

แพลตฟอร์มแฟชั่นระดับโลก SSENSE ขยายไลน์ สินค้าด้วยการเปิดตัวเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัข



– คอลเลกชันสำหรับสุนัขนี้ประกอบด้วยเสื้อผ้าและเครื่องประดับสำหรับสุนัขจากแบรนด์หรูและดีไซเนอร์หน้าใหม่
วางขายแล้วทาง [ssense.com](https://www.ssense.com)

แพลตฟอร์มแฟชั่นระดับโลก SSENSE มีความยินดีที่ได้ประกาศเปิดตัวเสื้อผ้าสำหรับสุนัขผ่านทาง [ssense.com](https://www.ssense.com)
โดยการเปิดตัวครั้งนี้ บริษัทได้ใช้ข้อมูลการซื้อสินค้าในระดับแนวหน้าของวงการ เพื่อคัดเลือกแบรนด์หรูที่มีชื่อเสียง
ดีไซเนอร์หน้าใหม่ และแบรนด์สตรีท เพื่อมาออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัขโดยเฉพาะ และถือเป็นครั้งแรกที่
SSENSE ได้ขยายประเภทผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัข

SSENSE ได้ร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับแบรนด์ต่างๆ เพื่อพัฒนาเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัขในรูปแบบของคอล
เลกชันสุดพิเศษจาก 032c, Ashley Williams, Burberry, Heron Preston, Marine Serre, Moncler Genius,
Paul Smith, Stutterheim, Versace และ VIP สินค้าในคอลเล็กชันแรกนี้ประกอบด้วย สายจูงรัดอก สายจูงธรรมดา
ปลอกคอ เสื้อกันหนาว จี๊ปลอกคอ และอื่นๆ โดยมีราคาขายปลีกตั้งแต่ 7,500 เยน ไปจนถึง 140,500 เยน

Ashley Williams ดีไซเนอร์ กล่าวว่า “ฉันมีสุนัขก๊วยสองตัวที่ฉันรักมาก การได้ออกแบบให้ SSENSE โดยคิดถึงพวกมันไปด้วยเป็นสิ่งที้ออกมาจากใจ ภาพของเพื่อนคู่ใจที่ดีที่สุดได้สะท้อนให้เห็นถึงดีเอ็นเอของแบรนด์ Ashley Williams และความรู้สึกของฉันที่มีต่อสุนัข นอกจากนี้เรายังมีปลอกคอและเครื่องประดับขันทึ่เข้ากัน ซึ่งผลิตจากผ้ารุ่นยอดนิยมของเรา ด้วยผลิตภัณฑ์เหล่านี้ เราหวังว่าทุกคนจะได้สนุกสนานไปกับสัตว์เลี้ยงของตัวเอง”

แรงบันดาลใจในการออกคอลเล็กชันเสื้อผ้าสำหรับสุนัขผ่านทาง ssense.com เริ่มต้นจากผลตอบรับที่ดื้ออย่างล้นหลามที่มีต่อซีรีส์อินสตาแกรมของ SSENSE ภายใต้ชื่อ #SSENSEInterns ซึ่งนำบรรดาสุนัขของพนักงานมาถ่ายแบบด้วยชุดแฟชั่นล่าสุด นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากข้อมูลเกี่ยวกับเทรนด์เสื้อผ้าสำหรับสัตว์เลี้ยงและโอกาสในการเชื่อมโยงสื่อสารกับลูกค้า

Brigitte Chartrand ผู้อำนวยการอาวุโสแผนกการซื้อเสื้อผ้าสตรีของ SSENSE กล่าวว่า “คนรุ่นมิลเลนเนียลมีการใช้จ่ายไปกับสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะสุนัขมากขึ้นเรื่อยๆ ผู้บริโภคมีความสนใจมากขึ้นที่จะแสดงสไตล์ของตัวเองผ่านเสื้อผ้าของสุนัขของตนเองมากขึ้น เกือบ 80% ของกลุ่มเป้าหมายของ SSENSE มีอายุระหว่าง 18 ถึง 34 ปี เราจึงเห็นการมีส่วนร่วมที่เพิ่มสูงขึ้นทันทีที่เราโพสต์ภาพใน #SSENSEInterns ทางอินสตาแกรมของเรา นอกจากนี้ เกือบ 70% ของพนักงานของ SSENSE ยังเป็นคนรุ่นมิลเลนเนียล ดังนั้น เราจึงเห็นความสนใจที่มีต่อสัตว์เลี้ยงได้อย่างง่ายดายในออฟฟิศของเราซึ่งเป็นมิตรต่อสุนัข สำหรับหลาย ๆ แบรนด์ที่เราได้ร่วมงานด้วยในครั้งนี้ ถือเป็นครั้งแรกที่แบรนด์เหล่านี้ตกลงทำเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัข ทำให้เป็นโปรเจกต์ที่มีความสนุกสนานที่ได้ร่วมมือกัน เราตื่นเต้นเป็นอย่างมากที่ได้เปิดตัวคอลเลกชันนี้ร่วมกับแบรนด์ต่างๆ ที่สะท้อนมุมมองของ SSENSE”

SSENSE ได้เลือกสุนัขมาเป็นแบบ เพื่อเปิดตัวคอลเล็กชันเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัขในครั้งนี้ ซึ่งจะมีการนำเสนอผ่านทาง #SSENSEInterns โดยคัดเลือกสุนัขที่สะท้อนคาแรคเตอร์ของแต่ละแบรนด์ ทั้งนี้ คอลเล็กชันโดย 1017 ALYX 9SM, MISBHV, Martine Ali, Maisie Wilen, Thom Browne และอื่นๆ จะวางขายในช่วงฤดูใบไม้ผลิปี 2017

เกี่ยวกับ SSENSE

SSENSE เป็นแพลตฟอร์มแฟชั่นจากมอนทรีออลที่สามารถเข้าถึงได้ทั่วโลก SSENSE ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2011 และเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนทิศทางการค้าปลีกด้วยแบรนด์เสื้อผ้าทั้งระดับหรู ระดับสตรีท และแบรนด์ avant-garde ที่ล้ำสมัย เกือบ 80% ของกลุ่มเป้าหมายของ SSENSE มีอายุระหว่าง 18 ถึง 34 ปี ปัจจุบัน SSENSE ให้บริการใน 150 ประเทศ โดยมียอดเข้าชมหน้าร้านเฉลี่ยสูงถึง 76 ล้านครั้งต่อเดือน และมีอัตราการเติบโตต่อปีสูงระดับเลขสองหลักตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง เป้าหมายของ SSENSE ได้พัฒนาต่อยอดไปเหนือกว่าธุรกิจอีคอมเมิร์ซทั่วไป เนื่องจากแบรนด์ได้ศึกษาหัวใจสำคัญของคอนเทนต์ การค้า และวัฒนธรรม ปัจจุบัน SSENSE เป็นมากกว่าผู้ค้าปลีก และได้ก้าวเป็นผู้นำด้านวัฒนธรรมอย่างเต็มตัว สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ทาง ssense.com

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ทาง press@ssense.com

Logo - https://mma.prnewswire.com/media/1040485/SSENSE_SCREEN_Reg.jpg

Photo - https://mma.prnewswire.com/media/1040486/SSENSE_dogwear_heron_preston.jpg

Photo - https://mma.prnewswire.com/media/1040487/SSENSE_dogwear_thom_browne.jpg

Photo - https://mma.prnewswire.com/media/1040489/SSENSE_dogwear_versace.jpg

Photo - https://mma.prnewswire.com/media/1040491/SSENSE_dogwear_moncler.jpg