

ZAFUL แบรินด์แฟชั่นออนไลน์ จัดแคมเปญโฆษณา นอกบ้านสุดยิ่งใหญ่ในฟิลิปปินส์



เมื่อวันที่ 1 ตุลาคมที่ผ่านมา ZAFUL ได้เปิดฉากแคมเปญโฆษณานอกบ้าน (out-of-home : OOH) ครั้งแรกในกรุงมะนิลา โดยมีการจัดป้ายโฆษณาสุดยิ่งใหญ่ทั่วมือง ตั้งแต่ย่านการเงินอย่างมากาตี ไปจนถึงเมืองรอบ ๆ เพื่อแสดงภาพของทัพสินค้าแฟชั่นราคาโดนใจในตลาดฟิลิปปินส์

แคมเปญโฆษณานี้มุ่งเน้นไปที่การสร้างการรับรู้แบรนด์ รวมถึงดึงดูดผู้ซื้อหน้าใหม่ในฟิลิปปินส์ หลังจากที่ได้ร่วมมือกับบล็อกเกอร์สายบิวตี้ชื่อดังอย่าง Michelle DY (อินสตาแกรม @michelledyy) ซึ่งมียอดผู้ติดตาม 2.3 ล้านคนบนช่องทางยูทูป ZAFUL จึงได้เดินหน้าความพยายามครั้งใหม่ในตลาดแห่งนี้ โดย Apollo Jiang ผู้อำนวยการแบรนด์ของ ZAFUL กล่าวว่า “กลยุทธ์การโฆษณานอกบ้านถือเป็นก้าวแรกของเราในการเปิดฉากแคมเปญโฆษณาแบบออฟไลน์ หลังจากที่ได้เข้ามาทำตลาดฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ ZAFUL วางแผนที่จะจัดงานอีเวนต์อื่น ๆ อีกเพื่อให้แบรนด์สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ได้”

นับตั้งแต่เดือนกันยายนปีที่แล้ว ZAFUL ได้ยกให้ฟิลิปปินส์เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญที่สุดในกลยุทธ์การตลาดระดับโลก

ซึ่งหลังจากนั้นเพียงสี่เดือน หรือในวันที่ 1 มกราคมปีนี้ ZAFUL ได้สร้างเว็บไซต์อย่างเป็นทางการเพื่อมอบบริการสุดเอ็กซ์คลูซีฟให้กับลูกค้าในฟิลิปปินส์โดยเฉพาะ ปัจจุบันแบรนด์กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในฟิลิปปินส์ โดยจะเห็นว่านับตั้งแต่เดือนกันยายนของปีนี้ ตัวเลขของผู้ใช้งาน ZAFUL เพิ่มขึ้นแตะ 3 ล้านคน นอกจากนี้ ยอดขายของ ZAFUL ยังพุ่งขึ้นอย่างรวดเร็วในฟิลิปปินส์ ด้วยอัตราการขยายตัวมากกว่า 1320% เมื่อเทียบรายปีในช่วงสามไตรมาสที่ผ่านมา

Samuel Xie ผู้จัดการฝ่ายการดำเนินงานของ ZAFUL กล่าวว่า “การปรับแบรนด์ให้เข้ากับตลาดท้องถิ่นคือเป้าหมายการดำเนินงานของเราในฟิลิปปินส์ ซึ่งการปรับเว็บไซต์อย่างเดียวยังคงไม่เพียงพอ ดังนั้น เพื่อเป็นการปรับบริการส่งสินค้าให้เหมาะสมกับตลาดท้องถิ่น ในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ เราจึงได้ร่วมมือกับบริษัทขนส่งภายในประเทศอย่าง Ninja และสร้างโกดังเก็บสินค้าในกรุงมะนิลา ส่วนในอนาคตนั้น เราวางแผนที่จะสร้างทีมงานท้องถิ่น เพื่อเข้าถึงตลาดฟิลิปปินส์ให้มากกว่าเดิม”

ด้วยความที่ผู้ใช้งานในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กว่า 90% สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ได้ โทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ตจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของกลุ่มคนรุ่นใหม่มากขึ้น ZAFUL จึงหวังที่จะใช้ประโยชน์จากยุคดิจิทัลเพื่อสร้างส่วนแบ่งการตลาดของแบรนด์ โดยปัจจุบัน แอปพลิเคชัน ZAFUL APP พุ่งขึ้นติดอันดับ 7 ในกลุ่มแอปพลิเคชันช้อปปิ้งทั้งในระบบ iOS และ Google Play และคาดว่า ส่วนแบ่งการตลาดของ ZAFUL APP จะเติบโตขึ้นต่อเนื่องในฟิลิปปินส์ อันเป็นผลมาจากกลยุทธ์การโฆษณาออกบ้านใหม่ล่าสุดนี้

เกี่ยวกับ ZAFUL

ZAFUL ก่อตั้งขึ้นในปี 2557 ด้วยความมุ่งมั่นที่จะส่งมอบสินค้าแฟชั่นที่คุ้มค่าคุณภาพให้กับกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั่วโลก ในปี 2562 นี้ ZAFUL ติดอันดับที่ 23 ในการจัดอันดับ 50 แรนด์ส่งออกยอดเยี่ยมของจีน โดย BrandZ ซึ่งเป็นฐานข้อมูลแบรนด์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก นับตั้งแต่ก่อตั้งจนถึงปัจจุบัน ZAFUL มีผู้ลงทะเบียนใช้งานแล้วกว่า 10 ล้านคน และมียอดผู้ใช้งานเฉลี่ย 18 ล้านคนต่อเดือน ซึ่งเป็นผู้บริโภคในกว่า 180 ประเทศ ทั้งนี้ วิสัยทัศน์ของ ZAFUL คือการก้าวขึ้นเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมแฟชั่นออนไลน์

ติดต่อ

event@zaful.com

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20191017/2613947-1>

คำบรรยายภาพ: ZAFUL เปิดตัวแคมเปญโฆษณาออกบ้านครั้งแรก มุ่งเจาะตลาดฟิลิปปินส์โดยเฉพาะ