

[Shopee 9.9 Mommy shop shop! แม่จ๋าหนูอยากซื้อ!]

คือแคมเปญที่จะดึงดูดคุณแม่มีลูกอายุ 0-6 ปีในยุค New Normal ที่ไม่มีเวลาซื้อเพราะต้องทำงานที่บ้านและเลี้ยงลูกไปด้วยโดยแคมเปญนี้จะช่วยเพิ่ม Sales, Engagement ของลูกค้าเก่าและใหม่โดยคำนึงถึงเรื่องของSecurityในการซื้อของออนไลน์ผ่านกิจกรรมดังต่อไปนี้

[Choose your shogi baby!]

คือพีเจอรี่ใหม่สำหรับแคมเปญ9.9โดยมีthemeเป็นโชกกีในวัยเด็กซึ่งเป็นเหมือนตัวแทนของลูก จะทำหน้าที่เป็นตัวช่วยในการซื้อปิ้งของคุณแม่

คือเมื่อคุณแม่สมัคร Mom's Club คุณแม่สามารถเลือกโชกกีแบบมาเป็นผู้ช่วยโดยช่วงอายุของโชกกีแบบต้องเท่ากับอายุของลูกของคุณแม่ เพื่อให้โชกกีแบบสามารถนำเสนอสินค้าและส่วนลดได้ตรงกับความต้องการของลูก พีเจอรี่ของ Shogi Baby มีดังนี้

- **กึ่งกึ่งของ Shogi :** ใน1วัน เมื่อคุณแม่เข้ามาในแอป Shopee แล้วกดเข้าไปใน Mom's club ก็รับไปเลยวันละ 1 กึ่งกึ่ง(เหมือนเป็นการCheck-in)และเมื่อคุณแม่ซื้อของที่มีอยู่ใน Mom's club ก็ได้รับ 1 กึ่งกึ่งต่อยอดซื้อ 25 บาท เศษที่ไม่ถึง 25 บาทสามารถนำไปท้อปอัปเดตกับยอดซื้อครั้งต่อไปโดยกึ่งกึ่งที่คุณแม่สะสมได้ สามารถนำไปแลกกับสิ่งของต่างๆไปจนถึงสิทธิพิเศษเพื่อแม่และลูกกับ 11 แบนด์พาร์ทเนอร์สุดพิเศษของ shopee

*ไม่จำกัดว่าต้องแลกแค่ครั้งเดียวหากแลกไปแล้วยังมีกึ่งกึ่งเหลือก็แลกอีกได้

- ไม่เกิน 200 กึ่งกึ่ง เลือกแลก สินค้าที่จำเป็นสำหรับแม่และเด็กโดยแต่ละเร็นจ์จะมีให้เลือก4ชิ้นให้เหมาะสมตามวัยของลูก
- 200 กึ่งกึ่งขึ้นไป เลือกแลก ของหรือสิทธิพิเศษจากแบนด์พาร์ทเนอร์โดยต้องมีการคำนวณมูลค่าของสิทธิพิเศษนั้นๆให้เหมาะสมกับจำนวนกึ่งกึ่งด้วย

ตอบใจท์ Insight :

Purchase Continuously เป็นการสนับสนุนให้ลูกค้าซื้อของเรื่อยๆเพื่อเก็บกึ่งกึ่งแลกของ, Worth Buying มูลค่าของของแถมจะเป็นส่วนหนึ่งที่ดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อกับทางชอปปี้

Objective :

เพิ่ม Engagement จากการ Check-in, และเพิ่ม Customer Royalty ด้วยการเก็บแต้มสะสมกึ่งกึ่ง, เพิ่ม Sales จากการได้รับกึ่งกึ่งเป็นของตอบแทน

- Shogi baby **เดือนคุณแม่ซ้อป** : โซกี้เบบี้จะเตือน Flash sale ตอน 21.00 น. โดยจะคัดสินค้าที่คุณแม่เข้าไปดูบ่อยๆ หรือสินค้าที่คุณแม่น่าจะต้องการในขณะนั้นตามช่วงอายุของโซกี้เบบี้มาให้เลยและร้านที่แนะนำจะเป็นร้านที่ผ่านการคัดเลือกและตรวจสอบว่าเป็นร้านค้าที่ปลอดภัย

ตอบโจทย์ Insight :

จากสถิติของshopee เหล่าแม่ๆจะเข้ามาซ้อปออนไลน์มากที่สุดช่วงเวลา 21.00 น., คุณแม่มักยุ่งจนมีเวลาว่างที่ไม่แน่นอนในแต่ละวัน

Objective :

เพิ่ม Sales จากการที่คุณแม่ไม่ลืมเข้ามาซ้อปและการเลือกร้านค้ามาแล้วทำให้ช่วยประหยัดเวลาของคุณแม่ได้ เป็นการเพิ่ม engagement ให้ลูกค้า active สม่าเสมอ

- Shogi baby **นักสะสม** : โซกี้เบบี้จะเก็บคูปองShopeeและคูปองร้านค้ามาให้คุณแม่อย่างละ 1 ใบต่อวันเอง โดยคูปองที่โซกี้เบบี้สะสมมาให้จะคัดมาแล้วว่าเป็นคูปองของร้านค้าที่เหมาะสมกับวัยของลูกค้าคุณแม่ซึ่งจะทำการแจ้งเตือนในเวลา 21.00 น.และหมดอายุภายใน 24 ชั่วโมงหลังการแจ้งเตือน

ตอบโจทย์ Insight :

จากสถิติของshopee เหล่าแม่ๆจะเข้ามาซ้อปออนไลน์มากที่สุดช่วงเวลา 21.00 น., คุณแม่มักยุ่งจนมีเวลาว่างที่ไม่แน่นอนในแต่ละวัน

Objective :

เป็นการเพิ่ม engagement ให้ลูกค้า active สม่าเสมอ, ช่วยเร่งการตัดสินใจของลูกค้า

[กิจกรรม 1: Shogi Baby อยากรู้จักคุณแม่เยอะๆ]

พี่เจอรินี่มีมาเพื่อกระตุ้นและสนับสนุนให้คุณแม่ชวนเพื่อนที่เป็นคนแม่เหมือนกันมาสมัครสมาชิก Mom's club โดยในช่วง 28 ส.ค. - 9 ก.ย. นี้ โชกี้เบบี้ทีมไหนที่คุณแม่ในทีมนั้นๆมียอดชวนเพื่อนมาเป็นสมาชิก Mom's Club เยอะที่สุด คุณแม่ทั้งทีมนั้นรับไปเลย! คนละ 19 Shopee Coins ประกาศทีมโชกี้ที่ชนะ วันที่ 9 ก.ย.

Objective :

เพิ่ม awareness, sale จากการชวนกันช้อป

กิจกรรม 2: ตามล่าราคาไม่ซ้ำต่ำสุด!

เราจะให้คุณแม่แคปรูปสินค้าอะไรก็ได้ในหมวดสินค้าแม่และเด็กที่ขายใน Shopee จากนั้นโพสต์ลง Facebook พร้อมแคปชั่นแนะนำให้เพื่อนมาช้อปกับ Shopee และติด #แม่ชอบshopee โดยShopeeจะเลือกจากโพสต์ที่มีราคาสินค้าต่ำที่สุดโดยต้องมีคนโพสราคานั้นอย่างน้อยที่สุด(เช่นสินค้าราคา100บาท มีคนโพสต์15คน สินค้าราคา150บาท มีคนโพสต์10คน 9 ใน10คนที่โพสต์ราคา150จะได้รางวัล) โพสต์ที่ถูกเลือก 9 โพสต์ จะได้รับของรางวัลเป็นสินค้าแม่และเด็กจากแบรนด์ชั้นนำ ส่งฟรีถึงหน้าบ้าน ประกาศผู้โชคดีวันที่ 9 ก.ย. (วิธีนี้คาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมมากกว่ากิจกรรมที่สุ่มแจกเฉยๆเนื่องจากผู้เข้าร่วมสามารถมีการวางแผนหรือดูคนโพสต์คนอื่นผ่าน hashtag ทำให้มีการวางแผนและ engagement อยู่เสมอ) และกิจกรรมนี้ก็ไม่ได้ขัดกับ insight ที่ว่าคุณแม่มักยุ่งจนมีเวลาว่างที่ไม่แน่นอนในแต่ละวัน เพราะกิจกรรมนี้ให้คุณแม่โพสต์ตอนไหนก็ได้ในช่วง 9.9 แล้วแต่ช่วงเวลาว่างของคุณแม่

Objective : เป็นการเพิ่ม Awareness, engagement และให้คุณแม่ได้เลื่อนดูสินค้าผ่าน shopee เยอะๆ เพื่อกระตุ้นความอยากซื้อได้