

แอปปีเฟรช รีแบรนด์ครั้งใหญ่ มัดใจนักช้อปกลุ่ม Millennial



แอปปีเฟรช รีแบรนด์ครั้งใหญ่ มัดใจนักช้อปกลุ่ม Millennial

กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย – แอปปีเฟรชปรับปรุงโฉมใหม่ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคกลุ่ม Millennial ให้หันมาใช้บริการช้อปปิ้งของสดของใช้รูปแบบออนไลน์มากขึ้นกับประสิทธิภาพในการเลือกสรรสินค้าที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า ด้วยจุดมุ่งหมายของแบรนด์ที่ว่า “คัดสรรความสด ส่งตรงถึงมือ” โลโก้ใหม่ รวมถึงมาสคอต (แอปเปิ้ลบอย) สำหรับการปรับภาพลักษณ์แบรนด์ แอปปีเฟรชจะใช้ถุงพลาสติกแบบย่อยสลายได้ 100% สำหรับการจัดส่ง โดยจะเริ่มต้นที่ประเทศอินโดนีเซียก่อน ตามด้วยมาเลเซียและไทย ภายในสิ้นปีนี้

“จากแนวโน้มธุรกิจที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆ นำไปสู่การเป็นผู้นำแพลตฟอร์มส่งของสดของใช้ออนไลน์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การปรับภาพลักษณ์แบรนด์ช่วยให้ร้านค้าปลีกเจาะตลาดสำหรับกลุ่มชาช้อป Millennial เจเนอเรชั่นที่มีความต้องการในด้านคุณภาพและบริการสูง โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับสุขภาพ การรีแบรนด์ครั้งนี้ บริษัทฯ ได้วิเคราะห์เพื่อตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่รักความสะดวกสบาย จากแนวคิด “จัดส่งถึงมือ ให้ชีวิตง่ายขึ้น” ซึ่งช่วยให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สูงสุดอีกด้วย เราจะมีแคมเปญโปรโมชันสำหรับลูกค้าตลอดเดือนกรกฎาคมนี้ พร้อมการรับออเดอร์สินค้าได้ตรงตามเวลาที่กำหนดอย่างต่อเนื่องและมากกว่าที่เคย” นายเดวิด ลิม รองประธานกรรมการฝ่ายการตลาด บริษัทแอปปีเฟรช กล่าว

“ขณะนี้เรามีฟังก์ชันแชทภายในแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า เพื่อติดต่อกับพนักงานเลือกสินค้าในกรณีสินค้าที่เลือก

หมด ฟังก์ชันนี้เป็นประโยชน์มากต่อลูกค้าชาวต่างชาติของเรา เนื่องจากมีการแปลภาษาให้อัตโนมัติ นอกจากนี้เรายังได้ยกระดับประสิทธิภาพของอุปกรณ์ที่ใช้ในการขนส่ง เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพความสดใหม่ของสินค้า เช่น เราใช้ถุงรักษาอุณหภูมิกับสินค้าประเภทแช่แข็งและอาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุงแช่เย็น ทั้งนี้ทางบริษัท ยังมีการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างกล่องกระดาษลูกฟูกและถุงพลาสติกย่อยสลายได้ที่ใช้ในการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า พนักงานจัดส่งสินค้าทั้งหมดของเราใช้กล่องรักษาอุณหภูมิแบบเทอร์โมไซค์ เพื่อป้องกันสินค้าจากอากาศร้อนหรือฝน” นายโรนัลด์ ซาน กรรมการผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ บริษัทแฮปปี้เฟรช กล่าวเสริม

ช่วงต้นปีที่ผ่านมา สำนักงานใหญ่ ณ ประเทศอินโดนีเซีย ของแฮปปี้เฟรช ซูเปอร์มาร์เก็ตรูปแบบออนไลน์ ได้ปิดการระดมเงินลงทุนที่ระดับ Series C ด้วยเงินสนับสนุนการลงทุนกว่า 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือกว่า 636 ล้านบาทนี้ จาก Mirae Asset-Naver Growth Fund และพันธมิตรเชิงกลยุทธ์อื่นๆ อย่าง LINE Ventures Singha Ventures และ Grab Ventures โดยเงินที่ได้จากการระดมทุนจะนำไปใช้สำหรับการขยายพื้นที่ให้บริการทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งการพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนฟังก์ชันเฉพาะทางต่างๆ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก การรวมช่องทางสื่อสารต่างๆ รวมกันเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค (Omnichannel) อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สำหรับเงินทุนระดับ Series B นั้น ผู้นำในการลงทุนคือ Samena Capital

ขอขอบพระคุณอย่างสูงสำหรับการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ :

ดวงเนตร ชีวะวิชาวาลกุล (เอ) 081-9032262/ ศรัณยา หวานสนิท (ตัก) โทร 089-6000870