

ช่วงเวลาดำเนินงาน : กค.ถึง พย. พ.ศ. 2565

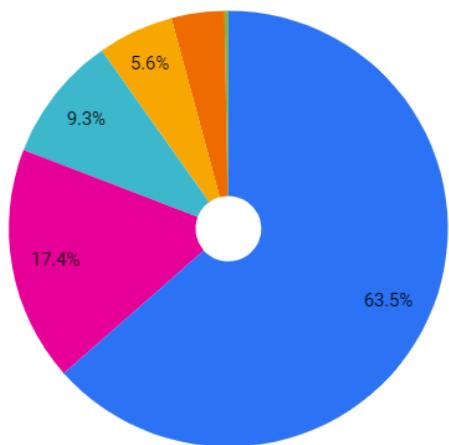
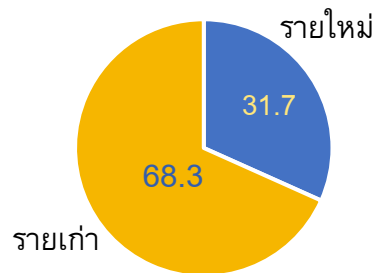
ผู้โพสต์ 1,125 ราย

- ร้านอาหารและเครื่องดื่ม 46.3%
- อินฟลูเอนเซอร์ 27.8%
- ร้านขายส่ง/ปลีก 18.0%
- Official 2.8%



จำนวน 2,574 โพสต์

- สร้างการรับรู้ เครื่องดื่ม วิธีดื่ม ภาชนะ 89.2%
- บอกที่ขาย/ผลิต จัดส่ง 46.3%
- รักษาลูกค้า 19.7%
- ให้ข้อมูล รีวิว 18.5%



- Facebook
- Tiktok
- Line
- Instagram
- Twitter
- website E-Market E-Commerc



Omni Channel Marketing

- ผู้ขายใช้ช่องทางขายหลายแพลตฟอร์ม
- ซื้อได้ 24 ชั่วโมง ระบบร้านค้าออนไลน์
- ชำระเงินดิจิทัล บริการจัดส่งพร้อมระบบการติดตาม



ลูกค้าเป้าหมาย

- ผู้หญิง
- Gen Z
- Gen Y
- นักดื่มหน้าใหม่



สร้างความสัมพันธ์ มีส่วนร่วมกับลูกค้า

- ภาพสีสัน น่ารัก ฟรีเซนต์เตอร์ อินฟลูเอนเซอร์ เป็นผู้หญิง
- ประสบการณ์ใหม่ : ท่องเที่ยว รักรัสิ่งแวดลอม
- การมีส่วนร่วม : เปิดโอกาสแสดงความคิดเห็นผ่านคอนเทนต์
- การช่วยเหลือสังคมในช่วงวิกฤต
- ความสะดวกสบาย ความง่ายเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- ความประทับใจ ตื่นเต้น ความรู้สึกเชิงบวก

การตลาดมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

- แพลตฟอร์มที่หลากหลาย
- รายใหม่เพิ่มขึ้น รายเก่ายังคงอยู่
- ขยายกลุ่มลูกค้าอายุน้อยลง มีความหลากหลายทางเพศ
- กระตุ้นให้เกิดการดื่มหนัก

