

แบรนด์ เจนยู ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ เปิด แคมเปญ “แบรนด์เจนยู...คิดเร็ว ใช้สมองจ่ายแทน เงิน”



แบรนด์ เจนยู ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ เปิดแคมเปญ “แบรนด์เจนยู...คิดเร็ว ใช้สมองจ่ายแทนเงิน” เน้นการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคกับสินค้า

“แบรนด์ เจนยู” สินค้าไฮไลท์ของคนวัยทำงานรุ่นใหม่ เผยที่ผ่านมาได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้บริโภค และเพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงครึ่งปีหลัง เปิดตัวแคมเปญใหม่ “แบรนด์เจนยู...คิดเร็ว ใช้สมองจ่ายแทนเงิน” ดึงบอย - ปกรณ์ ฉัตรบริรักษ์ The Icon เป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราว เผยกลยุทธ์การตลาดเน้นการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค ผ่านกิจกรรมต่างๆที่แบรนด์เจนยูจัด พร้อมสื่อสารให้ตรงกับไลฟ์สไตล์ ด้วยภาษาที่สนุก เข้าใจง่าย ใช้สมอง คิดเร็ว จับใจ กับการเล่นเกมคิดเร็ว ผ่าน www.genU.co.th โดยผู้เล่นจะต้องตอบคำถามให้ถูกในเวลาที่กำหนด จะได้รับรางวัลกินฟรี ส่งตรงถึงบ้านหรือที่ทำงานโดยไลน์แมน พร้อมแจกรางวัลมากถึงวันละ 100 รางวัล จากร้านอาหารชื่อดัง ถึง 31 ร้าน ตลอดเดือนสิงหาคมนี้

นางสาวพุดตาน พงศ์พัฒนาไพบูลย์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท แบรนด์ ชันโทรี (ประเทศไทย) จำกัด ผู้นำด้านอาหารเสริมสุขภาพของเมืองไทย กล่าวถึงผลิตภัณฑ์แบรนด์ เจนยู ไฮไลท์ ที่มีสารจินเซนโนไซด์ เจนโปร สารสกัดจากโสม ผสมน้ำผึ้งพร้อมวิตามินบี 12 มีส่วนช่วยในการทำงานของระบบประสาทและสมอง ทั้งยังหอม น้ำผึ้ง ต้มง่าย และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในครึ่งปีแรกของปี 2560 แบรนด์ เจนยู มีอัตราการเติบโตที่ดีมาก

เพื่อเป็นการตอบแทนลูกค้าและกระตุ้นยอดขายในช่วงครึ่งปีหลัง บริษัทฯจึงได้เปิดแคมเปญใหม่ล่าสุด “แบรนด์ เจนยู...คิดเร็ว ใช้สมองจ่ายแทนเงิน” เพื่อสื่อสารถึงประโยชน์ของแบรนด์เจนยูโดยเปลี่ยนวิธีการสื่อสารกับผู้บริโภค จากเดิมที่ออกมาพูดกับผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว เปลี่ยนมาเป็นการสร้างประสบการณ์ (experience) กับผู้บริโภคให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่แบรนด์ เจนยูจัดขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคได้สนุกไปกับแบรนด์ เจนยู เกิดความรักในตัวสินค้า ช้อปสินค้า มาทดลองดื่ม และเป็นลูกค้าตัวจริงของเราในที่สุด

จับมือกับไลน์แมน จับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่

“แบรนด์ เจนยู...คิดเร็ว ใช้สมองจ่ายแทนเงิน” มีกลุ่มเป้าหมายอยู่ที่คนรุ่นใหม่ช่วงวัยทำงาน อายุระหว่าง 25-35 ปี

(First jobber และ Young adult) ซึ่งปัจจุบันคนรุ่นใหม่มีไลฟ์สไตล์เปลี่ยนไปจากเดิมมาก ดังนั้นการสื่อสารกับคนกลุ่มนี้จำเป็นต้องสื่อสารในภาษาเดียวกันคือ ต้องสนุก เข้าใจง่าย และไม่เครียด เนื่องจากในช่วงเวลาของการทำงานก็เครียดอยู่แล้ว ต้องใช้สมองในการทำงาน ฉับไว คิดเร็ว และเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ ดังนั้นในช่วงเวลาพักหรือหลังเลิกงานจึงต้องการกิจกรรมที่สนุก ชิคและคูล แบรรนด์ เจนยูมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ว่าชอบอะไร อะไรกำลังฮิต อินเทอร์เน็ต สำหรับคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสนใจในเรื่องของอาหารที่ติดอันดับ Top Three ที่มีการพูดถึงกันมากที่สุดในกลุ่มคนกลุ่มนี้ เราจึงได้จับมือกับไลน์แมน (LINE MAN) ผู้บริการส่งอาหาร (Food delivery) ที่กำลังมาแรงในกลุ่มผู้บริโภคในขณะนี้ เพื่อสนับสนุนแคมเปญ “แบรรนด์ เจนยู..คิดเร็ว ใช้สมองจ่ายแทนเงิน” ในการจัดส่งอาหารให้กับผู้ที่ชนะในการเล่นเกมกับ แบรรนด์ เจนยู

สำหรับผู้บริโภคทั่วไปสามารถเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวได้ โดยเล่นเกมตอบคำถามผ่าน www.genU.co.th ตอบถูกในเวลาที่กำหนด ผู้ชนะจะได้รับรางวัลเป็นอาหารฟรี จำนวนวันละ 100 รางวัล มูลค่า 500 บาท จากร้านอาหารดัง 31 ร้านที่ร่วมรายการ อาทิ ร้านไก่ทอดเจ๊กี้ ข้าวหมูแดงหมูกรอบนายไชเตาปูนแมนชั่น หมูทอดเจ๊จิง คริวเจ๊จ้อ เป็นต้น ซึ่งจะมีการเปลี่ยนร้านอาหารต่างๆ ไปในแต่ละวัน และจะมีการแสดงเมนูให้ผู้ร่วมสนุกเห็นเมื่อเข้าสู่เว็บไซต์ก่อนเล่นเกม โดยรางวัลที่ได้รับจะถูกจัดส่งถึงผู้ชนะในวันถัดไป ทั้งนี้ผู้ร่วมสนุกสามารถเล่นเกมได้ 3 ครั้ง/วัน แต่ผู้ได้รับรางวัลไปแล้วจะไม่มีสิทธิ์ได้รางวัลซ้ำอีก

หุ่ม 30 ล้านจัดกิจกรรมและสื่อสารการตลาด กระตุ้นยอดขายครึ่งปีหลัง

“บริษัทฯ เตรียมงบประมาณทางการตลาด สำหรับเดือนที่มีกิจกรรมดังกล่าว และกระตุ้นยอดขายให้เติบโตต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีหลัง ถึง 30 ล้านบาท สำหรับสร้างการรับรู้ประโยชน์สินค้าในวงกว้างทั้ง Online และ Offline ด้วยการบูรณาการกิจกรรมการตลาด โดยมี The Icon บอย-ปกรณ์ ฉัตรบริรักษ์ เป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราว พร้อมโปรโมทแคมเปญ “แบรรนด์ คิดเร็ว ใช้สมองจ่ายแทนเงิน” โดยมีภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ และสื่อสนับสนุนอื่นๆ อาทิ Facebook, YouTube ซึ่งคาดว่าจะสามารถกระตุ้นยอดขายในครึ่งปีหลังให้เติบโตตามเป้าหมายได้” นางสาวพุดตาน กล่าวในท้ายสุด

***สื่อมวลชนต้องการข้อมูลเพิ่มเติม สอบถามรายละเอียดที่ บริษัท คอมมูนิเคชั่น แอนด์ มอร์ จำกัด

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ โทรศัพท์ 086 403 9593 หรือ 0-2718-3800 ต่อ 131