

How to make men ours

Why men

เนื่องจากสถานการณ์ Covid-19 ทำให้ผู้คนมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตเป็นแบบ New normal ซึ่งมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ส่งผลให้พฤติกรรมในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปในหลายๆ ด้านเช่นเดียวกัน โดยที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือผู้บริโภคมีการหันมาซื้อสินค้าออนไลน์กันมากขึ้นในช่วงเวลาของการ Quarantine นอกจากนี้พบว่ากลุ่มผู้ชายเป็นกลุ่มที่หันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นจนเกือบเทียบเท่ากับผู้หญิง และมีแนวโน้มจะมากขึ้นไปอีกหลังสถานการณ์โควิด (source: We are social) และข้อมูลจาก KPMG พบว่าผู้ชายใช้เงินไปกับการทำธุรกรรมมากกว่าผู้หญิงถึง 68% ส่งผลให้ผู้ชายจะจ่ายเงินในจำนวนที่มากกว่าผู้หญิงในการซื้อของแต่ละครั้ง และเมื่อเดือนมิถุนายน 2020 พบว่าค่าเฉลี่ยมูลค่าการสั่งซื้อต่อออเดอร์ของผู้ชายนั้นสูงกว่าผู้หญิงถึง 50% ประกอบกับคนในวัยทำงานนั้นมีรายได้เป็นของตัวเองแล้วด้วย ดังนั้นกลุ่มลูกค้าผู้ชายวัยทำงานจึงเป็นกลุ่มที่กำลังมาแรงและน่าสนใจ และทางกลุ่มเรามองว่าเป็นกลุ่มที่มี potential มากที่สุดจาก 4 กลุ่ม target

Behavior

ผู้ชายวัยทำงานจะไม่ชอบความยุ่งยาก และไม่ค่อยชอบปิ้งสินค้าจุกจิก แต่เมื่อซื้อจะซื้อของชิ้นใหญ่ที่มีราคาสูงไปเลย จึงมักจะซื้อผ่านร้านค้าออนไลน์หรืองานมหกรรมสินค้าต่างๆ เนื่องจากสามารถเห็นและลองสินค้าได้ด้วยตัวเอง และมีความน่าเชื่อถือจากการมีหน้าร้าน นอกจากนี้ยังมีการหาข้อมูลมาอย่างดีเพื่อประกอบการพิจารณาการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง ดังนั้นจึงจะไม่ถูกชักจูงด้วยโฆษณาชวนเชื่อหรือโปรโมชันเท่าไรนัก

Pain point

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ของผู้ชายวัยทำงานที่ไม่เคยซื้อปิ้งออนไลน์ พบว่ายังไม่มีความเชื่อมั่น/มั่นใจในร้านค้าออนไลน์ ว่าสินค้าที่ขายนั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานเหมือนกับสินค้าที่วางขายหน้าร้านซึ่งสามารถลองไปดู/สัมผัสด้วยตนเอง

Our campaign

จัดกิจกรรมที่ชื่อว่า “How to make men yours” ผ่านคอนเซ็ปต์ “Drive him Crazy” โดย audience ของ poster คือ shopee เนื่องจากอยากเล่าเรื่องให้แตกต่างและน่าสนใจ ว่า shopee ควรทำอะไรเพิ่มบ้าง เพื่อดึงดูดให้กลุ่มผู้ชายวัยทำงานเลือกมาใช้ shopee ในยุค new normal พร้อมความมั่นใจใน online security ให้เหมือนเป็นทริคสำหรับเพื่อนสาวที่มาเล่าสู่กันฟังว่า เราจะให้ผู้ชายมาเป็นของเราอย่างไร

โดยมีการสื่อสารสำคัญในแง่การสร้างเชื่อมั่นให้กับคนที่ไม่เคยซื้อปิ้งออนไลน์ได้เข้ามาลองใช้ Shopee โดยใช้ร้านค้าที่กลุ่มคนดังกล่าวมีความมั่นใจอยู่แล้วตั้งแต่แรกเป็นตัวชักจูง ประกอบกับการนำเสนอขั้นตอนการสั่งซื้อที่ไม่ยุ่งยาก เพื่อให้ทุกอย่างสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ครบ จบใน Shopee ที่เดียว

• Drive him by make him fall fast

Objective :

คือการ trigger ให้กลุ่มผู้ชายวัยทำงาน เลิกเข้ามา ใช้งานแอปพลิเคชัน shopee ก่อน ผ่านการโปรโมทขั้นตอนการซื้อสินค้า 3 steps “Pick Pay Receive” ที่แสดงให้เห็นถึงความสะดวกเร็ว ไม่ได้ยุ่งยากอย่างที่เขาคิด และมีความปลอดภัยทางการเงินที่สามารถเชื่อถือได้ของ Shopee โดยจะขอเพิ่ม features ที่สามารถปรับ interface ได้ดังนี้

- *Pick 'เลือกง่าย'* จะเป็นการนำเสนอว่าผู้ใช้สามารถเลือกสินค้าจากร้านค้าที่ผ่านการตรวจสอบบัญชีอย่างสม่ำเสมอว่าร้านค้าดังกล่าวเชื่อถือได้ โดยสังเกตง่าย ๆ 4 จุด ดังนี้
 1. พิจารณาจากคะแนนร้านค้าจากการรีวิวที่เพิ่มการจัดสรรหมวดหมู่ให้อ่านง่ายเป็น 4 หมวดหมู่ คือ รีวิวสินค้า รีวิวร้านค้า รีวิวการส่ง และรีวิวโดยรวม เพื่อให้ตรงกับสิ่งที่เขาต้องการอยากจะทำ
 2. เพิ่มการแสดงสถานะว่าร้านค้าดังกล่าวมีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของร้านมากขึ้น
 3. มีการเพิ่มป้าย verify ร้านค้า ซึ่งหมายถึงร้านดังกล่าวได้ผ่านการตรวจสอบในทุก process จาก Shopee แล้วว่าเชื่อถือได้
 4. มีอัตราการส่งสินค้าของร้านค้าที่เพิ่มเข้ามาเพื่อแสดงให้เห็นว่าร้านนั้นส่งของจริง
- *Pay 'จ่ายปลอดภัย'* เป็นส่วนของการชำระเงินที่จะนำเสนอว่าสามารถชำระเงินผ่านทาง Shopee ได้หลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการโอนผ่านธนาคาร บัตรเครดิต/เดบิต Airpay wallet หรือจะเป็นการชำระเงินปลายทางหลังได้รับสินค้าเรียบร้อยแล้วก็ได้ โดยมีเพิ่มการรับประกันความปลอดภัยว่าข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้จะไม่รั่วไหลหากผูกบัญชีกับ Airpay
- *Receive 'ได้ของชัวร์'* จะมีนำเสนอการรับประกันจาก Shopee ว่าผู้ซื้อสามารถส่งคืนสินค้าผ่าน shopee express ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย โดยจะไปรับสินค้าถึงที่ในกรณีที่สินค้าไม่ได้มาตรฐานตามที่ตกลงกันได้ โดยผู้ซื้อจะต้องยังไม่กดยืนยัน

การรับสินค้า นอกจากนั้นผู้ซื้อจะได้รับเงินคืนทันทีผ่าน shopee wallet ในกรณีที่ไม่ได้รับสินค้าภายในเวลาที่กำหนด ไม่ว่าจะชำระเงินผ่านช่องทางใดก็ตาม และเน้นที่การโปรโมทว่าผู้ชายจะได้รับเงินค่าสินค้าก็ต่อเมื่อผู้รับได้รับสินค้า ตรวจสอบ และกดยืนยันว่าได้รับสินค้าเรียบร้อยแล้ว ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่ยังไม่ทราบ ที่จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือด้าน online security เพิ่มขึ้นได้

นอกจากการเพิ่ม features ด้านการสร้างความเชื่อมั่นแล้ว จะมีการปรับ features ที่ช่วยค้นหาความสนใจ เสนอความสนใจเพิ่มเติมและตอบสนองความสนใจของผู้ชายได้ ดังนี้

1. Find his interest 'สนใจตั้งแต่เริ่มแรก' คือให้คุณผู้ชายได้มีการเลือกหมวดหมู่สินค้าที่สนใจตั้งแต่แรกในขั้นตอนการสมัคร เพื่อนำเสนอหน้าแต่สิ่งที่เขาสนใจให้ขึ้นมาในหน้า feed ของเขา เขาจะได้ไม่รำคาญที่มีแต่สิ่งที่ไม่เกี่ยวข้อง
2. Good bye repetitive คือการลดการนำเสนอสินค้าเดิมจากร้านอื่นๆที่เขาเคยค้นหาหรือซื้อล่าสุด และเพิ่มการนำเสนอสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเดิมแทน ให้เขาได้เห็นสินค้าใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจจากเขา

• Crazy by make him fall hard

หลังจาก trigger ให้เขาเข้ามาใช้ shopee ได้แล้ว

Objective :

เราทำให้เขา crazy ในการซื้ออย่างกระหน่ำ

Offline to online โดยจะเป็นการนำร้านค้าออฟไลน์ตามงานมหกรรมต่างๆ ที่จัดในห้างสรรพสินค้า หรือฮอลล์จัดแสดงสินค้ามาขายในออนไลน์ผ่านทาง Shopee ในชื่อว่า Men's crazy expo ตลอดระยะเวลา 12 วันเต็ม (9.9 seasonตั้งแต่วันที่ 29/08 – 09/09) รวมทั้งหมด 6 หมวดหมู่ ได้แก่ IT gadget, Gaming, Electrical appliance, Men's Fashion, Sport และ Health ซึ่งเป็นหมวดหมู่ที่ผู้ชายให้ความสนใจมากที่สุด 6 อันดับแรกจากผลการสำรวจ และเป็นหมวดหมู่ที่มีการจัดงานมหกรรมลดราคาสินค้าในทุกๆ ปี

การดึงมหกรรม(งาน expo)ดังกล่าวมาจัดในแพลตฟอร์มออนไลน์ก็เพื่อที่จะดึงดูดลูกค้าที่ไม่สนใจการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ให้หันมาสนใจได้มากขึ้น โดยที่ต้องเป็นงานที่เคยจัดแล้วเหตุผลก็คือ สามารถดึงร้านค้าและลูกค้าเข้ามาทำให้เกิด traffic ใน shopee ได้ โดยไม่ต้องสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ เพราะเขาตามมาจากช่องทางที่เคยไป และร้านที่ติดตามอยู่แล้ว

โดยจะมีการโปรโมทและลดราคาสินค้าหมวดหมู่ละ 2 วัน เพื่อให้ผู้ใช้มีเวลาในการเลือกและพิจารณาสินค้า เช่นเดียวกับตอนไปเดินงานมหกรรมต่างๆ แต่จะกระชับช่วงเวลาของงานเข้ามามากกว่าเดิมเนื่องจากผู้ใช้สามารถเข้าถึงกิจกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง

Objective :

เพื่อดึงดูดลูกค้าจากงานที่พวกเขานิยมและคุ้นเคย มาใช้แพลตฟอร์มเราแทน เพื่อให้ตอบกับเทรนด์ New normal ทั้งเซฟสุขภาพ และเซฟเงินจากการจัดงานที่เป็นการทำให้เขาสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น พร้อมทั้งจะเสียเงินไปอย่างบ้าคลั่งตาม concept ของงานนี้ เนื่องจากมีทั้งหมดมากกว่า 90% (เงื่อนไขเป็นไปตามที่ทางร้านค้าและ shopee กำหนด)

นอกจากนี้ยังมีการ collaboration กับร้านค้าแบรนด์ดังของแต่ละหมวดหมู่เพื่อเปิดตัวสินค้าใหม่ของร้านค้าผ่านทาง Shopee / shopee live ในช่วงแคมเปญเช่นเดียวกับที่เคยเปิดตัวสินค้าใหม่ในงานมหกรรม เพื่อให้เขาติดตามและเฝ้ารอกงานนี้ ซึ่งจะทำให้ได้รับกระแสตอบรับที่ดีอย่างล้นหลาม และยังมี การเพิ่มสิทธิพิเศษให้กับผู้ใช้โดยสามารถลุ้นรับรางวัลพิเศษกับแบรนด์ดังที่มา collaboration กับ shopee ตลอดช่วงระยะเวลาของกิจกรรมในแต่ละหมวดหมู่อีกด้วย เช่น IT+gadget x Shopee แบรนด์ดังอย่าง JIB x shopee สามารถคว้าสิทธิและลุ้นรับได้แค่สองวันเท่านั้น ตามระยะเวลาของ IT+Gadget days พอเป็นวันของหมวดหมู่ถัดไป ก็จะทำเช่นนี้วนไป

Objective : เพื่อเป็นการ attract กลุ่มลูกค้าตามสิ่งที่เขาสนใจ มาวันนี้เจอวันนี้ได้วันนี้ ของใหม่เปิดตัว ได้เห็นแล้ว และจะตอบใจภัย fear of missing out ซึ่งเป็น 1 ในปัจจัยที่ทำให้ผู้ชายเลือกที่จะไปงานฟรีได้ และที่ต้องมีส่วนตรงนี้เพิ่มมาให้พิเศษ เนื่องจากว่า เราไม่สามารถดึงดูดเขาได้ด้วยแค่การลดราคาอย่างเดียว