

Overall Objective:

เนื่องจาก Shopee 9.9 เป็นเทศกาลช้อปปิ้งที่ใหญ่ที่สุดประจำปี เราจึงใช้โอกาสนี้ในการทำแคมเปญที่หลากหลาย และสามารถ appeal กับลูกค้าได้หลายๆกลุ่ม เพื่อเพิ่มยอดขาย, engagement, awareness, brand loyalty, เพิ่ม active user และ new user โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป เนื่องจากเม็ดเงินในระบบเศรษฐกิจจำนวนมากอยู่ที่คนกลุ่มนี้ รวมถึงเป็นการโปรโมท concept ของ online security และการซื้อของแบบ new normal หลากๆแคมเปญในนี้ยังถือเป็น testing ground สำหรับฟีเจอร์ใหม่ๆที่จะช่วยขยาย potential ทางธุรกิจของ Shopee ด้วย

Campaign Name: Shopee 9.9 เอาไปเลย เอาไปได้เลย

Tagline : ใจเธอใจฉันผูกกันผ่าน Shopee

Main Campaigns:

1. Shopee ไม่เกรงใจ

Shopee Live Streaming: ตลอดแคมเปญจะมีการ livestream ผ่านแอปฯในช่วงเวลา 19:00-21:00 น. ภายในไลฟ์ จะมีการแจกโค้ดลดราคาสูงสุด 90% โค้ดเหล่านี้จะมีอายุถึง 6 โมงเย็นของวันถัดไป โดยจะมีการแบ่งออกเป็น 3 ช่วงคือ:

- ช่วงแรกระหว่างวันที่ 29 ส.ค.-3 ก.ย. จะเป็นธีมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ เบ็คคอรอป พรอพและสินค้าที่นำมาขายในไลฟ์จะเปลี่ยนไปตามประเทศนั้นๆ (เช่นวันแรกเป็นประเทศเกาหลี ของที่ขายและสิ่งต่างๆในไลฟ์ก็จะต้องเกี่ยวกับเกาหลี ยกตัวอย่างเช่นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าสารสกัดจากโสมเกาหลี วันที่สองเป็นฝรั่งเศส ของที่ขายจะเป็น luxurious products เช่นน้ำหอม) คูปองส่วนลดจะมีดีไซน์เหมือนตัวเครื่องบิน ส่วนตรง destination จะเป็นประเทศที่ไลฟ์วันนั้น สำหรับวันอื่นๆหลังจากนั้นจะเป็นดีไซน์ปกติแต่มีธีมเข้ากับแต่ละวัน
- ช่วงที่ 2 จะเป็นระหว่างวันที่ 4-7 ก.ย. ไลฟ์ในช่วงนี้จะเป็นการ collab กับแบรนด์ชั้นนำต่างๆ สัญชาติไทยหรือต่างชาติก็ได้ ประเภทของสินค้าจะมีทั้งเสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์ และอื่นๆตามแต่ละวัน โค้ดที่แจกในวันเหล่านี้จะมีทั้งที่เชื่อมกับสินค้าของแบรนด์เองและที่ขายโดยคนอื่นที่มี category เดียวกันกับที่ไลฟ์ (เช่นถ้าเป็นไลฟ์กับแบรนด์เสื้อผ้าชั้นนำ ก็จะมีโค้ดลดทั้งสินค้าของแบรนด์นั้นและเสื้อผ้าที่ขายโดยคนอื่น) สินค้าที่เป็น limited edition ของแบรนด์นั้นๆก็จะถูกนำมาขายในช่วงนี้ด้วย
- ช่วงที่ 3 วันที่ 8-9 ก.ย. ทาง Shopee จะเชิญชวนนักแสดงและนักร้องที่ target market คู่แข่ง มาไลฟ์ด้วย จะมีทั้งคอนเสิร์ตและ talkshow เล็กๆ โดยระหว่างนี้ก็จะมีการให้คนเหล่านี้ช่วยโปรโมท Shopee และสินค้าต่างๆไปในตัว

โค้ดที่แจกจะเป็นโค้ดที่ใช้ลดสินค้าอะไรก็ได้

Objectives:

เพื่อเพิ่ม consumer engagement เพิ่มยอดขาย เพิ่ม new และ active users พัฒนา brand image ของ Shopee ให้ดูดีขึ้น ใส่ใจลูกค้าและพร้อมเป็นแนวหน้าในการตอบสนองความต้องการต่างๆ รวมถึงเป็นการโปรโมทและ develop พีเจอร์ไลฟ์สตรีมเพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

2. Shopee พลิกสื่อ... เก้าแฉกใหม่

Shopee Snap and Share: แบ่งเป็น 2 ชั้น คือ

- a) ลูกค้าสามารถใช้ฟังก์ชันกล้องในแอปเพื่อถ่ายสินค้าที่มีอยู่แล้วที่ต้องการจะประเมิน condition ได้ โดย condition ของสินค้าจะถูกคิดออกมาเป็นรูปแบบเปอร์เซ็นต์ จากนั้นลูกค้าจะได้รับคูปองลดที่มี value เป็นครึ่งหนึ่งของเปอร์เซ็นต์นั้น คูปองที่ได้จะสามารถใช้ได้แค่กับสินค้าที่เป็นชนิดเดียวกัน (เช่นถ้าไซฟาเก่ามี condition เป็น 80% ก็จะได้คูปองลดราคาไซฟา 40%)
- b) จากนั้นลูกค้าจะเลือกได้ว่าจะบริจาคสินค้านี้หรือจะให้ Shopee นำไปเปิดประมูลในช่วง Aftershock (รายละเอียดอยู่ใน section ถัดไป)
(จะมีบริการ Shopee Express มารับของให้ฟรี)

Objectives:

เป็นช่องทางให้ลูกค้าได้ระบายสินค้าที่ไม่ใช่แล้ว เพิ่มยอดขายซื้อขาย เพิ่ม new และ active users ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น รวมถึงเพิ่มความหลากหลายทางการบริการครบวงจรให้กับบริษัทและโปรโมท Shopee Express เพิ่มเติม

3. Shopee ยังแจ๋ว:

ของทั้งหมดที่ถูกส่งมาให้ Shopee ผ่าน Snap and Share จะถูกนำมาเปิดประมูลในพีเจอร์ Auction ที่จะมา introduce ในแอปฯ ตัวเจ้าของสินค้าสามารถกำหนดราคาเริ่มต้นและราคา “Buy Now” ได้ หากไม่มีการกำหนด ระบบจะตั้งราคาเริ่มต้นไว้ที่ 9 บาทโดยอัตโนมัติ ส่วนนี้จะจัดวันที่ 13-17 ก.ย. เจ้าของสินค้าจะได้เงินเป็นจำนวน 70% ของราคาสินค้าที่ขายได้

Objectives: เพิ่มเป็นพีเจอร์เหมือนตลาดขายของมือสองจริงๆ เพราะตอนนี้ถึงแม้ว่าตัวแอปฯจะไม่ได้ห้าม แต่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวย การมี dedicated feature เลยจึงน่าจะช่วยแก้ปัญหาตรงนี้ได้ เป็นการทำให้ Shopee มีความหลากหลาย เพิ่ม new and active users และเพิ่ม potential ทางธุรกิจ

4. Shopee Donation:

9.9% ของยอดขายทั้งหมดจากแคมเปญและของผู้ซื้อเลือกบริจาคจะถูกนำไปเข้าโปรเจกต์ต่างๆที่ผู้บริจาคเลือก โดยเงินจำนวนนั้นจะถูกเอาไปซื้ออาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยา บำบัดต่างๆที่สำคัญในการดำรงชีวิตเพื่อส่งมอบให้กับผู้ที่ต้องการในจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีความต้องการสูง ถิ่นทุรกันดาร หรือ/และที่ๆ Shopee ต้องการไปตลาดมากที่สุด การขนส่งทั้งหมดจะมีจนถึงปลายปี ทำผ่านรถ Shopee บันสุข (ใช้รถของ Shopee Express) ยอดขายจะมีการแสดงให้เห็นผ่านแอปฯ หน้าเพจ social media และเว็บไซต์ทุกวัน ระหว่างนี้หากถึง milestone ต่างๆก็จะมีการประกาศขอบคุณและ encourage เพิ่มเติม

Objectives:

เพิ่ม brand exposure ในพื้นที่ที่ไม่ใช่กรุงเทพฯและปริมณฑล พัฒนา brand image ของ Shopee ทำ CSR และกระตุ้นการขายโดยใช้ incentive อีกทางหนึ่ง

Everyday Campaigns:

5. ช่วยเก็บ Shopee Coin หน่อยได้ไหม

เกมทายท่อนเพลงที่หายไป: เพลงที่นำมาจะเป็นเพลงของศิลปินในยุคของ target market และที่ Shopee collab ไว้ โดยเกมจะตั้งขึ้นตรงหน้าแนะนำสินค้าประจำวันทุกๆ 9 โมงเช้าและ 3 ทุ่ม หากเป็นเพลงของศิลปินที่ collab ไว้ หน้าจะเด้งขึ้นมาพร้อมเสียงทักทายด้วย หากทายเนื้อเพลงถูกต้องจะได้ Shopee Coins ถ้าเล่นเกมผ่านการสแกน QR code ในที่สาธารณะ (เช่น BTS หรือป้ายตามตึก) แล้วชนะจะได้ Shopee Coin 2 เท่า

Objectives:

ให้ target market เห็นว่า Shopee ให้ความสำคัญกับพวกเขาและสิ่งที่พวกเขาเติบโตมา รวมถึงเป็นการเพิ่ม engagement และโปรโมทไลฟ์สตรีมในวันที่ 8 และ 9

6. สบาย สบาย with Shopee

Shogi Box + Security Tape + Warranty Protocol:

- a) Shogi Box จะถูกวางไว้ตามสถานที่ต่างๆทั่วกรุงเทพฯ เช่นตึกสำนักงาน โกดังแยกต่างๆ ร้านสะดวกซื้อ ฯลฯ ความถี่คล้ายกับตู้ของไปรษณีย์ไทย ตัว Shogi Box จะพูดถึงความปลอดภัยทางการซื้อและขายสินค้าที่ลูกค้าจะได้จาก Shopee คำแนะนำเพื่อเสริมความปลอดภัยเหล่านั้น และโปรโมชันที่จะมีในแคมเปญ Shopee 9.9 โดย Shogi Box แต่ละตัวจะมีแค่ 1 ข้อความหลัก ไม่ได้มีทุกข้อความ แต่ด้วยปริมาณ ลูกค้าจะสามารถได้รับข้อมูลครบถ้วน
- b) Security Tape เป็นเทปที่ Shopee จะมอบให้กับบริษัทขนส่งที่มี contract ไว้ เมื่อผู้ขายนำของมาให้บริษัทขนส่ง พนักงานจะต้อง wrap เทปนี้คล้ายๆตอนใช้ scotch tape ปิดกล่อง เทปนี้จะมีข้อความ encourage ให้ลูกค้าถ่ายวิดีโอก่อนเปิดกล่องและมี QR Code ไว้สำหรับร้องเรียนเมื่อเกิดปัญหา
- c) Warranty Protocol เป็นนโยบายสำหรับการรับมือกรณีเกิดปัญหาเกี่ยวกับสินค้า นอกเหนือจากนโยบายที่มีอยู่แล้ว ผู้ซื้อจะสามารถเข้ามากรอกข้อมูลร้องเรียนและแนบวิดีโอหลักฐานผ่านพีเจอาร์นี้ได้ จากนั้น Shopee ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางจะส่งคำร้องพร้อมหลักฐานให้กับผู้ขาย ผู้ขายจะต้อง respond ภายใน 24 ชั่วโมง หากเกินกว่านี้หรือทำที่สุดผู้ขายไม่รับผิดชอบ ทาง Shopee จะติดต่อไปยังธนาคารต่างๆเพื่อระงับบัญชีที่มีชื่อของผู้ขาย จากนั้นหากเรื่องยังไม่จบ Shopee ยินดีจัดหาทนายเพื่อต่อสู้ในชั้นศาล ในขั้นตอนการเปลี่ยนสินค้าและเจรจา ผู้เสียหายจะไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ และไม่เสียค่าส่ง

Objectives:

เพื่อส่งเสริมคอนเซ็ปต์ของ online security สร้างมาตรฐานใหม่ให้กับสังคม รวมถึงทำให้ลูกค้ามั่นใจใน online security ที่ทาง Shopee มอบให้ และเป็นการดัน Shopee ให้อยู่แนวหน้าในด้านนี้ไปในตัว ซึ่งจะส่งผลให้มีลูกค้ามากขึ้น และเมื่อลูกค้ามากขึ้น ผู้ขายและชนิดของสินค้าก็จะมากขึ้นตาม ซึ่งจะช่วยเสริมความแข็งแกร่งทางธุรกิจของ Shopee ไปในตัว

7. ตะลึง ตึง ตึง!:

เมื่อลูกค้าเลือกจ่ายเงินผ่าน AirPay หรือเลือกขนส่งผ่านทาง Shopee Express จะได้รับโค้ดส่งฟรีทันที ในด้านการโปรโมทความปลอดภัยทั้งทางด้านการเงินและสินค้าที่ 2 สิ่งนี้จะมอบให้ลูกค้า ตัว Shogi Box จะมีข้อความเกี่ยวกับพาร์ทนี้ด้วย

Objectives:

เพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าในการใช้บริการ 2 อย่างนี้ เป็นการโปรโมท Shopee Express เพิ่มจำนวนผู้ใช้งานผ่าน AirPay แสดงให้ลูกค้าเห็นถึงความพร้อมของ Shopee ในการส่งเสริม online security