

“โอเลย์” ผNIKกำลัง “ช้อปปี” ขยายตลาดอีคอมเมิร์ซ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จัดแคมเปญ Adult Fearlessly มุ่งเป้าผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล



เพื่อมอบพลังให้หญิงสาวก้าวเข้าสู่วัยผู้ใหญ่อย่างมั่นใจ โอเลย์ (Olay) แบนด์ผลิตภัณฑ์สกินแคร์ในเครือบริษัทพีแอนด์จี (P&G) ได้จับมือกับ ช้อปปี (Shopee) ผู้นำอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และไต้หวัน เปิดตัวแคมเปญ Adult Fearlessly ที่มุ่งเป้าเข้าถึงและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคที่โตมาพร้อมเทคโนโลยีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อช่วยให้หญิงสาวยุคมิลเลนเนียลข้ามผ่านความท้าทายของการเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ และลงทุนเลือกผลิตภัณฑ์สกินแคร์ที่ดีที่สุดให้ตัวเอง แคมเปญ #adultfearlessly จะจัดผ่านทางช้อปปีเท่านั้นใน 6 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย และเวียดนาม

ความร่วมมือครั้งที่สองระหว่างโอเลย์กับช้อปปีต่อยอดมาจากความสำเร็จของแคมเปญเปิดตัวผลิตภัณฑ์ Retinol 24 เมื่อเดือนเมษายน โดยแคมเปญดังกล่าวทำยอดขายสูงกว่าเป้าเกือบสองเท่า อันเป็นผลมาจากกลยุทธ์การตลาด Hyperlocal ของโอเลย์และช้อปปี ที่ช่วยให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สำหรับแคมเปญใหม่ล่าสุด Adult Fearlessly ตั้งเป้าเร่งขยายตลาดอีคอมเมิร์ซของโอเลย์ด้วยแคมเปญดิจิทัลที่ใช้เครื่องมือการตลาดของช้อปปีและฟีเจอร์ดึงดูดลูกค้าอย่าง Shopee Live และ Shopee Games

ผลการสำรวจผู้บริโภคกว่า 16,000 คนทั่วเอเชียแปซิฟิกพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล 58% เลือกแบรนด์สินค้าโดยได้รับอิทธิพลจากคลิปวิดีโอออนไลน์ ซึ่งรวมถึงแบรนด์ความงามและสกินแคร์ [1] ด้วยเหตุนี้ โอเลย์จึงจับมือกับ

ข้อปรีสร้างคอนเทนต์วิดีโอ “Fearless with your choices” (กล้าเปย์เพื่ออนาคตผิว) เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย นั่นคือหญิงสาวยุคมิลเลนเนียล

“เราโฟกัสไปที่ผู้บริโภคที่กำลังพยายามผสมผสานไลฟ์สไตล์ของตัวเองกับความต้องการของผิว” ลูซี่ โมราน ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายอีคอมเมิร์ซประจำเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ของ Olay and Personal Care กล่าว

“ในฐานะแบรนด์ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าชั้นนำของโลก เราเดินทางสร้างสรรค์และพัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง อีคอมเมิร์ซได้เข้ามาพลิกโฉมการค้าจากออฟไลน์เป็นออนไลน์ และเรามีโอกาสเติบโตอีกมากในภาคส่วนนี้ เราจึงใช้โอกาสนี้ขยายช่องทางการเข้าถึงลูกค้าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยการจับมือกับข้อปรีอีกครั้ง เพื่อนำเสนอประสบการณ์การช้อปปิ้งที่น่าสนใจและสะดวกสบายยิ่งขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์ โดยผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของโอเลย์ได้อย่างง่ายดายเพียงปลายนิ้ว”

เอียน โฮ กรรมการผู้จัดการประจำภูมิภาคของข้อปรี กล่าวว่า “สินค้าเพื่อสุขภาพและความงามคือหมวดสินค้ายอดนิยมบนข้อปรี ขณะที่ชีวิตวิถีใหม่ผลักดันให้ผู้บริโภคซื้อหาผลิตภัณฑ์สกินแคร์ผ่านทางออนไลน์กันมากขึ้น เราภูมิใจที่ได้สนับสนุนโอเลย์ในการขยายธุรกิจอีคอมเมิร์ซผ่านแคมเปญนี้ ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภคและฐานผู้ใช้งานกลุ่มมิลเลนเนียลที่เพิ่มขึ้นได้ช่วยสนับสนุนกลยุทธ์ Hyperlocal ของโอเลย์ เพื่อส่งมอบประสบการณ์การช้อปปิ้งออนไลน์ที่ดีที่สุด เรามั่นใจว่าจะช่วยให้แคมเปญของโอเลย์ประสบความสำเร็จอีกครั้งอย่างแน่นอน”

แคมเปญ Adult Fearlessly นำเสนออย่างมีชีวิตชีวาผ่านวิดีโอ “Fearless with your choices” (กล้าเปย์เพื่ออนาคตผิว) ที่มุ่งเปลี่ยนความคิดของหญิงสาวยุคมิลเลนเนียลที่กำลังวิตกกังวลกับการเข้าสู่วัย 30 โดยโอเลย์พยายามแสดงให้เห็นแง่มุมที่ดีของการเป็นผู้ใหญ่เต็มตัว ซึ่งพึ่งพาตัวเองได้และมีอิสรภาพทางการเงิน ทำให้กล้าตัดสินใจลงทุนในผลิตภัณฑ์สกินแคร์ที่มีคุณภาพเยี่ยมและช่วยให้การเป็นผู้ใหญ่ง่ายขึ้น

สามารถรับชมวิดีโอได้ที่ <https://www.youtube.com/watch?v=c2JRLSAAakw>

แคมเปญใหญ่ Olay Super Brand Day จะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 13-15 ตุลาคมนี้ และสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแคมเปญ Adult Fearlessly ได้ที่ https://shopee.co.th/olay_official_shop

อ้างอิง

[1] “What makes Asia?Pacific’s Generation Z different?”, published 29 June 2020 by McKinsey & Company.

เกี่ยวกับพรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบิล

พีแอนด์จี นำเสนอแบรนด์สินค้าที่มีคุณภาพสูงและได้รับความนิยมไว้วางใจให้แก่ผู้บริโภคทั่วโลก ได้แก่ Always(R), Ambi Pur(R), Ariel(R), Bounty(R), Charmin(R), Crest(R), Dawn(R), Downy(R), Fairy(R), Febreze(R), Gain(R), Gillette(R), Head & Shoulders(R), Lenor(R), Olay(R), Oral-B(R), Pampers(R), Pantene(R), SK-II(R), Tide(R), Vicks(R) และ Whisper(R) ทั้งนี้ พีแอนด์จีดำเนินธุรกิจในกว่า 70 ประเทศทั่วโลก สามารถติดตามข่าวสารล่าสุดและดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับพีแอนด์จีและแบรนด์ในเครือได้ที่ <http://www.pg.com>

เกี่ยวกับข้อปรี

Shopee เป็นผู้นำแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และไต้หวัน เปิดตัวครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2558

ใน 7 ตลาดทั่วทั้งภูมิภาค เพื่อเชื่อมต่อผู้ซื้อ ผู้ขาย และภาคธุรกิจ

Shopee ส่งมอบความสะดวกสบาย ปลอดภัย และสร้างประสบการณ์ร่วมกับผู้ใช้งานหลายล้านคนให้มีความเพลิดเพลินกับการเข้าใช้งานบนแพลตฟอร์มของเราในทุกๆวัน ด้วยการนำเสนอสินค้าที่หลากหลาย พร้อมด้วยระบบการชำระเงินและการสนับสนุนด้านโลจิสติกส์ รวมถึงการสร้างความบันเทิงผ่านหลากหลายฟีเจอร์ที่คัดสรรมาเพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้งานในแต่ละตลาดโดยเฉพาะ ขณะเดียวกัน Shopee เข้ามามีส่วนร่วมสำคัญในระบบเศรษฐกิจดิจิทัลระดับภูมิภาค ด้วยมีความมุ่งมั่นในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและแบรนด์สินค้าต่างๆ สามารถบรรลุเป้าหมายและประสบผลสำเร็จได้ในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

Shopee อยู่ในกลุ่มของ บริษัท Sea (NYSE:SE) ผู้นำทางด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อผู้ใช้งานในระดับโลก นอกเหนือจาก Shopee แล้ว Sea ยังมีธุรกิจหลักครอบคลุมทั้งในส่วนดิจิทัล เอนเตอร์เทนเมนต์ ภายใต้ชื่อ การ์รีนา และบริการด้านการเงินแบบดิจิทัลภายใต้ชื่อ ซีมันนี่ Sea มีพันธกิจที่จะมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคและผู้ประกอบการรายย่อยให้ดียิ่งขึ้นด้วยเทคโนโลยีอันล้ำหน้า

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20201005/2939401-1>

คำบรรยายภาพ - ชานการ์ วิศวะนาธาน รองประธานอาวุโสฝ่ายปฏิบัติการการตลาดประจำมาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม และฝ่ายอีคอมเมิร์ซประจำเอเชียแปซิฟิก ตะวันออกกลาง และแอฟริกา บริษัทพีแอนด์จี และ เอียน โฮ การรรมการผู้จัดการประจำภูมิภาคของซ้อปปี