

เดอะ แพลทินัม แฟชั่น มอลล์ ปรับภาพลักษณ์ใหม่

Platinum “Bringing Fresh Fashion to You”

ตอกย้ำการเป็น “ศูนย์กลางการค้าส่งสินค้าแฟชั่นที่ดีที่สุดภูมิภาคอาเซียน” พร้อมเคียงข้าง Wholesalers และ Retailers ทั้งชาวไทยและต่างชาติเพื่อก้าวเข้าสู่ขบวนการเติบโตไปด้วยกัน

- นำเสนอ Fresh Brand Experience สร้างรากฐานแข็งแกร่ง ชัดเจนทุกมิติ
- ปรับกลยุทธ์จาก Landlord เป็น Business Enabler เพื่อสร้างคุณค่า สร้างแรงบันดาลใจ และสนับสนุนพันธมิตร ให้เติบโตพร้อมประสบความสำเร็จไปด้วยกัน
- สร้างสรรค์เทคโนโลยีใหม่แพลตฟอร์ม E-Commerce เพื่ออำนวยความสะดวกแก่พาร์ทเนอร์และลูกค้า
- ปรับสัดส่วนร้านค้าตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ลูกค้ายุค Next Normal พร้อมปรับปรุงพื้นที่ภายในศูนย์

ศูนย์แฟชั่นค้าส่ง เดอะ แพลทินัม แฟชั่น มอลล์ ธุรกิจเรือธง ของ บมจ. เดอะ แพลทินัม กรุ๊ป ผู้พัฒนา อสังหาริมทรัพย์ ศูนย์การค้า โรงแรม ที่พักอาศัย ศูนย์อาหาร และอาคารสำนักงาน เดินหน้าปรับภาพลักษณ์แบรนด์ใหม่ สะท้อนตัวตนผ่านคอนเซ็ปต์ Platinum “Bringing Fresh Fashion to You” นำเสนอไอเดียแฟชั่นสดใหม่ตอบโจทย์ทุก ความต้องการทางธุรกิจ พร้อมยกระดับประสบการณ์การค้าส่งแบบ 360 องศา ด้วยการนำเทคโนโลยีมาเสริมศักยภาพ การให้บริการ เชื่อมโยงพันธมิตร ผู้ประกอบการร้านค้า และลูกค้ากลุ่ม B2B และ B2C ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อ สร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ให้พันธมิตรทางการค้าทุกภาคส่วนพร้อมเติบโตก้าวสู่ความสำเร็จร่วมกัน โดยแพลทินัมตอก ย้ำจุดยืนในฐานะ “ศูนย์กลางการค้าส่งสินค้าแฟชั่นที่ดีที่สุดภูมิภาคอาเซียน” ท่ามกลางความท้าทายของทิศทาง ธุรกิจในปีพ.ศ. 2565 ประเดิมด้วยการปรับโลโก้ ควบคู่กับการเปิดตัวแพลตฟอร์ม E-Commerce ค้าส่งแห่งแรกในประเทศ ไทยภายใต้ชื่อ Platinum Online

นางสาวสุลิตา โชติจุฬางกูร รองกรรมการผู้จัดการใหญ่สายงานการตลาด เดอะ แพลทินัม กรุ๊ป กล่าวว่า “ในยุคที่แนวโน้มกระแสแห่งการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็น นวัตกรรมความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยี กิจกรรมทางเศรษฐกิจ รูปแบบการค้า เทรนด์ ไลฟ์สไตล์ รวมถึงข้อมูล ข่าวสาร ฯลฯ ทั้งหมดนี้ล้วนมีบทบาท เชื่อมโยงโดยตรงต่อวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนทั่วโลกที่ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น อย่างไม่รู้จบ สำหรับศูนย์การค้า เดอะ แพลทินัม แฟชั่น มอลล์ ในฐานะศูนย์การค้าแฟชั่นค้าส่งและค้าปลีก ที่อยู่คู่กับ Wholesalers และ Retailers ชาวไทยและต่างชาตินานานถึง 16 ปี ด้วยจุดยืนหลักคือ การเป็น “ศูนย์กลางการค้าส่ง สินค้าแฟชั่นที่ดีที่สุดภูมิภาคอาเซียน” โดยมุ่งนำเสนอสินค้าประเภทแฟชั่นที่เปลี่ยนรวดเร็วที่มีสินค้าใหม่เข้าทุก อาทิตย์ ซึ่งมีบทบาทในการสร้างกิจกรรมทางการค้าเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศมาโดยตลอด ในวันนี้บริษัท ฯ พร้อมทั้งจะเดินหน้าปรับเปลี่ยนรูปแบบกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติงานรูปแบบใหม่ทุกมิติ เพื่อให้สอดคล้อง กับการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจตลาดค้าส่ง และพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งค้าส่งและค้าปลีกในยุคปัจจุบันให้มากที่สุด ท่ามกลางความท้าทายของโลกธุรกิจในอนาคต

นางสาวสุจิตา กล่าวว่า เพื่อสะท้อนกลยุทธ์ดังกล่าว บริษัทได้เน้นย้ำวิสัยทัศน์และจุดยืนในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการเป็นศูนย์กลางการค้าส่งสินค้าแฟชั่นที่ดีที่สุดในภูมิภาคอาเซียน พร้อมปรับกลยุทธ์จาก Landlord เป็น Business Enabler ผู้สนับสนุนพันธมิตรให้ประสบความสำเร็จและสร้างแรงบันดาลใจด้วยการนำเสนอไอเดีย หรือโอกาสทางธุรกิจ ผ่านสินค้าแฟชั่นที่สดใหม่ทันสมัย สร้างประสบการณ์การค้าส่งที่น่าประทับใจให้แก่ลูกค้าทุกภาคส่วน รวมถึงพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านค้าอย่างต่อเนื่องให้พร้อมต่อการเติบโตและเป็นส่วนสำคัญในการเติมเต็มความต้องการทางธุรกิจให้แก่ลูกค้า โดยแพลตฟอร์มมุ่งมั่นจะเป็นศูนย์กลางการค้าส่งที่จะทำให้ทุกไอเดียทางแฟชั่นเป็นจริง ตลอดจนสามารถค้นหาสินค้าแฟชั่นไอเดียสดใหม่ ในราคาที่จับต้องได้ สำหรับลูกค้าทุกคน ซึ่งนำมาสู่คอนเซ็ปต์ใหม่ Platinum “Bringing Fresh Fashion to You”

ภายใต้แผนกลยุทธ์ดังกล่าว แพลตฟอร์มจะนำเสนอประสบการณ์ Fresh Fashion เพื่อสร้างไอเดียสดใหม่ในทุกบริบท โดยยังคงจุดแข็งอันเป็นเอกลักษณ์ของแพลตฟอร์มไว้ เริ่มตั้งแต่

- นำนวัตกรรมมาพัฒนา Digital Platform และระบบบริหารฐานข้อมูลแบบครบวงจร ตลอดจนนำเสนอประสบการณ์ดิจิทัล (Digital Experience) ผ่านช่องทางออมนิชาแนล (Omni Channel) ที่ขยายเครือข่ายบนแพลตฟอร์มต่างๆ ให้เข้าถึงตัวลูกค้าทั่วประเทศและทั่วโลก แล้วเชื่อมโยงกลับมาที่สินค้าและบริการในศูนย์การค้าแบบไร้รอยต่อ โดยล่าสุดเตรียมเปิด Platinum Online ซึ่งเป็นแพลตฟอร์ม E-Commerce ที่มาพร้อมการให้บริการเลือกซื้อสินค้า ชำระเงิน จัดส่งได้ง่ายๆ จบครบวงจร พร้อมนำเสนอ Feature ใหม่ที่สะดวกสบายในการค้นหาร้านค้า สินค้า บริการในหมวดหมู่ต่างๆ ภายในแพลตฟอร์มได้ง่ายขึ้น
- การเน้นย้ำและคงซึ่งความสำคัญของกลุ่มลูกค้าหลัก 3 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการร้านค้า ลูกค้า B2B และลูกค้า B2C เพื่อตอบสนองทุกโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างชัดเจนครอบคลุมทุกมิติ ได้แก่
 - 1) การส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการร้านค้า รวมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ด้วยโครงการ Platinum Empowering SMEs นอกจากนี้ยังจะพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management - CRM) เพื่อเก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มลูกค้า B2B กลุ่มลูกค้า B2C และ Shopper ตลอดจน Partner หรือผู้ประกอบการร้านค้าของศูนย์การค้า ทั้งนี้เพื่อให้ตอบโจทย์กับยุคปัจจุบันที่จำเป็นต้องใช้ Big Data นำข้อมูล Insight ที่มีอยู่มากมายเหล่านี้ มาเปลี่ยนเป็น Action ให้ตรงกับผู้เกี่ยวข้องให้ได้มากที่สุด รวมทั้งยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน สร้างจุดแข็งและความได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนนำองค์กรสู่การพัฒนาและเติบโตได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย
 - 2) การปรับสัดส่วนร้านค้าให้สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ลูกค้ายุค Next Normal ให้มากยิ่งขึ้น อาทิ การปรับให้มีโซนสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพและเติมเต็ม Magnet ร้านค้าส่งแฟชั่นยอดนิยมให้มากยิ่งขึ้น โดยล่าสุดอยู่ระหว่างดำเนินการปรับปรุง แพลตฟอร์ม โซน 3 ให้เป็นอีกหนึ่ง Magnet

สำคัญของแพลทินัม พร้อมเผยคอนเซ็ปท์ใหม่ในเร็วๆ นี้ นอกจากนี้ยังเตรียมปรับปรุง Platinum Food Center บริเวณชั้น 6 เพื่อให้เป็น Food Destination ที่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของร้านค้า และรสชาติอาหาร พร้อมปรับพื้นที่นั่งให้สะดวกสบาย เพิ่มภูมิทัศน์ที่สวยงาม เพื่อเพิ่มเติมประสบการณ์ในการรับประทานอาหารท่ามกลางบรรยากาศที่สวยงามทันสมัย

- การปรับกระบวนการทำงานภายในองค์กร ปัจจุบันบริษัทกำลังอยู่ในขั้นตอนการเปลี่ยนองค์กรเข้าสู่ Digitization Process โดยการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างและปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน องค์กรให้กลายเป็นรูปแบบๆ Digitization โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการปรับปรุงระบบ Work Flow หรือ กระบวนการทำงานให้เป็นมาตรฐาน เพื่อลดความซ้ำซ้อน โดยทำงานควบคู่ไปกับการออกแบบระบบการ จัดการกับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจทั้งหมด ทั้งการจัดทำ จัดการ และจัดเก็บรักษาข้อมูลของ องค์กร ในรูปแบบ Electronic Document หรือไร้กระดาษ ซึ่งจะสามารถทำงานให้มีระเบียบแบบแผน เป็น ขั้นเป็นตอนมากขึ้น ช่วยลดปัญหาความล่าช้าผิดพลาด เสริมสร้างความปลอดภัย และลดต้นทุนได้ในระยะ ยาว ทำให้องค์กรมี “เวลา” ในการดึงเอาศักยภาพบุคลากรมาพัฒนางานด้านอื่นๆ เพิ่มเติมได้อย่างเต็มที่
- การปรับโลโก้แพลทินัมใหม่ให้ทันสมัยขึ้น ด้วยการลดสัดส่วนของชื่อให้กระชับเหลือเพียง Platinum ซึ่งเป็น ชื่อที่อยู่ในใจลูกค้าและได้รับการจดจำมาอย่างยาวนาน พร้อมทั้งปรับเฉดสีน้ำเงินเทาของแบรนด์ให้สดใส ขึ้น แต่ยังคงอัตลักษณ์เดิมของแพลทินัมด้วยการนำ Font จากโลโก้เดิมของแบรนด์มาปรับใช้ในโลโก้ใหม่นี้ ด้วย เพื่อสื่อสารว่าแพลทินัมพร้อมปรับเปลี่ยนเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย แต่ยังคงความ แข็งแกร่งอันเป็นเอกลักษณ์ที่แท้จริงของแพลทินัมไว้

ทั้งนี้กลยุทธ์สำคัญในการขับเคลื่อนคอนเซ็ปต์ Platinum “Bringing Fresh Fashion to You” คือการมีส่วนร่วม ในการพัฒนาไปด้วยกันทุกภาคส่วน ทั้งทีมงานผู้บริหาร ผู้ประกอบการ พนักงานและลูกค้า ซึ่งต่างมีส่วนร่วมในการสร้าง ประสบการณ์ Fresh Fashion ผ่านสินค้า บริการ บรรยากาศ โปรโมชัน และการสื่อสารของแพลทินัมแบบ 360 องศา เพื่อให้เกิดคุณค่าและนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกัน ซึ่งเราเชื่อมั่นว่าการปรับภาพลักษณ์ Rebrand ในครั้งนี้ จะตอกย้ำจุดยืน ที่มั่นคงและแข็งแกร่ง ของแพลทินัมให้เป็น “ศูนย์กลางการค้าส่งสินค้าแฟชั่นที่ดีที่สุดในภูมิภาคอาเซียน” โปรดติดตาม ประสบการณ์ Fresh Fashion สดใหม่ของศูนย์การค้า Platinum ที่พร้อมจะพาคณะคุณเต็มอ้อมไปกับภาพลักษณ์ที่สดใหม่ มีชีวิตชีวา มีเสน่ห์และความน่าสนใจมากขึ้น ได้ที่ www.platinumfashionmall.com หรือ Facebook: Platinum Fashion Mall แพลทินัม แฟชั่น มอลล์

.....
สำหรับสื่อมวลชนสอบถามเพิ่มเติม: บมจ.เดอะ แพลทินัม กรุ๊ป ฝ่ายประชาสัมพันธ์

คุณรัชดาภรณ์ บุญต่อ(ออ) 081-5536797 โทร.0-2121-8000 ต่อ 216