



U-Power SS.8 Campaign Challenge

“From Fridge to Fame – Turn Your Fridge into
a National Viral Sensation!”

Proudly Presented By
Marketing Team

GET STARTED



U Power SS.8
x
Say Ohh! Brand

เปลี่ยนตู้เย็นบ้านคุณให้กลายเป็นไวรัลระดับชาติ!



CAMPAIGN CHALLENGE:
“FROM FRIDGE TO FAME – TURN YOUR
EVERYDAY FRIDGE INTO A NATIONAL
VIRAL HIT!”

เปลี่ยนตู้เย็นบ้านคุณให้กลายเป็น
ไวรัลระดับชาติ



Say Ohh!

#SAYOHFROMFRIDGETOFAME

Best Project



“มาร่วมสร้างแผนการตลาดสุดครีเอทีฟ
ให้ Say Ohh! เรา กำลังมองหาคนโอเดียเจ๋งๆ
ที่พร้อมพา Say Ohh! ก้าวไปอีกขั้น
มาแชร์ความคิด ความสร้างสรรค์ของคุณ
ใน challenge นี้กันเลย!”



ดิปปังซอส

Say-Ohh! ไม่ต้องจุ่มลุ้นรสชาติ

อร่อยทุกรส



Key Products Selected for Inclusion in the Project



DIPPING 200G.

BEST SELLER

Cheddar Cheese Dip

ดิปชีสเข้มข้น หอมมันเต็มรส พกพาสะดวก จิ้มเมื่อไหร่ก็อร่อย
จัดให้ทุกคำของความสุข!

- ดิปสุดเข้มข้นจากเชดด้าชีสแท้ ๆ ที่ให้รสชาติมันนัว หอมชีสเต็มคำ
- เหมาะสำหรับจิ้มกับเฟรนช์ฟรายส์ นักเก็ต หรือของทอดทุกชนิด
- เนื้อสัมผัสนุ่มลื่น ละมุนลิ้น จิ้มแล้วว้าวทุกครั้งที่คุณ
- ขวดขนาดกำลังดี พกพาได้ทุกที่ ไม่ว่าจะปาร์ตี้ ปิกนิก หรือชวนเพื่อนมาดิปด้วยกันก็สะดวกสุดๆ
- จะกินคนเดียวก็ดี แชร์กับแก๊งเพื่อนก็ยิ่งฟิน!

Campaign Objectives

“ทั้งหมดนี้เพื่อสร้าง
Top-of-Mind ให้ Say Ohh!
ในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่”

1) สร้างการรับรู้แบรนด์ในกลุ่มคนรุ่นใหม่

- ทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในหมู่ Gen Z และวัยเริ่มทำงาน

2) ปลุกกระแส “Say Ohh! ของติดตู้เย็นที่ทุกคนต้องมี”

- ให้คนพูดถึง แชร์ และจดจำแบรนด์เหมือนเป็นของจำเป็นประจำบ้าน

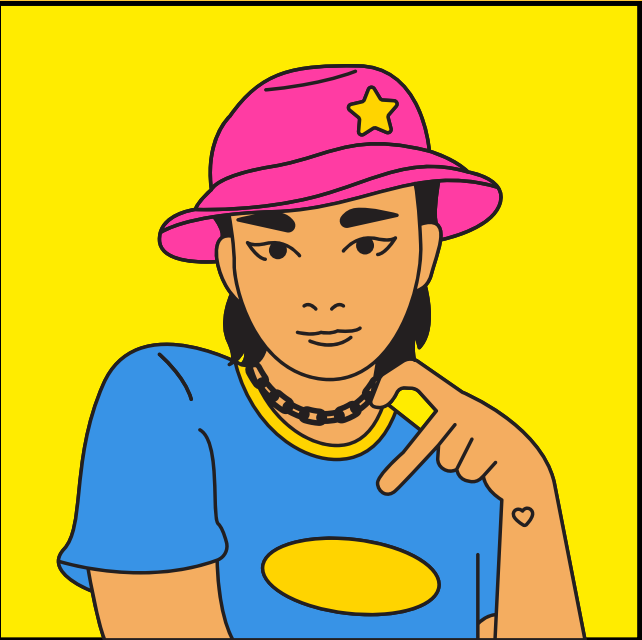
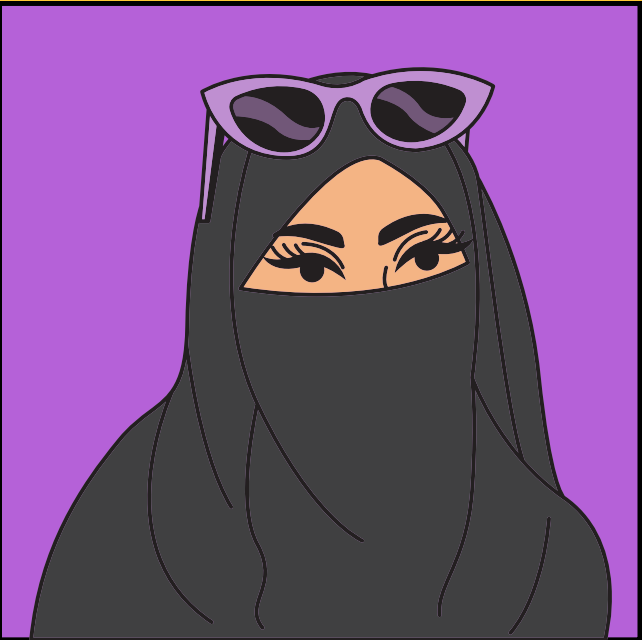
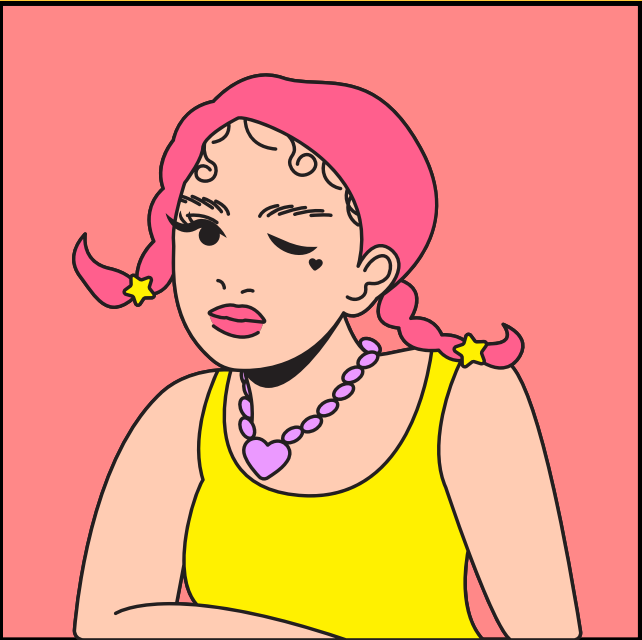
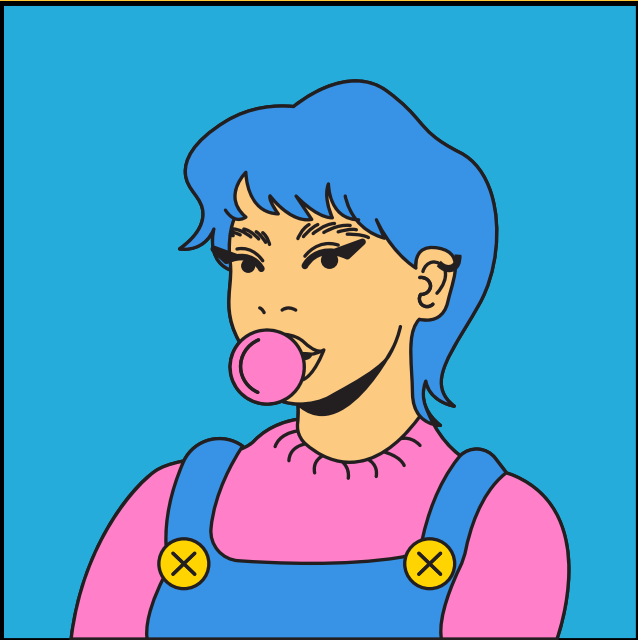
3) สร้างคอมมูนิตี้นี้แน่นผ่านคอนเทนต์จากผู้ใช้ (UGC)

- กระตุ้นให้ลูกค้าโพสต์ รีวิว หรือทำคอนเทนต์เกี่ยวกับสินค้า

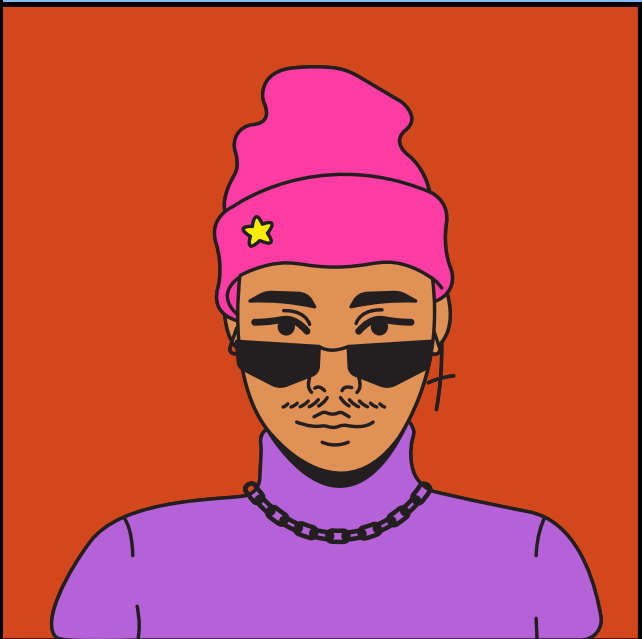
4) กระตุ้นยอดขายทั้งออนไลน์ (Shopee, Lazada, TikTok Shop) และออฟไลน์ (Modern Trade)

- เน้นเพิ่มยอดขายช่องทาง e-Commerce และหน้าร้านค้าปลีก





WHO IS THE
TARGET AUDIENCE
OF SAY OHH!

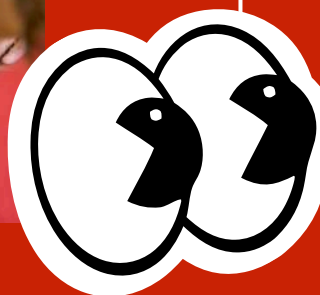


Market Review

The Cheesy Playground We're In!

Who's Craving?

กลุ่มเป้าหมายหลักของเราคือวัยรุ่นอายุ 15–28 ปี
เช่น นักเรียน นักศึกษาจบใหม่ คนเริ่มทำงาน
กลุ่มที่รักสนุก ชอบเทรนด์ และกำลังค้นหาสิ่งที่ใช้
ในสไตล์ของตัวเอง



What They Love

Gen Z ชอบของกินที่ อร่อย สนุก แคร้งง่าย ในแบบคนคลุๆ
ขอแค่ กินแล้วว้าว ถ่ายแล้วปัง ไม่ต้องจัดฉากก็น่าโพสต์!
มีสไตล์และคาแร็กเตอร์ชัด จะถูกใจแบบสุด

Who We're Up Against

ตลาดยังเต็มไปด้วยซอสติปแบบเดิม ๆ ที่ไม่มีอะไรใหม่
คู่แข่งหลายแบรนด์เน้นแค่ความอร่อยพื้นฐาน
แต่ขาดคาแร็กเตอร์
“Say Ohh! กำลังเข้ามาเปลี่ยนเกม
ด้วยรสชาติและแพ็คเกจที่
ทั้งกินสนุกและแชร์สนุก”



Where We Sell

เราขายทั้งหน้าร้าน (Modern Trade เช่น Tops, Gourmet Market, Lotus's, Foodland) และออนไลน์
ทุกแพลตฟอร์ม เช่น Shopee, TikTok Shop, Lazada



Pain Point

Low 25 Brand Virality



VS

Opportunity

Word - of - mouth Marketing



* Marketing Challenge & Opportunity

Pain Point

– ตอนนี้แบรนด์ Say Ohh! ยังไม่เป็นที่รู้จักมากในวงกว้าง คนยังไม่พูดถึงกันเยอะ ยังไม่ติดโซเซียล หรือกลายเป็น “ของมันต้องมี” แบบไวรัล เหมือนยังหลบอยู่ใต้เรดาร์ของผู้บริโภคจำนวนมาก

Opportunity

– ถ้าเราทำให้ Say Ohh! กลายเป็นของในตู้เย็นที่ทุกคน ภูมิใจหยิบ แชร์สนุก คนจะอยากโชว์ อยากรีวิวใน TikTok / IG / Facebook ด้วยความชอบจริง แบบนั้นจะเกิด พลังแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) ที่แรงมาก ไม่ต้องซื้อโฆษณาก็ได้กระแส!

DIGITAL MARKETING

PLAYBOOK SAY OHH! STYLE



TikTok Marketing & UGC Challeng

- Create a Hashtag Challenge
- ดึง Influencers และแฟน ๆ มาร่วมคอนเทนต์
- เน้นการใช้เสียงฮิต / รัวสนุก ๆ แบบ DIY

📌 Goal: ให้คนรู้สึกว่
"I want to make a video with
Say Ohh!"



Meme Marketing/ Funny Recipe/ Easy Hacks

- เมนูทำง่าย ใช้ Say Ohh! จบ
 - คอนเทนต์แนวมุขตลก, ้วยรุ่นแชร์กันได้
 - เสิร์ฟโอเดีย
- “เมนูบ้าน ๆ ที่แชร์แล้วว้าว”**



Collab Deals – Restaurants & Modern Trade

- โปรโมชัน “ซื้อคู่ / แคมฟรี / แลกแต้ม” กับร้านอาหารและคาเฟ่
- ออกโปรโมชันร่วมกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เช่น Tops, Lotus's, Foodland
- แจกตัวอย่างในงานหรือพื้นที่ไลฟ์สไตล์ เพื่อเพิ่มการรับรู้และทดลองผลิตภัณฑ์

แผนการทำตลาดออนไลน์แบบสนุก เข้าถึงง่าย สไตล์ Say Ohh! แบ่งออกเป็น 3 แนวทางหลัก ที่จะช่วยสร้างกระแส สร้างยอด แชร์สนุก!

Example of Viral Ideas

ตัวอย่างไอเดียไวรัล

🎬 #SayOhhในตู้เย็นฉัน Challenge

👁️ เมนูง่ายจากของในตู้เย็น

🧄 Meme: “ก่อน/หลังใส่ Say Ohh!”

☕ เมนูพิเศษจากคาเฟ่/ร้านอาหาร

#SayOhhในตู้เย็นฉัน Challenge

- ชวนคนทำเมนูง่าย ๆ จากสิ่งที่มีในตู้เย็นโดยใช้ Say Ohh!

เมนูง่ายจากของในตู้เย็น

- แชร์เมนูง่าย ๆ ใช้ Say Ohh! จากของที่มีในตู้เย็น

เมนูพิเศษจากคาเฟ่/ร้านอาหาร

- ร่วมมือกับร้านอาหารหรือคาเฟ่ โดยสร้างเมนูพิเศษจาก Say Ohh!

Meme: “ก่อน/หลังใส่ Say Ohh!”

- สร้างมิมเปรียบเทียบความแตกต่าง ก่อนและหลังใช้ Say Ohh!



เมนูไหนก็ **อร่อย**
ถ้ากินคู่กับ **Say-Ohh!**



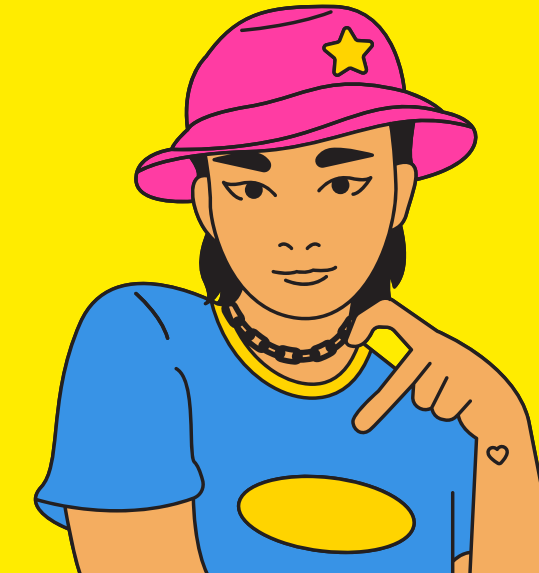
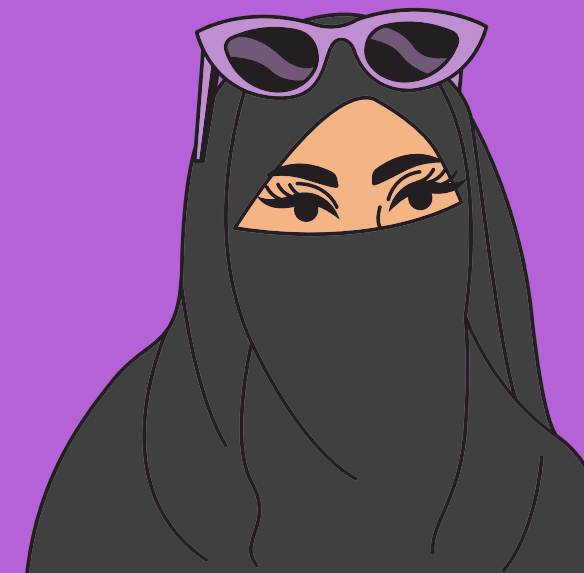
“

Campaign Idea Criteria

งบไม่เกิน 20,000 บาท

 **ต้องมีแผนเป็น 3 Phase**
เพื่อให้ครอบคลุมตั้งแต่ดึงดูด → ดึงใจ → ดึงเงิน

- **Awareness (Viral)** ทำให้คนรู้จักแบรนด์มากขึ้น
- **Engagement (Giveaway codes, Flash Sale)** สร้างการมีส่วนร่วม
- **Conversion (Sales)** แปลงคนสนใจให้เป็นยอดขาย



Performance Measurement Goals (KPI)

"KPIs เปรียบเหมือนกุญแจสำคัญ ที่จะพา Say Ohh! ไปสู่ไวรัลจริงจังและสร้างยอดขายได้จริง"

ต้นทุนอย่างน้อย 2 เท่าจากเงินที่ใช้

ต้องมีคนถ่ายคลิปเอง / รีวิวเอง

ยิ่งมาก ยิ่งเพิ่มโอกาสให้
Say Ohh! เป็นที่รู้จัก

 Reach:
500,000+

Engagement Rate:
> 7%

ไม่ใช่แค่เห็น แต่ต้องมีการไลค์
แชร์ คอมเมนต์ ดูคลิปจนจบ ฯลฯ

UGC:
300 clips

Trial Purchases:
500 people

มีคนกลุ่มแรกที่ "กล้าลองซื้อ"
หลังเห็นแคมเปญ

ROAS:
Minimum 2x

Hashtag/ Keyword to use

#SayOhhในตู้เย็นฉัน

#ของกินไวรัล

#SnackLovers

#ชีสแท้จากเนเธอร์แลนด์

#SayOhhJustRightEveryBite

#เซย์โห้เซย์โอทุกคำ

LIVE



Special Extended Plan

BRAND CAMPAIGN CHALLENGE

LONG PLAY
CAMPAIGN
(1 MONTH)



งบประมาณพิเศษ 20,000 บาท เพื่อสร้างผลงานจริงในระยะยาว

Objective :

- ต่อยอดจากแผนระยะสั้น สู่การสร้างผลลัพธ์จริงในตลาดจริง ด้วยงบประมาณเพิ่ม

Campaign Duration:

- 1 เดือนเต็ม
(เริ่มต้นหลังผ่านการคัดเลือกรอบแรก โอกาสต่อยอดของ ทีมที่ทำได้ดี)

ส่งท้าย
แรงบันดาลใจ



ไวรัลที่ยิ่งใหญ่...
เริ่มจากของในตู้เย็นเล็ก ๆ ได้

🔥 พร้อมจะ SAY OHH! หรือยัง?



GO ALL IN WITH THE SAY OHH! CAMPAIGN!
LET YOUR AWESOME IDEAS LEAD YOU TO VICTORY!

THANK YOU

"Thanks for listening! Let me know if you have any questions."

©MKT. ALL RIGHT RESERVED

Proudly Presented By
INNOFRESH TEAM

