**โรลส์-รอยซ์**

## ข้อมูลสำหรับสื่อมวลชน

โรลส์-รอยซ์ ‘*วิสเปอร์ส’* สร้างแรงบันดาลใจ เพื่อความยิ่งใหญ่ แม้อยู่บ้าน

4 **มิถุนายน** 2563**, กู๊ดวูด เวสต์ซัสเซ็กซ์**

เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา โรลส์-รอยซ์ ได้เปิดตัวคลับที่พิเศษสุดในโลก ในรูปแบบแอปพลิเคชันชื่อว่า ‘*วิสเปอร์ส’* (Whispers) ซึ่งนับเป็น Home of Rolls-Royce ในรูปแบบดิจิทัล นำเสนอประสบการณ์ที่จุดประกายการเปลี่ยนแปลง ให้กับคอมมิวนิตีของคนที่ไม่ธรรมดาและมีความสนใจคล้ายกัน ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่หายากและเป็นที่ต้องการ **สมบัติที่แสนแปลกตา และพรีวิว โรลส์-รอยซ์ แบบเอ็กซ์คลูซีฟ ทั้งหมดนี้ผ่านการเลือกเฟ้นอย่างพิถีพิถัน โดยหน่วยข่าวกรองแห่งความหรูหรา (**Luxury Intelligence Unit**) ของแบรนด์ ขณะนี้คลับ *‘วิสเปอร์ส’* ได้เปิดประตูต้อนรับลูกค้าทุกท่านที่ครอบครองยนตรกรรม โรลส์-รอยซ์ ที่ผลิตในกู๊ดวูด**

เมื่อ 2 ปีที่แล้ว *‘วิสเปอร์ส’* ได้เปิดตัวให้กับกลุ่มลูกค้าผู้ถูกเลือกที่กระจายตัวอยู่ทั่วโลก และได้มีการพัฒนาปรับปรุง ผ่านความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับสมาชิกผู้ใช้งาน ที่ได้รับความพึงพอใจอย่างยิ่ง จากข้อเสนอที่แปลกใหม่และมีเอกลักษณ์มากมาย ตั้งแต่การเดินทางสู่ทวีปแอนตาร์กติกา โอกาสในการสร้างสนามแข่งรถของตนเอง ไปจนถึงชมการแสดงจากวงออร์เคสตราระดับโลกแบบส่วนตัว ลูกค้าสามารถเข้าถึงประสบการณ์เหล่านี้ได้ ง่ายเพียงแค่กดปุ่ม หลักการพื้นฐานของคลับ คือ การสร้างแรงบันดาลใจเพื่อความยิ่งใหญ่

ภารกิจของหน่วยข่าวกรองแห่งความหรูหรา คือ การเสาะหาเรื่องราวและข้อเสนอที่สร้างแรงบันดาลใจ และความคิดสร้างสรรค์จากทั่วโลก ขณะที่ทุกคนต้องกักตนเองเนื่องจากโรคระบาด หน่วยข่าวกรองแห่งความหรูหรายังคงทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการค้นหาข้อเสนอสุดพิเศษ ที่ลูกค้าสามารถสัมผัสประสบการณ์ได้อย่างปลอดภัยในบ้านของตนเอง

สมาชิก *‘วิสเปอร์ส’* สนใจอะไรเป็นพิเศษกันบ้าง หน่วยข่าวกรองแห่งความหรูหรามีข้อสังเกตที่น่าสนใจมานำเสนอดังนี้

เวเรนา มาสเตอร์ส (Verena Masters) หัวหน้าทีมของ ‘วิสเปอร์ส’ ให้ความเห็นว่า “ลูกค้าของ โรลส์-รอยซ์ ล้วนแต่แสวงหาความสุขในธรรมชาติ ความคิดสร้างสรรค์ สุขภาพและสุขภาวะ ขณะที่ต้องกักตัวอยู่บ้านในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ลูกค้าของเราหันมาหา ‘วิสเปอร์ส’ เพื่อการปลอบประโลม และเพื่อทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องต่างๆ ช่วงเวลานี้คือ เวลาแห่งการใคร่ครวญ เป็นเวลาในการใส่ใจกับสุขภาวะและการวางแผนสำหรับอนาคต”

จึงไม่น่าแปลกใจ ที่ข้อเสนอสำหรับครอบครัวจะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว คลาสเรียนมายากลออนไลน์จากนักมายากล ที่ส่งเสียงเรียกมาจากปราสาทเวทมนตร์อันโด่งดังในแคลิฟอร์เนีย ได้รับความสนใจเป็นพิเศษ ไม่แพ้หนังสือคลาสสิกสำหรับเยาวชนฉบับพิมพ์ครั้งที่หนึ่ง ผลงานวรรณกรรมคลาสสิกที่ควรค่าแก่การสะสมอย่างยิ่งเหล่านี้ ได้แก่ ‘ชาร์ลีกับโรงงานช็อกโกแลต’(Charlie and the Chocolate Factory) และ ‘สายลมในพงหลิว’ (The Wind in the Willows) สินค้าเกี่ยวกับเบียทริกซ์ พอตเตอร์ (Beatrix Potter) ก็เป็นที่ชื่นชอบทั้งในรูปแบบของหนังสือรุ่นลิมิเต็ดสำหรับเยาวชน และในรูปแบบของชุดหมากรุกเบียทริกซ์ พอตเตอร์ ที่ทำจากหินโม่และเรซิน รังสรรค์และลงสีด้วยมืออย่างสวยงาม สำหรับเด็กโตขึ้นมาสักหน่อย ก็สามารถเข้าสู่โลกจินตนาการด้วยชุดหมากรุก ‘ลอร์ด ออฟ เดอะ ริง’ (Lord of the Rings) นวนิยายเลื่องชื่อของเจ อาร์ อาร์ โทลคีน (J.R.R. Tolkien)

บ้านของสมาชิก *‘วิสเปอร์ส’* ยังเปิดประตูต้อนรับธรรมชาติในหลากหลายรูปแบบ ทั้งบทความกระตุ้นต่อมคิดว่าด้วยสภาพแวดล้อมที่ช่วยยกระดับอารมณ์ เช่น การศึกษาพลังและประโยชน์ที่ไม่ธรรมดาของพืชที่มีต่อสุขภาพ รวมถึงการออกแบบตามแนวคิดไบโอฟิเลีย (biophilia) หรือความรักต่อสิ่งมีชีวิต ที่เป็นการนำโลกธรรมชาติมาผสานเข้ากับสิ่งแวดล้อมทางสถาปัตยกรรมก็ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก และสำหรับผู้ที่โหยหาโลกภายนอกอันกว้างใหญ่ หน่วยข่าวกรองแห่งความหรูหรา ก็ได้รวบรวมทริปซาฟารีไลฟ์สตรีมแบบอินเตอร์แอคทีฟ ที่จะยกป่าเขาลำเนาไพรของทวีปแอฟริกา มาให้รับชมถึงที่บ้าน

ประสบการณ์เสมือนจริงจากทั่วโลก เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการพักผ่อน หลักสูตรออนไลน์ที่ให้คุณดื่มด่ำไปกับโลกแห่งการออกแบบ การถ่ายภาพ และภาพวาดเชิงนามธรรม ช่วยให้สมาชิกคลับได้มีความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้ง การแสดงออนไลน์โดยกลุ่มโรงละครที่ได้รับการยกย่อง เข้ามาแทนที่งานเดินพรมแดงในยามปกติ เนื้อหาแนวสุขภาพและสุขภาวะก็ได้รับความนิยมผ่านแพ็คเกจ ‘ดิจิทัลแคร์’ จากโรงแรมและสปาที่หรูหราที่สุดทั่วโลกที่ช่วยให้สมาชิก *‘วิสเปอร์ส’* ได้ปรับสมดุลและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับตัวตนภายในของพวกเขา

โลกอันแสนพิเศษของ โรลส์-รอยซ์ ยังเป็นที่ดึงดูดใจของสมาชิกคลับมากมาย โพสต์ล่าสุดที่เผยแพร่ใน *‘วิสเปอร์ส’* บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปะภาพเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ใกล้กับหัวใจของความเป็นโรลส์-รอยซ์ การสัมภาษณ์เจาะลึกกับเฉา เฟย (Cao Fei) ศิลปินชาวจีนที่ได้รับเสนอชื่อให้เข้าร่วมกับ *มิวส์* (Muse) โครงการศิลปะของโรลส์-รอยซ์ ได้พาเราไปสำรวจความเป็นไปได้ในอนาคตของศิลปะวีดิทัศน์ โดยหน่วยข่าวกรองแห่งความหรูหราเป็นผู้เรียบเรียงบทความเชิงลึกเกี่ยวกับโลกสามมิติของศิลปะดิจิทัลที่เสมือนจริงนี้

ลูกค้าหลายท่านยังหาคำแนะนำจาก *‘วิสเปอร์ส’* เมื่อต้องการลิ้มรสอาหารแสนอร่อย ตั้งแต่ชั้นเรียนทำอาหารออนไลน์กับเชฟชื่อดังที่สร้างแรงบันดาลใจ ประสบการณ์สุดประทับใจของการรับประทานอาหารในบ้าน ไปจนถึงบริการจัดส่งถึงบ้านที่ดีที่สุดในโลก เรียกได้ว่าอาหาร คือ สิ่งที่ได้รับความสนใจอันดับต้นๆ ของสมาชิก *‘วิสเปอร์ส’*

เวเรนา มาสเตอร์ส กล่าวว่า “สิ่งที่ค้นพบนี้ทำให้เราเห็นว่าลูกค้าหลายท่านกำลังมองไปยังอนาคต สมาชิก *‘วิสเปอร์ส’* พยายามที่จะปรับปรุงสภาพแวดล้อมรอบตัวของพวกเขา ผลงานสร้างสรรค์แบบสั่งผลิตพิเศษ เช่น โรงภาพยนตร์ในบ้าน และการติดตั้งระบบไฟสำหรับประติมากรรมกลางแจ้ง แสดงให้เห็นถึงความสนใจของลูกค้า โรลส์-รอยซ์ ในการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม ให้ประกอบไปด้วยสิ่งของที่มีความเป็นส่วนตัวและมีเอกลักษณ์สูง ซึ่งเป็นสิ่งที่ โรลส์-รอยซ์ เข้าใจอย่างถ่องแท้”

ข้อมูลสำหรับบรรณาธิการ

โรลส์-รอยซ์ มอเตอร์ คาร์ส **(Rolls-Royce Motor Cars)**

โรลส์-รอยซ์ มอเตอร์ คาร์ส เป็นบริษัทในเครือ บีเอ็มดับเบิลยู กรุ๊ป มีสำนักงานใหญ่และฐานการผลิตอยู่ที่ กู๊ดวูด เวสต์ซัสเซก ซึ่งเป็นสถานที่แห่งเดียวในโลก ที่ยนตรกรรมระดับซูเปอร์ลักซ์ชัวรีทุกคัน ผ่านการประกอบด้วยมืออย่างประณีต โดยพนักงานผู้เชี่ยวชาญทั้งชายและหญิงกว่า 2,000 ชีวิต ทั้งนี้ โรลส์-รอยซ์ มอเตอร์ คาร์ส เป็นคนละบริษัท และไม่มีส่วนเกี่ยวข้องใดๆ กับ บมจ. โรลส์-รอยซ์ ผู้ผลิตระบบขับดันและเครื่องยนต์อากาศยาน

**Contacts:**

**Thailand**

บุศราพร เจริญกุลศักดิ์ +668 1665 1995 bussaraporn.c@rrmcapac.com

ธาร สุขานุศาสน์ +666 5525 5710 tarn.suk@mgc-asia.com

**Regional (Asia Pacific – Central)**

Helpdesk +65 9017 6272 \* info@rrmcapac.com

 +668 3076 6196

Hal Serudin +65 6838 9675 hal.serudin@rolls-roycemotorcars.com
*\*whatsapp*