

แคเรียร์ 'Carrier' เปิดแผนการตลาดเครื่องปรับอากาศ พร้อมเปิดตัวแบรนด์แอมบาสเดอร์คนใหม่ “ทอม รุม 39” ผ่านภาพยนตร์โฆษณาพร้อมฉายเดือนมกราคมนี้



แคเรียร์ 'Carrier' เปิดแผนการตลาดเครื่องปรับอากาศ พร้อมเปิดตัวแบรนด์แอมบาสเดอร์คนใหม่ “ทอม รุม 39” ผ่านภาพยนตร์โฆษณาพร้อมฉายเดือนมกราคมนี้

แอร์แคเรียร์ (Carrier) ตั้งเป้าเป็นผู้นำในเรื่องการตลาด on-line หรือ social media เผยปี 2018 ทุ่มงบโฆษณาเพิ่มขึ้นอีก 50% เลือกทอม รุม 39 เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ที่สะท้อนภาพลักษณ์ตรงกับบุคลิกของแบรนด์แคเรียร์ที่เป็นผู้นำเครื่องปรับอากาศโลก

นายวรเศรษฐ์ ดันติศิริวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท บี.กริม แคเรียร์ (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า ยอดขายรวมของเครื่องปรับอากาศปี 2017 อยู่ที่ประมาณ 25,000 ล้านบาท สัดส่วนยอดขายตลาดเชิงพาณิชย์อยู่ที่ 35% ตลาดแอร์บ้าน 65 % โดยในส่วนของยอดขายเครื่องปรับอากาศแบรนด์แคเรียร์ ในปี 2017 มีอัตราการเติบโตที่ 22% ซึ่งถือว่าดีมากเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด โดยแคเรียร์ครองส่วนแบ่งทางการตลาด 20% ของตลาดรวมทั้งประเทศ

ส่วนแนวโน้มของตลาดเครื่องปรับอากาศในประเทศปี 2018 น่าจะมีอัตราการเติบโตประมาณ 5 – 10% จุดเด่นหรือปัจจัยที่ทำให้ยอดขายแคเรียร์มีการเติบโตในปีที่ผ่านมาเป็น เพราะแคเรียร์เป็นบริษัท มีการพัฒนาทางเทคโนโลยี เพื่อใช้ในการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ตลอดเวลา มีสินค้าที่หลากหลายตั้งแต่แอร์บ้าน จนถึงแอร์เชิงพาณิชย์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด สินค้าเป็นที่ยอมรับในตลาดในเรื่องคุณภาพ และราคาที่เหมาะสม รวมถึงการเป็นผู้นำในตลาดโลกมากกว่า 115 ปี

โดยในปี 2018 บริษัทฯ ได้เพิ่มงบประมาณการโฆษณาอีก 50% โดยจะแบ่งงบประมาณเป็นสื่อทาง off-line 60% และทาง on-line 40% สื่อที่ใช้ทาง off-line ก็จะมีออนแอร์ในรายการ TV ที่มีเรตติ้งสูง ทางวิทยุ รวมถึง outdoor ที่เป็นป้ายโฆษณา ทางด้าน on-line จะมีการใช้สื่อผ่าน Facebook , Website , Instagram และอื่นๆ โดยแนวทางการโฆษณาจะเน้นในเรื่องที่ แคเรียร์เป็นผู้คิดค้นเครื่องปรับอากาศตั้งแต่ปี 1902 และเป็นผู้นำตลาดเครื่องปรับอากาศโลกมากกว่า 115 ปี แคเรียร์ได้

สร้างอากาศดีๆให้เกิดขึ้นในทุกครัวเรือน โดยสินค้าเครื่องปรับอากาศใหม่รุ่นอินเวอร์เตอร์ มีจุดขายตรงที่ประหยัดไฟให้อากาศที่สะอาด และ วางใจด้วยการรับประกันคอมเพรสเซอร์ 10 ปีและอะไหล่ทั่วไปอีก 5 ปี

พร้อมกันนี้ ได้เลือกแบรนด์แอมบาสเดอร์ของแคเรียร์คือ ทอม Room 39 ที่โด่งดังมากในปี 2017 จากการชนะประกวดการร้องเพลงของรายการที่วียอดนิยม The Mask Singer - Season 1 พร้อมกับได้ถ่ายทำหนังสือสัมภาษณ์สินค้าตัวใหม่ เป็นเครื่องปรับอากาศแคเรียร์อินเวอร์เตอร์รุ่นติดผนัง ถ้าใครได้เคยติดตามชมทอมในรายการทีวี The Mask Singer หรือ ผลงานเพลงของคุณทอม กับ Room 39 จะเห็นว่า ทอม เป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ มีบุคลิกเป็นผู้นำ มีความน่าเชื่อถือ มีภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นมิตรกับทุกคน ตรงกับภาพลักษณ์ของแคเรียร์ที่เป็นผู้นำตลาดเครื่องปรับอากาศโลก สินค้ามีคุณภาพน่าเชื่อถือ ช่วยสร้างการรับรู้สินค้าแคเรียร์ให้เข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้ ตลอดจนการทำการตลาดยุคใหม่ที่เริ่มเปลี่ยนเป็น Digital marketing จากกระแสความนิยมในตัวทอมที่สูงมากใน Social media ทอมมีแฟนคลับมากมายที่ชื่นชอบและติดตามผลงานอย่างสม่ำเสมอ อย่างเช่นใน Facebook ก็มีคนติดตามมากกว่า 2 ล้านคน จะเรียกว่าเป็นนักร้องฝ่ายชายที่ฮอตที่สุดคนหนึ่งในปี 2017 ก็ว่าได้ ” นายวระเศรษฐ์กล่าว

แคเรียร์ เป็นผู้คิดค้นเครื่องปรับอากาศรายแรกของโลก และเป็นผู้นำระดับโลกด้านระบบปรับอากาศ ระบบทำความเย็นและความร้อน เจ้าตลาดแห่งเครื่องทำความเย็นสัญชาติอเมริกาที่อยู่คู่คนไทยมากกว่า 86 ปี เป็นหนึ่งในธุรกิจของบริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี คอร์ปอเรชั่น ซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่นิวยอร์ก และเป็นผู้ให้บริการชั้นนำด้านวิศวกรรมการบิน และอวกาศ อุตสาหกรรมการก่อสร้างระบบภายในอาคารทั่วโลก