



ข่าวประชาสัมพันธ์

นินจาแวน ประเทศไทย รุกหนัก ทูมงบการตลาดกว่า 100 ล้านบาทในปี 2565 เปิดตัวแคมเปญโฆษณา “มนุษย์ห้วง” ย้ำจุดแข็ง “หมดห่วง ทุกเรื่องพัสดุ” ตั้งเป้ายอดจัดส่งโตไม่น้อยกว่า 200%



กรุงเทพฯ ประเทศไทย – 17 กุมภาพันธ์ 2565 [นินจาแวน ประเทศไทย](#) ผู้นำบริการโลจิสติกส์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทูมงบการตลาดกว่า 100 ล้านบาท เริ่มต้นด้วยการเปิดตัวแคมเปญโฆษณา “มนุษย์ห้วง” เผยกลยุทธ์การตลาดจัดกิจกรรมรองรับทุกกลุ่มเป้าหมายต่อเนื่องทั้งปี สร้างความมั่นใจ ส่งไว พร้อมการบริการคุ้มครองพัสดุสูญหายหรือเสียหาย เก็บเงินปลายทางได้เงินในวันถัดไป และราคาคุ้มค่าที่สุด พร้อมเดินทางขยายศูนย์กระจายสินค้าเพิ่มอีก 200 แห่ง และเพิ่มจุดบริการรับส่งพัสดุกว่า 2,000 แห่งในสิ้นปีนี้ ตั้งเป้ายอดจัดส่งพัสดุเติบโตไม่น้อยกว่า 200% ตามการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซ

มร. เพ็ชช เอ็ง กรรมการบริหารฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท นินจาแวน ประเทศไทย จำกัด เปิดเผยว่า “นินจาแวน เป็นผู้นำการให้บริการโลจิสติกส์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ครอบคลุมประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนามและประเทศไทย โดยในประเทศไทยได้เริ่มให้บริการมากกว่า 6 ปี แล้ว มีการคาดการณ์ว่า ภายใน 10 ปีข้างหน้า การเติบโตทางเศรษฐกิจของโลกครึ่งหนึ่งจะมาจากภูมิภาค

เอเชีย โดยได้รับแรงหนุนจากเศรษฐกิจดิจิทัล รวมถึงนวัตกรรมที่เกิดขึ้นมากมายก็มาจากภูมิภาคเอเชียด้วยเช่นกัน จะเห็นได้จาก แนวคิดของ Super App การสตรีมมิ่งไลฟ์สดขายปลีก วิดีโอสั้นอย่าง Tiktok ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมและถูกนำไปใช้ทั่วโลก นอกจากนี้ เชื่อว่ามากกว่า 50% ของการเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียจะมาจากธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่ออุตสาหกรรมโลจิสติกส์

ประเทศไทยเองก็มีการคาดการณ์ว่า ตลาดอีคอมเมิร์ซจะเติบโตอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยปีละ 30% และตั้งแต่เกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยมั่นใจว่าอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซจะเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะยาว หากเมื่อเปรียบเทียบประเทศไทยกับตลาดที่ก้าวหน้าอย่างประเทศจีน เราพบว่าสัดส่วนของการทำอีคอมเมิร์ซในไทยมีเพียง 10% ของยอดขายปลีกทั้งหมด ในขณะที่ประเทศจีนมีสัดส่วนการทำอีคอมเมิร์ซมากถึง 25% จะเห็นได้ว่าตลาดอีคอมเมิร์ซในไทยยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก สำหรับภาพรวมของตลาดขนส่งพัสดุในประเทศไทยมียอดการจัดส่งพัสดุพุ่งขึ้นมากถึง 3 เท่า แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดจะเริ่มลดลง แต่ว่ายอดจัดส่งพัสดุไม่ได้ลดลงและคาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น”

มร. เพ็ชช กุลวาทเพิ่มเติมน่า “ปีนี้เป็นปีที่บริษัทฯมีเป้าหมายในการรุกตลาดมากขึ้น เราได้ทุ่มงบประมาณกว่า 100 ล้านบาท ในการทำการโฆษณาและการจัดกิจกรรมทางการตลาดกับทุกกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นหนักที่กลุ่มเอสเอ็มอีซึ่งเป็นพันธมิตรสำคัญของเราและได้มีการขยายการให้บริการสู่กลุ่มประชาชนทั่วไปด้วย เราได้เพิ่มทีมงานฝ่ายปฏิบัติการถึง 120% มุ่งเน้นที่การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทั้งหมด เปิดให้บริการ 365 วันไม่มีวันหยุด และขยายจุดให้บริการให้มากขึ้นและครอบคลุมทั่วประเทศ โดยมีแผนเพิ่มศูนย์กระจายสินค้า 200 แห่ง เน้นในเขตภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ รวมถึงขยายหน้าร้าน จุดรับส่งพัสดุ กว่า 2,000 แห่ง ภายในสิ้นปีด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ยังได้มีการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์นินจาแวนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ด้วยแคมเปญโฆษณา “มนุษย์ห้วง” โดยมี “วุฒิตี-วุฒิศร มิลินทจินดา” มาเป็นแบรนด์พรีเซ็นเตอร์ ที่จะมาช่วยสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และการจดจำแบรนด์ในกลุ่มผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ บริษัทฯได้ตั้งเป้าการเติบโตไม่น้อยกว่า 200%

นายประกาศเกียรติ ศิริอ่อน ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท นินจาแวน ประเทศไทย จำกัด กล่าว “แคมเปญโฆษณา “มนุษย์ห้วง” เป็นแคมเปญที่ต้องการสร้างความเข้าใจในจุดแข็งของนินจาแวนแก่กลุ่มเป้าหมายหลักของเรา โดยเราได้นำปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบเวลาใช้บริการจัดส่งพัสดุ ได้แก่ ส่งช้า พัสดุเสียหายหรือสูญหาย ได้เงินช้า และค่าส่งแพง เป็นเหตุผลสำคัญและข้อกังวลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

แคมเปญโฆษณา “มนุษย์ห้วง” ชุดนี้ เราต้องการเน้นว่า นินจาแวน เป็นแบรนด์ที่พร้อมช่วยเหลือลูกค้า ลดความยุ่งยาก ทำให้ลูกค้าคลายความกังวล เราพร้อมที่จะแก้ไขปัญหาในทุกด้าน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ และต้องการสร้างประสบการณ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและบริษัทฯ ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป้าหมายหลักคือ การลดความยุ่งยากจากการจัดส่งพัสดุ ภายใต้สโลแกน “หมดห่วง ทุกเรื่องพัสดุ” โดยเน้นย้ำที่ 4 คุณลักษณะสำคัญของแบรนด์นินจา แวน คือ

- การจัดส่งรวดเร็วและคุ้มครองการบริการ
- คุ้มครองพัสดุสูญหายหรือเสียหายในวงเงินสูงสุด 5,000 บาท
- บริการเก็บเงินปลายทางได้เงินภายใน 1 วัน
- ราคาคุ้มค่าสุด

เหตุผลที่เราเลือกคุณวุฒดีมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ เนื่องจากคุณวุฒดีเป็นพิธีกรรายการทอล์คโชว์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ทุกรุ่นทุกวัย มีบุคลิกที่ทรงพลัง มีความคิดเห็นที่หนักแน่น และการแสดงออกอย่างกล้าหาญ นอกจากนี้เขายังเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ด้วยเครือข่ายธุรกิจและพันธมิตรที่กว้างขวาง มีผู้ติดตามหลายล้านคนบนแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ เป็นผู้สร้างเนื้อหาที่มีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องกับชุมชนออนไลน์ ทำให้นินจาแวนรู้สึกว่าคุณวุฒดีและคุณลักษณะของคุณวุฒดีจะสามารถสื่อสารแบรนด์ของนินจาแวนต่อสาธารณะให้คุณมีความน่าเชื่อถือได้ เพราะเขามีพลังในตัวที่ตรงกับเรา”

นายประกาศเกียรติ กล่าวเพิ่มเติมว่า นอกจากแคมเปญโฆษณาทางสื่อแล้ว จะมีการโฆษณาผ่านบิลบอร์ดที่กระจายไปทั่วในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก และราวกลางปีนี้จะเน้นในเขตภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ารายใหม่ๆ กิจกรรมทางการตลาด และโปรโมชั่นต่างๆ จะมีออกมาตลอดทั้งปี นอกจากนี้ เรายังพัฒนาแอปพลิเคชันใหม่บนมือถือ ซึ่งจะเปิดตัวอย่างเป็นทางการในประเทศไทยเร็วๆ นี้ พร้อมเปิดสายด่วนนินจาแวน เพิ่มพีเจอร์ทแซทสดบนเว็บไซต์ Line Official Account และพีเจอร์ทต่างๆอีกมากมายบนเว็บไซต์นินจาแวน เพื่อเพิ่มความสะดวกรสบายให้ลูกค้า

มร.เพ็ช กล่าวโดยสรุปว่า “แม้ว่าการแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังคงสร้างความปั่นป่วนไปทั่วโลก แต่นินจาแวนจะยังคงมุ่งมั่นในเป้าหมาย เรามั่นใจว่า ด้วยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของนินจาแวน ใน



ฐานะผู้นำการให้บริการจัดส่งพัสดุ ที่ไม่เพียงแต่ในประเทศไทยแต่ยังครอบคลุมภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยนั้น จะเป็นปัจจัยบวกที่ทำให้เราสามารถเติบโตได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างแน่นอน”