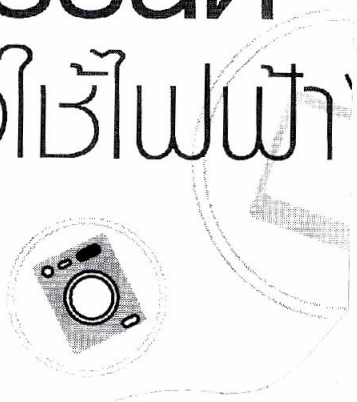


MATICHON INFORMATION CENTER		Subject Heading :	
Source :	ผู้จัดการรายสัปดาห์		
Date :	24 ส.ค. 2554	Page :	B12
		No :	54038709

“เอกสิทธิ์” เจาะ “แบรนด์” เกทับเทคโนโลยีเครื่องใช้ไฟฟ้า

- เครื่องใช้ไฟฟ้าเปิดเกมบิ๊ซวาทคโนโลยี+นวัตกรรม
- เกิดปรากฏการณ์ครั้งแรกกับหลากหลายผลิตภัณฑ์
- แอร์-ตู้เย็น-เครื่องซักผ้า พร้อมให้สัมพัสประสบการณ์ใหม่
- จุดเปลี่ยนตลาดเมื่อผู้บริโภคไม่ด้มองแค่เรื่องราคา



ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าช่วงต้นปี 2554 ถือว่ามีสีสันให้น่าจับตามองเป็นอย่างยิ่ง เมื่อผู้ผลิตแต่ละค่ายพยายามที่จะนำเสนอนวัตกรรมเทคโนโลยีมาเป็นตัวสร้างความแตกต่างอย่างไม่เคยเกิดขึ้นในตลาด และถือเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแบรนด์ที่ทำให้เหนือกว่าคู่แข่งรายอื่น

เครื่องปรับอากาศยุคใหม่ ระบบฟอกอากาศ 4 มิติ

แม้ว่าช่วงนี้อากาศในประเทศไทยยังหนาวเย็นอยู่ แต่กับอุณหภูมิการแข่งกันของเครื่องปรับอากาศจะร้อนแรงกว่าสภาพอากาศ เมื่อแอลจีเปิดตัวผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศรุ่นล่าสุด Inverter V-4D ที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีฟอกอากาศ 4 มิติ

แอลจีมองว่าหากความต้องการของลูกค้าวันนี้ยังคงเดิมไม่เปลี่ยน การอาศัยเรื่อง “ความเย็น” เป็นจุดขายในการทำตลาดเครื่องปรับอากาศคงสามารถทำได้ และอาจทำได้ดีในยุคที่อุณหภูมิโลกเปลี่ยนไปเช่นนี้ แต่สภาพตลาดวันนี้ดูเหมือนว่า ความต้องการของลูกค้าจะหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การจะอาศัยเฉพาะความเย็นเป็นจุดขายคงจะไม่สามารถสู้กับคู่แข่งในตลาดได้เพียงพอต่อไปแล้ว

เมื่อ Customer Need หรือความต้องการของผู้บริโภค กลายเป็นปัจจัยสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าเรื่องของความเย็น ย่อมทำให้เกมการตลาดเครื่องปรับอากาศวันนี้เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน

นั่นคือ นอกจากจะแข่งขันกันด้วยเรื่องความเย็นแล้ว ยังพาดพิงกันด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งในเรื่องประหยัดไฟ และการใส่ใจในสุขภาพ

ลินแมธ อิมเอม ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด ผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศ บริษัท แอลจี อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด บอกว่า จากผลการวิจัยถึงความต้องการเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญ 3 ปัจจัยในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ ได้แก่ เครื่องปรับอากาศที่มอบอากาศบริสุทธิ์สดชื่น การประหยัดพลังงานเพื่อลดค่าใช้จ่าย และเสียงเงียบ

ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้แอลจีเดินทางคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมใหม่ที่มีชื่อ
ว่า Inverter V-4D เพื่อตอบโจทย์ความต้องการลูกค้ายุคใหม่

เพราะเชื่อว่า หากนวัตกรรมที่คิดค้นและพัฒนาขึ้นโดนใจลูกค้า จะทำให้
แบรนด์แอลจีเข้าไปฝังอยู่ในหัวใจลูกค้า และเมื่อคิดจะซื้อเครื่องปรับอากาศ
สักเครื่อง แนนอนต้องมีแอลจีเป็นลำดับต้นๆ ซึ่งนี่ย่อมหมายถึงรวมไปถึงยอด
ขายเครื่องปรับอากาศแอลจีที่จะเพิ่มขึ้นตามมาในท้ายที่สุดด้วย

Inverter V-4D เป็นเทคโนโลยีที่เหนือกว่าเทคโนโลยีเครื่องปรับอากาศ
ที่มีอยู่ทั่วไปในท้องตลาดขณะนี้ เพราะเป็นการผนวกรวมเรื่องสุขภาพกับ
Inverter V-4D ระบบฟอกอากาศ 4 มิติ เข้าด้วยกัน จึงทำให้เครื่องปรับ
อากาศแอลจีมีคุณสมบัติพิเศษ ทั้งในเรื่องของการประหยัดพลังงาน การฟอก
อากาศ 4 มิติ และเสียงทำงานเงียบสนิท

ระบบการฟอกอากาศ 4 มิติ ประกอบด้วย 1.การดักจับเชื้อโรคและสิ่ง
แปลกปลอมที่อยู่ในอากาศ ด้วยแผ่นกรองอากาศที่สามารถดักจับไวรัส 2.การ
กำจัดเชื้อโรคด้วยไฮโดรเจนเพอร์ออกไซด์ ซึ่งใช้ประจุไฟฟ้าในการกำจัดเชื้อโรค
ไรฝุ่น และขนสัตว์ 3.ระบบซูเปอร์ ไอออนไนเซอร์ ช่วยย่อยสลายเชื้อโรคและ
สารที่ก่อให้เกิดอาการระคายเคืองในอากาศ และ 4.ระบบทำความสะอาด
อัตโนมัติที่ช่วยกำจัดความชื้นภายในเครื่องปรับอากาศหลังจากใช้งาน ป้องกัน
การสะสมของแบคทีเรียและเชื้อรา

สำหรับกลยุทธ์การตลาด แอลจีวางแนวทางที่จะทำตลาดแบบ 360 องศา
ทั้ง Above the Line และ Below the Line โดยในส่วนของงานโฆษณา
ยังคงเลือก บัญชา ชุมชัยเวทย์ เป็นแบรนด์แอมบาสซาเดอร์ เพื่อเสริมสร้าง

ความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และสร้างแบรนด์ระยะยาว

ส่วนการทำตลาดแบบ Below the Line แอลจีจะเน้นการทำ Point of
Purchase (POP) มากขึ้น โดยจะมีการปรับดีสเพลย์ ณ จุดขาย รวมทั้งมี
การโรดโชว์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภค และการทำแบรนด์ออนไลน์ รูปแบบเป็นลักษณะ
เกมออนไลน์เพื่อให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมกับแบรนด์และผลิตภัณฑ์มากขึ้น

เทคโนโลยีพลาสมาคลัสเตอร์ ดัน “ชาร์ป” ขยายธุรกิจ

แบรนด์ “ชาร์ป” เจ้าของเทคโนโลยีฆ่าเชื้อโรคในอากาศพลาสมาคลัสเตอร์
และผู้คิดค้นเทคโนโลยีจอยแอลซีดีรายแรกของโลก กำลังอาศัยเทคโนโลยี
เอกลักษณ์เฉพาะของชาร์ป ในการต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์เดิม พร้อมทั้งขยายสู่
ผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ด้วย

การต่อยอดของชาร์ปทางธุรกิจจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธุรกิจหลัก 2
กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพพลาสมาคลัสเตอร์และกลุ่มแอลซีดี
ทีวี ออกสู่ตลาดอย่างหลากหลาย

สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพพลาสมาคลัสเตอร์ ชาร์ปได้นำเทคโนโลยี
นี้ไปติดตั้งอยู่ในผลิตภัณฑ์หลากหลาย และสำหรับชาร์ปไทย ผลิตภัณฑ์ใน
กลุ่มนี้จะอยู่ใน 4 ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1.เครื่องฟอกอากาศ 2.เครื่องปรับ
อากาศ 3.ตู้เย็น โดยชาร์ปได้เพิ่มไลน์ตู้เย็นโนฟรอสต์ใหม่อีก 2 รุ่น คือรุ่น
ซีโปร ที่สามารถรักษาความสดใหม่ของอาหารไว้ได้ยาวนานกว่าระบบทำความ
เย็นแบบไฮบริด และรุ่นบัตเตอร์ฟลายที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีที่เป็นเอกลักษณ์
เฉพาะชาร์ป Dual Swing Door ทำให้สามารถเปิด-ปิดประตูตู้เย็นได้ทั้งซ้าย
และขวา พร้อม Bootom Freezer ที่ออกแบบให้มีช่องแช่แข็งด้านล่าง และ
4.เครื่องฟอกอากาศพลาสมาคลัสเตอร์สำหรับใช้ในรถยนต์

ส่วนกลุ่มแอลซีดีทีวี ชาร์ปได้นำเทคโนโลยีจอยแอลซีดีที่คิดค้นเป็นราย
แรกของโลกมาต่อยอดทางธุรกิจ จนปัจจุบันพัฒนาเทคโนโลยีควอตرون
เทคโนโลยีการแสดงผล 4 สีหลัก แดง เขียว น้ำเงิน เหลือง วันนีชาร์ปก้าวไป
อีกขั้นกับการเปิดตัว ควอต แอลซีดีทีวี 3 มิติขนาด 60 นิ้ว รุ่นใหม่ล่าสุด ที่
สามารถแก้ไขปัญหของทีวี 3 มิติทั่วไป

“ปีนี้เรายังคงมุ่งเน้นการพัฒนาต่อยอดเทคโนโลยีหลักทั้งสองในธุรกิจ”
หัตติยะ มียากิ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ชาร์ป ไทย จำกัด กล่าวและว่า

ล่าสุดชาร์ปไทยได้มีการเปิดตัวกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุด 2 กลุ่ม ได้แก่
กลุ่มเครื่องซักผ้าและกลุ่มตู้เย็นประตูเดียว ทำให้ผลิตภัณฑ์ภายในชาร์ปไทย
มีความหลากหลายมากขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้
ครอบคลุมยิ่งขึ้น

จุดเด่นของเครื่องซักผ้าชาร์ป คือการนำเทคโนโลยีถังซักแบบไร้รูรอบถัง
(Holeless tub) และเทคโนโลยี AG+ นาโน ที่ช่วยป้องกันการเจริญเติบโต
ของเชื้อรามาใช้ ทำให้เสื้อผ้าสะอาด ช่วยถนอมเนื้อผ้า และประหยัดน้ำ ต่าง
จากผลิตภัณฑ์ถังซักทั่วไปแบบมีรูรอบถัง ซึ่งเราสามารถเจริญเติบโตได้ดีจาก
ผงซักฟอกที่ตกค้างอยู่ภายในรู ทั้งยังสิ้นเปลืองน้ำ

“ความได้เปรียบของชาร์ปจากการเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์และผู้คิดค้น
เทคโนโลยีหลัก ประกอบกับการมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างเครื่องซักผ้า
และตู้เย็นประตูเดียวมาเสริม จะช่วยผลักดันให้ชาร์ปไทยเติบโตอย่าง
ต่อเนื่อง”