

“ทำวันนี้ ทำไวไว” จากปลายปากกา บอย โกสิยพงษ์



“ไวไว” ออกโปรเจกต์พิเศษ

“เพลง ทำวันนี้ ทำไวไว” จากปลายปากกา บอย โกสิยพงษ์

ดอกย่ำเวลาเป็นสิ่งมีค่า ผ่านเสียงร้องของ ปู พงษ์สิทธิ์ และ ROOM39

บริษัท โรงงานผลิตภัณฑ์อาหารไทย จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้า “ไวไว” เดินหน้าลุยตลาดครึ่งปีหลัง ปรับกลยุทธ์เน้น มิวสิค มาร์เก็ตติ้ง จัดไม่เด็ด ร่วมทำ โปรเจกต์พิเศษ “เพลง ทำวันนี้ ทำไวไว” ชูคอนเซปต์ ความสำคัญของเวลา และคุณค่าของการลงมือทำอย่างตั้งใจ จากปลายปากกานักแต่งเพลงชื่อดังคุณบอย โกสิยพงษ์ ผ่านเสียงร้องของ ปู พงษ์สิทธิ์ คำภีร์ อีกหนึ่งศิลปินระดับตำนาน ตัวแทนของผู้มีประสบการณ์ชีวิต และ วง ROOM39 กลุ่มศิลปินตัวแทนของคนรุ่นใหม่ที่มาพร้อมกับการเริ่มต้นสร้างสิ่งดีๆ ให้กับชีวิตและสังคม

นายยศสวัสดิ์ แต้มคงคา ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท โรงงานผลิตภัณฑ์อาหารไทย จำกัด กล่าวว่า “เป็นที่ทราบกันดีครับว่าเวลาทุกเสี้ยววินาทีเป็นสิ่งที่มีความหมาย เพราะในช่วงเวลานั้นเราแต่ละคนสามารถสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ได้มากมาย ดังนั้น “ไวไว” ในฐานะที่เราอยู่เคียงข้างคนไทยมาอย่างยาวนาน และเราเชื่อว่า พลังความคิดของคน มีค่ามากมายมหาศาล หากแต่ในบางจังหวะชีวิต อาจจะรออะไรบางอย่างเพื่อมาช่วยเติมพลังใจให้มีแรงผลักดันช่วยส่งสิ่งที่อยู่ในความคิดให้เกิดเป็นรูปธรรม ได้เร็วขึ้นและทรงคุณค่ามากขึ้น ด้วยเหตุนี้ โปรเจกต์พิเศษ “เพลง ทำวันนี้ ทำไวไว” จึงเกิดขึ้น จากแนวคิดที่อยากสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อเป็นกำลังใจและปลุกไฟให้ทุกท่าน มาสร้างสรรค์สิ่งดีมีคุณค่า”

สำหรับ “เพลง ทำวันนี้ ทำไวไว” ได้รับเกียรติจาก นักแต่งเพลงชื่อดัง พี่บอย โกสิยพงษ์ ที่มาช่วยถ่ายทอดความหมายของคุณค่าแห่งเวลา กลั่นออกมาเป็นบทเพลง ให้เราได้เข้าใจถึงรสชาติและความหอมหวานของความสำเร็จของการลงมือทำอย่างตั้งใจ ผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านเสียงร้องของ 2 ศิลปินเบอร์หนึ่งของเมืองไทย “ปู พงษ์สิทธิ์ คำภีร์” หนึ่งในศิลปินระดับตำนานของเมืองไทย ตัวแทนของผู้มีประสบการณ์ชีวิต และ วง ROOM39 กลุ่มศิลปินตัวแทนคนรุ่นใหม่ ที่มาพร้อมกับการเริ่มต้นสร้างสิ่งดีๆ ให้กับชีวิตและสังคม โดย คอนเซปต์ของเพลงนี้ คือ ชีวิตคนเรานั้นไม่มีอะไรแน่นอน เวลาจึงเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุด เราควรรู้ใช้มันอย่างคุ้มค่าและเป็นการย่ำเตือนให้ใช้ชีวิตและเริ่มตัดสินใจทำในสิ่งที่อยากทำ ก่อนที่จะสายเกินไป

นายยศสวัสดิ์ แต้มคงคา กล่าวต่ออีกว่า “สำหรับการตลาดในช่วงปลายปี 2561 นี้ เราเน้นหนักในเรื่องของ มิวสิค มาร์เก็ตติ้ง โดยเราต้องการใช้เพลงเพื่อเป็นสื่อในการสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยเราเชื่อเป็นอย่างยิ่งว่า เสียงเพลงไม่มีเงื่อนไขและขีดจำกัด จึงสามารถเข้าถึงใจผู้ฟัง และสามารถช่วยสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายของเราได้เป็น

อย่างดี ซึ่งกลยุทธ์ที่ใช้ตอนนี้เน้นทาง Online เป็นหลัก และนอกจากเพลงที่เราเผยแพร่ไป จะมีกิจกรรมสำคัญอื่นๆ ที่อยากให้ทุกท่านจับตามองและไม่ควรพลาด รับรองว่าคุ้มค่าแน่นอนครับ”