

## NEW SHOPEE ซ้อปสนุก ซ้อปปลอดภัย

### New Shopee รับ New Normal!!

พร้อมให้เพื่อนๆ ได้ร่วมกิจกรรมและพีเจอรี่ใหม่ล่าสุดจาก Shopee ที่จะเปลี่ยนประสบการณ์การช้อปปิ้งออนไลน์ของเพื่อนๆ ให้แปลกใหม่และสนุกสนานมากยิ่งขึ้น เสริมด้วยความปลอดภัยในการช้อปของออนไลน์ชั้นสูงสุด รับประกันสินค้าของแท้ 100% ไม่มีโกง ไม่มีปลอม ปลอดภัยด้านการจ่ายเงิน บริการมากมายถึงบ้าน เสริมเกราะป้องกัน 5 ชั้น ตั้งแต่ 19 สิงหาคม - 9 กันยายน เริ่มต้นที่แคมเปญ

กลุ่มตลาดเป้าหมาย คือกลุ่มวัยรุ่นต่างจังหวัด อายุน้อยกว่า 24 ปี ซึ่งคนกลุ่มนี้ด้วยวัยที่ยังเด็กจะให้ความสนใจกับความสนุก การใช้เวลาอยู่กับเพื่อน เป็นวัยที่ต้องเริ่มเข้าสู่สังคม เริ่มมองหาการมีตัวตน การเป็นที่ยอมรับทั้งในโลกออนไลน์และออฟไลน์ เป็นกลุ่มที่มีการเปิดรับทางความคิด กล้าลองทำสิ่งใหม่ๆ

ถึงแม้ว่าจะอาศัยอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัด แต่พฤติกรรมการเสพสื่อของคนกลุ่มนี้ ก็ใช้เรื่อง social media เป็นหลัก ดังนั้นการทำแคมเปญบน social media จึงส่งอิทธิพลของคนกลุ่มนี้โดยตรง จึงเป็นที่มาของแคมเปญหลักๆของเรา

shopee ซ้อป : Shopee x TikTok

ระยะเวลา : 19 ส.ค. - 9 ก.ย. สามารถเล่นได้ทั้งวัน

ตำแหน่ง : story พีเจอรี่ใหม่

Objective : ดึงดูดลูกค้าจากรฐานลูกค้าที่ใช้ tiktok มาเป็น New User

### คำอธิบาย :

ที่เลือกใช้ TikTok เนื่องจากเป็น Platform ที่โดดเด่นด้านความบันเทิง และเป็นที่ยอมรับในกลุ่ม Target มีอัตราการใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการ Research พบว่าในปีที่ผ่านมา มีจำนวนการดูวิดีโอมากกว่า 1 ล้านครั้งทุกวันตลอดหนึ่งปี และในแต่ละวันมีการใช้งาน TikTok เฉลี่ยที่ 52 นาที/คน/วัน และ 90% ของผู้ใช้ทั้งหมดใช้งานแอปทุกวัน ยิ่งในช่วงปี 2563 ช่วงที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 แล้วกลุ่มวัยรุ่นต่างจังหวัด อายุต่ำกว่า 24 ปีอยู่บ้าน ไม่มีอะไรทำ ทำให้มีการโหลดแอป TikTok เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเราจะดึงจุดเด่นในเรื่องนี้เพื่อสร้าง New User จากรฐานลูกค้าที่ใช้ TikTok โดยมีกิจกรรมให้สร้างคอนเทนท์การใช้และรีวิวสินค้าจาก Shopee รีวิวตลกๆ เพื่อเป็นการสร้างความน่าสนใจ และการรีวิวสินค้าของ TikTok ผ่านวิดีโอ ช่วยลดปัญหาของสินค้าในภาพไม่ตรงปก (เช่นเดียวกับการ live) โดยในส่วนของแอป Shopee เองก็จะเพิ่มพีเจอรี่ใหม่เป็น Shopee Story เพื่อนำคลิปจาก TikTok นั้นมาลง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของสินค้าและกระตุ้นยอดขายได้อีกด้วย อีกทั้งปัจจุบันกลุ่ม target นิยมดูรีวิวสินค้าผ่านคลิปวิดีโอและเสียงเพิ่มมากขึ้นจากการดูภาพและอ่านคำอธิบายเพียงอย่างเดียว

การใช้สื่อ TikTok มีข้อดีคือ

- TikTok สามารถ goes viral ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี
- ภาพเคลื่อนไหวและวิดีโอเสียง ช่วยส่งเสริมการตอกย้ำความทรงจำ หรือ awareness ได้เป็นอย่างดี
- การจัดแคมเปญให้คนนำเสนอ video ช่วยให้
- ประกอบกับการแคมเปญ “Shopee ชี้อเป้า” เป็นแคมเปญที่เราตั้งใจวาง positioning ของแคมเปญให้เป็น “การรีวิวสินค้า” ซึ่งเน้นความสนุก ความตลก ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

### อ่านใจ ยิ่งแม่นยำยิ่งดี

**Objective:** สร้าง new user ผ่านการไลฟ์ โดยดึงดูดด้วยสินค้าราคาต่ำ

**Detail:**

สามารถเสนอราคาสินค้าให้ต่ำที่สุดเริ่มต้นที่ 1 บาท คล้ายๆกับการประมูลสินค้าโดยยึดคนที่ได้สินค้าคือคนที่เสนอราคาได้ต่ำใกล้เคียงกับผู้ขายตั้งไว้ เนื่องจากresearch พบว่า กลุ่มวัยรุ่นต่างจังหวัด อายุน้อยกว่า 24 ปี มีพฤติกรรมดู live มากขึ้น ด้วยต้องการดูสินค้าแบบละเอียดและชื่นชอบกิจกรรมร่วมสนุกผ่าน live โดยเฉพาะเมื่อเกิด new normal มีอัตราการออกนอกบ้านไปซื้อสินค้าเองน้อย จึงเลือกซื้อสินค้าผ่าน live มากขึ้น อีกทั้งยังเพิ่มความสนใจให้คนเข้ามาใช้งานฟีเจอร์ live ของ Shopee ได้อีกด้วย

**ระยะเวลา :** 25 ส.ค. - 31 ส.ค. โดยเลือกเวลาเวลา 12.00-14.00 น./18.00-20.00 น./21.00-23.00 น. เพราะเป็นช่วงเวลาที่อยู่ในช่วงพัก ใช้เวลาในการเล่นโทรศัพท์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายและ research พบว่าเป็นช่วงที่คนรับชมไลฟ์สดมากที่สุด โดยระยะเวลาในการไลฟ์จะอยู่ที่ 2 ชม.

### รถแรงลดกระหน่ำ

**ระยะเวลา :** 1-9 ก.ย.

**Objective:**

เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมาร่วมสนุกกับโค้ดส่วนลด เป็นใช้เกมเพื่อกระตุ้นให้คนเข้าร่วมในเกม และเชิญชวนเพื่อนเข้ามามาร่วมเล่นเกมโหดแหว shopee มากขึ้น เพื่อเพิ่ม new user และเพื่อกระจายโค้ดไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปสู่แรงจูงใจในการซื้อสินค้า

**Insight:**

Target กลุ่มนี้ เป็นวัยที่ชอบความสนุก ชอบการแข่งขัน ชอบการเอาชนะ การจัดแคมเปญให้แข่งขันเพื่อชิงรางวัล ภายในระยะเวลาอันจำกัด ช่วยให้ผู้ช่วยรู้สึกสนใจที่จะเข้าร่วมแคมเปญได้

### shopee ทำนายดวง

**Objective:** Shopee ทำนายดวง เพื่อกระตุ้นการเข้าเช็คแอป และสร้างnew user

#### **Detail:**

ดวงของคุณวันนี้เป็นอย่างไร ? ช่วยแจ้งเตือนและให้ผู้ที่สนใจ กดเข้าแอปมากขึ้นในแต่ละวัน โดยสามารถแทรก product recommendation ให้กับผู้ที่มีความสนใจในสินค้าประเภทไหน สามารถเลือกซื้อเป็น lucky item ที่จะช่วยเสริมให้ดวงดีขึ้น และช่วยนำไปสู่การปิดการขายได้ เช่น กลุ่มคนที่ดูดวงเรื่องการเรียน สามารถแนะนำสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียนได้ มีแนะนำเรื่องสีมงคล ที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจมากในปัจจุบัน เนื่องจาก research พบว่า กลุ่มวัยรุ่นต่างจังหวัด อายุน้อยกว่า 24 ปี มักเช็คสีมงคลประจำวัน ประจำสัปดาห์ และเลือกใช้สิ่งของตามสีมงคลที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา และแต่ละด้าน

#### **Insight:**

กลุ่มวัยรุ่นกำลังอยู่ในวัยที่ยาก 'รู้จักตัวเอง' เริ่มค้นหาตัวตน การทำคอนเทนต์ เช่น ดวงของคุณเป็นคนแบบไหน สามารถตอบสนองความต้องการของวัยรุ่นได้ หรือ วัยรุ่นเป็นกลุ่มที่ไม่มั่นใจว่าคนอื่นจะคิดอย่างไร ต้องการที่พึ่ง มีความไม่มั่นใจในตนเอง และเป็นวัยที่ไม่ค่อยกล้าตัดสินใจ ทำให้การดูดวง ซึ่งเป็นเรื่องที่จะช่วยเสริมความมั่นใจ ทำให้วัยรุ่นรู้สึกอุ่นใจ กล้าตัดสินใจมากขึ้น จึงคิดว่าการทำแคมเปญนี้จะช่วยดึงดูดกลุ่มวัยรุ่นได้