

## SI RI ส่งหนังสือขออนุญาต โฆษณาผลิตภัณฑ์น้ำดื่ม กับแบรนด์นาราสิริ

“แสนสิริ” ตีโจทย์นิยามผลิตภัณฑ์น้ำดื่มใหม่ ถ่ายทอดความงดงามผ่าน “น้ำ” กับ 2 โครงการใหม่ แปรนตร์ “นาราสิริ” โครงการ นาราสิริ กรุงเทพมหานคร และโครงการ นาราสิริ พหล-วัชรพล พร้อมเปิดตัวเร็ว ๆ นี้ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) หรือ SIRI ระบุว่า ล่าสุดได้ถ่ายทอดมุมมองใหม่ของนิยามผลิตภัณฑ์น้ำดื่มในภาพยนตร์โฆษณาแบรนด์ “NARASIRI” (นาราสิริ) โครงการบ้านเดี่ยวระดับลักซ์ชัวร์ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “A Matter of Refinement งดงามในรายละเอียด” ผ่านความละเอียดของ “น้ำ”

โดยบริษัทพร้อมนำเสนอโครงการ NARASIRI ผ่านภาพยนตร์โฆษณาแบรนด์ในรูปแบบใหม่ที่ฉีกกรอบ ถ่ายทอดนิยามของผลิตภัณฑ์ ให้ตีความในมุมมอง ประสบการณ์ จินตนาการของแต่ละคน ซึ่งงานโฆษณารูปแบบใหม่นี้ กำลังเป็นที่นิยมในเหล่า high brand ระดับโลกต่าง ๆ ล้วนถ่ายทอดคุณค่าของแบรนด์ด้วยคอนเซ็ปต์แนวใหม่นี้ สำหรับ NARASIRI ภาพลักษณ์ใหม่ที่ยังคงอัตลักษณ์แบรนด์นาราสิริไว้อย่างมีชั้นเชิง ผ่านดีเทล “ความงดงามของน้ำ” สะท้อนความพิถีพิถันในการพัฒนาแบรนด์

และโครงการอย่างตั้งใจ โดยไม่ได้สื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์โดยตรง ถ่ายทอดผลงานโดยชนพล แก้วพริ้ง ช่างภาพชื่อดังอันดับต้นของไทยที่ฝากผลงานในเวทีโลก

ขณะที่ “น้ำ” ถูกถ่ายทอดผ่านการเล่าความงดงามและความลักซ์ชัวร์ของโครงการที่อยู่อาศัยในรูปแบบใหม่ รังสรรค์ผลงาน Visual Art ด้วยเทคนิคการเก็บภาพการเคลื่อนไหว การตกกระทบของน้ำผ่านแสงสะท้อน และจาก “น้ำ” สู่ศิลปะภาพวาดโครงการ NARASIRI ทั้ง 2 โครงการ ได้แก่ โครงการ นาราสิริ กรุงเทพมหานคร และโครงการ นาราสิริ พหล-วัชรพล ซึ่งเตรียมเปิดตัวเร็ว ๆ นี้ กับดีไซน์ร่วมสมัย

ทั้งนี้ เนื้อเรื่องภาพยนตร์โฆษณา ยังสะท้อนความสง่างามและทรงคุณค่าของ NARASIRI ผ่าน 3 ประชัญหลัก ภายใต้ Sansiri Luxury Collection ได้แก่ 1. การออกแบบที่ประณีตที่สุด ผลงานความร่วมมือที่จะคงความโดดเด่นในทุกช่วงเวลา (Sophisticated Design), 2. ความพิถีพิถันในการคัดสรรวัสดุคุณภาพชั้นยอด (State of art Material) และ 3. ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวที่รองรับการใช้ชีวิต พร้อมประสบการณ์การพักอาศัยที่เหนือระดับ (Unparalleled Living Experience) ซึ่งเป็นไปตามแนวคิด “YOU Are Made For Life” ■