

# “ดังกิ้น” ดึง 2 กลุ่ม “ไบร์ท-วิน” ร่วมงานลุยตลาด ครึ่งปีหลัง ปล่อยคอลเล็กชั่น #Still2getherCollection พร้อมด้วยโดนัทสนุกๆ “Candy Crack”



“ดังกิ้น” ดึง 2 กลุ่ม “ไบร์ท-วิน” ร่วมงานลุยตลาดครึ่งปีหลัง ปล่อยคอลเล็กชั่น #Still2getherCollection พร้อมด้วยโดนัทสนุกๆ “Candy Crack”

ดังกิ้น (DUNKIN') รุกตลาดใหม่ครึ่งปีหลัง ปลุกแบรนด์คาแรคเตอร์ “สนุกแบบอ้อยๆ” เข้าเล่นเกมดึง 2 นักแสดง  
กลุ่มชื่อดัง “ไบร์ท-วิน” ร่วมงานเปิดตัวคอลเล็กชั่นพิเศษ #Still2getherCollection ออกโดนัท 2 รสชาติพิเศษ  
#คั่นกู และ #คู่กัน พร้อมออกไปโรมันสุดปัง เอาใจแฟนคลับรับการกลับมาของซีรีส์ “เพราะเรา(ยัง)คู่กัน” และ  
เสริมการมีส่วนร่วมให้ผู้บริโภค วางกลยุทธ์รีวิวกความอ้อยจาก ไบร์ท-วิน ในอีก 1 รสชาติความพิเศษ “CANDY  
CRACK” วางจำหน่ายถึงปลายปี หวังดึงยอดขายครึ่งปีหลังให้เติบโตเพิ่มขึ้น แบบสวนกระแส

นายภาคิน เพ็ญภาคกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท โกลเด้น โดนัท (ประเทศไทย) จำกัด เผยว่า “ดังกิ้น” มีแบรนด์  
คาแรคเตอร์ชัดเจนในการย้ำภาพขนมโดนัทที่ผู้บริโภคจะได้ทั้งความอ้อยและสนุกสนานในการทาน แนวคิดนี้ถูก  
นำมาต่อยอดเพื่อสร้างสรรค์สินค้ารสชาติใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งยังสามารถตอบสนองให้ผู้บริโภครับรู้และ

จดจำความสนุกที่ได้มีส่วนร่วมกับการแคตเตอร์หน้าตาต่าง ๆ ของดังกิ้น แน่แน่นอนว่าในครึ่งปีหลังนี้ บริษัทจะยังนำสิ่งที  
ถนัดมาใช้ทำการตลาดเช่นเดิม แต่จะสร้างจุดต่างด้วยการทำโดนัท 2 รสชาติพิเศษ ที่มีแรงบันดาลใจจาก 2 นัก  
แสดงหนุ่ม “ไบรท์-วิน” ให้เป็นโดนัทที่สร้างกระแสในการทาน เช่นเดียวกับซีรีส์ “เพราะเราคู่กัน” ของทั้ง 2 นัก  
แสดงที่โด่งดังไปทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

“ไบรท์-วิน ได้ร่วมงานกับดังกิ้นในคอลเล็กชันพิเศษ #Still2getherCollection ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา  
ความพิเศษ คือช่วงเปิดตัวและช่วงแคมเปญ เพื่อให้แฟน ๆ ได้รับความอร่อย รวมถึงประสบการณ์สุดพิเศษของ 2  
หนุ่ม ไบรท์-วิน ยาวไปจนถึงช่วงปลายปี ซึ่งในแคมเปญช่วงเปิดตัว บริษัทได้วางจำหน่ายโดนัท 2 รสชาติพิเศษ ชื่อ  
โดนัท #คั่นกู และ #คู่กัน เป็นโดนัทเนื้อยีสต์ เคลือบด้วยช็อกโกแลตสีฟ้าและสีขาว สีประจำของทั้งไบรท์และวิน  
สอดไส้แยมบลูเบอร์รี่และครีมบาวาเรียน พร้อมด้วยแผ่นช็อกโกแลตพิมพ์หุ่น คำว่า #คั่นกู #คู่กัน ซึ่งเป็นคำฮิตที่  
เหล่าแฟน ๆ ไบรท์-วิน เรียกกัน เพื่อตอกย้ำว่าแฟนคลับคือส่วนหนึ่งของแคมเปญในครั้งนี้”

สำหรับ #Still2getherCollection ในช่วงแคมเปญ ดังกิ้นจะปล่อยอีก 1 ความอร่อยของโดนัทรสชาติพิเศษ  
“CANDY CRACK” พร้อมวางคอนเซปต์ “กรอบเคี้ยว อร่อยแคร็ก” อีกทั้ง ดังกิ้นยังเตรียมแทรกประสบการณ์ความ  
สนุกของแบรนด์ส่งให้ผู้บริโภคโดยตรง ด้วยกลยุทธ์สร้างการมีส่วนร่วม จากการรีวิวความอร่อยของ CANDY  
CRACK ในอินสตาแกรมของ 2 หนุ่ม ไบรท์-วิน เพื่อให้รู้สึกถึงรสสัมผัสของโดนัทเคลือบช็อกโกแลตคาราเมล ที่ให้  
รสชาติหอมหวานกรอบอร่อย ทะลุกรอบประสบการณ์ความอร่อยแบบดั้งเดิม ซึ่งช่วงแคมเปญจะเริ่มพร้อมวางจำหน่าย  
CANDY CRACK ที่ร้านดังกิ้นทุกสาขาทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม – 30 พฤศจิกายน 2563 นี้

ด้าน นางสาวระวีพรรณ ประกอบบรรณกิจ รองประธานบริหารฝ่ายการตลาด บริษัท โกลเด้นโดนัท (ประเทศไทย)  
จำกัด เผยว่า “ความพิเศษของคอลเล็กชัน #Still2getherCollection จะถือเป็นการต้อนรับการกลับมาของ ไบรท์-  
วิน ในซีรีส์ “เพราะเรา(ยัง)คู่กัน” และนอกจากโดนัท 2 รสชาติพิเศษแล้ว ยังมีความพิเศษเพิ่มเติมจากคอลเล็กชันนี้  
โดยดังกิ้นได้ออกโปรโมชั่นเอาใจแฟนคลับของ 2 หนุ่มอีกมากมาย

- ไม่ว่าจะ เป็น แก้ว Tumbler ชุด #Still2getherCollection 2 ดีไซน์ ราคาใบละ 249 บาทหรือจะเลือกคัมพินเป็น  
คู่ราคาพิเศษ 459 บาท
- นอกจากนี้ยังมีบัตรสมาชิก DD Card ชุดแบบ Limited Edition ราคาชุดละ 399 บาท โปรโมชั่นตั้งแต่วันที่ 30  
พฤศจิกายน 2563 ที่ร้านดังกิ้นทั่วประเทศ
- พร้อมด้วยโปรโมชั่นสุดพิเศษตลอดเดือนตุลาคมเพื่อร่วมฉลองเดือนเกิดดังกิ้นสามารถติดตาม ได้ที่เฟสบุ๊คแฟน  
เพจ @DunkinThai

นางสาวระวีพรรณ กล่าวต่อไปว่า “การร่วมงานกับไบรท์และวิน ถือเป็นความตั้งใจของบริษัทฯ เพื่อเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่น  
ที่เป็นแฟน ๆ ของซีรีส์โดยตรง ที่สำคัญกว่านั้น บริษัทเชื่อว่าแคมเปญครั้งนี้จะช่วยจุดประกายให้เห็นว่าดังกิ้นเป็น

แบรนด์ที่มีความสดใหม่อยู่เสมอ ไม่ได้เก่าหรือเซยไปตามกาลเวลา และเชื่อมั่นว่า แคมเปญนี้จะมีส่วนในการกระตุ้นยอดขายในครึ่งปีหลัง จนสามารถชดเชยการเติบโตที่สะดุดในครึ่งปีแรก จากโควิด-19 ซึ่งบริษัทเชื่อว่าในปลายปี 63 ดังกิ้นจะพลิกกลับมาฟื้นฟู ตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ และสามารถกระตุ้นยอดขายให้กลับมาเทียบเท่ากับปีที่ผ่าน มา ซึ่งหลังจากสถานการณ์โควิด-19ผ่านไป บริษัทได้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และในการขยายสาขาในปีนี้ได้เปิด สาขาใหม่เพิ่มขึ้นกว่า 20 สาขา และมียอดขายด้าน Delivery เติบโตเพิ่มขึ้นกว่า 3,000 %

Website: [www.dunkindonuts.co.th](http://www.dunkindonuts.co.th) Facebook: [www.facebook.com/DunkinThai](https://www.facebook.com/DunkinThai)