

ไฮเออร์ ประเทศไทย เผยกลยุทธ์สร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างหนุนยอดขายเดือนม.ค.-เม.ย.

ทะยาน 29%



บริษัท ไฮเออร์ ประเทศไทย ในเครือไฮเออร์ กรุ๊ป กลุ่มบริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านยักษ์ใหญ่จากจีน มียอดขายเพิ่มขึ้น 29% ในช่วงเดือนมกราคม-เมษายน 2562 เมื่อเทียบรายปี โดยได้รับแรงหนุนจากกลยุทธ์การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง

ยอดขายเครื่องปรับอากาศในช่วงเวลาดังกล่าวทะยานขึ้นถึง 38% นับว่ามีอัตราการเติบโตสูงสุดในบรรดาแบรนด์เครื่องใช้ไฟฟ้าสัญชาติจีนในประเทศไทย

มร.จาง เจิ้งฮุย ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ไฮเออร์ อิเลคทริคอล แอปพลายแอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าว ว่า ความสำเร็จของไฮเออร์ในไทยเป็นผลพวงมาจากการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้าในประเทศ การสื่อสารเชิงรุกกับผู้ใช้งาน รวมถึงกลยุทธ์การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง

เขาเปิดเผยว่า ไฮเออร์นำเสนอเครื่องปรับอากาศเทคโนโลยี self-purifying เพื่อให้เข้ากับสภาพการใช้งานในประเทศไทย โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมียอดขาย 30,000 เครื่องในปี 2561 และบริษัทคาดว่าจะขายได้ถึง 100,000 เครื่องในปีนี้

ปัจจุบัน ไฮเออร์มีกำลังการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านราว 1.5 ล้านยูนิตต่อปีในไทย โดย 40% จากทั้งหมดจำหน่ายในประเทศ ส่วนอีก 60% ส่งออกไปจำหน่ายที่ยุโรป มาเก๊า อเมริกาใต้ และตะวันออกกลาง

ไฮเออร์ทำธุรกิจในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2545 จากนั้นได้เทคโอเวอร์โรงงานของบริษัท ชันโย อิเล็กทริก ในปี 2550 และแปลงโฉมเป็นฐานการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีทั้งสายการผลิต ศูนย์วิจัยและพัฒนา รวมถึงศูนย์จัดจำหน่าย ธุรกิจของไฮเออร์ในไทยเติบโตอย่างรวดเร็วและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนนับตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นมา

ในขณะที่ธุรกิจเติบโตอย่างรวดเร็ว ไฮเออร์ ประเทศไทย ก็ไม่ลืมที่จะให้ความสำคัญกับกิจกรรมเพื่อสังคม

เมื่อไม่นานมานี้ ไฮเออร์ ประเทศไทย ได้จัดงานวิ่งมาราธอนที่กรุงเทพฯ พร้อมมอบรายได้จากการจัดงานวิ่งกว่า 2

00,000 บาทให้แก่มูลนิธิเพื่อสนับสนุนการผ่าตัดหัวใจเด็ก

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20190531/2483274-1>

คำบรรยายภาพ - ไฮเออร์ ประเทศไทย จัดงานวิ่งมาราธอนที่กรุงเทพฯ เมื่อไม่นานมานี้