

“ไตรอัมพ์” เปิดตัวแคมเปญระดับโลก มุ่งเสริมสร้างพลังให้กับผู้หญิง



ไตรอัมพ์ (Triumph) หนึ่งในแบรนด์ชุดและกางเกงชั้นในชื่อดังระดับโลก ได้เปิดตัวแคมเปญระดับโลกอย่าง #TogetherWeTriumph ชูการเสริมสร้างพลังสตรีและการร่วมมือพึ่งพาอาศัยกันของผู้หญิง ซึ่งถือเป็นทิศทางใหม่แห่งการสร้างสรรค์สำหรับแบรนด์ในปี 2561 นี้

(รูปภาพ: https://mma.prnewswire.com/media/660081/Triumph_Lingerie_Survey_Infographic.jpg)

(รูปภาพ: https://mma.prnewswire.com/media/660082/Triumph_Lingerie.jpg)

ตลอดระยะเวลากว่า 130 ปีที่ผ่านมา ไทรอัมพ์ ได้ให้การสนับสนุนผู้หญิงผ่านผลิตภัณฑ์ที่มอบความรู้สึกมั่นใจอย่างเต็มที่ และขจัดปัญหาเรื่องรูปทรงและขนาดของผู้หญิงให้หมดไป โดยสิ่งที่ซ่อนอยู่ในมูลค่าของแบรนด์ไตรอัมพ์ คือ การสนับสนุนผู้หญิงที่ให้การสนับสนุนผู้หญิงด้วยตนเอง ขณะเดียวกันผู้ที่เป็นตัวแทนของแบรนด์ก็คือบรรดาพนักงานนับพันที่ให้บริการลูกค้าอย่างยอดเยี่ยมในทุก ๆ วัน นับตั้งแต่ในขั้นการออกแบบ สร้างสรรค์นวัตกรรม ไปจนถึงผู้เชี่ยวชาญในร้าน แคมเปญ #TogetherWeTriumph จึงเป็นการเฉลิมฉลองของผู้หญิงทั่วทุกมุมโลก

แคมเปญใหม่นี้ถือเป็นการประกาศก้าวเพื่อการเสริมสร้างพลังอำนาจ ความแข็งแกร่ง ที่สะท้อนให้เห็นผ่านช่วงเวลา ‘ในชีวิตจริง’ ของแต่ละคน ซึ่งความเอื้อเฟื้อและความเข้าอกเข้าใจได้เผยออกมาให้เห็นในฉากสั้น ๆ แต่ละตอน ไทรอัมพ์เริ่มต้นด้วยเรื่องราวของผู้หญิงที่ให้การช่วยเหลือผู้หญิงอีกคนหนึ่งในการดูแลลูกอ่อน เพื่อนที่ช่วยเพื่อน มือที่ช่วยดึงขึ้นในยามล้มเหลว ช่วงเวลาแต่งงาน ช่วงเวลาของไตรอัมพ์บนเวที ปิดฉากด้วยการรวมตัวกันเพื่อความสามัคคีที่แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงเข้มแข็งขึ้นเมื่ออยู่ด้วยกัน ขณะเดียวกันก็แข็งแกร่งขึ้นเมื่อได้รับการสนับสนุนจาก ไทรอัมพ์ในทุก ๆ วัน

มาร์คัส สไพส์โฮเฟอร์ หัวหน้าส่วนผู้จัดการของไตรอัมพ์ แสดงความคิดเห็นว่า “เป็นที่ทราบกันดีว่า เบื้องหลังผู้หญิงทุกคนคือผู้หญิงอีกคนหนึ่งที่เปี่ยมแรงบันดาลใจและคอยยื่นมือช่วยเหลือ นี่คือนี่สิ่งที่เราต้องการเฉลิมฉลอง นอกจากนี้ยังเป็น การเฉลิมฉลองให้กับครอบครัวไตรอัมพ์ ซึ่งก็คือพนักงานของเราทั่วโลกที่กำลังคิดค้นและรังสรรค์ชุดชั้นในสตรีที่คำนึงถึงผู้หญิงเป็นสำคัญ และในวันนี้ ภารกิจแห่งการเสริมสร้างพลังอำนาจให้กับผู้หญิงก็ได้กลายเป็นที่จับตาอย่างไม่น่าเชื่อ และสมควรได้รับการสนับสนุนจากเรา”

ซูซาน แมคเคนน่า ผู้อำนวยการของแบรนด์ กล่าวว่า “แคมเปญของเราในปี 2561 นี้ ได้มุ่งเน้นให้ความสำคัญด้าน

ดิจิทัลและสังคม ซึ่งเราจะผลักดันเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคของเราได้ในระดับที่ลึกซึ้งยิ่งกว่า ด้วยการทำให้พวกเขาโดดเด่นเจิดจรัส โดยการปรับรูปแบบแคมเปญเพื่อให้ความสำคัญกับตัวผลิตภัณฑ์ลดลงนั้น ได้มอบมุมมองใหม่ๆ กับการสื่อสารผ่านทุกช่องทางของเรา”

ไทรอัมพ์ ใต้รังสรรค์ชุดชั้นในสตรีมาเป็นเวลายาวนานกว่า 130 ปี เพื่อให้ผู้หญิงดูสวยและสวมใส่สบายมากที่สุด นับตั้งแต่ปีค.ศ.1886 ไทรอัมพ์ เข้าใจดีว่าชุดชั้นในที่ใช้นั้นทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกมั่นใจอย่างแท้จริง เพื่อเสริมพลังให้กับผู้หญิงทุกคนทั่วโลกในแต่ละวัน ไทรอัมพ์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ถือเป็นหนึ่งในบริษัทชุดชั้นในที่ใหญ่ที่สุดในโลก ด้วยร้านค้ากว่า 2,000 สาขา และลูกค้าขายส่งกว่า 40,000 รายทั่วโลก มีการจำหน่ายสินค้าในจุดขายที่บริษัทดูแลราว 3,600 จุด พร้อมจัดจำหน่ายครอบคลุม 120 ประเทศทั่วโลก ทั้งนี้ TRIUMPH เป็นเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนของกลุ่มบริษัทไทรอัมพ์

#TogetherWeTriumph

<http://www.triumph.com>

ที่มา: Triumph Lingerie