

ไฮเออร์เปิดตัวเครื่องปรับอากาศรุ่นใหม่รับซัมเมอร์

ไฮเออร์เปิดตัวเครื่องปรับอากาศรุ่นใหม่รับซัมเมอร์

ชูนวัตกรรมเย็นเร็ว..ประหยัดจริง คาดกวาดยอดขายเพิ่ม 15%



ไฮเออร์เปิดตัวเครื่องปรับอากาศรุ่นใหม่รับซัมเมอร์
ชูนวัตกรรมเย็นเร็ว..ประหยัดจริง คาดกวาดยอดขายเพิ่ม 15%



ไฮเออร์ ชี้ตลาดเครื่องปรับอากาศแข่งขันแรงรับอากาศร้อนจัดซัมเมอร์นี้ เตรียมส่งเครื่องปรับอากาศรุ่น "Ultimate Cool" ที่มาพร้อมประสิทธิภาพความเย็นจับไว 4 องศาใน 1 นาที และให้ความคุ้มค่าได้มากกว่า ช่วยประหยัดไฟได้จริง คาดรายได้ช่วงฤดูร้อนนี้เพิ่มขึ้น 15% คิดเป็นรายรับรวมทั้งหมดประมาณ 800 ล้านบาท พร้อมปล่อยไวรัลคลิปกระตุ้นแบรนด์เพิ่ม ผ่านความน่ารักของน้องลิงและความอบอุ่นภายในครอบครัวเชื่อมโยงเครือข่ายบนโลกโซเชียล คาดจบไตรมาสแรกยอดวิวทะลุ 3 ล้าน

มร. หยาง เสี่ยวหลิน ประธานกรรมการบริหาร กลุ่มบริษัทไฮเออร์ ประเทศไทย ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านแบรนด์ไฮเออร์ กล่าวว่า จากวิกฤตการณ์ที่หลายฝ่ายคาดว่าจะเกิดเหตุการณ์เอล นินโญ่ ในช่วงเดือนมีนาคม เมษายน บวกกับอากาศที่ร้อนมาก และร้อนเร็วกว่าทุกปี จึงทำให้ตลาดเครื่องปรับอากาศที่ความร้อนแรงเพิ่มขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา โดยบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องปรับอากาศในแบรนด์ต่างๆ ต้องงัดกลยุทธ์การแข่งขัน โดยส่งสินค้าโมเดลเครื่องปรับอากาศรุ่นใหม่ๆ พร้อมทุ่มงบการตลาดหวังชิงส่วนแบ่งมาร์เก็ตแชร์ช่วง 2-3 เดือน ซึ่งคาดว่าจะมีรายได้เป็นจำนวนมากกว่าปีที่ผ่านมาในช่วงระยะเวลาเดียวกัน

“ในปีนี้ ไฮเออร์ได้ทุ่มงบประมาณการลงทุนกว่า 300 ล้านบาท ซึ่งงบการลงทุนส่วนหนึ่งมีผลทำให้กำลังการผลิตเครื่องปรับอากาศเพิ่มอีก 30% เพื่อรองรับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ แม้ภาพรวมสถานะเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การจับจ่ายของผู้บริโภคมีการใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากยิ่งขึ้น แต่ด้วยอากาศที่ร้อนบวกกับ

ความต้องการเครื่องปรับอากาศกลายเป็นสิ่งจำเป็นของคนไทยในยุคปัจจุบัน พร้อมการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับโครงการบ้านประชารัฐและการลงทุนจากภาคเอกชน ซึ่งมีผลทำให้ตลาดเครื่องปรับอากาศจะยังสามารถเติบโตได้ดีในปีนี้อาจ 10-15% มากกว่าปีที่ผ่านมา”

สำหรับในการนำเสนอสินค้ารุ่นใหม่ ๆ ออกมาสู่ตลาดนั้น ถือเป็นกลยุทธ์หลักของไฮเออร์ ซึ่งปีนี้จะมีสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดหลายรุ่น โดยเฉพาะหน้าร้อนนี้ได้ส่งเครื่องปรับอากาศไฮเออร์รุ่น “Ultimate Cool” แบ่งเป็น 4 โมเดล ได้แก่ HSU-10VNQ03T ขนาด 10,000 BTU, HSU-13VNQ03T ขนาด 13,000 BTU, HSU-18VNQ03T ขนาด 18,000 BTU และ HSU-24VNQ03T ขนาด 24,000 BTU ซึ่งเป็นเครื่องปรับอากาศไฮเออร์รุ่นอินเวอร์เตอร์ ที่มาพร้อมกับจุดเด่น **Fast Cooling** : เทคโนโลยี Turbo Cool เย็นเร็วทันใจ 4 องศาใน 1 นาที ระบบจะทำความเย็นเร็วขึ้นถึง 47% โดยอัตโนมัติ, **Healthy**: เทคโนโลยี Blue Fin Clean System เคลือบสารลดความชื้น ลดการเกาะของฝุ่นละอองและหยดน้ำบนแผงคอยล์เย็น เพิ่มประสิทธิภาพและยืดอายุการใช้งาน, **Saving**: เทคโนโลยี DC Inverter ช่วยประหยัดพลังงานสูงสุด 63% เมื่อเทียบกับเครื่องปรับอากาศรุ่นธรรมดา, เครื่องทำงานเงียบเพียง 22 dB และ **Warranty**: เป็นเครื่องปรับอากาศรายแรกที่กำลังรับประกันตัวเครื่อง 5 ปี, รับประกันคอมเพรสเซอร์ 5 ปี และรับประกันอะไหล่ 5 ปี ซึ่งสามารถตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้บริโภค ทั้งเรื่องนวัตกรรม ฟังก์ชันโดดเด่น ดีไซน์หรู ใช้ง่าย สามารถติดตั้งในทุกห้องได้อย่างลงตัว เปรียบเสมือนเฟอร์นิเจอร์ชิ้นหนึ่งของบ้าน เพื่อตอบสนองความสะดวกสบายของการใช้ชีวิต สามารถสร้างสีสันในตลาดเครื่องปรับอากาศในหน้าร้อนนี้ได้เป็นอย่างดี ประกอบกับแคมเปญส่งเสริมการขาย Haier Hot Summer Hot Sale ที่นำสินค้ามาลดราคา พร้อมโปรโมชั่นผ่อน 0% นานสูงสุด 15 เดือน และ Cash Back สูงสุด 2,000 บาท มากระตุ้นกำลังซื้อในช่วงหน้าร้อนนี้ ซึ่งคาดว่าจะทำให้ตัวเลขรายได้ของเครื่องปรับอากาศไฮเออร์เพิ่มขึ้นถึง 15% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา หรือคิดเป็นรายรับรวมทั้งหมดประมาณ 800 ล้านบาท มร.หยาง กล่าว

มร. หยาง กล่าวเพิ่มเติมว่า ปีนี้ถือเป็นปีของการสร้างแบรนด์ไฮเออร์อย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยเราเน้นการทำตลาดที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งประสบความสำเร็จจากแคมเปญการตลาดออนไลน์ผ่านไวรัลคลิปปู๊ด เปิดโปงความลับของน้องลิง ที่ผสมผสานความน่ารักของน้องลิงกับความอบอุ่นภายในครอบครัวไฮเออร์ได้อย่างลงตัว เชื่อมโยงเครือข่ายลูกค้านโลกโซเชียลและสานสัมพันธ์ การรับรู้ และความรู้สึกที่ดีกับแบรนด์ไฮเออร์ จนได้รับการตอบรับที่ดีมากโดยมียอดวิวทะลุ 1 ล้านภายใน 2 สัปดาห์ในช่วงต้นปี และในเดือนมีนาคมนี้ ได้เริ่มปล่อยไวรัลคลิปปู๊ดที่ 2 ชื่อชุด บ้านฮาน้ำตาเล็ด ซึ่งคาดว่าจะสามารถประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกับไวรัลคลิปปู๊ดแรก โดยไวรัลคลิปปู๊ดนี้จะฉีกกฎไวรัลคลิปปู๊ดเครื่องปรับอากาศในตลาดที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพของสินค้าในแง่ของฟังก์ชันโดยเล่าผ่านตัวผู้ใช้สินค้าที่ถ่ายทอดความสนุกของครอบครัวไฮเออร์ที่อบอุ่น ปัจจุบัน Haier facebook fan page มีผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลกว่า 36 ล้านครั้งต่อเดือน

สำหรับทิศทางการดำเนินงานในปี 2559 ไฮเออร์ยังคงเน้นในเรื่องการสร้างการรับรู้ของแบรนด์ การจัดกิจกรรมทางการตลาด โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ เช่น การจัดกิจกรรมโรดโชว์ตามร้านตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศเพื่อส่งเสริมด้านการตลาดและสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภค ความร่วมมือกับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนในด้านต่างๆ การช่วยเหลือสังคม รวมถึงการไปบรรยายตามสถาบันการศึกษาต่างๆ ทั่วประเทศซึ่งจัดมาเป็นปีที่ 3 เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์อีกทางหนึ่งด้วย โดยวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อผลิตสินค้าที่สามารถตอบโจทย์สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นเป้าหมายอันดับหนึ่งของไฮเออร์ทั่วโลก ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จัก ยอมรับ และเลือกใช้สินค้าของเรา ประธานกรรมการบริหาร กลุ่มบริษัทไฮเออร์ ประเทศไทย กล่าวทิ้งท้าย