



ข่าวประชาสัมพันธ์

นินจาแวน เปิดตัวแคมเปญการตลาดใหม่ "Effortless" ประกันการจัดส่งแก่ผู้ส่งสินค้าและผู้ซื้อ หลังแคมเปญโฆษณาแรก "มนุษย์ห้วง" ประสบความสำเร็จสูง ช่วยสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์



กรุงเทพฯ ประเทศไทย – 20 เมษายน 2565 [นินจาแวน ประเทศไทย](#) ผู้นำบริการโลจิสติกส์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เดินหน้าลุยแบบจัดเต็ม เปิดตัวแคมเปญโฆษณาชุดใหม่ “จบทุกตรามา เคลียร์ทุกเรื่องห้วง” พร้อมขจัดทุกปัญหาเรื่องการจัดส่ง ด้วยการช่วยเหลือตอบสนองแบบฉับไวจากกองทัพทีมงานคุณภาพทั้งคอลเซ็นเตอร์ แอดมินตอบแชทและตอบอีเมล พร้อมเผยแพร่ผลสำรวจวัดการรับรู้และการจดจำแบรนด์จากแคมเปญโฆษณาที่ผ่านมา “มนุษย์ห้วง” สูงกว่าค่าเฉลี่ย แคมตัวเลขการค้นหาผ่าน Google เพิ่มขึ้นถึง 14%

มร. เพ็ช เอ็ง กรรมการบริหารฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท นินจาแวน ประเทศไทย กล่าวว่า “นินจาแวนได้เปิดตัวแคมเปญโฆษณาชุดใหม่ “จบทุกตรามา เคลียร์ทุกเรื่องห้วง” ซึ่งเป็นแคมเปญที่ต่อยอดมาจากแคมเปญโฆษณา “มนุษย์ห้วง” โดยนำเอา Pain Point 4 อย่างของลูกค้ามาปรับปรุงให้ดีขึ้น เราต้องการทำให้ลูกค้าที่รู้สึกไม่ดีกับการจัดส่ง คลายความกังวลเมื่อเลือกใช้บริการนินจาแวนที่สามารถช่วยแก้ปัญหาต่างๆได้อย่างง่ายดาย เรามีทีมคอลเซ็นเตอร์ที่พร้อมรับสายภายใน 30 วินาที แอดมินที่พร้อมตอบแชท



ภายใน 3 นาที และคอยตอบอีเมลภายใน 2 ชั่วโมง นอกจากนี้เรายังเปิดให้บริการ 365 วันไม่มีวันหยุด พร้อมกับการเพิ่มจำนวนทีมงานฝ่ายปฏิบัติการมากถึง 120% ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายคอลเซ็นเตอร์ เจ้าหน้าที่ดูแลคลังสินค้า เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการลูกค้าซึ่งดูแลผู้จัดส่งเฉพาะรายให้กับธุรกิจทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ รวมถึงไรเดอร์และพนักงานขับรถ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันทั่วทั้ง”

มร.เพ็ช กล่าวเพิ่มเติมว่า “หลังจากที่ได้เปิดตัวแคมเปญโฆษณาชุด “มนุษย์ห้วง” เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา บริษัทฯได้ทำการทดสอบวัดค่าผลการรับรู้และการจดจำแบรนด์นินจาแวนจากการออกแคมเปญ โฆษณาดังกล่าวพบว่า การรับรู้แบรนด์เพิ่มขึ้น 3.26% ในขณะที่การจดจำแบรนด์เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกันที่ 6.34% นอกจากนี้ยังได้มีการสำรวจตัวเลขการค้นหาจากคีย์เวิร์ดคำว่า “นินจาแวน ไกล่ ฉั่น” บน Google Search ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา พบว่า เพิ่มขึ้นถึง 14% จากผลสำรวจดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ลูกค้าให้ความสนใจในแบรนด์นินจาแวนมากขึ้น ถือเป็นผลลัพธ์ที่ดีซึ่งสอดคล้องกับการขยายจุดให้บริการให้มากขึ้นทั่วประเทศ โดยเรามีแผนเพิ่มศูนย์กระจายสินค้า 200 แห่ง เน้นในเขตภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ รวมถึงขยายหน้าร้าน จุดรับส่งพัสดุ กว่า 2,000 แห่ง ภายในสิ้นปีด้วยเช่นกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึง และรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซ”

แคมเปญโฆษณาชุดใหม่นี้จะเริ่มออกอากาศเป็นครั้งแรกในวันที่ 20 เมษายน โดยจะถูกสื่อสารออกไปในหลากหลายรูปแบบผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงจะมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการรับรู้และการจดจำแบรนด์ให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งลูกค้ายังจะได้ร่วมสนุกและชิงรางวัลอีกด้วย แคมเปญโฆษณา “จบทุกดราม่า เคลียร์ทุกเรื่องห้วง” จะยังคงสร้างการรับรู้และการระลึกถึงแบรนด์ ตามคำมั่นสัญญาของนินจาแวนที่จะมอบประสบการณ์ที่ราบรื่นในการส่งพัสดุแก่ผู้ส่งและผู้สั่งซื้อ สามารถติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เพิ่มเติมได้ที่ [Facebook Ninja Van TH Page](#)