

# แบรนด์วีต้าเบอร์รี่ เปิดตัว แคมเปญ “รวมเซเลบออนไลน์”



ดึงเหล่าเซเลบรุ่นใหม่ที่กำลังมาแรงในโลกโซเชียลชวนดูแลดวงตา

แบรนด์วีต้าเบอร์รี่ เปิดตัวแคมเปญการตลาดแนวใหม่ “รวมเซเลบออนไลน์” สร้างกระแสในสังคม ดึง 6 เซเลบรุ่นใหม่ที่กำลังมาแรงในโลกโซเชียลทั้ง อีเจ็บบลิวบด่วน, Jay the rabbit, น้องมายด์, ชำบันทิกของตุ๊ด, พ่อบ้านใจกล้า และยูโร เซอบัว มายา ออกมากระตุ้นให้คนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ติดจอให้หันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพตา และเตือนให้ทุกคนต้องดูแลดวงตา ผ่านมิวสิควิดีโอเพลงอยู่หน้าจอจากวีต้าเบอร์รี่ อิงพฤติกรรมผู้คนทั่วไปที่อยู่หน้าจอเป็นเวลานานมากกว่า 7.2 ชั่วโมงต่อวัน ให้หันมาดูแลสุขภาพตาและดีมีวีต้าเบอร์รี่ พร้อมแนะนำให้ใช้หน้าจอและอุปกรณ์ gadget ต่างๆแต่พอดี เผยเป็นแคมเปญใหญ่ส่งท้ายปีของวีต้าเบอร์รี่ หวังเร่งยอดขายโต 10% ก่อนสิ้นปี

นางสาวพุดตาน พงศ์พัฒนาไพบูลย์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายแบรนด์วีต้าเบอร์รี่ เปิดเผยว่า จากพฤติกรรมการติดจออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ถึง 7.2 ชั่วโมงต่อคนต่อวันโดยเฉลี่ยของคนไทยในยุคนี้ ไม่ว่าจะเป็นจอเครื่องมือสื่อสารต่างๆ จอทีวี จอคอมพิวเตอร์ เป็นสาเหตุสำคัญที่อาจทำให้ดวงตามีโอกาสเสี่ยงที่จะเกิดความผิดปกติได้ เพราะเมื่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเมื่ออยู่หน้าจอเป็นเวลานานมักจะมีอาการเกร็งตา หรือลึ้มกระพริบตา ทำให้มีอาการตาล้า พร่า หรือเบลอได้ นอกจากนี้ยังพบว่าพวกเขายังละเลยที่จะดูแลสุขภาพตาให้มีความสุขดีอยู่เสมอ เพราะยังไม่เห็นความจำเป็น ด้วยสาเหตุดังกล่าวข้างต้น แบรนด์วีต้าเบอร์รี่จึงได้สร้างปรากฏการณ์ครั้งใหม่ ด้วยการรวมตัวเหล่าเซเลบออนไลน์เจ้าของเพจชื่อดังที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็น เจ็บบลิวบด่วน คุณชำบันทิกของตุ๊ด น้องมายด์เน็ตไอดอล พ่อบ้านใจกล้า ยูโรเซอบัวมายากลุ่มหมาเซเลบ และคุณถ่าย Jay the rabbit มาเป็นหัวหอกปลุกกระแสเตือนให้คนหันมาดูแลสุขภาพตา ผ่าน มิวสิควิดีโอ ประกอบเพลง “อยู่หน้าจอจากวีต้าเบอร์รี่” นับเป็นการสร้างการรับรู้และจดจำได้เป็นอย่างดี รวมทั้งตอกย้ำว่าในแต่ละวันเราใช้สายตากับจอต่างๆ เฉลี่ยมากถึง 7.2 ชั่วโมงต่อวันเลยทีเดียว ซึ่งสามารถรับชมได้พร้อมกันผ่านสื่อออนไลน์ได้ตั้งแต่วันนี้ ผ่าน<https://www.facebook.com/BrandsVeta>

สาเหตุที่เลือกเซเลบออนไลน์มาร่วมทำ MV ซึ่งนับเป็นการรวมตัวของเซเลบคนดังมากที่สุดครั้งแรกเพราะแต่ละคนมีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้มีคนติดตามเพจเป็นจำนวนมาก เพจอีเจ็บบลิวบด่วน เพจที่มีผู้ติดตามเป็นอันดับหนึ่งกว่า 1.3 ล้านคน ที่พูดคุยเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในเมืองไทย เพจคุณชำบันทิกของตุ๊ด เป็นอีกคนที่ดังมากในโลกออนไลน์เมืองไทย ในฐานะของผู้เขียนเล่าเรื่องต่างๆ ในชีวิตประจำวันที่มีสำนวน และสไตล์การ

เล่าที่สนุกสนานเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และเป็นประโยชน์กับผู้อ่าน น้องมายด์เน็ตไอดอล เน็ตไอดอลวัยรุ่นสุดฮอต แห่งยุค มีผลงานมากมายทั้งโฆษณา นิตยสาร เอ็มวี ละคร และภาพยนตร์มากมายให้ติดตาม พ่อบ้านใจกล้า เพจ เปิดใจคุณพ่อบ้านและสามีว่าคิดอย่างไร มีความเห็นอย่างไรจากใจพ่อบ้านตัวจริง เสมือนเป็นกระบอกเสียงให้กับ ผู้ชายทั่วประเทศ ยูโรเซอบัวมายากลุ่มหมาเซเลบ เพจดังในกลุ่มคนที่หลงรักสุนัขจนถอนตัวไม่ขึ้น กับแอดชั่นภาพ ฟิล์มเดี่ยวแสนรักพร้อมคำบรรยายภาพกวนๆ ฮาๆ ทำให้อมยิ้มทุกครั้งที่ได้อ่าน และคุณถ่าย Jaytherabbit กับ การ์ตูนการ์ตูนแรกเตอร์ กระจายข่าวแก้มแดงหน้าตากวนๆ มาใส่ในหัวข้อที่ได้รับความสนใจในสังคมทำให้ได้รับความ สนใจและนำไปแชร์ต่อเป็นจำนวนมาก นอกจากแต่ละเพจจะมีคนติดตามมากมายแล้ว ที่สำคัญแต่ละคนก็มี พฤติกรรมการใช้จอต่างๆ หลายชั่วโมงต่อวันซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแคมเปญที่ต้องการกระตุ้นให้คนหัน มาดูแลดวงตา และคุณสมบัติสำคัญของสินค้าที่มีสารแอนโทไซยานินจากผลไม้ตระกูลเบอร์รี่ มีวิตามิน A สูง ช่วยใน การมองเห็น

สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดของแคมเปญนี้ แบรินด์วีต้าเบอร์รี่เน้นสร้าง engagement กับผู้บริโภคและกระตุ้นให้ คนดูแลดวงตาด้วยการใช้จอแต่พอดี พักสายตาบ้าง และดูแลดวงตาด้วยแบรินด์วีต้าเบอร์รี่ในกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั้งวัย รุ่น วัยเรียน และวัยทำงานที่มีไลฟ์สไตล์ติดจอ รวมทั้งผู้ใช้ชีวิตออนไลน์อย่างกว้างขวาง โดยให้กลุ่มเซเลบออนไลน์ ที่คนติดตามเรื่องราวของพวกเขาผ่านเครื่องมือสื่อสารต่างๆอยู่แล้วมาเป็นคนเตือนให้ทุกคนที่กำลังใช้สายตากับหน้า จออยู่ตอนนี้มาหันมาดูแลดวงตา โดยเน้นไปที่แคมเปญออนไลน์เพราะเป็นช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

สื่อมวลชนต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

บริษัท คอมมูนิเคชั่น แอนด์ มอร์ จำกัด คุณคณิงนิตย์ โทร. 02-718-3800