

“เกมโบล” ทุ่มงบกว่า 50 ล้านบาท รีแบรนด์ถึงภาพ ลักษณ์ครั้งใหญ่ เจาะถึงทุกไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค



บริษัท บีกสตาร์ จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรองเท้าแบรนด์เกมโบล (GAMBOL) เปิดบ้านบีกสตาร์ เปิดเผยถึงการรีแบรนด์ถึงแบรนด์ครั้งใหญ่ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม และขยายฐานลูกค้าเพื่อสร้างจุดแข็งเหนือคู่แข่ง พร้อมกับเปิดตัวรองเท้า 4 คอลเลคชันใหม่ล่าสุด โดยในแต่ละคอลเลคชันสามารถตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ของลูกค้า ที่เน้นความทันสมัยเหมาะกับการใช้ชีวิตในปัจจุบันของผู้บริโภค อีกทั้งภายในงานยังได้เปิดตัวแคมเปญ “เกิดมาชัด จัดให้เต็ม GAMBOL Born to be BOLD” เพื่อค้นหาพีริเซนเตอร์หน้าใหม่ของเกมโบล

นายสุรชัย กิจกำจาย กรรมการผู้จัดการบริษัท บีกสตาร์ จำกัด กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า “ภาพลักษณ์เก่าของเราค่อนข้างไม่ทันสมัยและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าแคบเกินไป ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้นในเรื่องของไลฟ์สไตล์ ความสนใจ และการเข้าถึงสื่อ ฉะนั้นเราจำเป็นต้องขยับตามความต้องการของลูกค้า โดยมองที่ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของลูกค้าเป็นหลัก ประกอบกับเรามีเทคโนโลยีการผลิตที่เรียกว่า GBOLD Technology™ ที่เป็นเอกลักษณ์ของเกมโบลเพียงที่เดียว ไม่มีใครสามารถลอกเลียนแบบได้ ซึ่งทำให้รองเท้ามีจุดเด่นในเรื่องของความนุ่ม เบาสบาย ทนทาน และยืดเกาะพื้นได้เป็นอย่างดี และเพื่อให้สอดคล้องกับการรีแบรนด์ถึงภาพลักษณ์ เกมโบลได้เปิดตัวรองเท้า 4 กลุ่ม ซึ่ง 4 กลุ่มนี้ ถูกออกแบบให้ครอบคลุมกับทุกไลฟ์สไตล์ของวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของแบรนด์ ซึ่งแต่เดิมจุดเด่นของรองเท้าเกมโบลจะเน้นหนักไปที่กลุ่มที่มีสีสันสดใส หรือกลุ่ม ZAPP เป็นหลัก แต่ยังคงคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาผลิตตลอดจนกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน และตอนนี้เราได้ขยายกลุ่มให้กว้างขึ้น โดยการออกแบบสินค้าให้ตอบโจทย์กับทุกไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ ซึ่งแบ่งกลุ่มเป็น 1. EZY (อีซี) เน้นความเรียบง่าย ความสบาย 2. ZAPP (แซป) เน้นสีสันสดใส ใส่แล้วโดดเด่น อินเทอร์เน็ต 3. ZAH (ซ่า) เน้นลวดลายกราฟฟิก มีดีเทลงานอาร์ต สำหรับเหล่าผู้ชื่นชอบงานกราฟฟิคดีและกีฬาเอ็กซ์ตรีม 4. ZEEK (ซีค) เน้นงานลุคๆ สำหรับวัยรุ่นที่มีไลฟ์สไตล์ที่รักการท่องเที่ยว ซึ่งรองเท้า 4 กลุ่มที่เปิดตัวใหม่นี้เราใช้เวลาศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคกว่า 1 ปีเต็ม ทำให้เราเข้าใจไลฟ์สไตล์ และมั่นใจอย่างยิ่งว่ารองเท้าทั้ง 4 รุ่นนี้ สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้กลยุทธ์รีแบรนด์ถึงประสบความสำเร็จ รวมถึงผู้บริโภคเข้าใจสิ่งที่เกมโบล

(GAMBOL) ต้องการสื่อสาร เราจึงได้จัด แคมเปญ “เกิดมาชัด จัดให้เต็ม GAMBOL Born to be BOLD” ขึ้นมา เพื่อเฟ้นหาคนรุ่นใหม่ที่ตัวตนชัดเจน มาเป็นพีริเซนเตอร์ของเกมโบล เพื่อนำเสนอรองเท้าทั้ง 4 กลุ่ม ให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ซึ่งจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบัน มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ต้องการมีตัวตนในโลกของเขา และต้องการพื้นที่แสดงออก ซึ่งแบรนด์เกมโบล (GAMBOL) พร้อมทั้งจะสนับสนุนและเปิดพื้นที่ให้กลุ่มคนเหล่านี้ ภายใต้สโลแกนว่า “Join the way” โดยเรายังคงเน้นการสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านสื่อออนไลน์

เป็นหลัก นอกจากนี้เรายังได้เปิดตัวทีเซอร์สนุกๆผ่านยูทูปและเฟสบุ๊คแฟนเพจของแกมโบลไปเมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2558 ที่ผ่านมา เพื่อบอกเล่า แคมเปญ เกิดมาซัด จัดให้เต็ม GAMBOL Born to be BOLD ผ่านกลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่ม ของรองเท้า 4 รุ่นล่าสุด ซึ่งประกอบด้วย กลุ่ม EZY, กลุ่ม ZAPP, กลุ่ม ZAH, กลุ่ม ZEEK กับภารกิจค้นหา 4 פרשנתורเพื่อถ่ายทอดเรื่องราว 4 Category ล่าสุดของรองเท้าแบรนด์ “แกมโบล (GAMBOL)” ไม่ว่าจะคุณจะเป็นคนที่มีไลฟ์สไตล์แบบไหน รับรองว่าแกมโบล สามารถตอบโจทย์คุณได้แน่นอน ทั้งในเรื่องดีไซน์ที่โดดเด่น และ คุณภาพระดับมาตรฐานสากลครับ” นายสุรชัย กล่าวทิ้งท้าย

ติดตามข่าวสารและรายละเอียดกิจกรรมได้ทาง www.boldwithgambol.com

หรือ www.facebook.com/GambolThailand