูนา” สร้างการจดจำ

เลอชาซ่า มั่นใจความเป็นอันดับ 1 ครองใจผู้บริโภค ด้วยส่วนแบ่งการตลาด 60% ทุ่มงบ 30 ล้าน เปิดตัว “สไปรล ทัวร์มาลีน” พร้อม TVC ตัวใหม่ ได้ “หนูนา” สร้างการจดจำแบรนด์ ตั้งเป้าเติบโตเต็มที่ 2 digits พร้อมทุ่ม เตรียมลุยตลาด AEC



นางสาว โชติมา ชูบชูวงศ์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ผลิตภัณฑ์อุปกรณ์จัดแต่งทรงผม “เลอชาซ่า” บริษัท คิวรอน จำกัด เปิดเผยว่า ผลิตภัณฑ์แต่งผมเลอชาซ่า เป็นแบรนด์ที่เน้นความ “สวยล้ำ อินเทอร์เน็ต” ผลิตภัณฑ์ในบริษัทจึงคัดสรรมาเป็นอย่างดี เพื่อให้สามารถนำมาใช้เองที่บ้านได้ง่ายๆ โดยเน้นนวัตกรรม ที่ทันสมัย ใช้ง่ายกับทุกสภาพผม โดยเฉพาะอย่างยิ่งนวัตกรรมจาก “ทัวร์มาลีน” ที่ช่วยปกป้องเส้นผม และไม่ทำให้ผมเสีย ซึ่งสร้างความพึงพอใจให้ผู้ใช้ จนสามารถครองตำแหน่งที่ 1 มาโดยตลอด

อีกทั้งเลอชาซ่า ยังเป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์ ที่ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า โดยมีการจัดเวิร์คช็อปสอนทำผมให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถทำผมได้ด้วยตัวเอง โดยมีผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์เลอชาซ่า แบ่งเป็นกลุ่ม อุปกรณ์จัดแต่งทรงผม ซึ่งประกอบไปด้วย เครื่องหนีบถนอมเส้นผม ไดร้แต่งถนอมเส้นผม แกนม้วนถนอมเส้นผม ไดร้เป่าถนอมเส้นผม และหมวกอบไอน้ำ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีความสุขกับการจัดแต่งทรงผมด้วยตัวเอง

ซึ่งในปีนี้ได้มีการทุ่มงบทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แกนม้วนถนอมเส้นผม “สไปรล ทัวร์มาลีน” กว่า 30 ล้านบาท ซึ่งจะดำเนินการแบบครบวงจรทั้ง Above the line และ Below the line ควบคู่กันไป เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วถึงและครอบคลุม อย่างเข้มข้น โดยมีช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งในกลุ่ม Modern Trade และ Traditional Trade รวมถึงช่องทางการขายทางสื่อ On Lineซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพเติบโตเป็นอย่างสูง

สำหรับมูลค่าทางการตลาดของอุปกรณ์จัดแต่งทรงผมในประเทศไทย ตามข้อมูลจาก GFK มีมูลค่ากว่า 3,000 ล้านบาท ซึ่งเลอชาซ่ามีส่วนแบ่งประมาณ 60% ส่งผลให้เป็นที่ 1 ตั้งแต่ปี 2552 เป็นต้นมา

ซึ่งครั้งนี้มาพร้อมการเปิดตัว TVC ตัวใหม่ มี Concept คือ “สไปรล ทัวร์มาลีน จาก เลอชาซ่า หนึ่งเดียว

เท่านั้นที่หนูนาเลือก” ซึ่งพรีเซนเตอร์ยังคงเป็น **หนูนา หนึ่งธิดา โสภณ** เพราะเหมาะสมที่สุด ทั้งคาแรคเตอร์ และเสน่ห์ที่มี รวมไปถึงยังเป็นผู้ที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์จริงทุกตัว ทำให้การนำเสนอเป็นเรื่องง่ายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี งานนี้ถึงขนาดดึงผู้กำกับชื่อดังอย่างคุณชูพงษ์ รัตนบัณฑิต (อู๊ด) มาช่วยกำกับอีกด้วย จึงไม่ต้องพูดถึงเลยว่าหนังโฆษณาตัวนี้จะออกมาสวยงามแค่ไหน นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้ทำวิจัยการตลาดพบว่ากลุ่มเป้าหมายจดจำตราสินค้า และยี่ห้อได้ดี จากการที่หนูนาเป็นพรีเซนเตอร์ จึงตอบโจทย์ได้ว่าหนูนา สร้างการจดจำและเป็น Top of mind ของผู้บริโภคเมื่อพูดถึงแบรนด์เลอซาซ่า ได้ดีที่สุดใน

โดยเป็นการเล่าเรื่องราวผ่านพรีเซนเตอร์ ที่มีชีวิตหลากหลายหน้าที่ และต้องเผชิญกับความเร่งรีบ แต่ยังคงมีความต้องการที่จะ “สวย ดูดี มีสไตล์ และไม่ตกเทรนด์” และอุปกรณ์จัดแต่งทรงผม “สไปรล” สามารถตอบโจทย์สภาวะเร่งรีบ ได้ดี ด้วยคุณสมบัติแกนทรงกรวยไล่ระดับ พร้อมเคลือบทาร์มาลีน ขนาด 13×25 มม. ที่สร้างลอนผมสวยให้ลอนผมสไปรลเล็ก กลาง ใหญ่ ตามความต้องการ ให้เส้นผมเงางาม ไม่เสีย การเคลื่อนไหวที่อิสระ ง่ายต่อการจัดแต่งทรงผมอีกด้วย

ผู้สนใจผลิตภัณฑ์ใหม่ Spiral สามารถสอบถามหรือทดลองสินค้าใหม่ได้ที่เคาน์เตอร์เลอซาซ่า ทุกสาขา ทั่วประเทศ หรือสอบถามโทร. 02-736-0303 และ www.facebook.com/Mylesasha