

เซ็นทาราเปิดตัวแคมเปญล่าสุด “The Place to Be”



เซ็นทาราเปิดตัวแคมเปญล่าสุด “The Place to Be” เน้นจุดแข็งของคุณค่าครอบครัวแบบไทย สร้างสรรค์ประสบการณ์พักผ่อนที่ไม่เหมือนใคร เพื่อให้สอดคล้องกับการปรับจุดยืนครั้งใหม่ของแบรนด์มุ่งสู่การเป็นจุดหมายในใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ภายใต้ประโยคสละสลวยที่สะท้อนความเป็นตัวตนในแบบที่ไม่เหมือนใคร “Centara - The Place to Be” แคมเปญใหม่นี้มุ่งสื่อสารไปที่ผู้บริโภคและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ทั้งจะปรากฏอยู่ในสื่อการตลาดทุกรูปแบบ ทั้งในสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล รวมถึงช่องทางโซเชียลมีเดียของเซ็นทารา ครอบคลุมมือถือและแพลตฟอร์มออนไลน์

“เซ็นทาราได้ค้นหาคำตอบถึงรากฐานความแข็งแกร่งของแบรนด์ และได้พบว่า โรงแรมของเราเป็นจุดหมายปลายทางที่ผู้คนจดจำและนึกถึงในด้านการท่องเที่ยวที่มีการผสมผสานเอาเอกลักษณ์ความเป็นไทยเข้ากับค่านิยมครอบครัว” วีระยุทธ จิราธิวัฒน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา กล่าว “ความชัดเจนนี้ ก่อตัวขึ้นเป็นเสมือนแกนหลักในทุกสิ่งที่เป็นเซ็นทารา ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัท รูปแบบการบริการไปจนถึงผลิตภัณฑ์และการออกแบบของเรา แต่ที่สำคัญที่สุดคือการมอบประสบการณ์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ให้กับลูกค้าของเราอย่างต่อเนื่อง เราเชื่อว่า แคมเปญใหม่นี้บ่งบอกความเป็นตัวตนของเซ็นทาราได้ชัดเจน น่าสนใจ และยังคงจดจำได้ง่าย”

แคมเปญใหม่นี้เป็นผลจากกระบวนการค้นคว้า ทบทวน สัมภาษณ์ และวิจัยภายใน เพื่อค้นหาเอกลักษณ์ของแบรนด์ซึ่งมีความเป็นตัวตนที่แท้จริง เพื่อนำมาปรับตำแหน่งกลยุทธ์ทางการตลาดของโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราให้ครอบคลุมทั้งจากมุมมองของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นแขก พันธมิตรทางธุรกิจ และในสายตาของผู้คน ซึ่งกระบวนการคิด กลั่นกรองภายในดังกล่าวทำให้ได้ภาพที่ชัดเจนขึ้นว่า สิ่งที่เซ็นทาราโดดเด่นเป็นที่จดจำคือ คุณค่าความเป็นครอบครัวแบบไทย ความรู้สึกที่ได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่น และเป็นส่วนหนึ่งกับที่ที่เราอยู่ โดยประสบการณ์ที่โดดเด่นเมื่อแขกได้เข้าพักกับเซ็นทาราคือ การได้รับการดูแลและแบ่งปันเสมือนเป็นหนึ่งในครอบครัว โรงแรมและรีสอร์ทของเราถูกสร้างสรรค์ขึ้นบนพื้นฐานของคุณค่าเหล่านี้ที่เรายึดถือเป็นหลักปฏิบัติ อีกทั้งยังได้รับแรงบันดาลใจจากประสบการณ์ที่จะช่วยให้ผู้เข้าพักเกิดความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของที่แท้จริง ไม่ว่าจะเลือกพักกับเซ็นทาราเพื่อพักผ่อนกับครอบครัว หรือต้องการบรรยากาศโรแมนติกแบบคู่รัก เดินทางเพื่อการทำงาน สรรหาที่สำหรับรับประทานอาหาร เติมฉลองในโอกาสพิเศษ หรือต้องการพบปะเพื่อธุรกิจ เซ็นทาราคือทุกจุดหมายที่จะอยู่ในใจของคุณ หรือ “The Place to Be” ประโยคนี้ในแคมเปญใหม่จะไม่ถูกใช้แค่ในช่องทางโฆษณาและสื่อสารนับจากนี้เท่านั้น แต่ยังคงกลายเป็นแก่นแท้ของแบรนด์เซ็นทาราซึ่งจะคงอยู่ต่อไปอีกยาวนาน

“ครั้งนี้เรามีจุดประสงค์ที่จะปรับจุดยืนของแบรนด์เพื่อให้สะท้อนบุคลิกและความโดดเด่นที่แท้จริงโดยดึงเอาความเป็นเซ็นทาราออกมาสื่อสารให้ได้มากที่สุด แคมเปญใหม่จะช่วยทำให้แบรนด์มีความทันสมัยมากขึ้น และเชื่อว่าจะเชื่อมโยงเรากับลูกค้าได้อย่างดีขึ้นไปอีก มันเป็นสิ่งสำคัญที่จุดยืนของเราได้ถูกตีความหมายออกมาได้เรียบง่ายแต่น่าจดจำ ทั้งยังสื่อความหมายได้อย่างตรงกับสิ่งที่เราอยากมอบให้กับลูกค้า ‘The Place to Be’ เป็นคำที่กลั่นออกมาจากปรัชญา รากเหง้าของเซ็นทารา ที่บอกถึงความอบอุ่น จริงใจ และบริการที่ใส่ใจ รวมถึงการสร้างสรรคส์สภาพแวดล้อมที่ผู้คนมาเยือนแล้วจะได้รับความสบายใจ และรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับจุดหมายปลายทางที่เซ็นทารา” ทอม ทรัสเชลล์ รองประธานฝ่ายแบรนด์ การตลาดและดิจิทัล โรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทารา กล่าว

พร้อมกันนี้ เซ็นทารายังได้ปรับโฉมแบรนด์หลัก 2 แบรนด์ ได้แก่ เซ็นทารา แกรนด์ และ เซ็นทารา เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างโรงแรมที่ใช้แบรนด์ทั้งสองออกจากแบรนด์เซ็นทาราหลักของกลุ่ม และเพื่อปรับภาพลักษณ์ให้มีความทันสมัยและสะท้อนบุคลิกของแบรนด์ได้ดียิ่งขึ้น โดยโลโก้ใหม่ของสองแบรนด์จะเริ่มใช้ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมทั้งเซ็นทารายังเตรียมที่จะเปิดตัวแบรนด์ใหม่ล่าสุดที่วางตัวไว้ในระดับหรูหรามีเมียมในต้นปี 2563 ที่จะถึงนี้

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาเยี่ยมชมเว็บไซต์ centarahotelsresorts.com