

ก้าวสำคัญเพื่อลูกน้อย

Mom's club X 9.9

Campaign 9.9 ของ Shopee นับเป็น 1 ในแคมเปญที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของปี ทีมของพวกเราเล็งเห็นโอกาสที่จะดึงดูดกลุ่มคุณแม่ลูกอ่อนที่ไม่เคยช้อปปิ้งออนไลน์ เข้าสู่ Shopee Mom's Club ผ่านกิจกรรมดังนี้

1. Shopee Everywhere

Shopee จะ partner กับเว็บไซต์การเลี้ยงดูลูก โดยจะขึ้นสินค้าแนะนำสำหรับคุณแม่มือใหม่พร้อมทั้งมี QR Code ให้สแกนเพื่อดาวน์โหลดแอป Shopee และแลกรับส่วนลด 19% เพื่อกระตุ้นให้เกิด impulse purchase

Objective:

สร้าง top of mind awareness ให้กับคุณแม่ที่ไม่เคยซื้อสินค้าใน Shopee และเป็นการเพิ่มยอด download แอป Shopee ไปในตัว

Rationale:

เว็บไซต์การเลี้ยงดูลูกเป็นหนึ่งในสื่อที่คุณแม่มือใหม่เข้าไปอ่านและติดตามมากที่สุด จากผลสำรวจพบว่า 66% ของคุณแม่เข้าเว็บไซต์เหล่านี้เป็นประจำ รวมถึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ปัจจุบัน Shopee ยังไม่มี presence มากเท่ากับช่องทางอื่นๆ เป็นการส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายเจอ Shopee ในทุก ๆ ที่ที่คุณแม่ใช้เวลาเป็นส่วนมาก ทำให้เห็น Shopee อยู่ตลอดเวลา

2. Shopee Shogi on Tour

ในช่วงระยะกิจกรรม Shopee จะจัดบูธกิจกรรมเอาใจลูกน้อย ณ โรงพยาบาลที่เป็น partner กันในปัจจุบัน เช่น โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาล BNH และโรงพยาบาลสมิติเวช โดยบูธที่จัดจะมี Shogi เป็น mascot ที่ดึงดูดความสนใจจากคุณแม่และลูกน้อย Shogi จะทำหน้าที่ดำเนินกิจกรรม เช่น เป่าลูกโป่ง เสนอสินค้าและโปรโมชันให้คุณแม่ซื้อ

Objective:

ขยายกลุ่มลูกค้า โดยการ convert จาก offline to online และเพิ่ม brand recognition กับทั้งคุณแม่และลูกน้อย

Rationale:

โรงพยาบาลเป็นช่องทางที่ Shopee สามารถ direct reach กลุ่มคุณแม่และลูกน้อยได้โดยตรง ทั้งยังเป็นพื้นที่ที่คุณแม่และลูกน้อยต้องใช้เวลาพอสมควรในการไปแต่ละครั้ง กิจกรรมนี้จะทำให้ลูกน้อยคุ้นชินกับ Shogi และสามารถ influence คุณแม่ได้ในภายภาคหน้า อ้างอิงจากเว็บไซต์ marketeeronline ลูกจะเริ่มมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของคุณแม่กลุ่มที่มีลูกวัย 3-6 ปี การจัด Shopee Shogi on Tour ถือเป็นอีกหนึ่งโอกาสในเอาใจและทำให้ลูกน้อยจำ Shopee และ Shogi ได้

3. Shopee Crazy Surprise

ระหว่างช่วงวันที่ 20 สิงหาคมถึง 11 กันยายน 2020 Shopee จะมีการแจก surprise code ส่วนลด โดยจะส่ง notification แจ้งเตือนคุณแม่ ณ เวลา 9.09, 12.09 และ 19.09 น. พร้อมกับส่วนลด 9%, 19%, 90% ตามลำดับ ซึ่งการลดราคาพิเศษนี้ Shopee สามารถได้รับการสนับสนุนจากแบรนด์จำนวนมากที่สนใจเข้าร่วมแคมเปญ ทำให้เกิดผลดีกับทั้งตัวแบรนด์และ Shopee

Objective:

เพื่อกระตุ้นให้คุณแม่เข้าแอป Shopee และสร้างยอดขายทั้งในช่วง peak hours และ off-peak hours สำหรับทั้ง active users และ non-active users

Rationale:

ช่วงเวลา 12.09 น. และ 19.09 น. อยู่ในช่วงเวลา peak hours ซึ่ง Surprise code จะยิ่งเพิ่มโอกาสให้คุณแม่เข้ามาซื้อของใน Shopee มากขึ้น และเวลา 9.09 น. อยู่ใน off-peak hours Surprise code จึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการ drive sale ให้คุณแม่เข้าเวลา off-peak มากขึ้น และยังเป็นเลข 9 ที่ทำให้คุณแม่นึกถึง campaign 9.9 ที่มีโปรโมชั่นต่างๆที่น่าสนใจ

4. Shopee Baby Safe Sign

Shopee จะทำ baby safe sign ไว้บนรายการสินค้าที่ได้รับการันตีจาก Shopee ว่าเป็นของแท้และผ่านการยืนยันความปลอดภัยจากผู้เชี่ยวชาญมาอย่างเรียบร้อย

Objective:

สร้างความมั่นใจให้กับคุณแม่ที่ช้อปออนไลน์มือใหม่ที่ยังไม่มั่นใจในความปลอดภัยของการซื้อสินค้าผ่านทาง

E-Commerce

Rationale:

ความปลอดภัยเป็นสิ่งที่คุณแม่กังวลเป็นอันดับ 1 เวลาเลือกซื้อของให้กับลูกน้อย ดังนั้นคำภรณ์ดีจากผู้เชี่ยวชาญผ่านตราสัญลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้คุณแม่วางใจอย่างถึงที่สุด

5. Shopee สายเปย์ pay ไม่อั้น

ในช่วงวันที่ 20 สิงหาคมถึง 11 กันยายน 2020 ระหว่างเวลา 18.00 - 22.00 น. Shopee จะแจก coins x9 ให้กับคุณแม่เมื่อเข้ามาซื้อของตามช่วงเวลาที่กำหนด

Objective: เพื่อสร้างแรงจูงใจสำหรับทั้งลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่าในการเก็บ coins เพื่อนำมาใช้เป็นส่วนลดในการเลือกซื้อต่อไป

Rationale: จากผลสำรวจพบว่า ช่วงเวลา 18.00 - 22.00 น. เป็นเวลาที่คุณแม่จะใช้งานอินเทอร์เน็ตและช้อปปิ้งออนไลน์มากที่สุด ซึ่งการแจก coins ในครั้งนี้จะเป็น incentive ให้คุณแม่ตัดสินใจซื้อของได้ง่ายขึ้นและเร็วขึ้น

6. Shopee Lucky Wheel

Shopee จะแจก “จุกนม” ให้คุณแม่เมื่อดูรีวิวหรือดูวิดีโอ parenting tips ต่างๆผ่านแอปพลิเคชัน เมื่อคุณแม่สะสมจุกนมครบ 9 จุก จะมีโอกาสเสี่ยงโชคผ่าน Lucky Wheel เพื่อลุ้นรับคูปองส่วนลด, โปรโมชั่นส่งฟรีและของสมนาคุณ เช่น ส่วนลด 9% และสินค้าที่ได้รับการสนับสนุนจากแบรนด์ partnership ทำหน้าที่เป็นหนึ่งในเครื่องมือของ Customer Relationship Management ที่จะช่วยดึงดูดให้ลูกค้าอยู่กับ Shopee เป็นเวลานานขึ้น ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ Shopee ตั้งใจที่จะ focus

Objective:

เพื่อเพิ่ม Sales ยอด Engagement และ Retention rate

Rationale:

อ้างอิงจากเว็บไซต์ brandinside คุณแม่ส่วนใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีลูกอายุ 0-3 ปี มักมีความอยากรู้ อยากเห็น เก็บข้อมูลการเลี้ยงดูลูก ดูวีดิโอสินค้า เพื่อนำมาประมวลผลและตัดสินใจเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูกน้อย คุณแม่ตัดสินใจซื้อของได้ง่ายขึ้นหากมีโปรโมชั่นต่างๆ เข้ามากระตุ้น

7. Shopee สายเปย์ payback

เมื่อจบกิจกรรม 9.9 Shopee จะแจก cash back คืนเป็นเงินจำนวน 999 บาทพร้อมกับ gift set สำหรับคุณแม่ มือใหม่ให้กับผู้ที่ทำยอดขายสูงสุดจำนวน 5 คนในระยะเวลากิจกรรมที่ผ่านมาทั้งหมด (โดยจะเริ่ม promote ตั้งแต่ช่วงกิจกรรม 9.9)

Objective:

เพื่อเป็น incentive ให้กับคุณแม่ซื้อของในจำนวนมาก และเพิ่มยอดขายให้กับ Shopee

Rationale:

คุณแม่หลายท่านต้องมีการซื้อของใช้ให้ลูกน้อยเป็นจำนวนมากอยู่แล้วในแต่ละเดือน กิจกรรมนี้จึงมีขึ้นมาเพื่อเป็นการผลักดันทางจิตวิทยาให้คุณแม่ทั้งหลายรู้สึกว่าการเพิ่มค่าใช้จ่ายที่จะต้องจ่ายอยู่แล้วในภายภาคหน้าไม่ได้เป็นผลเสียอะไรหากจะใช้จ่ายในตอนนีเพื่อที่จะได้รับของรางวัลเพิ่มขึ้นมา