

Headline **Outside home through Mass Media (April 10)**  
 Date **07 Jun 2010**  
 MediaTitle **OHM**  
 Section **News**  
 Journalist **N/A**  
 Frequency **Monthly**  
 Circ / Read **30,000 / 90,000**

Language **Thai**  
 Page No **53**  
 Article Size **411 cm<sup>2</sup>**  
 Color **Full Color**  
 ADValue **38,056**  
 PRValue **114,167**



## “สื่อนอกบ้าน ต้องพสมกับ สื่อแม่ส”

“แค่ดื่ม ก็สวย” เป็นข้อความโฆษณาที่อ่าน ฟัง ดูว่า เข้าใจง่ายมาก เพราะความสวย ใครๆ ก็ชอบ

“ปีติ ดริงค์” เป็นเครื่องดื่ม เพื่อสุขภาพแนวใหม่ เป็นน้ำผลไม้เพิ่มคุณประโยชน์ มีให้เลือกทั้งแบบขวดและแบบช็อต กำหนดเป้าหมายไปที่ทั้งชาย และหญิง โดยเน้นหนักไปที่กลุ่ม ผู้หญิงอายุ 18 - 35 ปี มีบุคลิกทันสมัย รักสวยรักงาม และดูแลเรื่องผิวพรรณ

สินค้าประเภทนี้ มีการแข่งขันกันสูงมาก ไม่แปลกที่ค่ายนี้จะให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ เพื่อสร้างความจดจำ และสื่อก็ดึงดูดใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เช่น การใช้ Neck Tag

ล่าสุด ใช้ความได้เปรียบของทำเลที่ตั้งสำนักงานใหญ่ บนถนนพระราม 9 สร้างเครื่องดื่มขวดยักษ์ ให้เป็นสื่อออกบ้านที่สะดุดตา เข้าตำราเบ๊ะเห็นมาแต่ไกล

**คุณอดิศักดิ์ รักษาริยะพงษ์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทรพย์อนันต์ เยนเนอร์ลัฟู้ด จำกัด กล่าวว่า “เราขอใช้ข้อได้เปรียบ ในการเป็นที่เชื่อมร้อยสวยตาไปยังสวยตาทุกคู่ที่ผ่านมาพบเห็น ถนนพระราม 9 การคมนาคมมีความสะดวก เชื่อมต่อไปยังถนนสายหลักของกรุงเทพมหานครได้อย่างรวดเร็ว ขวดยานขนาดใหญ่ 2 ขวด ที่นำไปวางไว้บนอาคารชั้นตาดฟ้า จึงถือฮามากครับ”

สื่อให้เห็นถึงหน้าตาของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และนำไปสู่การแวะหาซื้อตามดื่มจนได้

การวางแผนงาน กับงบประมาณราวกว่าหนึ่งร้อยล้านบาทในปี 2553 นี้ จะถูกใช้ไปทั้งสื่อหลักและสื่อออกบ้าน อาทิ ป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ ป้ายอัจฉริยะ จุดโฆษณาตามสี่แยกไฟแดง ใต้สะพานที่มีการจราจรพลุกพล่าน

“ผมคิดว่า เป็นเรื่องปกติของสินค้าที่ต้องมีการโฆษณา แบบผสมผสาน เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่ม และผมเชื่อว่า สื่อโฆษณา ณ จุดขาย ที่มีเอกสารบอกคุณประโยชน์ของสินค้า ก็สร้างการรับรู้ได้ดี ขณะที่ป้ายบิลบอร์ด หรือสื่อออกบ้าน ก็ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของประชาชน ที่ส่วนใหญ่ใช้ชีวิตอยู่นอกบ้านเป็นหลักด้วยครับ”



● ชาวต่างชาติบนยอดอาคารเห็นได้ชัดเจนไกล ไอดียโดนๆ ถูกใจผู้พบเห็น



● โรตโชว์สินค้า บอกคุณประโยชน์ก่อนการตัดสินใจชม และเป็นลูกค้าในที่สุด

“...สินค้าประเภทแมส หนะถึง มีลูกค้า กระทั่งวัยไปทุกกลุ่ม การใช้สื่อจึงต้องกระทังทังไปอย่างทั่วถึงด้วยเช่นนี้...”

“...Mass products have a wide customer base which requires a wide coverage of media in order to precisely reach them...”



**คุณอดิศักดิ์ รักษาริยะพงษ์**  
 กรรมการผู้จัดการ  
 บริษัท ทรพย์อนันต์ เยนเนอร์ลัฟู้ด จำกัด  
**ADISAK RUCKARIYAPHONG**  
 MANAGING DIRECTOR  
 SAPANAN GENERAL FOOD CO.,LTD.

