

ทำอย่างไรให้ “เอเวอร์เซนส์” เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน

1. สถานการณ์ของตลาด Market Review

เอเวอร์เซนส์เป็นแบรนด์สินค้าโคโลญ ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ถูกสร้างเมื่อ พ.ศ. 2532 เป็นแบรนด์ที่เชี่ยวชาญเรื่องของความหอมที่เป็นเอกลักษณ์ โดยได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง มายาวนาน ปัจจุบันแบรนด์เอเวอร์เซนส์ได้ขยายกลุ่มสินค้าออกไปมากมาย เช่น แป้ง โรลออน เป็นต้น

สินค้าโคโลญในประเทศไทย มีมูลค่า 516 ล้านบาท ประกอบไปด้วย 3 แบรนด์หลัก คือ เอเวอร์เซนส์, ทเวลฟ์พลัส และ แคนซี่

ปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายหลักของเอเวอร์เซนส์ 18-25 ปี ในยุคดิจิทัล ลูกค้านของเราเปลี่ยนพฤติกรรมไปมาก ทำให้แบรนด์ต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีและมากขึ้น

ในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา แบรนด์พยายามปรับภาพลักษณ์ที่ดูเป็นเด็ก ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นโดยใช้การโปรโมทผ่านช่องทาง Online อย่างต่อเนื่องหลายครั้ง หลายปี เพื่อให้ประทับอยู่ในใจผู้บริโภค

ข้อมูลสินค้ากลุ่มโคโลญของเอเวอร์เซนส์ มีดังนี้

สินค้า		ขนาด	จุดเด่น
เอเวอร์เซนส์ ซิค มอยซ์ โคโลญ		20 มล.	เป็นโคโลญที่กลิ่นน้ำหอมเป็นไปตามสไตล์ของผู้หญิงแต่ละแบบ สีแดง-หอมเช็กกี้ สีขาว-หอมบริสุทธิ์ สีชมพู-หอมหวาน
		100 มล.	
เอเวอร์เซนส์ มอยซ์ โคโลญ		45 มล.	เป็นโคโลญที่กลิ่นน้ำหอมเป็นแนวธรรมชาติ มีความหอมหวาน สีชมพู-หอมอ่อนหวาน สีขาว-หอมธรรมชาติ สีฟ้า-หอมมันใจ สีม่วง-หอมดึงดูดใจ สีส้ม-หอมน่ารักสดใส
		90 มล.	

2. Digital Marketing ที่ผ่านมา

ปี 2015 โปรโมทผ่านหน้าออนไลน์ที่ชื่อว่า “The art of AOI” มียอดผู้ชมถึง 1,000,000 วิว ภายใน 3 วัน



ปี 2016 ปล่อยซีรีส์ออนไลน์ 4 ตอนจบ ชื่อว่า “AOI the series”



ปี 2017 ปล่อยหน้าออนไลน์ “พรหมลิขิต หรือ RiAeDo” ภายใต้ Key message “เสน่ห์เนียน แนบเนียน” มียอดวิวเฉพาะใน Facebook 1.5 ล้านวิว ภายในเวลา 5 วัน



3. วัตถุประสงค์ของการทำ Digital Marketing โครงการ U Power

ต้องการให้น้องๆ นำเสนอไอเดียผ่าน Digital Marketing ให้แบรนด์เอเวอร์เซ็นส์มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักมากขึ้น

4. ผลิตภัณฑ์ที่ประสงค์จะให้จัดทำแผน Digital Marketing

เอเวอร์เซ็นส์ ชิค มอยซ์ โคโลญ ขนาด 20 มล. ให้กลิ่นหอมมันใจยาวนานตลอดวัน โดยมี Super fruit ที่อุดมไปด้วย

วิตามินนานาชนิด ช่วยให้ผิวชุ่มชื้น และมีสารต้านอนุมูลอิสระที่ช่วยยืดอายุของเซลล์ผิว โดยมีกลิ่นหอมเป็นไปตามสไตล์ของผู้หญิงแต่ละแบบ



5. KPIs การประเมินผล การวัดผล How to

สามารถนำไปใช้ได้จริง และไม่ขัดกับศีลธรรมอันดีของสังคม

- Awareness เกณฑ์วัดผล Reach
- Engagement เกณฑ์วัดผล Like, Comment, Share