

# ไอ.ซี.ซี. เปิดตัว วาโก้ “Bloom” หวังขึ้นแท่นเป็น “บราตัวแรก” ของเด็กหญิงวัยแรกแย้ม



ไอ.ซี.ซี. เปิดตัว วาโก้ “Bloom” หวังขึ้นแท่นเป็น “บราตัวแรก” ของเด็กหญิงวัยแรกแย้ม

นายธรรมรัตน์ โชควัฒนา กรรมการผู้อำนวยการ และรองประธานกรรมการบริหาร บจก.ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล เปิดเผยว่า “ขณะนี้วาโก้ ผู้นำตลาดชุดชั้นในของเมืองไทยได้มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุด วาโก้ “Bloom” ซึ่งเป็นการออกแบบและพัฒนาจากวาโก้เฟิร์ส บรา โดยเกิดจากแนวคิดหลักที่ว่า “Bloom คือจุดเริ่มต้นของความสวย” วาโก้ “Bloom” ได้ถูกวางตำแหน่งของสินค้าไว้เป็น “ชุดชั้นในตัวแรกของวัยเริ่มสวย” ที่จะช่วยทำให้เกิดความมั่นใจในสรีระที่เปลี่ยนแปลง กลุ่มเป้าหมายหลักอยู่ในวัยของเด็กผู้หญิงอายุ 8-15 ปี เป็นวัยเริ่มต้นของความบ่งบานสู่วัยสาว สินค้าภายใต้แบรนด์วาโก้ “Bloom” แบ่งออกเป็น 3 สเต็ป ได้แก่ สเต็ปที่ 1 เป็นเสื้อกล้ามตัวยาวเพื่อปกปิดทรงอกที่เริ่มเปลี่ยนแปลง สเต็ปที่ 2 เสื้อกล้ามครึ่งตัว เพื่อรองรับสรีระทรงอกที่เริ่มขยายตัวมากขึ้น รวมถึงเสื้อบังทรงกึ่งยกทรง ที่ช่วยรองรับเต้าทรงและฐานทรงที่ขยายตัว และ สเต็ปที่ 3 เสื้อยกทรงไม่มีโครง เพื่อรองรับเต้าทรงที่เริ่มเห็นเด่นชัด และเสื้อยกทรงมีโครง เพื่อประคองทรงอกที่ขยายตัวโดยราคาจะเริ่มตั้งแต่ 190 – 550 บาท โดยได้มีการจัดจำหน่ายผ่านทางเคาเตอร์วาโก้ และวาโก้ช้อปทั่วประเทศไปแล้ว ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา

พร้อมกันนี้ได้มีการออกแคมเปญโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขายโดยเน้นการเข้าถึงไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมายแคมเปญนี้ ด้วยการสื่อสารผ่านแนวความคิด ความลับคัพ “ดี๊ด” ซึ่งเป็นเรื่องความรู้สึกในใจของเด็กวัยนี้ที่ทุกคนจะมีความไม่มั่นใจว่าร่างกายที่เริ่มเปลี่ยนแปลงนั้นจะเป็นอย่างไรต่อไปภายใต้ความคิดสร้างสรรค์ “Happy Bloom Day สุขสันต์วันเริ่มสวย” โดยถ่ายทอดผ่าน “Bloom Gang” ซึ่งจะเป็นกลุ่มตัวแทนเด็กสาววัยนี้ 4 คน 4 คา แร็กเตอร์ ตัวแทนเด็กกลุ่มแรกในนามของน้องบี จะเป็นเด็กดราม่าแสบแสบๆ เป็นแฟนนิสตั๊ด ชื่นชอบการแต่งตัวชอบร้องเพลง ชอบนักร้องเกาหลี กลุ่มที่สองน้องแอล เป็นเด็กแก่นฉลาดชน ชอบแก๊งเพื่อน มี Dark Side นิดๆ รักธรรมชาติ ชอบถ่ายรูป กลุ่มที่สามน้องโอ๊ะโอ จะเป็นเด็กอินดี้ตั้งใจเรียน และกลุ่มสุดท้ายน้องเอ็ม เป็นตัวแทนเด็กบ้าพลัง ชอบเล่นกีฬาชอบกิจกรรม Outdoor ดูแลสุขภาพ กินคลีน โดยเด็ก ๆ เหล่านี้จะพูดคุยและเข้าถึงความรู้สึกกันและกัน ด้วยภาษาเดียวกัน พร้อมคำตอบสวยๆ มาฝากเพื่อนๆ ให้ไม่ต้องกังวล แคมี Bloom ทุกอย่างก็จะสวยงาม ทั้งรูปร่างที่งดงาม และความมั่นใจที่จะเติบโต ผ่านสื่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ความยาว 30 วินาที และเอ็มวีเพลง “Say Bloom” ที่มาพร้อมกับท่าเต้นน่ารักๆ จาก Bloom Gang รวมถึงสื่อดิจิทัลในรูปแบบ Online Clip เพื่อต่อยอดการรับรู้ของแบรนด์ (Brand Awareness)

สำหรับแคมเปญดังกล่าวจะวางกลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณาด้วยการปล่อยเอ็มวี ตั้งแต่วันที่ 10 เมษายน จากนั้นในวันที่ 17 เมษายนจะเป็นการเปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ โดยทางวาโก้ได้ทุ่มงบการตลาดครบวงจรแบบ 360 องศา ในการจัดกิจกรรมการตลาดต่างๆแบบครบวงจร มีการจัดกิจกรรม School Tour ทั่วประเทศ ร่วมกับทางทีมซูเปอร์ฮีโร่ และ นานมี บู้ด เพื่อให้น้องๆ ได้มีความรู้ในเรื่องสรีระที่เริ่มเปลี่ยนแปลงและสนุกสนานกับกิจกรรม พร้อมได้จัดเตรียม Bloom Diary สำหรับน้องๆ ได้จดบันทึกความสดใสในวัยเริ่มสวยพร้อมกิจกรรมต่างๆ ภายในเล่ม สำหรับแคมเปญวาโก้ “Bloom” ได้มีการใช้งบการตลาดและการโฆษณาเป็นเงินทั้งสิ้น 50 ล้านบาท โดยมุ่งเน้นในการสร้างฐานลูกค้ากลุ่มเด็กให้เพิ่มขึ้นและหวังยอดขายในสินค้ากลุ่มเด็กเติบโตขึ้น 50%” นายธรรมรัตน์ กล่าวทิ้งท้าย สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

บริษัท กนกรัตน์ แอนด์ เฟรนด์ จำกัด (ที่ปรึกษาด้านงานประชาสัมพันธ์)

โทร.02-284-2662 แฟกซ์. 02-284-2287,2291 [www.kanokratpr.com](http://www.kanokratpr.com)

คุณกนกรัตน์ วีรานุกัตติ E-mail: [Kanokrat@kanokratpr.com](mailto:Kanokrat@kanokratpr.com)