



ไวรัล มาร์เก็ตติ้ง แสนสิริ x บาร์บีคิวปลาซ่า

หลังจากที่ **เศรษฐา ทวีสิน** กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) หรือ Sansiri ได้โพสต์ภาพคู่กับ **GON** หรือ **บาร์บีคอน** สัญลักษณ์ประจำร้านอาหารบาร์บีคิว ปลาซ่า (Bar B Q Plaza) ผ่านทวิตเตอร์ส่วนตัวบอกว่า “**GON** มาหาผมที่ Siri Campus เห็นบอกว่าช่วงนี้ **work from home** อยากหาบ้านอยู่ ผมเลยให้ทีมจัดโปรให้เด็ดๆ เลยมีโปรแสนสิริผ่อนให้ 24 เดือนด้วยนะ อยู่ฟรีไปก่อน 2 ปี แล้วค่อยผ่อน...**GON** ไหวไหมอยู่กับของน่ารักๆ ก็เป็นปกติที่จะอารมณ์ดี ผมได้เจอ **GON** ก็เลยยิ้มกว้างหน่อย แต่เชื่อครับว่าลูกค้าแสนสิริและคนไทยที่อยากมีบ้านจะยิ้มกว้างไปกับผมและ **GON** ด้วย วันที่ 9 ก.พ.นี้ รู้กันต้องติดตามครับ”

เรียกว่า เป็น “ไวรัล มาร์เก็ตติ้ง” โดยใช้โซเชียลมีเดียสร้างกระแสให้เกิดการพูดถึงและบอกต่อแบบ “ทอล์กออฟเดอะทาวน์” บนโลก



ทวิตเตอร์ ที่เดียว และในวันนี้จะเป็นการเฉลยแนวคิดการทำตลาดร่วมกันระหว่างธุรกิจสังหาริมทรัพย์และร้านอาหารปิ้งย่างเป็นครั้งแรก! เพื่อสร้างโอกาสเข้าถึงฐานลูกค้าของแบรนด์ในอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน จาก “**มาสคอต**” หน้าร้านกลายเป็นพรีเซนเตอร์ที่มีชีวิตมากขึ้นทุกที แ่วว่างานวันนี้จะมาในรูปแบบวาไรตี้เกมส์โชว์ครั้งแรกของเมืองไทยอีกด้วย

การขับเคลื่อนธุรกิจไม่มีสูตรสำเร็จ เราจะเห็นความเป็นมาร์เก็ตติ้งแมนของ “**เศรษฐา ทวีสิน**” ในทุกๆ สถานการณ์ พลิกวิกฤติ จับกระแสอินเทอร์เนตสร้างไวรัล มาร์เก็ตติ้ง ให้กลมกล่อมมากยิ่งขึ้น ประการสำคัญงานนี้ เซเลบ ศิลปิน ดารา นักร้อง ต้องร้อนๆ หนาวเมื่อ ซีอีโอ ลงมาเล่นเอง สวมบทบาทพรีเซนเตอร์สินค้าและบริการของตนเองได้อย่างโดดเด่น ไม่ซ้ำใคร เช่นเดียวกับ “**มาสคอต**” ที่บ่มเพาะสร้างชื่อ ความสัมพันธ์ และผูกพันเหมือนหนึ่งสมาชิกในครอบครัว! การ “**ต่อยอด**” สร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง! จึงไม่ใช่เรื่องยาก

“**แสนสิริ**” ผนึกพลัง “**บาร์บีคิวปลาซ่า**” จึงมีความหมายและไม่ธรรมดาแน่นอน