

จีเอ็มเอ็มแซทรุก'เพย์ทีวี' ชูแบรนด์เทรนด์เซตเตอร์

จีเอ็มเอ็มแซท ลุยธุรกิจเพย์ทีวี ชูกลยุทธ์ "แบรนด์เทรนด์เซตเตอร์" ดึงกูรูบันเทิง "ยุทธนา บุญอ้อม" เชื่อมลูกค้าเป้าหมาย นายเดียว วรดิษฐ์ตระกูล ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ กลุ่มงานกลยุทธ์แพลตฟอร์มและสปอนเซอร์ชิพ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แซท เทรนด์ตั้งจำกัด เปิดเผยถึงแผนรุกธุรกิจเพย์ทีวีว่า จะใช้กลยุทธ์แบรนด์ เทรนด์เซตเตอร์ (BRAND TRENDSETTER) กล่าวคือ การเลือกผู้นำทางความคิดที่ได้รับการตอบรับเป็นที่รู้จักอย่างดีในทุกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าของแซทเพย์ทีวีในการสร้างการรับรู้และเจาะตรงกลุ่มเป้าหมาย

โดยเลือก ยุทธนา บุญอ้อม หรือ "ป้าเต็ด" เป็น แบรนด์เทรนด์เซตเตอร์ด้านบันเทิง ซึ่งมีคาแรคเตอร์เป็นคอนรูนใหม่ ที่สามารถเชื่อมโยงเด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ ทั้งยังเป็นกูรูด้านบันเทิง ดนตรี กีฬากรรม ผู้นำทางความคิดในความเป็นบันเทิงอันดับต้นๆ ของประเทศ เคยสร้าง

ปรากฏการณ์ "บ๊ิก เม้าท์เท็นท์" เป็นกระแสมาแล้วทั่วประเทศ ในการส่งต่อข้อมูลความคั่งค่าต่างๆ ของแซทเพย์ทีวีไปยังทุกกลุ่มเป้าหมาย ผ่านช่องทางสื่อทุกประเภท โดยเน้นการเจาะไปที่กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ คนทั่วไป คนทำงานและกลุ่มนักศึกษา ที่มีไลฟ์สไตล์พร้อมที่จะรับเทรนด์ใหม่ตลอดเวลา

นอกจากนี้จะมี "มาร์ค" สุรเดช กูรูนักพากย์ ที่คร่ำหวอดในวงการกีฬาฟุตบอล เป็นแบรนด์เทรนด์เซตเตอร์ทางด้านกีฬา ล่าสุดยังมี "ดีเจบ๊ิกโกะ" มาร่วมเป็นแบรนด์เทรนด์เซตเตอร์

กลยุทธ์แบรนด์เทรนด์เซตเตอร์ครั้งนี้ มุ่งต่อยอดความคั่งค่าและเข้าถึงภายใต้แคมเปญ MAGIC OF NUMBERS ความบันเทิงและกีฬาจากทั่วโลกสามารถรับชมได้เฉลี่ยขั้นต่ำ 5 บาทต่อวัน เชื่อว่าจะทำให้ยอดการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสมัครสมาชิกแซทเพย์ทีวีสูงขึ้นเท่าตัวจากปี 2556