

แบรนด์ทุ่ม 70 ล้าน ส่ง “แบรนด์รังนกแท้ สูตรผสม โสมใหม่” แจ้งเกิด



แบรนด์ ทุ่ม 70 ล้าน ส่ง “แบรนด์รังนกแท้ สูตรผสมโสมใหม่” แจ้งเกิด

ส่ง ดิงลี่ – ญาญา ขยายฐานกลุ่มสูงวัย มั่นใจกวาดรายได้ทะลุเป้า

แบรนด์ ทุ่ม 70 ล้าน ส่ง “แบรนด์รังนกแท้สูตรผสมโสมใหม่” ลงตลาดอาหารเสริม ต่อยอดความสำเร็จจากแคมเปญ the eternal proof ในปีที่แล้ว โดยมี 2 ชูป’ตาร์ของเอเชีย ดิงลี่-ญาญา ที่มาคอนเฟิร์มกับแคมเปญใหม่ “60 ยังทำได้ แคใส่ใจตัวเอง ต้มแบรนด์รังนกแท้ สูตรผสมโสมทุกวัน” หวังปลุกแรงบันดาลใจให้คนหันมาดูแลตัวเองตั้งแต่วันนี้ หวังให้เป็นหัวหอกสำคัญสร้างการเติบโตขึ้นอีก 10 % และครองแชมป์ผู้นำเครื่องต้มรังนกสำเร็จรูปยอดขายอันดับ 1 ในไทยและฮ่องกง

นายตุลย์ วงศ์ศุภสวัสดิ์ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า “จากความสำเร็จอย่างดีเยี่ยมของแคมเปญ ในปีที่แล้ว ด้วยการใช้ 2 ชูป’ตาร์ตลอดกาลแห่งเอเชีย ได้แก่ หลีเหลียงเหว่ย หรือ ดิงลี่ และ ญาญา-อุรัสยา เสปอร์บันด์ มาช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย ให้หันมาดูแลตัวเองมากขึ้น ทำให้ปี 2016 แบรนด์รังนกแท้มีอัตราการเติบโตที่ดีมาก มาในปี 2017 แบรนด์รังนกแท้ได้ต่อยอดความสำเร็จและต่อยอดความเป็นผู้นำในตลาดด้วยยอดขายอันดับ 1 ทั้งในไทยและฮ่องกง ด้วยการเปิดตัว “แบรนด์รังนกแท้ สูตรผสมโสม” ที่มาพร้อมกับแคมเปญ “60 ยังทำได้ แคใส่ใจตัวเอง ต้มแบรนด์รังนกแท้ สูตรผสมโสมทุกวัน” เราต้องการที่จะขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มผู้ชายและผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 40 – 60 ปี ที่ต้องการให้ตัวเองดูอ่อนเยาว์และดูดีอยู่เสมอ สามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้ไม่ต่างจากคนวัยหนุ่มสาว ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังในการซื้อสูงและต้องการการดูแลสุขภาพ โดยสอดคล้องกับเทรนด์ของประเทศไทยที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยโดยสมบูรณ์ (Aged Society)” สำหรับนโยบายทางด้านการทำการตลาดด้วยแผนการตลาดเชิงรุก เชื่อว่าจะสามารถทำได้ตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างแน่นอน สำหรับกลยุทธ์ที่วางไว้ เช่น การเปิดตัว ดิงลี่หรือ หลี เหลียง เหว่ย และ ญาญา – อุรัสยา 2 ชูปเปอร์สตาร์มาเป็น Brand Ambassador จะได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มเป้าหมายเช่นเคย ดิงลี่เป็นชูปเปอร์สตาร์ตลอดกาลของเอเชียวัย 60 กว่าปี ที่ยังดูหนุ่มแน่นและแข็งแรงอยู่เสมอไม่ว่าเวลาจะผ่านไปนานแค่ไหน เพราะดิงลี่ใส่ใจดูแลสุขภาพร่างกายเป็นอย่างดีและทำกิจกรรมต่างๆ เช่น ว่ายน้ำ ซี่ม่า เล่นไอซ์สเก็ต ได้ไม่แพ้คนหนุ่มสาว ส่วน ญาญา-อุรัสยา นางเอกในดวงใจของเราตลอดกาลที่มีความสดใส น่ารัก มากความสามารถ เช่นกัน สำหรับงบการตลาดในแคมเปญนี้อยู่ที่ 70 ล้านบาท ปูพรมกิจกรรมการตลาดครบวงจรทั้ง Below และ Above the Line เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง ซึ่งบริษัทมั่นใจว่าการเปิดตัวในครั้งนี้จะสามารถสร้างการเติบโตได้ถึง 10 % ตาม

เป้าที่ตั้งไว้อย่างแน่นอน ซึ่งในปี 2016 แบรินด์รังนกแท้มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงถึง 60 % จากมูลค่าตลาดรวม เครื่องดื่มรังนกสำเร็จรูปซึ่งอยู่ที่ 4,500 ล้านบาท

สื่อมวลชนต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ คุณคณิงนิตย์ และคุณนิรมล โทร. 02-718-3800