

# “บลูไดมอนด์ อัลมอนด์ บริช” ตอกย้ำแบรนด์นม อัลมอนด์ยอดขายอันดับ 1 ส่งโฆษณาใหม่ “ทางเลือก ...ของคนที่ไม่ใส่ใจตัวเอง”



บลูไดมอนด์ โกรเวอร์ส สหกรณ์ผู้ผลิตอัลมอนด์ จากเมืองซาคาราเมนโตรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เปิดตัวโฆษณาและสโลแกนใหม่ “ทางเลือก...ของคนที่ไม่ใส่ใจตัวเอง” ชาวผู้บริโภคหันมาใส่ใจดูแลตัวเองกันมากขึ้น ด้วยการเลือกดื่มอัลมอนด์ บริช นมทางเลือกใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ เจาะกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่กำลังมองหาตัวช่วยในการดูแลสุขภาพในทุกวัน

“You are what you eat” คุณกินอย่างไรก็เป็นอย่างนั้น เป็นส่วนหนึ่งที่เราอาจได้ยินจนคุ้นหู และยังคงใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย ด้วยว่าการเลือกรับประทานสิ่งที่ดีมีประโยชน์นั้น ช่วย เสริมสร้างให้ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง ระบบต่าง ๆ ในร่างกายทำงานอย่างเป็นปกติ คนจึงหันมาพิถีพิถันกับการเลือกทานอาหารและเครื่องดื่มมากขึ้น และหนึ่งในเครื่องดื่มสุดฮิตของคนรักสุขภาพก็คือนมอัลมอนด์ เนื่องด้วยอุดมไปด้วยวิตามินต่าง ๆ โดยเฉพาะวิตามินอี แคมป์ยังให้แคลอรีต่ำ แคลเซียมสูง และยังมีไขมันดีที่ช่วยลดระดับไขมันเลวในเลือด ทำให้นมอัลมอนด์ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่มองหาเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพ ที่สามารถทานได้ทุกวัน

บลูไดมอนด์ อัลมอนด์ บริช ได้ส่งโฆษณาพร้อมสโลแกนใหม่ “ทางเลือก...ของคนที่ไม่ใส่ใจตัวเอง” ชูนมอัลมอนด์เป็น

นมทางเลือกที่ช่วยเติมเต็มไลฟ์สไตล์คนรักสุขภาพ โดยบอกเล่าถึงไลฟ์สไตล์ของ หญิงสาวที่รักสุขภาพและชื่นชอบการออกกำลังกายในรูปแบบต่างๆ ทั้งเดิน ต่อยมวย และปั่นผา เป็นคนรุ่นใหม่ que เลือกดูแลตัวเองด้วยการออกกำลังกาย และนอกจากนี้ยังเลือกดื่มอัลมอนด์ บริช เครื่องดื่มน้ำนมอัลมอนด์ รสจืด ที่ให้แคลอรีต่ำเพียงแค่ 25 กิโลแคลอรีต่อหนึ่งกล่อง ไม่เติมน้ำตาล แถมยังอร่อย ดื่มง่าย ได้รสชาติของอัลมอนด์คุณภาพจากแคลิฟอร์เนีย แหล่งปลูกอัลมอนด์ที่ดีที่สุดในโลก เป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับคนที่ต้องการควบคุมปริมาณน้ำตาล และพลังงานที่ได้รับในแต่ละวัน อาทิ ผู้ที่ออกกำลังกาย ผู้ที่กำลังควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น

พร้อมดั่ง ซาซ่า-มัจฉา โมชิมันน์ นางแบบสาวลูกครึ่งไทย – สวิส สุดฮอตมาเป็นแบรนด์พรีเซนเตอร์ เพื่อสื่อถึงตัวแทนคนรุ่นใหม่ que ใส่ใจในสุขภาพทั้งภายในและภายนอก ที่ออกกำลังกายและเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ควบคู่กัน โดยเลือกอัลมอนด์ บริช เป็นตัวช่วยเติมเต็มไลฟ์สไตล์ในทุกวัน

โฆษณานี้เผยแพร่ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ โดยปล่อยโฆษณาตัวเต็มไปแล้วตามรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) และรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในเมืองที่ใช้ชีวิตเร่งรีบแต่ต้องการสุขภาพที่ดี รวมทั้งสื่อออนไลน์ต่างๆ ได้แก่ เฟสบุ๊ก(Facebook), อินสตาแกรม (Instagram) และยูทูบ (YouTube)

[www.youtube.com/watch?v=-ipyf1EGv5c](http://www.youtube.com/watch?v=-ipyf1EGv5c) เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นและวัยทำงานยุคดิจิทัลที่ใช้ชีวิตอยู่ในโลกออนไลน์ ทั้งนี้ บลูไดมอนด์ อัลมอนด์ บริช ยังคงครองตำแหน่งแบรนด์นมอัลมอนด์ที่มียอดขายอันดับ 1 ในประเทศไทย ด้วยส่วนแบ่งตลาดในปี 2019 ที่ผ่านมา มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 52.7% โดยอ้างอิงจากผลสำรวจของนีลเส็น (Nielsen)

อัลมอนด์ บริช เครื่องดื่มน้ำนมอัลมอนด์ มีรสชาติให้ผู้บริโภคเลือกสรรทั้งหมด 6 รสชาติ ได้แก่ รสจืด รสออริจินัล รสวานิลลา รสช็อกโกแลต รสมันตะ และรสลาเต้ ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคยุคใหม่ในไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน วางจำหน่ายแล้วทั้งในร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป หรือช่องทางออนไลน์บน Shopee, 24catalog และ JD Central สามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่โทร 02-813-0954-5 หรือติดตามข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ ได้ที่ [www.facebook.com/Bluediamondthailand](http://www.facebook.com/Bluediamondthailand) และ IG: [Bluediamondthailand](https://www.instagram.com/bluediamondthailand)

#BluediamondThailand

#AlmondbreezeTH

#ทางเลือกของคน que ใส่ใจตัวเอง