

# हुडเจ้ ผสานกลยุทธ์กับครีเอทีฟไอดีเดียว สร้างงาน โฆษณา “ดูแลมาดี” ให้ “น้ำผลไม้มาลี” เต็มทั้ง รสชาติและคุณค่าทางสารอาหาร

บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) ผู้ปฏิวัติวงการผลไม้ไทย โดยมุ่งมั่นสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ในฐานะผู้ผลิตและจำหน่ายผลไม้กระป๋อง และน้ำผลไม้ต่างๆ มายาวนานกว่า 40 ปี จนกลายเป็นแบรนด์ที่รู้จักคุ้นเคยกันอย่างดีในสังคมไทย และประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ด้วยความใส่ใจในคุณภาพของสินค้า การคัดสรรผลไม้ชั้นดีจากไร่ของเกษตรกร “ครอบครัวมาลี” กว่า 5,000 ครอบครัว ที่ต่างก็รักและดูแลผลไม้อย่างดีตรงตามมาตรฐานของมาลีทุกขั้นตอน ส่วนผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์มาลี แบ่งเป็นธุรกิจแปรรูป ผลไม้กระป๋อง 10% และธุรกิจเครื่องดื่ม 90%



การรุกตลาดในช่วงไตรมาสที่ 2 นี้ น้ำผลไม้มาลี มีเป้าหมายที่จะตอกย้ำแบรนด์ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น โดยมอบหมายให้ บริษัท हुडเจ้ จำกัด เอเจนซีที่มีความเชี่ยวชาญในด้าน **Strategic Creative Brand Building** รับหน้าที่สะท้อนตัวตนของแบรนด์มาลี ที่พิถีพิถันและให้ความสำคัญกับทุกกระบวนการในการผลิตน้ำผลไม้ ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกสายพันธุ์ผลไม้ต่างๆ การปลูก การดูแล การเก็บ ไปจนถึงบรรจุลงกล่อง กลับมาเป็น slogan ของมาลีว่า “Fruit with Care” โดยทางด้านการสื่อสาร हुडเจ้ เน้นงานครีเอทีฟเชิงกลยุทธ์ เพื่อเจาะลึก คอนซูเมอร์ อินไซต์ [Consumer Insight] และเลือกสรรช่องทางสื่อสารในการสร้างแบรนด์ และสามารถตอบโจทย์ทางธุรกิจได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน ภายใต้ปรัชญาการทำงานที่มีร่วมกัน คือ See Through To Be Fearless - กล้าคิดกล้าทำ เพราะมองทะลุในทุกแง่มุม ผลที่ได้คือภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ “ดูแลมาดี”

[youtube dkGh0jwfH\_c]

แนวคิดและเนื้อหาในภาพยนตร์โฆษณาชุด “ดูแลมาดี” ได้รับแรงบันดาลใจมาจากการใช้ชีวิตประจำวันของคนเมืองที่ต้องคอยแข่งกับเวลาอยู่ตลอดเวลา เป็นชีวิตที่สับสนและวุ่นวาย ทำให้ไม่ค่อยใส่ใจกับรายละเอียด และคนรอบข้างมากนัก อย่างเวลาช้อปปิ้ง ก็มักไม่ใส่ใจกับรายละเอียดของสินค้าเท่าที่ควร เอาเร็วเข้าว่า โดยหนึ่งได้เปรียบเทียบชีวิตของชายผู้หนึ่ง ที่เป็นคนเมือง ใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ แม้กระทั่งเวลาจับจ่ายซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ต หยิบจับอะไรได้ก็โยนใส่รถเข็น โฆษณาชุดนี้ชี้ให้เห็นอีกแง่มุมหนึ่งของชีวิต ว่าเราไม่จำเป็นต้องเร่งรีบจนละเลยความพิถีพิถันใส่ใจไป เปรียบเทียบกับบริษัทมาลี ซึ่งมอบความใส่ใจทุ่มเท และพิถีพิถันกับรายละเอียดใน

**ทุกขั้นตอนการผลิต** ซึ่งเนื้อหาภาพยนตร์โฆษณา จะเล่าว่า “น้ำผลไม้มาลี ถูกดูแลมาดี” อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ การปลูก ให้มีระยะห่างกัน 5 เมตร เพื่อให้แต่ละต้นได้เติบโตและรับสารอาหารอย่างเต็มที่ ไปจนถึงการไม่เร่งเก็บ แต่เลือกที่จะรอ ให้ผลไม้โตเต็มที่ เต็มทั้งรสชาติและคุณค่าทางสารอาหาร และสุดท้าย คือการใช้มือเก็บแต่ละผลอย่างทะนุถนอม สำหรับงานโฆษณาชิ้นนี้ มีความยาว 45 วินาที กำลังเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยผสานกับโซเชียลเน็ตเวิร์คบนโลกออนไลน์ ซึ่งมั่นใจว่าจะ สร้างการรับรู้ถึงความใส่ใจในการผลิตสินค้าคุณภาพ ภายใต้แบรนด์ มาลี ได้เป็นอย่างดี

สำหรับ ทีมงานสร้างสรรค์ผลงานโฆษณาของ “ผู้ดูแล” ชุดนี้ ประกอบด้วย จุรีพร ไทยดำรงค์ ทำหน้าที่ **Creative Chairwoman** , เจสัน ลิม ทำหน้าที่ **Creative Director** , ฐาปกรณ์ อยู่สกุล, อานนท์ กันทะวัง และ ภูมิ คุณผลิน ทำหน้าที่เป็น **Art Director** ในส่วนของ **Copy Writer** ดูแลโดย ฉัตรชัย ประเสริฐมรรค ที่ขาดไม่ได้ก็คือ ต่อ ธนัญชัย ศรศรีวิชัย เข้ามาทำหน้าที่เป็น **Director** ดูแลอย่างใกล้ชิด โดยทุกคนล้วนเป็นบุคลากรระดับแถวหน้าของวงการโฆษณา ยิ่งได้ **Phenomena Company Limited** ดูแลงานผลิต จึงทำให้งานภาพยนตร์โฆษณาชุด “ผู้ดูแลมาดี” ต้องตาและถูกใจผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้ง ช่วยผลักดันยอดขายให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย คือ เติบโตปีนี้ 100% จากปีที่ผ่านมามียอดขาย 3,000 ล้านบาท เพิ่มเป็น 6,000 ล้านบาท ได้ไม่ยาก