

'ไฮเออร์' ลุยตู้เย็นครบเครื่อง อัปเดตคิลเลอร์-ส่งขายทั่วโลก

"ไฮเออร์" นุกตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าเต็มรูปแบบ จัดน้ำหนักเพิ่มแรงจูงใจคิลเลอร์เร่งขายของหน้าร้านให้เดินเร็ว ส่งไฮโลค "ตู้เย็น" รุ่นพิเศษที่เป็นการเทกทีมกับ 9 ประเทศออกแบบและพัฒนาาร่วมกันเตรียมส่งขายมดใจลูกค้าทั่วโลก ประกาศวางแผนรุกตลาดพร้อมลงทุนระบบเซอร์วิสเน้นรวดเร็ว-มีประสิทธิภาพ-ลูกค้าพอใจ

ท่ามกลางคิลเลอร์ที่เข้าร่วมงานประชุมตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศเมื่อต้นสัปดาห์ที่ผ่านมา นายอู๋ หย่ง กรรมการผู้จัดการบริษัท ไฮเออร์ อิเล็กทริกอล แอปพลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวถึงนโยบายสำหรับนุกตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในปีนีพร้อมสินค้าใหม่ที่จะเข้ามาเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า โดยเฉพาะการโฟกัสที่กลุ่มสินค้าตู้เย็นควบคู่กับการสร้างความใกล้ชิดและทำตลาดเชิงรุกกับตัวแทนจำหน่ายในทุกช่องทาง พร้อมกับการสื่อถึงคิลเลอร์ว่าเป็นทีมเดียวกันกับไฮเออร์มีเป้าหมายเดียวกันและเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจเติบโต

กรรมการผู้จัดการ บริษัทไฮเออร์กล่าวว่า นอกจากการสนับสนุนด้านการตลาดและส่งเสริมการขายแล้ว บริษัทได้เพิ่มในส่วนของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแรงจูงใจและผลักดันยอดขายผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้ไปถึงเป้าหมาย อาทิ ทริปท่องเที่ยวต่างประเทศ หลังจากในปีที่ผ่านมาบริษัทได้จัดทริปอะแลสกา โตเกียว และเซี่ยงไฮ้เป็นตัวละครเด่น เช่นเดียวกับการกระตุ้นพนักงานขายให้กระตือรือร้นเร่งการขายหน้าร้านทำให้สินค้าไฮเออร์ขายง่ายขึ้นและมากขึ้น



อู๋ หย่ง

สำหรับร้านค้าปลีกเราจะสนับสนุนการตกแต่งหน้าร้านให้มากและดียิ่งขึ้น เช่น สแตนด, POP, Banner และจัดทีมขายที่มีทักษะในการฝึกอบรม เพิ่มความชำนาญให้กับพนักงานขาย เพิ่มกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อช่วยให้มียอดขายที่เพิ่มขึ้น

ปีนี้ไฮเออร์เตรียมส่งสินค้ารุ่นใหม่เข้าสู่ตลาดจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มตู้เย็นที่เป็นหัวหอกหลักในการสร้างยอดขายและการรับรู้ในแบรนด์ของไฮเออร์ มีรุ่น "แคร์แอนด์คูลซีรีส์" เป็นไฮโลคซึ่งเป็นความร่วมมือของไฮเออร์จาก 9 ประเทศทั่วโลกที่พัฒนาและออกแบบร่วมกัน โดยนำจุดเด่นของแต่ละประเทศเข้าไว้ด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบ การผลิต และการตลาด เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีความเย็นโดยประเทศญี่ปุ่น เทคโนโลยีการประหยัดพลังงานจากยุโรป การผลิตและควบคุมคุณภาพ

18

ไฮเออร์

โดยประเทศไทยและอินเดียผ่านการสำรวจตลาดโดยตะวันออกกลาง เพื่อนำตู้เย็นรุ่นนี้ตอบโจทยความต้องการและส่งขายทั่วโลก

ผู้บริหารไฮเออร์ย้ำว่า เมืองไทยเป็นประเทศแรกที่เปิดตัวตู้เย็นรุ่นนี้ และหลังจากนั้นจะทยอยเปิดตัวในประเทศแถบตะวันออกกลาง ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนาม ออสเตรเลีย และแอฟริกา ตามลำดับ หลังจากวางสินค้าเข้าตลาดแล้วบริษัทได้เตรียมการตลาดในเชิงรุกออกมาอย่างต่อเนื่อง ในรูปแบบของการโปรโมตสินค้าและสร้างแบรนด์คอกย้ำการรับรู้ ซึ่งถือว่าเป็นปีของการสร้างแบรนด์ในเมืองไทยอย่างเต็มตัว โดยได้ทำงานร่วมกับบริษัทเอเยนซีชั้นนำระดับโลกเพื่อวางแผนการตลาดและโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

รวมถึงการคอกย้ำภาพการยอมรับจากตลาดซึ่งปีที่ผ่านมาไฮเออร์ทำการผลิตตู้เย็นทะลุ 100 ล้านเครื่อง ทำให้ก้าวสู่การเป็นผู้ผลิตตู้เย็นอันดับหนึ่งของโลก จากการจัดอันดับโดยสถาบันยูโรมอนิเตอร์ อินเตอร์เนชั่นแนลคิลคอกกันเป็นปีที่ 3 ซึ่งเป็นการยอมรับจากตลาดและยืนยันความเป็นแบรนด์ระดับโลกของไฮเออร์ได้เป็นอย่างดี

"ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายอันดับหนึ่งของการดำเนินงาน ซึ่งเราตั้งใจจะให้บริการลูกค้าอย่างดีและรวดเร็วยิ่งขึ้นพร้อมนำเสนอโปรโมชันที่เหมาะสมกับสภาพตลาดของแต่ละภูมิภาค เช่น สำหรับพื้นที่ที่ค่างกันเราจะใช้ช่องทางที่ค่างกัน เช่น บางพื้นที่ใช้วิทยุท้องถิ่น บางพื้นที่โฆษณาเคลื่อนที่ หรือป้ายโฆษณากลางแจ้ง"

โดยในส่วนของการบริการหลังการขายนั้น ไฮเออร์ได้ปรับปรุงการขนส่งสินค้าให้มีคุณภาพและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นด้วยนโยบาย 3Q : Quickly, Quality, Qualify ความรวดเร็วในการให้บริการที่ครอบคลุมถึงการซ่อมสินค้า, คุณภาพของการบริการซ่อมเสร็จภายในครั้งเดียว และมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้า การเพิ่มความรวดเร็วในการตรวจเช็ค การซ่อม และความรวดเร็วในการส่งคืนสินค้า เป็นต้น