

“คาราบาว” จับมือ “PUBG MOBILE” รุกตลาดอีสปอร์ตในประเทศไทย



แจกฟรี! ไอเทมพิเศษเกม PUBG MOBILE เพียงส่งรหัส 10 หลัก* ใต้ห้วงกระป๋องเครื่องดื่ม “คาราบาว กรีนแอปเปิ้ล” ลาย PUBG MOBILE ลิมิเต็ด อิดิชั่น” ตั้งแต่วันที่ – 31 ตุลาคม ศกนี้!

บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จับมือกับ บริษัท เทนเซ็นต์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ให้บริการเกม PUBG MOBILE ในประเทศไทย ภายในงานแข่งขัน PUBG MOBILE Thailand National Championship official partner by AIS จัดแคมเปญพิเศษรุกตลาดอีสปอร์ตในประเทศไทย เปิดตัวเครื่องดื่ม “คาราบาว กรีนแอปเปิ้ล” Energy Drink ที่ขายดีในประเทศอังกฤษ เจาะกลุ่มเกมเมอร์ที่ต้องการความสดชื่น และต้องการเพิ่ม ENERGY เพื่อเพิ่มความสุขในการเล่นมากยิ่งขึ้น พร้อมอัดแคมเปญเอาใจคอเกม แจกฟรี! ไอเทมสุดพิเศษให้กับแฟน ๆ เกม PUBG MOBILE เฉพาะกระป๋องคาราบาว กรีนแอปเปิ้ล ลาย PUBG MOBILE ลิมิเต็ด อิดิชั่น ตอกย้ำความมั่นใจ คาราบาว กรีนแอปเปิ้ล เครื่องดื่มรสชาติถูกปากสำหรับเกมเมอร์

นางสาวมัณฑุริตา เพ็ชรคล้าย รองผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด บริษัท คาราบาวตะวันออก จำกัด กล่าวว่า “ด้วยความเชื่อและแนวคิดแบบคนรุ่นใหม่ เราพร้อมที่จะก้าวไปสู่การเป็นแบรนด์ระดับโลกและเป็นแบรนด์ของคนทุกยุคทุกสมัย กลยุทธ์อีสปอร์ต มาร์เก็ตติ้งวันนี้ไม่ใช่แค่เพียงสร้าง Brand Visibility หรือการผลักดันให้แบรนด์เข้าไปปะทะสายตาของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น แต่ยังทำให้เกิด Engagement ที่หล่อหลอมความผูกพันระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคให้มีความแน่นแฟ้นมากขึ้น ด้วยการสร้างประสบการณ์ที่ดีร่วมกันกับแบรนด์

จากนี้ไปการจับมือกับ PUBG MOBILE ซึ่งเป็นเกมบนมือถือยอดนิยมระดับโลก จึงเป็นมากกว่าการสร้าง Brand Awareness ของคาราบาวให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่ แต่ยังก่อให้เกิดความผูกพันที่สามารถต่อยอดไปสู่การสร้าง Brand Love ในระยะยาว ช่วยส่งเสริมการขาย สร้างการรับรู้ต่อแบรนด์คาราบาวในกลุ่มคนรุ่นใหม่มากยิ่งขึ้น คาราบาวพร้อมร่วมเป็นแรงผลักดันให้คนรุ่นใหม่ที่ชอบความท้าทายในเกม และส่งเสริมกีฬา Esports ของประเทศไทยไปสู่ระดับโลก เช่นเดียวกับวิสัยทัศน์ของคาราบาวที่มุ่งมั่นในการเป็นเครื่องดื่มระดับโลก แแบรนด์ระดับโลก โดยคาราบาวมั่นใจว่าความร่วมมือนี้จะเป็นจุดเริ่มต้นที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้คาราบาวในอนาคต ต่อยอดสู่เป้าหมายการเป็นผู้นำอันดับ 1 ของตลาดเครื่องดื่มชูกำลังในปี 2563”

นางสาวพัชราพร ขวัญเจริญทรัพย์ หัวหน้าฝ่าย แบนด์ดิง แอนด์คอมมิวนิเคชัน บริษัท เทนเซ็นต์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า “วันนี้อีสปอร์ตถือเป็นกิจกรรมที่สร้างความสนุกสนานให้กับกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง เพราะก้าวข้ามขีดจำกัดในเรื่องของเวลา กลุ่มอายุ และเพศ ซึ่ง PUBG MOBILE ถือเป็นหนึ่งในเกมอีสปอร์ตบนมือถือที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดในโลก ข้อมูลจาก App Annie ระบุว่าเกม PUBG MOBILE มียอดดาวน์โหลดมากกว่า 400 ล้านครั้ง และมีผู้เล่นแอคทีฟราว 50 ล้านคนต่อวัน (ไม่นับรวมประเทศจีน)

การร่วมมือกับแบรนด์เครื่องดื่มชั้นนำอย่างคาราบาว จะทำให้เราเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ ๆ ได้ อีกทั้งยังเป็นการต่อยอดกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในประเทศไทย ให้ความสำคัญของวงการอีสปอร์ตที่เป็นมากกว่าแค่การเล่นเกมหรือแค่ความบันเทิง แต่ยังมีอีโคซิสเต็มมากมาย ทั้งนักกีฬา ผู้ชม กลุ่มผู้สนับสนุน รวมถึงผู้จัดการแข่งขัน แสดงให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจที่เปิดกว้าง และเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญให้กับแบรนด์ที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่อย่างแท้จริง”

ติดตามอ่านรายละเอียดเพิ่มเติม และวิธีการเติมรหัสไอเทมได้ที่

<https://www.pubgmobile.in.th/2019/event/carabao> และร่วมอัปเดตความเคลื่อนไหวของคาราบาวได้ผ่านทาง Facebook / Instagram / Youtube:

เกี่ยวกับ บริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด

“บริษัท คาราบาวตะวันออกเฉียงใต้ จำกัด” ได้จัดตั้ง ขึ้นเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2544 เพื่อประกอบธุรกิจหลักในการผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังคาราบาวแดง โดยมีทุนจดทะเบียนจำนวน 1 ล้านบาท บริษัทฯ ได้เปิดตัวเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้า “คาราบาวแดง” เข้าสู่ตลาดในประเทศไทยเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2545 ซึ่งเป็นการเป็นการนำชื่อของ วงคาราบาว มาผสมผสานกับชื่อของ โรงเบียร์ เยอร์มันตะวันออกเฉียงใต้สโลแกน “คาราบาวแดง เชิดชูนักสู้ผู้ยิ่งใหญ่”

เมื่อธุรกิจผลิต ทำการตลาดและจำหน่ายเครื่องดื่มบำรุงกำลังได้เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง กลุ่มผู้ถือหุ้นได้สังเกตเห็นโอกาสในการขยายธุรกิจให้ครอบคลุมให้ครบวงจร ตั้งแต่ขบวนการหาวัตถุดิบหลัก การผลิต การตลาด และการจัดจำหน่ายให้ถึงมือผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้ตั้งบริษัท คาราบาวกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ขึ้น เมื่อวันที่ 8

กรกฎาคม 2557 และนำบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2557

เกี่ยวกับ PUBG MOBILE

PUBG MOBILE คือเกมเวอร์ชันมือถือที่สร้างขึ้นมาจาก PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS เกมที่ครองใจผู้เล่นทั่วโลกในปี 2017 ด้วยรูปแบบการเล่นที่ต้องแข่งขันกันเอาชีวิตรอดจากผู้เล่นที่กระโดดร่มลงมา 100 รายพร้อมกันภายในฉากแผนที่ขนาด 8 ตารางกิโลเมตร ซึ่งผู้เล่นจะต้องใช้ไหวพริบในการเอาชีวิตรอด เก็บรวบรวมเสบียงและอาวุธยุทธภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการต่อสู้ เอาชนะผู้เล่นคนอื่น ๆ จนเหลือรอดเป็นคนสุดท้าย ภายใต้สภาพแวดล้อมของโซนการเล่น ที่จะค่อย ๆ บีบบังคับให้ผู้เล่นต้องหนีเอาตัวรอดไปให้ได้

ติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของ PUBG MOBILE ได้ที่ Instagram, Facebook, Twitter และ YouTube

เกี่ยวกับ บริษัท เทนเซ็นต์ (ประเทศไทย)

บริษัท เทนเซ็นต์ (ประเทศไทย) จำกัด คือผู้ให้บริการแพลตฟอร์มและบริการด้านเนื้อหา หรือ “Content Platforms and Services” ดอบสนองทุกไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคออนไลน์ แบ่งผลิตภัณฑ์และการให้บริการออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ News and Portal ได้แก่ Sanook! และ NoozUP, Entertainment & Multimedia Platforms ได้แก่ JOOX, Game และ Services ได้แก่ Topspace และ Tencent Social Ads