

Lenzing ก้าวไปอีกขั้นด้วยการเปิดตัว

TENCEL(TM) เป็นแบรนด์เรือธงในอุตสาหกรรมสิ่ง

ทอ

- แบรนด์ TENCEL(TM) ถือกำเนิดขึ้นเพื่อช่วยให้แวดวงสิ่งทอ ร้านค้า และผู้บริโภค “รู้สึกดี” กับเครื่องแต่งกาย และเครื่องใช้ภายในบ้าน

- แบรนด์ TENCEL(TM) พลิกโฉมจากเส้นใยชนิดหนึ่งไปสู่แบรนด์ในชีวิตประจำวัน โดยมีให้เลือกทั้ง

TENCEL(TM) Active, TENCEL(TM) Denim, TENCEL(TM) Home, TENCEL(TM) Intimate และ TENCEL(TM) Luxe

Lenzing Group ประกาศเปิดตัว TENCEL(TM) ในฐานะแบรนด์สิ่งทอระดับพรีเมียม ณ มหกรรม Premiere

Vision Paris การพลิกโฉมแบรนด์ในครั้งนี้ถือเป็นก้าวสำคัญตามกลยุทธ์ใหม่ของบริษัท โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อยก

ระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ สานต่อความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและผู้บริโภค ตลอดจนขับเคลื่อนความต้องการของผู้

บริโภค โดย TENCEL(TM) พร้อมทั้งจะเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมสิ่งทอ ด้วย

แบรนด์ที่รองรับการใช้งานอันหลากหลาย ได้แก่ TENCEL(TM) Active, TENCEL(TM) Denim, TENCEL(TM)

Home, TENCEL(TM) Intimate และ TENCEL(TM) Luxe ซึ่งทั้งหมดต่อยอดมาจากสองนวัตกรรมเส้นใย

อเนกประสงค์ที่รองรับการใช้งานหลากหลายรูปแบบ นั่นคือ TENCEL(TM) Modal และ TENCEL(TM) Lyocell

แบรนด์ใหม่นี้วางโครงสร้างและออกแบบโดยอิงข้อมูลเชิงลึกจากการวิจัยตลาด นับเป็นความก้าวหน้าครั้งสำคัญ

สำหรับ Lenzing ในการเปลี่ยนจากผู้ผลิตเส้นใยระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ไปสู่แบรนด์ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ

และผู้บริโภค (B2B2C) เพื่อตอบสนองความต้องการของแบรนด์ค้าปลีกและผู้บริโภคที่แสวงหาผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ดูดี

รู้สึกดี รวมถึงทำดีด้วยการผลิตอย่างยั่งยืนและโปร่งใส เช่นเดียวกับการผลิตเส้นใย TENCEL(TM) Modal และ

TENCEL(TM) Lyocell ผลการวิจัยพบว่า LENZING(TM) Modal เป็นเส้นใยที่โด่งดังในเรื่องคุณภาพและความ

นุ่ม ขณะที่ TENCEL(TM) เป็นแบรนด์ที่โด่งดังและได้รับการยกย่องจากคนในวงการ ลูกค้า และผู้บริโภคในตลาด

สำคัญของ Lenzing ด้วยเหตุนี้ Lenzing จึงเลือกใช้ชื่อ TENCEL(TM) เป็นแบรนด์สิ่งทอสำหรับใช้ผลิตเครื่องแต่ง

กายและเครื่องใช้ภายในบ้าน เพื่อสร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นในตลาดเส้นใย Modal และ Lyocell ทั้งนี้ แปร

พันธ์ TENCEL(TM) โฉมใหม่พร้อมสโลแกน “Feels so right” จะเปิดโอกาสให้ Lenzing สามารถสื่อสารให้ทุกคน

ได้รับรู้ว่า TENCEL(TM) เป็นมากกว่าเส้นใยประเภทหนึ่งที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว โดยสามารถนำไปใช้ในชีวิต

ประจำวันและมีประโยชน์มากมายสำหรับผู้บริโภคและแบรนด์ต่างๆ

Robert van de Kerkhof ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายพาณิชย์ของ Lenzing Group กล่าวว่า “เรากำลังดำเนินกลยุทธ์

ระยะยาวในการยกระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้บริโภค และปี 2561 จะเป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลงของเรา นับ

ตั้งแต่ประกาศกลยุทธ์ธุรกิจ sCore TEN เมื่อปี 2558 เราได้กลายเป็นธุรกิจเส้นใยชนิดพิเศษที่ทุ่มเทให้กับนวัตกรรม คุณภาพ และความยั่งยืน ขณะที่แบรนด์ TENCEL(TM) โฉมใหม่ก็ต่อยอดหลักการดำเนินงานของเราอันประกอบด้วยความเชื่อมั่น ความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และไม่ตรีจิต ทั้งนี้ การเป็นผู้นำในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆในอุตสาหกรรมสิ่งทอ จะทำให้พันธมิตรและผู้บริโภคของเรารู้สึกดี ดูดี และทำดีไปด้วยกัน”

ภายใต้กลยุทธ์แบรนด์ใหม่ เส้นใย TENCEL(TM) Modal และ TENCEL(TM) Lyocell จะเป็นองค์ประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์แบรนด์ TENCEL(TM) โดยเส้นใยทั้งสองมาจากแหล่งไม้ที่มีการควบคุมและได้รับการรับรอง ผ่านกรรมวิธีการผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งยังสามารถสลายตัวและย่อยสลายได้ในทางชีวภาพ ทั้งในโรงงานอุตสาหกรรม ที่พักอาศัย ในดิน และในทะเล ทั้งนี้ นวัตกรรมระดับอุตสาหกรรมอันได้แก่ เทคโนโลยี REFIBRA(TM), เทคโนโลยี Eco Soft, เทคโนโลยีเส้นใยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี Micro ทำให้สิ่งทอที่ผลิตภายใต้แบรนด์ TENCEL(TM) ได้มาตรฐานความยั่งยืนระดับพรีเมียมและรู้สึกดีเมื่อสวมใส่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

Harold Weghorst ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารจัดการแบรนด์ทั่วโลก กล่าวว่า “นี่คือความเคลื่อนไหวครั้งสำคัญเพื่อลดความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์และยกระดับแบรนด์ของเรา เพื่อมอบคุณค่าที่มากขึ้นให้แก่ผู้บริโภคและพันธมิตรในอุตสาหกรรม TENCEL(TM) ในฐานะที่เป็นแบรนด์เรือธงของ Lenzing ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ จะเป็นมากกว่าเส้นใยประเภทหนึ่งที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว โดยจะเป็นแบรนด์ที่ใส่ใจผู้บริโภคอย่างแท้จริง ด้วยความมั่นใจัญญาในการนำเสนอสิ่งที่มีคุณค่าประโยชน์และคุณค่าทางจิตใจ การยกระดับแบรนด์ TENCEL(TM) ให้เป็นความมั่นใจัญญาต่อผู้บริโภค ไม่ใช่แค่ข้อความที่ส่งไปถึงห่วงโซ่คุณค่า จะทำให้ผู้บริโภค ร้านค้า และแบรนด์ต่างๆ รู้สึกตื่นตัวไปกับประโยชน์นานัปการของเส้นใยจากธรรมชาติชนิดนี้ และเพื่อให้เป็นไปตามสโลแกน “Feels so right” ทางแบรนด์ TENCEL(TM) จึงมอบความสบายเมื่อสวมใส่และคุณสมบัติอันเหนือชั้นให้แก่ผู้บริโภค และทำให้ผู้บริโภครู้สึกดีกับสิ่งที่ตนเลือก เรามุ่งหวังที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นกับห่วงโซ่คุณค่าอุตสาหกรรมและผู้บริโภค โดยอาศัยความเชี่ยวชาญของเราในด้านความยั่งยืน โดยเฉพาะความเชี่ยวชาญด้านเส้นใย TENCEL(TM) Modal และ TENCEL(TM) Lyocell ส่วนในระยะยาว เราจะปั้น TENCEL(TM) ให้เป็นแบรนด์ B2B ที่เชื่อถือได้และเป็นที่ยอมรับของห่วงโซ่คุณค่า ด้วยการมอบความสะดวกสบายให้กับลูกค้า B2B ในการยกระดับผลลัพธ์ทางการตลาด และช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ “รู้สึกดี” ซึ่งผลิตจากวัสดุที่ยั่งยืน”

TENCEL(TM) พลิกโฉมจากเส้นใยชนิดหนึ่งไปสู่แบรนด์ที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและมีประโยชน์มากมายสำหรับผู้บริโภค โดยมีให้เลือกทั้ง TENCEL(TM) Active, TENCEL(TM) Denim, TENCEL(TM) Home, TENCEL(TM) Intimate และ TENCEL(TM) Luxe หลังจากนั้นจะมีการเปิดตัวป้ายห้อยและสื่อการตลาดในบ้านค้าเพื่อแจกแจงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่ใช้เส้นใย TENCEL(TM) สำหรับป้ายห้อยและรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้งานแบบ B2B และ B2C สามารถดูได้แล้วที่แพลตฟอร์มบริการ e-branding ของ Lenzing ซึ่งพร้อมต้อนรับลูกค้า B2B และร้านค้าพันธมิตร ด้วยการนำเสนอโซลูชันรับรองคุณสมบัติและออกใบอนุญาตที่ใช้งานง่ายขึ้นและมีความยั่งยืนขึ้น

Amit Gautam รองประธานฝ่ายบริหารจัดการธุรกิจทั่วโลกในอุตสาหกรรมสิ่งทอ กล่าวว่า “การใช้กลยุทธ์ใหม่ทำให้เราสามารถรุกเจาะกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเจาะจงมากขึ้น เพื่อแสดงถึงหัวใจของแบรนด์ TENCEL(TM) นั่นคือ “ความนุ่ม” และ “ความรู้สึกดีจากสัมผัสแห่งธรรมชาติ” ให้แก่ลูกค้า B2B, ร้านค้าพันธมิตร และผู้บริโภค เราจะประสานความร่วมมือกับห่วงโซ่คุณค่าอุตสาหกรรมและแบรนด์ค้าปลีกอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงคุณค่าของ TENCEL(TM) ทั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ใช้สอย และความยั่งยืน ขณะเดียวกัน การทำแคมเปญ Co-Branding เช่น ป้ายห้อยหรือบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการทำแคมเปญการตลาดร่วมกับแบรนด์ค้าปลีกต่างๆ จะช่วยเปิดทางให้เราเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง การโปรโมทแบรนด์และให้ข้อมูลกับผู้บริโภคตั้งแต่ปีนี้เป็นต้นไป จะทำให้ผู้บริโภคมองเห็นแบรนด์ TENCEL(TM) ในเครื่องแต่งกายและเครื่องใช้ภายในบ้าน รวมถึงในร้านค้าพันธมิตร ตามภูมิภาคต่างๆ”

TENCEL(TM) โฉมใหม่ในฐานะแบรนด์เรือธงในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ถือเป็นก้าวแรกภายใต้กลยุทธ์ใหม่ของ Lenzing โดยกลยุทธ์เดียวกันนี้จะมีการปรับใช้ในผ้าใยสังเคราะห์และในระดับอุตสาหกรรมด้วย โดยจะมีการประกาศในภายหลัง

ภาพบรรยากาศงานเปิดตัว Tencel ในมหกรรม Premiere Vision Paris สามารถดาวน์โหลดได้ที่ TENCEL(TM) Launch (PIN: HLREfyamS7H7)

รับชมข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ TENCEL(TM), TENCEL(TM) Active, TENCEL(TM) Denim, TENCEL(TM) Home, TENCEL(TM) Intimate และ TENCEL(TM) Luxe ได้ที่เว็บไซต์ www.tencel.com เกี่ยวกับ TENCEL(TM)

TENCEL(TM) คือแบรนด์สิ่งทอชนิดพิเศษในเครือบริษัท Lenzing Group ซึ่งครอบคลุมผลิตภัณฑ์สิ่งทอสำหรับผลิตเครื่องแต่งกายและเครื่องใช้ภายในบ้าน ผลิตภัณฑ์แบรนด์ TENCEL(TM) กำหนดนิยามใหม่ของความยั่งยืน ประโยชน์ใช้สอย สัมผัสนุ่มนวลจากธรรมชาติ และเหมาะสำหรับการใช้งานในชีวิตประจำวัน เส้นใยที่ใช้ในการผลิตสิ่งทอแบรนด์ TENCEL(TM) ได้มาจากแหล่งที่มีการควบคุมและผ่านการรับรองตามข้อกำหนดที่เข้มงวดของ Lenzing Wood and Pulp Policy นอกจากนี้ เส้นใย TENCEL(TM) Modal และ TENCEL(TM) Lyocell ยังได้รับเลือกจากโครงการ BioPreferred(R) Program ของกระทรวงเกษตรสหรัฐด้วย