

โฮมโปร Lunch หนังสือโฆษณาตัวใหม่ ตอบโจทย์ผู้ บริโภคยุค 4.0 “อุ่นใจทุกเรื่องบ้านด้วยหลากหลาย ช่องทาง”



โฮมโปร Lunch หนังสือโฆษณาตัวใหม่ ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุค 4.0 “อุ่นใจทุกเรื่องบ้านด้วยหลากหลายช่องทาง” สร้างความสะดอกสบายกว่าเดิม เปลี่ยนมุมมองผ่านถ้อยคำ ‘ขอโทษ ที่เล่นเกินจริง’ และจะตั้งใจให้ทุกอย่างดีกว่าเดิม

โฮมโปร ขอโทษที่เคยฮาร์ดเซลล์ และเล่นใหญ่ สร้างโฆษณาแรกปี 62 เปลี่ยนมุมมองผ่านถ้อยคำ ‘ขอโทษ’ และจะตั้งใจให้ทุกอย่างดีกว่าเดิม พร้อมนำเสนอบริการรูปแบบใหม่ ตอบโจทย์ลูกค้า สร้างความสะดอกสบายกว่าเดิม ทั้งข้อปิ้งออนไลน์, Click & Collect, บริการติดตั้ง-จัดส่ง และ Call Center 1284 อยู่ที่ไหนก็ข้อปิ้งเรื่องบ้านได้ทุกวัน ตอกย้ำผู้นำธุรกิจเกี่ยวกับเรื่องบ้านครบวงจรตัวจริง สร้างจุดยืนผู้ให้บริการยุค 4.0 ตามแนวทางการทำงาน ‘ปรับตัว เปลี่ยนแปลง แข็งขัน’

นางสาวสิริวรรณ เสริมชีพ ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายสื่อสารการตลาด บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า “ย้อนกลับไปในยุคที่โทรทัศน์เฟื่องฟู พร้อมๆ กับช่วงเวลาทองของวงการโฆษณาไทย โฮมโปร นับเป็นอีกหนึ่งบริษัท ที่มีการครีเอทโฆษณาขึ้นมาเรื่อยๆ โดยหลักๆ แล้วเราจะเน้นไปที่หัวข้อต้องรีบ-เร่งมาซื้อ, ความครบครัน, ราคาถูก และสิทธิพิเศษ พร้อมสื่อสารผ่านสตอรี่ที่มีความตลก เล่นใหญ่ น่าสนใจ ให้คนเห็นแล้วหยุดดูโฆษณาจนจบ ก่อนจะปิดด้วยการเชิญชวนมาสัมผัสประสบการณ์ซื้อสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ทั้งในสโตร์ และงานอีเว้นท์ต่างๆ แต่ในตอนนี้ โฮมโปรได้ปรับตัว ให้ทันกับยุคดิจิทัล ที่พร้อมให้บริการทุกที่-ทุกเวลา ทำให้การรีบ และเร่งให้มาซื้อ กลายเป็นเรื่องในอดีต ในปีนี้ เราจึงได้ครีเอทโฆษณาขึ้นมาอีกครั้ง ด้วยคอนเซปต์ ‘ขอโทษ’ ที่เล่นเกินจริง ให้ลูกค้ารู้ว่า ‘ตอนนี้’ ไม่จำเป็นต้องรีบและเร่งอีกต่อไปแล้ว”

โฆษณาแรกในปี 2562 มีคอนเซปต์ที่ไม่เหมือนใคร สร้างการรับรู้ถึงช่องทางการบริการใหม่ๆ พร้อมแสดงความตั้งใจผ่านถ้อยคำ ‘ขอโทษ’ และจะ ‘ตั้งใจ’ ให้ทุกอย่างดีกว่าเดิม ด้วยการนำโฆษณาตัวเก่าที่โด่งดัง และคุณค่าของลูกค้า อย่าง Chase, Resident Ghost และ Price That Haunt You มาริเมคใหม่ โดยใช้นักแสดงคนเดิม แต่งตัวแบบเดิม มาเล่นเนื้อหาที่แต่เดิมเล่นกับอินไซด์ผู้บริโภค แต่เมื่อมารับชมอีกครั้ง จะเห็นถึงมุมมองใหม่ที่เล่นใหญ่เกินจริง และฮาร์ดเซลล์เกินไป ทำให้คนต้องเร่งรีบมาแย่งซื้อของทั้งที่ไม่จำเป็น

จะมีเนื้อหาเป็นเรื่องราวของโฆษณาเก่าผสมกัน แต่จะเพิ่มคำขอโทษ พร้อมด้วยการแนะนำการบริการรูปแบบใหม่

ของโฮมโปร ที่ตอบโจทย์ลูกค้าสร้างความสะดวกสบายกว่าเดิม โดยที่ไม่ต้องเร่งรีบ ไม่ว่าจะเป็น บริการช้อปปิ้งออนไลน์ ทั้งทางเว็บไซต์และ Omni Channel ที่สะดวก เลือกซื้อสินค้าและเรียกใช้บริการได้ทุกที่ทุกเวลา บริการ Click & Collect ที่ให้เลือกรับของเองได้ที่สโตร์ทั่วประเทศ บริการติดตั้งและจัดส่ง จากทีมช่างคุณภาพ Home Service ที่พร้อมดูแลคุณถึงบ้าน และสุดท้ายคือ Call Center 1284 ที่ขยายเวลาให้บริการเป็น 24 ชั่วโมง “อุ่นใจทุกเรื่องบ้านด้วยหลากหลายช่องทาง”

“โฆษณาเมื่อสิบปีก่อนอาจดูเป็นสื่อสารที่เก่า แต่สำหรับโฮมโปรแล้ว หากสิ่งนั้นทำให้ลูกค้ารับรู้สิ่งที่ผิด แม้จะเก่าแค่ไหนเราก็ต้องมาสร้างความเข้าใจใหม่ให้ถูกต้อง ที่สำคัญโฆษณาชิ้นนี้ยังช่วยให้ลูกค้ารับรู้ถึงบริการที่เราตั้งใจทำ เพื่อให้ความสะดวกกับพวกเขาอย่างเต็มที่ การเปลี่ยนแปลงนี้จะเป็นการแสดงจุดยืน ว่าโฮมโปรพร้อมเป็นผู้ให้บริการที่ดีในยุค 4.0 ตามแนวทางการทำงาน ‘ปรับตัว เปลี่ยนแปลง แข็งขัน’ พร้อมตอกย้ำความเป็นผู้นำธุรกิจเรื่องบ้านครบวงจรตัวจริง” นางสาวสิริวรรณ กล่าวทิ้งท้าย

Link : <https://www.youtube.com/watch?v=sk3KWWd5GuQ>