

มินิทเมด เปิดตัวแคมเปญการตลาดครบวงจร ตอกย้ำตำแหน่งแบรนด์น้ำผลไม้พร้อมดื่มอันดับหนึ่ง ของโลก



- มินิทเมด™ แบรินด์น้ำผลไม้ระดับคุณภาพของโคคา-โคลา เผยกลยุทธ์การตลาดประจำปี 2557 ด้วยแคมเปญ ‘เริ่มทุกวันด้วยความสดชื่นกับมินิทเมด™’ แคมเปญการตลาดแบบครบวงจรของกลุ่มผลิตภัณฑ์มินิทเมด อันประกอบด้วย มินิทเมด สเปลช™, มินิทเมด พัลพี™ และ มินิทเมด นิว ทริปปี้ส์™
- กลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทย ลงทุนกว่า 100 ล้านบาท ปั้นแคมเปญการตลาดแบบครบวงจรสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์มินิทเมด™ พร้อมเปิดตัว ‘เจมส์-จिरายู’ แบรินด์แอมบาสเตอร์คนล่าสุด ชูแนวคิดให้คนไทยเริ่มต้นทุกวันด้วยความสดชื่นกับแบรนด์มินิทเมด
- มินิทเมด™ เป็นแบรนด์น้ำผลไม้พร้อมดื่มอันดับ 1 ของโลก ที่มีประวัติยาวนานกว่า 60 ปี ด้วยผลิตภัณฑ์อันหลากหลายที่วางจำหน่ายในกว่า 100 ประเทศทั่วโลก



กรุงเทพฯ (28 มกราคม 2557) – กลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทย เปิดตัวแคมเปญการตลาดใหม่ของกลุ่มผลิตภัณฑ์มินิทเมดประจำปี 2557 ส่งเสริมให้ผู้บริโภคชาวไทยส่งมอบการ “เริ่มทุกวันด้วยความสดชื่น..กับมินิทเมด” ให้แก่ครอบครัวและเพื่อน พร้อมตอกย้ำแบรนด์มินิทเมดเป็นน้ำผลไม้พร้อมดื่มอันดับหนึ่งของโลก โดยลงทุนงบประมาณกว่า 100 ล้านบาทเพื่อเดินทางจัดแคมเปญการตลาดแบบครบวงจรและดำเนินกิจกรรมการตลาดสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์มินิทเมดต่อเนื่องตลอดทั้งปี

พร้อมกันนี้ โคคา-โคลา ยังได้เปิดตัวแบรินด์แอมบาสเตอร์คนล่าสุด ‘เจมส์-จिरายู’ เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ความสดชื่นอย่างเป็นธรรมชาติของมินิทเมดได้อย่างลงตัว และเปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาที่สื่อถึงการเริ่มต้นแบบสดชื่นภายใต้แคมเปญการตลาด ‘เริ่มทุกวันด้วยความสดชื่น..กับมินิทเมด’ รวมถึงกิจกรรมการตลาดอื่นๆ อาทิ ไปรโมชั่นตามร้านค้า สื่อโฆษณากลางแจ้ง สื่อดิจิทัลและกิจกรรมต่างๆ ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เพื่อสร้างการรับรู้และการจดจำของแบรนด์ให้แข็งแกร่งและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และกระตุ้นยอดขายด้วยกิจกรรมส่งเสริมการขายสุดพิเศษ และแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคทดลองชิมทั่วประเทศ

มร. ดิกกี เดย์ ผู้อำนวยการฝ่ายงานพัฒนาธุรกิจประจำประเทศไทย บริษัท โคคา-โคลา (ประเทศไทย)

จำกัด กล่าวว่า “กลยุทธ์สำคัญของโคคา-โคลา คือ การนำเสนอเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ มีความหลากหลาย มอบความสดชื่นและดับความกระหายแก่ผู้บริโภคได้ในทุกเพศ ทุกวัย และทุกโอกาส ซึ่งแคมเปญ **‘เริ่มทุกวันด้วยความสดชื่น..กับมินิทเมต’** ที่เปิดตัวในวันนี้จะยังคงตอกย้ำว่ามินิทเมตเป็นแบรนด์น้ำผลไม้พร้อมดื่มอันดับหนึ่งของโลกที่พร้อมสร้างสรรค์กิจกรรมดีๆ ให้กับผู้บริโภค ให้การเริ่มต้นทุกวันนี้สดชื่น พร้อมรับกับการเฉลิมฉลองฤดูกาลแห่งการเริ่มต้นใหม่ที่กำลังจะมาถึง และเป็นที่ยืนยันว่า คนไทยมักจะชอบ ‘ส้ม’ ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ของความโชคดีและการเริ่มต้นสิ่งใหม่ๆ ในทุกเทศกาล นี่จึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับ กลุ่มผลิตภัณฑ์มินิทเมต ไม่ว่าจะเป็น มินิทเมต สเปลช มินิทเมต พัลพี หรือ มินิทเมต นิวทริบูสท์ ต่างเป็นเครื่องดื่มน้ำผลไม้พร้อมดื่มที่เหมาะสมจะมอบให้สมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อนในเทศกาลต่างๆ เพื่อสื่อถึงการเริ่มต้นวันใหม่ด้วยความสดชื่น”

“โคคา-โคลายังได้เตรียมงบประมาณกว่า 100 ล้านบาท สำหรับจัดกิจกรรมภายใต้แคมเปญการตลาดแบบครบวงจร โดยผู้บริโภคจะได้ร่วมสนุกไปกับกิจกรรมการตลาดต่างๆ รวมถึงบทเพลงที่แต่งขึ้นเป็นพิเศษในภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ และขับร้องโดย **‘เจมส์ จิรายุ’** แรบนด์แอมบาสดอร์คนล่าสุดของเรา ด้วยความสามารถและบุคลิกที่สดชื่น ไร้เรงสนุกสนาน และเป็นธรรมชาติของ **‘เจมส์ จิรายุ’** ทำให้เขาเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะเป็นแรนด์แอมบาสดอร์ของมินิทเมต นอกจากนี้ เรายังได้จัดกิจกรรมแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคทดลองชิม พร้อมด้วยการเปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ทางโทรทัศน์ และยังมีสื่อโฆษณากลางแจ้งและกิจกรรมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ และไฮไลท์สำคัญในปีนี้เป็น โปรโมชันสุดพิเศษที่ให้ลูกค้ามินิทเมตได้ร่วมสนุกกับกิจกรรมลุ้นรับทริปในฝันไปเที่ยวสมุยกับ **‘เจมส์ จิรายุ’** อีกด้วย เพื่อสร้างความมีส่วนร่วมของแรนด์มินิทเมตกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคมากขึ้น” **มร . เดย์** กล่าว

นายฐานนท์ สุวรรณรักษ์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด แผนกพัฒนาธุรกิจ บริษัท โคคา-โคลา (ประเทศไทย)

จำกัด กล่าวว่า “จากข้อมูลของนิลเส็น ตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่มในประเทศไทยมีมูลค่ารวมกว่าหนึ่งหมื่นล้านบาท และเรามั่นใจว่าแคมเปญ **‘เริ่มทุกวันด้วยความสดชื่น..กับมินิทเมต’** นี้ จะช่วยเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มมินิทเมตให้สูงขึ้น พร้อมตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคชาวไทยด้วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีความหลากหลายจากแบรนด์ระดับโลกของเรา”

“ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องดื่มไม่อัดลมของกลุ่มธุรกิจโคคา-โคลา ในประเทศไทยซึ่งรวมถึง มินิทเมต สเปลช มินิทเมต พัลพี มินิทเมต นิวทริบูสท์ น้ำดื่มน้ำทิพย์ และเครื่องดื่มสมุนไพรสุขภาพ ที่เปิดตัวไปเมื่อเร็วๆ นี้ เป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องดื่มไม่อัดลมที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภคและเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม

มินิทเมตยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเป็นแบรนด์น้ำผลไม้พร้อมดื่มชั้นนำในประเทศไทย” **นายฐานันท์** กล่าว

นายฐานันท์ กล่าวย้าว่า “เราเล็งเห็นว่าตลาดน้ำผลไม้พร้อมดื่ม และตลาดเครื่องดื่มไม่อัดลมนั้นมีอัตราเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เราจึงลงทุนกับผลิตภัณฑ์มินิทเมตและแบรนด์อื่นในกลุ่มเครื่องดื่มไม่อัดลมของโคคา-โคลาในปี 2557 อย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยจะมีการออกแคมเปญใหม่ๆ และกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยเรามั่นใจว่าจะเป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทยอย่างแน่นอน ซึ่งเราเชื่อมั่นว่าการทุ่มงบการตลาดกับมินิทเมตในครั้งนี้จะช่วยเน้นย้ำกับผู้บริโภคถึงผลิตภัณฑ์ของเราที่มีอยู่อย่างหลากหลาย และความแข็งแกร่งของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มไม่อัดลมของโคคา-โคลา ในฐานะผู้นำการผลิตเครื่องดื่มในประเทศไทย เราให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมที่ต้องส่งมอบเครื่องดื่มที่มีคุณภาพและรสชาติที่ดีเยี่ยมให้กับผู้บริโภค”

แคมเปญ “เริ่มทุกวันด้วยความสดชื่น..กับมินิทเมต”

แคมเปญการตลาดแบบครบวงจร ‘เริ่มทุกวันด้วยความสดชื่น กับมินิทเมต’ เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม 2556 เป็นต้นไป ด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดที่ต้องการสร้างการรับรู้และการจดจำของแบรนด์ที่รวดเร็วและทั่วถึง และเพิ่มยอดขายด้วยงบประมาณการตลาดกว่า 100 ล้านบาท พร้อมกันนี้ ภายใต้แคมเปญการตลาดแบบครบวงจร ยังได้เปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ที่จะออกฉายทางโทรทัศน์และโรงภาพยนตร์ พร้อมทั้งสื่อโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ วิทยุ และสื่อโฆษณากลางแจ้งและในร้านค้า รวมถึงกิจกรรมการตลาดต่างๆ ทางออนไลน์ และพิเศษสุดกับการดาวน์โหลดเพลงพิเศษของ ‘เจมส์ จิรายุ’ ทางสื่อดิจิทัลและยังมีกิจกรรมแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคทดลองชิมทั่วประเทศ

นอกจากนี้ แคมเปญการตลาดใหม่นี้ ยังสร้างสรรค์โปรโมชันสุดพิเศษในกิจกรรม “**สดชื่นทุกวัน ลุ้นทริปในฝันกับมินิทเมต**” ให้ลูกค้ามินิทเมตร่วมลุ้นเป็นผู้โชคดีรับรางวัลใหญ่ทริปในฝันดวงดาราหนุ่มสุดฮอต ‘เจมส์ จิรายุ’ เทียวสมุย 3 วัน 2 คืน จำนวนทั้งสิ้น 12 รางวัล (รางวัลละ 2 ท่าน) แจกสัปดาห์ละ 1 รางวัล หรือรางวัลที่ 2 ตัวเครื่องบินไป-กลับภายในประเทศจากสายการบินบางกอกแอร์เวย์ไปยัง 8 เส้นทางในฝัน จำนวนทั้งสิ้น 480 รางวัล (รางวัลละ 2 ที่นั่ง) แจกสัปดาห์ละ 40 รางวัล ตั้งแต่วันที่ 1 ถึง 15 เมษายน 2557 ศกนี้ สำหรับผู้ที่สนใจ สามารถติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ทาง www.facebook.com/MinuteMaidPulpyThailand และ www.facebook.com/Nutriboost