

Wake & Wonder เป็นแบรนด์เสื้อผ้าแอกทีฟแวร์ โดยเฉพาะ
เสื้อผ้าโยคะ ที่กรุงเทพ ประเทศไทย

WAKE & WONDER

- BRANDS: WAKE & WONDER ACTIVEWEAR
- GEOGRAPHY AREA: กรุงเทพ ประเทศไทย
- PRODUCT: เสื้อผ้าโยคะ: เสื้อผ้าแอกทีฟแวร์สำหรับผู้หญิง
- DISTRIBUTION: ขายออนไลน์ WHOLESALE และตาม
สตูดิโอโยคะ: แอเรียลต่างๆ รวมถึงร้านคอนเซปส์เตอร์

OUR PRODUCT/ BACKGROUND

Wake & Wonder เริ่มมาจากความชอบทางโยคะและแฟชั่น Wake&Wonder ต้องการจะ
ผสานไลฟ์สไตล์ให้คนมีสุขภาพดี และได้ทำในสิ่งที่รัก แฟชั่นก็เป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้หญิง
ที่อยากจะสวยทุกๆเมื่อ รวมถึงในเวลาออกกำลังกาย Wake&Wonder ไม่เพียงตอบสนองความ
ต้องการของผู้หญิงแอกทีฟ ที่ต้องการแฟชั่นในการออกกำลังกาย แต่ยังรวมไปถึงคุณภาพเสื้อ
ผ้าแอกทีฟ ที่ใส่แล้วสวย พร้อมทั้งใส่สบาย และกระชับ พยุงสรีระ เหมาะแก่การเคลื่อนไหวใน
ทุกท่วงท่า ด้วยเนื้อผ้า และการตัดเย็บอย่างพิถีพิถันทุกขั้นตอน

MARKETS	BRAND IDENTITY	BRAND IMAGE	BRAND AWARENESS	BRAND KEY VALUE
ACTIVEWEAR	• ดีไซน์เฉพาะ • คุณภาพสินค้าดี • มินิมอล เช็กซี ดีไซน์ • เสนอแอคทีฟไลฟ์สไตล์ของผู้หญิง	• โยคะแวร์ • มินิมอล เช็กซี ดีไซน์ • เสนอแอคทีฟไลฟ์สไตล์ของผู้หญิง	• แบรินด์โยคะแวร์ใหม่	• PASSION • SEXYNESS • ACTIVE • W&W พยามโปรโมท แอคทีฟเอลดีไลฟ์สไตล์
STREET FASHION		• เสื้อผ้าเช็กซี • สपोर्टแวร์	• ด้วยดีไซน์ที่แตกต่างอาจนำไปใช้ใน Street Fashion ได้	

STRENGTH

- ดีไซน์เฉพาะ ยูนิค
- เน้นความเป็นสปอร์ตแวร์ ที่เชิ่กซ์
- สินค้าคุณภาพดี
- คุณภาพแมททีเรียล
- โปรโมท แอคทีฟ เอลดี โลฟสไตล์
- เนตาเวิร์คโยคะ

WEAKNESS

- ราคาค่อนข้างสูง
- แบรินด์ใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก
- ไม่ค่อยมีโปรโมชันส่งเสริมการขาย
- แบบสินค้ามีให้เลือกไม่มาก
- เปลี่ยนสินค้าช้า
- ช่องทางกระจายสินค้ายังไม่ดีนัก

OPPORTUNITY

- การเจริญเติบโตของตลาดแอคทีฟแวร์สูง เป็นเทรนด์ขาขึ้น
- ความต้องการสินค้าแอคทีฟแวร์ของกลุ่มตลาดนิช ที่ต้องการความแตกต่าง
- การที่ยังไม่มีแบรนด์ยูติกแอคทีฟแวร์ที่แข็งแกร่งในเมืองไทย

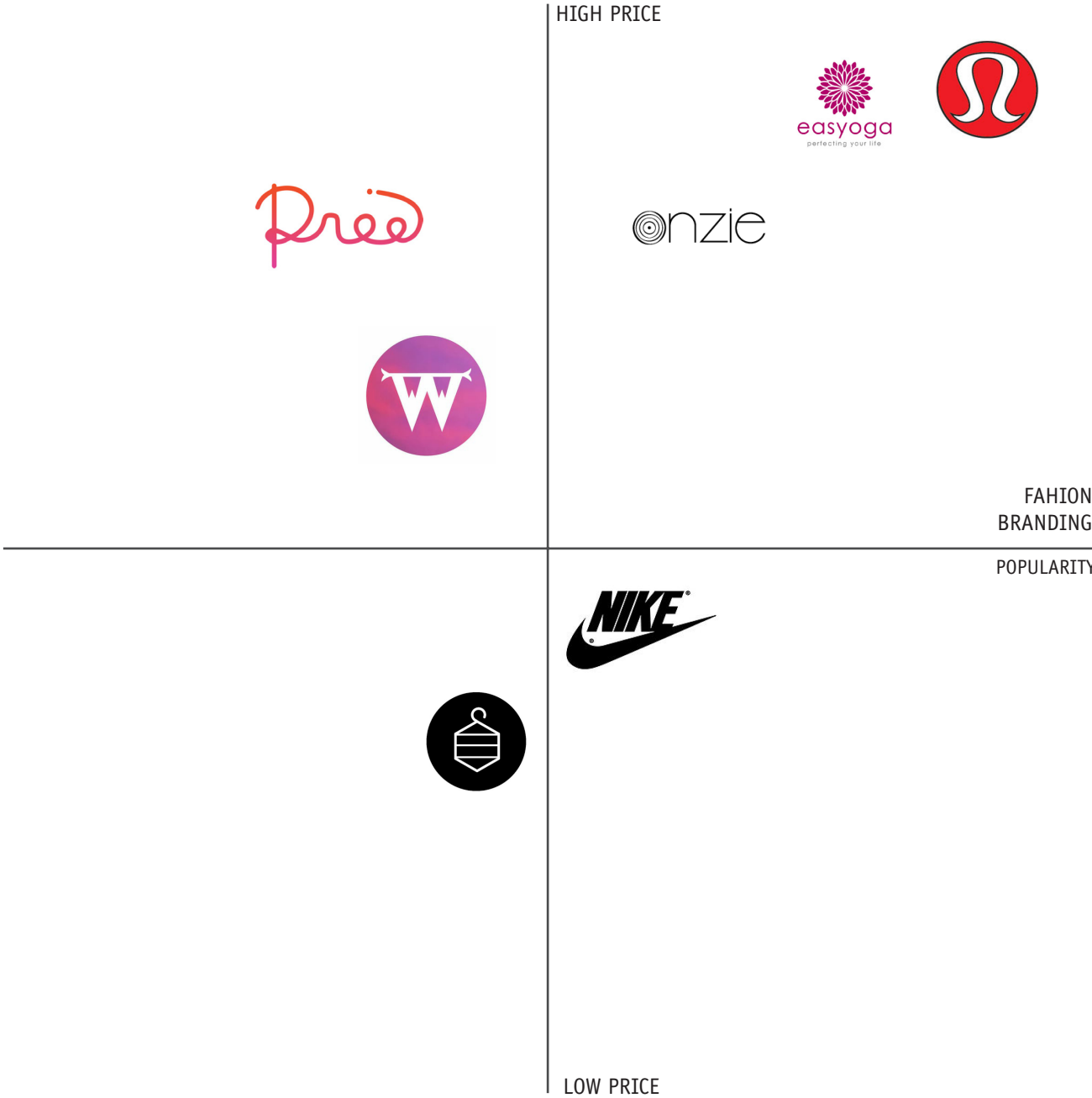
THREAT

- การจัดระบบใหม่ อาจจะทำให้ตะกุกตะกัก
- พนักงานยังขาดความเชี่ยวชาญในหลายๆ ด้าน
- แบรินด์แอคทีฟแวร์เกิดขึ้นเรื่อยๆ
- ช่วงเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดี



SHE IS.. SIMPLE SOPHISTICATED MINIMALIST CONFIDENT CONTRAST PASSIONATE INDEPENDENT AMBITIOUS
FEMININE ACTIVE

CHARACTERISTIC	BEHAVIOR
• เพศ หญิง • อายุ 25-40 ปี • การศึกษา ปริญญาตรีเป็นต้นไป • รายได้ 20,000 บาทขึ้นไป • สถานภาพโสด สมรส • คนไทยและชาวต่างชาติ • ออกกำลังกายเป็นประจำ เช่นโยคะ วิ่ง แอโรบิค เต้น ฟิตเนส • กำลังซื้อ B-B+	• รักเพื่อน • รักสุขภาพ • รักการออกกำลังกาย • รักสวยรักงาม • ปรานีตในการเลือกซื้อสินค้า



BRAND COMPETITORS	STRENGTH	WEAKNESS
LULULEMON WORLDWIDE	ความแข็งแกร่งของแบรนด์ อินโนเวทฟ สินค้าหลากหลาย	ราคาสูง ไม่มีตัวแทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ
EASYOGA THAILAND	สินค้ามีดีไซน์เฉพาะ คุณภาพสูง เป็นแบรนด์โยคะไต้หวัน ความแข็งแกร่งของแบรนด์	ราคาสูง เฉพาะกลุ่มโยคะ
NIKE	ความแข็งแกร่งของแบรนด์ อินโนเวทฟ ช่องทางการจัดจำหน่ายดี ราคาไม่สูงมาก	ความเป็นแมส ดีไซน์มีให้เลือกไม่มาก
ONZIE	แบรนด์อเมริกา ดีไซน์จัดจ้าน เฉพาะ	ช่องทางการจัดจำหน่าย เฉพาะกลุ่ม
SINGHA ACTIVELIFE	มีดารา เซเลบ ชัพพอร์ตมาก กวนหนา	ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มาก
PREE ACTIVEWEAR	ช่องทางการจัดจำหน่ายดี ขึ้นห้าง มีดีไซน์พอบรรณ	ราคาสูง คุณภาพไม่ค่อยดี
WAKINGBEE	ราคาค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับแบรนด์อื่น ทำมาร์เกตติ้งได้ค่อนข้างดี	ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มาก