น้ำผลไม้ MALEE เกาะกระแสบอลโลก ชวนสาวๆ ที่ใส่ใจสุขภาพเชียร์นักเตะเก่งหล่อในแคมเปญ “MALEE เก่งเว่อร์ เวิลด์คลาส” ลุ้นรางวัลกว่าแสนบาท

Malee จับกระแสฟุตบอลโลกฟีเวอร์ จัดกิจรรม “MALEE เก่งเว่อร์ เวิลด์คลาส” รับของสมนาคุณฟรีเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์มาลีครบตามที่กำหนด เช่น แก้วลายการ์ตูนนักฟุตบอลชื่อดังที่มีให้สะสมถึง 9 แบบ หรือ กระเป๋าใสเวิล์ดคลาสเก๋ไก๋ หรือหมอนลายบอล และกิจกรรมโหวตนักฟุตบอล “ทั้งหล่อ ทั้งเก่ง” World Cup Handsome Player ลุ้นรับรางวัลมากมาย ตลอดจนกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัลมูลค่ากว่าแสนบาท

นางสาวรุ่งฉัตร บุญรัตน์ กรรมการและรองผู้จัดการใหญ่ สายงานการขายและการตลาด บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) หรือ **MALEE** เปิดเผยว่า “บริษัทจัดกิจกรรมต้อนรับการแข่งขันฟุตบอลโลก 2014 ภายใต้แนวคิด **“MALEE เก่งเว่อร์ เวิลด์คลาส”** โดยเทศกาลฟุตบอลโลกคนส่วนใหญ่เข้าใจว่ากีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาของผู้ชายเท่านั้น แต่ MALEE พยายามสื่อสารกับกลุ่มผู้หญิงที่ชื่นชมการแข่งขันฟุตบอลโลกไม่แพ้ผู้ชาย ผู้หญิงก็มีการติดตามดูฟุตบอลไม่แพ้กัน โดยเราจับเอาอารมณ์ที่ผู้หญิงอาจจะชอบดูนักฟุตบอลหล่อๆ เท่ห์ๆ มาเป็นจุดดึงดูดสำหรับการทำกิจกรรม ร่วมกับมอบของสมนาคุณฟรีและลุ้นรับรางวัลมากมายผ่านกิจกรรมต่างๆ ทั้งในซุปเปอร์มาร์เก็ต และ บน Facebook MaleeSociety ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 1 มิ.ย. – 15 ก.ค. 2557 เช่น รับฟรี แก้วเวิลด์คลาส 1 ใบ มูลค่า 79 บาท (มี 9 แบบ ให้เลือกสะสม) เมื่อซื้อน้ำผลไม้ Malee UHT ทุกขนาด ครบ 159 บาท หรือ รับฟรีกระเป๋าใสเวิล์ดคลาส เมื่อซื้อน้ำผลไม้ Malee พาสเจอร์ไรส์แพ็คคู่, หรือ รับฟรีหมอนลายบอล เมื่อซื้อน้ำผลไม้ Malee UHT ขนาด 1000 มล. ครบ 3 กล่อง อีกทั้งยังมีกิจกรรมบน Facebook MaleeSociety ให้สาวๆ ได้ร่วมโหวตนักฟุตบอล “ทั้งหล่อ ทั้งเก่ง” ในใจคุณ หรือ World Cup Handsome Player ลุ้นรับรางวัลมากมายตลอดเดือน และกิจกรรมตอบคำถาม เพื่อลุ้นรับรางวัลมูลค่ากว่าแสนบาท เพียงคลิกร่วมสนุกที่ Facebook MaleeSociety”

“สำหรับกิจกรรม **“MALEE เก่งเว่อร์ เวิลด์คลาส”** บริษัทคาดว่าจะช่วยกระตุ้นยอดขายผลิตภัณฑ์เพิ่มราว 10-15% ถึงแม้ว่าจะเป็นกิจกรรมช่วงระยะสั้นๆ แต่ก็เป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ค่อนข้างครอบคลุม 360 องศา ทั้งสื่อ Above the Line และกิจกรรม ณ จุดขาย Below the Line นอกจากนี้ยังเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อ

ตอกย้ำแบรนด์มาลีไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น” นางสาวรุ่งฉัตร กล่าว

นางสาวรุ่งฉัตร กล่าวต่อว่า “ในกิจกรรม **“MALEE เก่งเว่อร์ เวิลด์คลาส”** นี้ ทาง MALEE ได้มีการวางสื่อทั้ง เคเบิ้ลทีวี ซึ่งจะเป็นช่วงเวลาที่คนส่วนใหญ่จะดูเคเบิ้ลทีวีค่อนข้างมาก รวมไปถึงการใช้สื่อวิทยุเพื่อโปรโมทกิจกรรมดังกล่าวในวงกว้าง นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย ไปยังต่างจังหวัดโดยเน้นหัวเมืองใหญ่ๆ ด้วย เพื่อกระตุ้นยอดขายทั่วประเทศให้เติบโตขึ้น อีกทั้งยังมีการแจกชิมสินค้า จัดพนักงานเชียร์สินค้า ณ จุดขาย วางแผนการทำโรดโชว์ตามออฟฟิศ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย

วัยทำงานที่ตื่นตัวในเรื่องของกระแสฟุตบอลโลกมาก และคงเป็นช่วงที่คนส่วนใหญ่จะนอนดึก และพักผ่อนไม่เพียงพอ จึงต้องการดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพระหว่างเชียร์ทีมโปรดของตน”

“MALEE เชื่อว่าในช่วงฟุตบอลโลกบรรยากาศการจับจ่ายใช้สอยจะกลับมาตื่นตัวอีกครั้ง และกิจกรรม**“MALEE เก่งเว่อร์ เวิลด์คลาส”**ที่จัดขึ้นในครั้งนี้ จะช่วยกระตุ้นยอดขายของน้ำผลไม้มาลีให้เติบโตตามเป้าหมายที่วางไว้ และช่วยขยายฐานผู้บริโภคของ MALEE ให้กว้างขึ้น” รุ่งฉัตรสรุป