

ชั้นໄล忒์ เปิดแคมเปญใหม่ “ชีวิตที่มากกว่างานบ้าน”

จุดประกายให้ผู้หญิงเริ่มทำในสิ่งที่รัก



ชั้นໄล忒์ แบรนด์ผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างงานอันดับหนึ่งของไทย โดย บริษัท ยูนิลิเวอร์ ไทย เทรดดิ้ง จำกัด ออกแคมเปญ “#ชีวิตที่มากกว่างานบ้าน” โดยเน้นการสื่อสารที่เข้าใจผู้หญิง สะท้อนผ่านเรื่องราวที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ จุดประกายให้ผู้หญิงทุกคนกล้าที่จะเริ่มทำในสิ่งที่รัก “ชั้นໄล忒์” เป็นมากกว่าแบรนด์อันดับหนึ่งในใจผู้บริโภค แต่ยังต้องการสร้างสรรค์พลังบวกให้แก่ผู้หญิงทุกคนได้ใช้ชีวิตตามความฝัน

“#ชีวิตที่มากกว่างานบ้าน” เป็นคอนเซ็ปต์ของปีนี้ ชั้นໄล忒์ ต้องการเป็นแบรนด์ที่ยืนเคียงข้างผู้บริโภค และผู้หญิงทุกคน พร้อมสนับสนุนให้ทุกคนก้าวผ่านข้อจำกัดของการกิจในแต่ละวัน ที่ทุกคนมีเรื่องให้ต้องทำมากมาย โดยสื่อสารแคมเปญนี้ผ่านคลิปวิดีโอ ซึ่งสร้างจากชีวิตจริงของผู้หญิงชั้นໄล忒์ 5 คนที่มีชีวิตประจำวัน และความฝันที่ต่างกัน มาถ่ายทอดความรู้สึก สะท้อนเรื่องราวอันเต็มไปด้วยลิสตรายการสิ่งที่พากເຫຼົາຈະເປັນຕ້ອງທຳ ເຊັ່ນ ທຳອາຫາຍ, ລ້າງຈານ, ທຳຄວາມສະອາດ, ຫຼື້ອຂອງເຂົ້າບ້ານ, ດູແລລຸກ ຈົນຫລາຍຄັ້ງພວກເຫຼົາໂຫລມສິ່ງທີ່ພວກເຫຼົາຮອັກແລະອຍາກທຳ ທັນໄລຕີຈຶ່ງອຍາກຊ່ວຍສ້າງແຮງບັນດາລໃຈ ແລະສັນບສຸນໃຫ້ພວກເຫຼົາເວີ່ມອອກໄປທຳສິ່ງທີ່ຮັກ ມີชีວิตທີ່มากกว่างานบ้าน ແລະສັ່ງຕ່ອງແຮງບັນດາລໃຈໃຫ້ແກ່ຜູ້ໜີ້ງອີກຫລາຍ ໆ ດັນ

นอกจากนี้ยังใช้การสื่อสารผ่านนักแสดงสาวคุณแม่สายสตรอง ແພທ-ັນປາກ ຕັນຕະຮູງລູ ທີ່ເປັນ ໄອຄ່ອນຂອງຜູ້ໜີ້ງແກຮ່ງທີ່ກໍາວັນຂໍອຈຳກັດຂອງຊື່ວິດ ໄດ້ຮ່ວມແຊ່ງປະສົບກາຣົນ ຂື່ວິດທີ່มากกว่างานบ้านในມູນມອງຂອງ ແພທ ຢັນປາກ ທີ່ໄມ່ກຳລຳທຳຕາມແພສັນທີ່ອຍາກຈະເປັນຢູ່ບ່ອຮົມກ່ອນ ບອກວ່າ

“การໄດ້ອອກໄປທຳອະໄໄຮທ່ານ ມັນຄື່ອງຄວາມສຸຂອງແພທຄ່າ ກ່ອນහັນໜີ້ແພທດູ້ຢູ່ຖຸປະລົງໄວ້ໄໝ່ຮູ້ສື່ງອີນ ແລ້ວຮູ້ສື່ງວ່າມັນສຸກເລຍໄໝ່ໄມ່ຄິດຈະລອງເປັນຢູ່ບ່ອຮົມ ເພຣະມັວແຕ່ຫ່ວງຍ່າງອື່ນ ໄທນຈະນາປະຈຳ ລະຄຽກຕໍ່ອ່ານ ພິທີກຽກຕໍ່ອ່ານເປັນ ເລີ່ຍງລູກຕ້ອງດູແລຄຸດຢ່າ ອ້ອທີ່ເຮົາເຮົາກວ່າຄຸດແມ່ ມັນໄມ່ສາມາດທຳໄດ້ຫຮອກ ຈົນພອມລູກແລ້ວເຮົາກີເຫັນພັນນາກາຮ່າງລູກ ແລະ ຮັນທີ່ຂອງຄົນເປັນແມ່ທີ່ຈະເລີ່ຍງເຂົ້າ ມັນກີເລີ່ຍເກີດເປັນໄອເດືອວ່າ ໃນແຕ່ລະວັນຂອງເຂົ້ານີ້ແລ້ວ ລອງທຳດູ້ໄໝ ກີເລີ່ຍກລາຍເປັນຄຸລິປແກຣທີ່ເກີດຂຶ້ນ ຄືການພາລູກໄປຕາມຫາຫລານສາວທີ່ມໍາຫວິທາລັຍ ປຣກງວອຍຸດີ ໆ ດັນດູຈຸນຕອນນີ້ທີ່ປ່ລ່ອຍມາຄື່ອຈະ 10 ລ້ານວິວ ເລຍຮູ້ສື່ງວ່າ ເຮົາໄປຕ່ອໄດ້ ແພທເລ່ນລະຄຽດໄດ້ ເປັນພິທີກີໄດ້ ແພທເລີ່ຍງລູກດູແລຄຣອບຄວ້ໄດ້ ແລະຍັງທຳຕາມແພສັນຂອງຕ້າວເອງຄື່ອງເປັນຢູ່ບ່ອຮົມ ເປັນບັນລືກເກອຮີໄດ້ດ້ວຍ ເຮົາກີເລີ່ຍຄິດວ່າ ຄໍາວັນນັ້ນເຮົາມັວແຕ່ກຳລັວ ແລ້ວເຮົາໄມ່ກໍາວັນມາທຳນະ ເຮົາຈະໄມ່ໄດ້ມີຄວາມສຸຂອງ ແລະສຸກຂັນດັນ ອີກໃຫ້ລອງປັບປຸງ ແລະກຳລັວທີ່ຈະກໍາວັນມາ ມັນຈະໄດ້ເຈົ້ອອະໄດ້ ໆ ແລ້ວເຮົາໄມ່ໄດ້ເຈົ້ອອະໄດ້ເຈົ້ອ....”

“งานจะหนักแค่ไหน น้องไม่หัวน์ จะทำซอย 20-30 เทป น้องไม่รู้ แต่ขออย่าเลิกเกิน 3 ทุ่มครึ่ง...

โพสต์โดย THE STANDARD เมื่อ วันจันทร์ที่ 27 พฤษภาคม 2019

นับเป็นการตอกย้ำว่า “ชั้นไลต์” เป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมจะอยู่เคียงข้าง และช่วยให้วางใจในการจัดการงานบ้านอย่างสะดวกสบาย ซึ่งเป็นการสร้างความรู้สึกและความสัมพันธ์อันดีอย่างลึกซึ้งระหว่างชั้นไลต์ และผู้บริโภค เป็นการรุกตลาดครั้งยิ่งใหญ่ที่ไม่ใช่แค่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ แต่ต้องการจุดประกายและสร้างแรงบันดาลใจเพื่อค้นหาประสบการณ์ชีวิตครั้งใหม่ของทุกคน

ร่วมติดตามแคมเปญ “#ชีวิตที่มากกว่างานบ้าน” เพิ่มเติมได้ทาง <https://www.facebook.com/SunlightTH/>