

Seasonal Marketing

ต้อนรับเทศกาลฮาโลวีน จากแบรนด์ Heinz ด้วย “Tomato Blood Costume Kit”

ในช่วงสิ้นเดือนตุลาคมของทุกปีเชื่อว่าหลายๆ คนที่ชื่นชอบเทศกาลฮาโลวีน นอกจากหาชุดมาแต่งให้เข้าธีมก็คงจะเคยเอาซอสมะเขือเทศมาราดบนเสื้อผ้าเพื่อให้เหมือนเลือดปลอมเพิ่มความสยองขวัญกันอยู่บ้าง

เรื่องนี้ก็ทำให้แบรนด์ซอสมะเขือเทศชื่อดังอย่าง **ไฮนซ์ (Heinz)** ถือโอกาสออก Product ใหม่ก็คือ “**Tomato Blood Costume Kit**” มาเป็น Box Set รุ่นพิเศษเพื่อวางขายเฉพาะเทศกาลฮาโลวีนกันเลย



Seasonal Marketing ต้อนรับเทศกาลฮาโลวีน
จากแบรนด์ Heinz ด้วย
“Tomato Blood Costume Kit”

Source : iftshipitshere.com/heinz-halloween

ซึ่งจริงๆ การทำแคมเปญ Seasonal Marketing โดยทั่วไปแบรนด์อาจจะนึกถึงสินค้าที่ขายได้ดีในบางช่วงเวลามากกว่าช่วงเดือนอื่นๆ อย่างเช่น ในหน้าร้อนอย่างเดือนเมษา สินค้าอย่างพัดลมหรือแอร์อาจจะขายดีกว่าช่วงปกติ หรือคนมักจะชอบไปเที่ยวทะเลเล่นน้ำรับลมเย็นๆ ชุดว่ายน้ำหรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับไปเที่ยวทะเลก็อาจจะขายดีในช่วงเวลานั้น ดอกกุหลาบที่ขายดีในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ แต่กับ Heinz นั้นแบรนด์ได้พยายามต่อยอดสินค้าจากรูปแบบเดิมไปสู่รูปแบบใหม่เพื่อให้คนนึกถึงสินค้าอย่างซอสมะเขือเทศในช่วง Halloween โดยมีการตั้งชื่อซอสมะเขือเทศใหม่นี้ว่า ‘**Tomato Blood**’ เพื่อให้เข้ากับ concept ของวันฮาโลวีนนั่นเอง

ซึ่ง Heinz ก็มาในคอนเซปต์ที่ว่า “**If you have Heinz you have costume**” โดยจัด Box set ไอเดียสนุกๆ สำหรับวันฮัลโลวีนไม่ว่าจะเป็นชุดเครื่องแต่งกาย **Tomato Blood** หน้ากากชุดสำเร็จรูปที่มีธีมเกี่ยวกับมัมมี่ โจรสลัด ชุดแต่งหน้าสำหรับแฟนท์ เซียวแวมไพร์ แผ่นแปะรอยสักและอื่นๆ และที่น่าสนใจมากๆ ก็คือทาง Heinz ก็ยังได้เปิดเว็บ e-Commerce Microsite อย่าง **HeinzHalloween.com** ขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่อรองรับสำหรับแคมเปญนี้

นอกจากนี้แบรนด์ยังเปิดสาขา *Heinz Halloween Store* แห่งแรกในเมือง Los Angeles เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ **"Drip Stations"** เพื่อตกแต่งชุดฮาโลวีนของพวกเขาเพิ่มเติมได้อีกด้วย ซึ่งแน่นอนว่าการดำเนินงานทั้งหมดยังอยู่ภายใต้เงื่อนไขมาตรการป้องกันโควิด

Heinz ได้ก้าวกระโดดตามเทรนด์ในช่วงเทศกาลด้วยความพยายามอย่างสร้างสรรค์ ซึ่ง *Tomato Blood Costume Kit* นี้ก็ได้วางจำหน่ายแล้วเมื่อวันที่ 12 ตุลาคมที่ผ่านมา บนเว็บไซต์ *Heinz Halloween* ในราคาประมาณ \$20 รวมถึงซอสมะเขือเทศเลือดขนาด 20 ออนซ์ ของตกแต่ง DIY อย่างจานแต่งหน้าและชุดแปรง ฟองน้ำและหยดเลือด แผ่นสีก ฟินแวมไพร์ และขนตาปลอม ซึ่งทางอินชาก็หวังว่าผู้บริโภคจะแบ่งปันเรื่องราวของพวกเขาบนโซเชียลมีเดียอย่างหวือหวาดำเนินการโดยใช้ hashtag **#HeinzHalloween** เพื่อเผยแพร่ถึงแคมเปญพิเศษนี้



Source : iftshipitshere.com/heinz-halloween

โฆษณาโปรโมท **#HeinzHalloween 2021** ล่าสุดก็ได้มีการนำเสนอทั้งชุดของเด็กและผู้ใหญ่ ในธีมฮาโลวีนที่ถือซอสมะเขือเทศ เพื่อดึงดูดให้คนได้มีไอเดียแต่งตัวสำหรับวัน Halloween โดยแบรนด์ยังมีทั้งท้ายด้วยประโยค **IF YOU HAVE HEINZ, YOU HAVE A COSTUME** อ่านแล้วรู้สึกเลยว่าฮาโลวีนปีนี้ต้องมีได้ใช้ซอสของ Heinz แน่แน่นอนค่ะ อีกทั้งทางแบรนด์ก็ได้มีการวางขายชุดเพิ่มเติมอย่าง ชุดโจรสลัด, ชุดมัมมี่, ชุดนักวิทยาศาสตร์ริคเจอร์ราคา \$28 และชุดศพเจ้าสาว \$59 และชุดอุปกรณ์ที่มีตราของแบรนด์เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถออกแบบชุดของตัวเองที่น่าสยดสยองได้ทั้งสำหรับเด็กและผู้ใหญ่อีกด้วย



Source: <https://www.youtube.com/watch?v=EaesND83WtE&t=12s>

นี่คือ Case Study อย่างหนึ่งในการทำสินค้าและบริการของตัวเองให้ขายได้ในรูปแบบ Seasonal Marketing ที่ไม่ใช่แค่ดอกกุหลาบขายดีในช่วงวันวาเลนไทน์หรือพัดลมในหน้าร้อน แต่มีการนำสินค้าเดิมมาเปลี่ยนแปลงเพื่อให้แบรนด์ของเราเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมต่างๆ ในช่วงเทศกาลและทำให้คนนึกถึงสินค้าเรา แต่แอบน่าเสียดายที่สุด **“Tomato Blood Costume Kit”** นี้ไม่ได้มีวางขายทั่วโลก แต่ก็ทำให้เราได้เรียนรู้แนวคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการสร้างประสบการณ์ที่ให้แก่ลูกค้าของแบรนด์ไฮเนสไม่น้อยเลย

Source: > <https://www.marketingdive.com/news/heinz-dresses-up-ketchup-as-tomato-blood-for-halloween-effort-hawking-cos/608065/>
 > <https://www.ifitshipitshere.com/heinz-halloween-ketchup/>
 > H.J. Heinz & Co. (@HeinzTweets) / Twitter