

ข่าวประชาสัมพันธ์

มิตซูบิชิ อิเล็กทริก สานต่อกลยุทธ์มิวสิค มาร์เก็ตติ้ง ตอกย้ำแบรนด์กับกลุ่มคนรุ่นใหม่

มิตซูบิชิ อิเล็กทริก สานต่อกลยุทธ์ มิวสิค มาร์เก็ตติ้ง ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 เดินเครื่อง ชูแคมเปญใหม่ ส่งซิงเกิ้ลสุดเอ็กซ์คลูซีฟ พร้อมมิวสิควิดีโอ “everyday - ทุกวัน” จาก “เอ็ด-ภัทรวี ศรีสันติสุข” ศิลปินอินดี้ป๊อปมากความสามารถตัวแทนของคนรุ่นใหม่ ผ่านคอนเซปต์ “ME เราเคียงข้างทุกช่วงเวลา” ตอกย้ำภาพลักษณ์แบรนด์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่โดยเฉพาะ



นายโคอิชิ คัทซึระ ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนเชิงกลยุทธ์และประชาสัมพันธ์ บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด เผย “บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด เป็นหนึ่งในกลุ่ม “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” ในประเทศไทย รับผิดชอบเป็นสำนักงานประสานงานดูแล ให้คำปรึกษา และให้การสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่มบริษัทในประเทศไทย รวมทั้งหมด 11 แห่ง ซึ่งนอกจากผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านแล้ว เรายังมีผลิตภัณฑ์ และโซลูชันอื่น ๆ อีกมากมาย อาทิ อุปกรณ์ไฟฟ้าและ

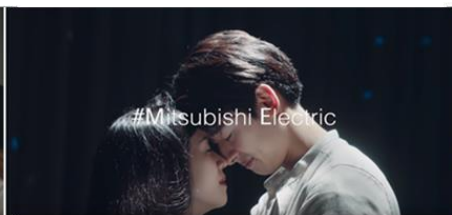
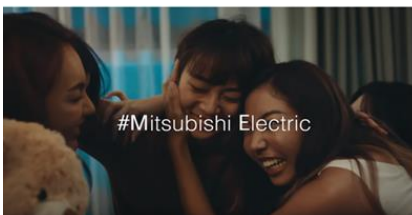
อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในระบบพลังงานและไฟฟ้า ระบบอุตสาหกรรมอัตโนมัติ ระบบอาคารและสาธารณสุขปลอดภัย ระบบข้อมูลและการสื่อสารอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ชิ้นส่วนยานยนต์ อุปกรณ์ระบบดาวเทียม ตลอดจนเทคโนโลยีที่ใช้ใน

อุตสาหกรรมต่าง ๆ เราไม่เคยหยุดนิ่งในการค้นคว้าเทคโนโลยี และสร้างสรรค์นวัตกรรมในฐานะ แบรินด์ คุณภาพที่อยู่เคียงผู้บริโภคจากรุ่นสู่รุ่นมาครบ 1 ศตวรรษ



ดังนั้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งมีความหลากหลายให้ไปในทิศทางเดียวกัน “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” จึงได้สร้างสรรค์แคมเปญ เพื่อสร้างการรับรู้ และการจดจำแบรนด์ “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” ผ่านกลยุทธ์ มิวสิค มาร์เก็ตติ้ง ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ด้วยความเชื่อว่า ดนตรีเป็นภาษาสากล และเป็นวิธีที่ดีที่สุด ในการสื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้เข้าถึง

กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้ง่ายขึ้น โดยเลือก คุณเอ็ด-ภัทรวี ศรีสันติสุข ศิลปินอินดี้ป๊อปที่เปี่ยมไปด้วยความสามารถ โดยเพลงนี้ได้ร่วมแต่งคำร้อง และทำนอง มาเป็นตัวแทนในการถ่ายทอดซึ่งเกิดสุดเอ็กซ์คลูซีฟ ผ่านเพลง “everyday - ทุกวัน” ในแนวคิด “ME เราเคียงข้างทุกช่วงเวลา” โดยใช้ลูกเล่นคำว่า “มี” ที่มาจาก “ME” ซึ่งเป็นตัวย่อของ Mitsubishi Electric อยู่ในเนื้อเพลงที่มีความหมายว่า ผลิตภัณฑ์ของ มิตซูบิชิ อิเล็กทริก ในทุกกลุ่มธุรกิจนั้น อยู่รอบตัวคนไทย ไม่ว่าจะช่วงเวลาไหน จะมีเราอยู่เคียงข้างทุกความรู้สึก และอยู่ใกล้ ๆ ตัวคุณใน



ทุก ๆ วัน พร้อมเล่าเรื่องในมิวสิควิดีโอผ่านมุมมองของ 3 สัมพันธ์ เป็นตัวแทนของแบรนด์ โดยไม่ได้เน้นที่ผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง แต่นำเสนอในภาพรวมของแบรนด์ โดยมีเรื่องราวที่จะทำให้คนที่ได้รับชมนั้น รู้สึกอบอุ่นหัวใจ ราวกับว่ามีเพื่อนที่รู้ใจอยู่ข้าง ๆ เหมือนมี “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” ที่พร้อมเคียงข้างคนไทยในทุกสถานการณ์ นอกจากนี้เรายังมีการโปรโมทเพลง “everyday - ทุกวัน” ไปยังช่องทางเพลงออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ Youtube (<https://youtu.be/B-Zha4bKcFs>), Facebook, Joox และ Tiktok อีกด้วย”

สำหรับนโยบาย และทิศทางของการทำธุรกิจในปีใหม่ของ “มิตซูบิชิ อิเล็กทริก” ในประเทศไทย นั้น ยังคงเน้นย้ำในเรื่องของการมีส่วนร่วม รวมถึงการผนึกกำลังทางกลุ่มธุรกิจ ใน 4 ด้าน คือ ชีวิต (Life) อุตสาหกรรม (Industry) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) และการคมนาคม (Mobility) ภายใต้พันธกิจขององค์กรที่ว่า “Changes for the Better” หรือ “การเปลี่ยนแปลงเพื่อสิ่งที่ดีกว่า” ในการพัฒนาเทคโนโลยี การให้บริการ และ

นวัตกรรมแห่งการสร้างสรรค์ ที่นอกจากจะใส่ใจด้านการผลิตให้ได้คุณภาพตรงตามมาตรฐานแล้ว ยังคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการประหยัดพลังงานอย่างยั่งยืน ที่สำคัญ “**มิตซูบิชิ อิเล็กทริก**” จะไม่หยุดยั้งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุดใน และยังคงอยู่ในใจของคนไทยตลอดไป