

Beauty Buffet ค้นหาที่สุดของ Youtuber จากแคมเปญ “Seventeen Best Pick” สวยไม่ยั้ง รังไม่อยู่ ปรากฏการณ์เม้าท์มอยเรื่องสวยงามบนโซเชียลมีเดีย จาก 17 Youtuber ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรก



ข่าวประชาสัมพันธ์

Beauty Buffet ค้นหาที่สุดของ Youtuber จากแคมเปญ “Seventeen Best Pick” สวยไม่ยั้ง รังไม่อยู่ ปรากฏการณ์เม้าท์มอยเรื่องสวยงามบนโซเชียลมีเดีย จาก 17 Youtuber ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรก

ดร.พีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บีวดี คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) ผู้นำธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิว ภายใต้แนวคิด Live a beautiful life. เปิดเผยว่า จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน เพื่อเข้าใจถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการบริโภคทั้งในด้านไลฟ์สไตล์ รูปแบบสินค้าและบริการที่ต้องการ รวมถึงสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างกับการเล่นอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย โดยหาข้อมูลในการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนั้น พบว่าการรีวิวสินค้าหรือบริการ คือรูปแบบการสื่อสารที่ทรงพลังและเข้าถึงตรงถึงกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นช่องทางที่ทำให้ได้รับรู้กระแสและความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการจากทั่วทุกมุมโลก โดยผู้ใช้เป็นผู้แบ่งปันประสบการณ์ รูปภาพ และวิดีโอให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตัวเอง ความน่าเชื่อถือของข้อมูลจึงเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากมีผลต่อทุกธุรกิจ ช่วยทั้งเพิ่มยอดขายและการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ได้ ผู้บริโภคควรคัดกรองข้อมูลอย่างรู้เท่าทัน รอบคอบ และมีเหตุผล เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุค 4.0 ทางบริษัทจึงจัดแคมเปญ “Seventeen Best Pick” สวยไม่ยั้ง รังไม่อยู่ โดยเปิดโอกาสให้ Youtuber แต่ละคนเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวเอง 1 ชิ้น ในรายการที่กำหนดให้ 17 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งครอบคลุมเกือบทั้งหมดในความต้องการของลูกค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Make-up) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin care) และอุปกรณ์เสริมความงาม (Accessories) และจัดทำมินิรีวิว (Mini REVIEW) แบ่งปันประสบการณ์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือ Preview on FB บอกเล่าเกี่ยวกับแคมเปญและผลิตภัณฑ์ที่เลือก จากนั้นเล่าเรื่องเพื่อสร้างการรับรู้ให้คนติดตามก่อนลงวิดีโอโปรดักชั่น (Video Production) โดย Youtuber แต่ละคนจัดทำวิดีโอโปรดักชั่นกับผลิตภัณฑ์ที่เลือกโพสต์ลงใน Youtube โดยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก อิน스타그램 และทวิตเตอร์ เพื่อให้ผู้ติดตามเข้ามาร่วมชมคลิป โดยคณะกรรมการตัดสินจะพิจารณาจากการนำเสนอข้อมูลและภาพที่บ่งบอกส่วนผสมและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องสำคัญ ตั้งเป้าผู้เยี่ยมชมโครงการดังกล่าว 20 ล้าน

วิว

นอกจากนี้ คณะกรรมการตัดสินจะรวบรวมยอดวิวตั้งแต่วันที่ 8-31 พฤษภาคม 2561 นี้ โดย Youtuber ที่มียอดชมสูงสุดจะได้รับรางวัลพร้อมผู้โชคดีที่ดูคลิป โดยรางวัลชนะเลิศอันดับ 1 มูลค่า 100,000 บาท / ชนะเลิศอันดับ 2 รางวัลละ 50,000 บาท / ชนะเลิศอันดับ 3 รางวัลละ 20,000 บาท รวมมูลค่าทั้งสิ้น 340,000 บาท สามารถติดตามกันได้ที่ www.beautybuffetshop.com

ทั้งนี้ บริษัทฯ กำหนดกลยุทธ์หลักในการดำเนินธุรกิจ ภายใต้นโยบาย Fast & Smart โดยกลยุทธ์การตลาดแบบ O2O (Online to Offline synchronization) ใช้สื่อออนไลน์ทุกแพลตฟอร์มรวมทั้งคน (Influencer) ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงพนักงานทุกระดับเพื่อให้เกิดความผูกพันกับ (Engagement) กับลูกค้าวงกว้าง และเป็นพลังในการสร้างยอดขายให้กับช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ (หน้าร้าน) เด็บโตอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการต่อยอดความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคยอมรับในคุณภาพสินค้าเดิมที่มีอยู่แล้ว และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง เน้นสินค้าที่เป็นอินโนเวชั่นตามเทรนด์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ผลประกอบการเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

รายละเอียดเพิ่มเติมสามารถติดต่อได้ที่ :

ดวงเนตร ชีวะวิชาวาลกุล (เอ๋) 081-9032262/ ศรัณยา หวานสนิท (ต๊ก) โทร 089-600-0870