

ไอ.ซี.ซี.ฯ ย้ำผู้นำตลาดบรากับ “วาโก้ บลูม”

ไอ.ซี.ซี.ฯ ย้ำผู้นำตลาดบรา กลับมาอีกครั้งกับ “วาโก้ บลูม” จับกลุ่มเด็กวัยเริ่มสาว

พร้อมผลักดันแคมเปญ ด้วยการส่ง Bloom Gang สร้างการสื่อสารเข้าถึงไลฟ์สไตล์ มั่นใจดันยอดขายกลุ่มสินค้าเด็กเพิ่มขึ้น

นายธรรมรัตน์ โชควัฒนา กรรมการผู้อำนวยการและรองประธานกรรมการ บริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายชุดชั้นในคุณภาพ ภายใต้แบรนด์ ‘วาโก้’ เปิดเผยว่า บริษัทฯ มองเห็นโอกาสที่จะพัฒนา

สินค้าบลูมคอลเลกชันเข้ามาเปิดเกมรุกตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าวัยที่อายุ 8 – 15 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยที่สรีระร่างกายเปลี่ยนแปลงเร็ว โดยเดินทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในภายใต้แบรนด์ วาโก้ บลูม ที่เน้นการออกแบบและพัฒนาจาก

วาโก้เฟิร์ส บรา ให้เข้ากับสรีระร่างกายของเด็กในวัยนี้ เพื่อตอกย้ำความเป็นผู้นำตลาดชุดชั้นในสำหรับวัยแรกรุ่ง

“เด็กอายุช่วงวัยนี้ จะมีการเปลี่ยนแปลงสรีระร่างกายที่ค่อนข้างเร็ว จากวัยเด็กเริ่มเข้าสู่วัยรุ่น การพัฒนาชุดชั้นในให้เหมาะกับการเปลี่ยนแปลง และตอบสนองความต้องการด้านสรีระได้ดีพอจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ ชุดชั้นในวาโก้บลูมถูกออกแบบให้เหมาะกับวัยนี้โดยมีให้เลือกถึง 3 สเต็ป ได้แก่ สเต็ป 1 เสื้อกล้ามตัวยาว เพื่อปกปิดทรงอกที่เริ่มเปลี่ยนแปลง สเต็ป 2 เสื้อกล้ามครึ่งตัว เพื่อรองรับสรีระทรงอกที่เริ่มขยายตัวมากขึ้น รวมถึงเสื้อบังทรงกึ่งยกทรงที่ช่วยรองรับเต้าทรงและฐานทรงที่ขยายตัว สเต็ป 3 เสื้อยกทรงแบบไม่มีโครง เพื่อรองรับเต้าทรงที่เริ่มเห็นเด่นชัด และเสื้อยกทรงแบบมีโครง เพื่อประคองทรงอกที่ขยายตัว โดยครั้งนี้นำพร้อมกับกางเกงอนามัย Hygieni กางเกงในสำหรับเวลาประจำเดือน มีทั้งแบบกลางวันและกลางคืน เนื้อผ้านุ่มสบาย มีแผ่นรองซึมเป็อนผสม Urethane Resin ด้านใน เพื่อช่วยขจัดปัญหาซึมเป็อนบริเวณส่วนเป้าไปจนถึงด้านหลัง ด้วยลวดลายใหม่เอาใจสาววัยแรกรุ่ง ซึ่งเราหวังให้กลุ่มเด็กสาววัยแรกรุ่งรู้สึกประทับใจ และเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์สินค้าในระยะยาวต่อไป” นายธรรมรัตน์ กล่าว

สำหรับการออกแบบชุดชั้นใน วาโก้ บลูม อยู่ภายใต้แนวคิด ความลับคือ “ดี๊ด” เป็นเรื่องความรู้สึกในใจของเด็กวัยนี้ ซึ่งทุกคนจะมีความไม่มั่นใจว่าร่างกายที่เริ่มเปลี่ยนแปลงนั้นจะเป็นอย่างไรในอนาคต ผ่านความคิดสร้างสรรค์

“Happy Bloom Day” สุขสันต์วันเริ่มสวยโดยถ่ายทอดผ่าน “Bloom Gang” ซึ่งจะเป็นกลุ่มตัวแทนเด็กสาววัยนี้ 4 คน 4 คาแร็กเตอร์ เด็ก ๆ เหล่านี้จะพูดคุยด้วยภาษาเดียวกัน เข้าถึงความรู้สึกกันและกัน พร้อมคำตอบสวยๆ มาฝากเพื่อนๆ ให้ไม่ต้องกังวล แคใส่ชุดชั้นใน วาโก้บลูม ทุกอย่างก็จะสวยทั้งรูปร่าง และความมั่นใจ ผ่านสื่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ความยาว 15 วินาที รวมถึงสื่อดิจิทัลในรูปแบบ Online Clip เพื่อตอกย้ำการรับรู้

ของแบรนด์ โดยราคาจะเริ่มตั้งแต่ 190 – 550 บาท ทั้งนี้สามารถหาซื้อสินค้าได้ ณ เคาเตอร์วาโก้ และวาโก้ช็อปทั่วประเทศ

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

บริษัท กนกรัตน์ แอนด์ เฟรนด์ จำกัด (ที่ปรึกษาดำเนินงานประชาสัมพันธ์)

โทร.02-284-2662 แฟกซ์. 02-284-2287,2291 www.kanokratpr.com

คุณกนกรัตน์ วีรานุกัตติ E-mail: Kanokrat@kanokratpr.com

นายธรรมรัตน์ โชควัฒนา กล่าวว่า ด้านกลยุทธ์การทำตลาด วาโก้จะเน้นทำกิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งในห้างสรรพสินค้า และวาโก้ ช็อปทั่วประเทศ รวมถึงออกโรดโชว์กิจกรรม School Tour ทั่วประเทศ โดยร่วมกับบริษัท นานมีบุ๊ค และ ผลิตภัณฑ์ผ้าอนามัยไซไฟ เพื่อให้เข้าถึงไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมายด้วยการกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ โดยชวนน้องๆ ร่วมกิจกรรมต่างๆ มากมาย อาทิ Fit Me ให้น้องๆ สนุกกับการเรียนรู้การเลือกชุดชั้นในที่ถูกต้องกับสรีระของตนเอง หรือ ให้ความรู้เกี่ยวกับการมีประจำเดือนซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงภายในร่างกาย เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัทฯ คาดว่าจากแผนงานดังกล่าว จะทำให้ ‘วาโก้ บลูม’ เป็นที่รับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย และสามารถผลักดันยอดขายได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ภายในสิ้นปีนี้