



Flavors of Thai IMC

Alisara (Rungnontarat) Charinsarn

Special IMC Menu



- Appetizer
 - Thailand at a glance



- Main course
 - Knowing Thai people



- Dessert
 - Case



- Tea
 - Q&A



THE APPETIZER

Where is Thailand



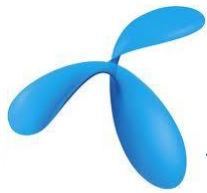


Bangkok is not Thailand



Size: 510,890 sq km
Population: 68.3 Million
Religion: 95% Buddhist
Language: Thai

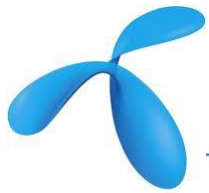




dtac

dtac & Urban audience

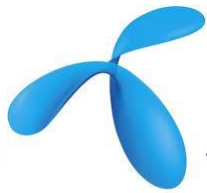




dtac

dtac & Urban audience





dtac

dtac & Upcountry audience





THE MAIN COURSE

5F

Fun

Fa-rang

Fair

Fan

Free & Flex

5F

Fun

Fa-rang

Fair

Fan

Free & Flex

We Love the Fun Stuff!



We like to Laugh!



We like to Play Game.



Game



We read about Star Gossip!



Favorite Content in Newspaper!



Celebrity Gossip



ผลสลากกินแบ่ง วลปะจำวักที่ 2 พฤษภาคม 2552				
รางวัลที่ 1 มี 1 รางวัล ๆ ละ 2,000,000 บาท 294452				
รางวัลที่ 2 มี 2 รางวัล ๆ ละ 20,000 บาท 294451 - 294453				
รางวัลที่ 3 มี 10 รางวัล	รางวัลที่ 3 มี 10 รางวัล ๆ ละ 200,000 บาท ชุดที่ 09			
	รางวัลที่ 3 มี 10 รางวัล ๆ ละ 200,000 บาท ชุดที่ 61			
รางวัลที่ 4 มี 50 รางวัล ๆ ละ 100,000 บาท				
397243	575881	743024	947426	956689
รางวัลที่ 5 มี 100 รางวัล ๆ ละ 40,000 บาท				
119312	186679	600087	616014	835338
144318	598818	611053	730739	922594
รางวัลที่ 6 มี 500 รางวัล ๆ ละ 20,000 บาท				
001190	248951	417620	603848	777505
052938	260173	467941	613060	798930
065664	264298	516812	614044	826407
104623	277417	523894	667420	828271
106770	279849	529688	676985	842754
119205	281760	539291	680001	849447
169309	283241	53567	878833	
185049	373811	1811	887563	
204960	408781	4804	896442	
211712	413456	582349	758071	966593

Lotto

อีสาน	๗	๘	ภาคเหนือ
อุดร	๑	๔	๖
			ทักษิณ
			หระดี

Horoscope

We Want to Watch Novel, Not Ad!



5F

Fun

Fa-rang

Fair

Fan

Free & Flex

Developed Country = High Quality!



We name it -- your National Food!



As if we are Fluent!



As if we are Fluent!



5F

Fun

Fa-rang

Fair

Fan

Free & Flex

Aspire “Pinkish White” skin



Thai
Market
Share

Aspire “Pinkish White” skin



5F

Fun

Fa-rang

Fair

Fan

Free & Flex

Eat Krispy Kreme Free for One Year!



Queing for 2 days and 2 nights!



รับสิทธิ์อร่อยฟรี 1 ปี
เป็นส่วนหนึ่งของการประกาศรางวัลพิเศษก่อนใคร
รับสิทธิ์อร่อยฟรี ในวันที่ 28 กันยายน 2553

- 1 ถูกค่าตัววันที่ 1 ที่ซื้อโดนัท ชนิดใดก็ได้ 1 โหล ในวันเปิดตัวครั้งแรก รับสิทธิ์อร่อยฟรี 1 ปี*
- 2 ถูกค่าตัววันที่ 2 ที่ซื้อโดนัท ชนิดใดก็ได้ 1 โหล รับสิทธิ์อร่อยฟรี 3 เดือน*
- 3 ถูกค่าตัววันที่ 3 ที่ซื้อโดนัท ชนิดใดก็ได้ 1 โหล รับสิทธิ์อร่อยฟรี 3 เดือน*
- 4 ถูกค่าตัววันที่ 4 - 100 ที่ซื้อโดนัท ชนิดใดก็ได้ 1 โหล รับสิทธิ์อร่อยฟรี 1 เดือน*
- 5 ถูกค่าตัววันที่ 101 - 200 ที่ซื้อโดนัท ชนิดใดก็ได้ 1 โหล รับสิทธิ์โดนัทอีก 1 โหล และยังมีสิทธิ์ลุ้นรับสิทธิ์อร่อยฟรี 3 เดือน* (ส่วนคนที่ถูกกิจกรรมหน้างาน)



iPhone 50% Off from dtac!



Queue for UNIQLO



- Online
 - News
 - Blogger
- Special Price
- Star



6 hour queue on opening day

5F

Fun

Fa-rang

Fair

Fan

Free & Flex

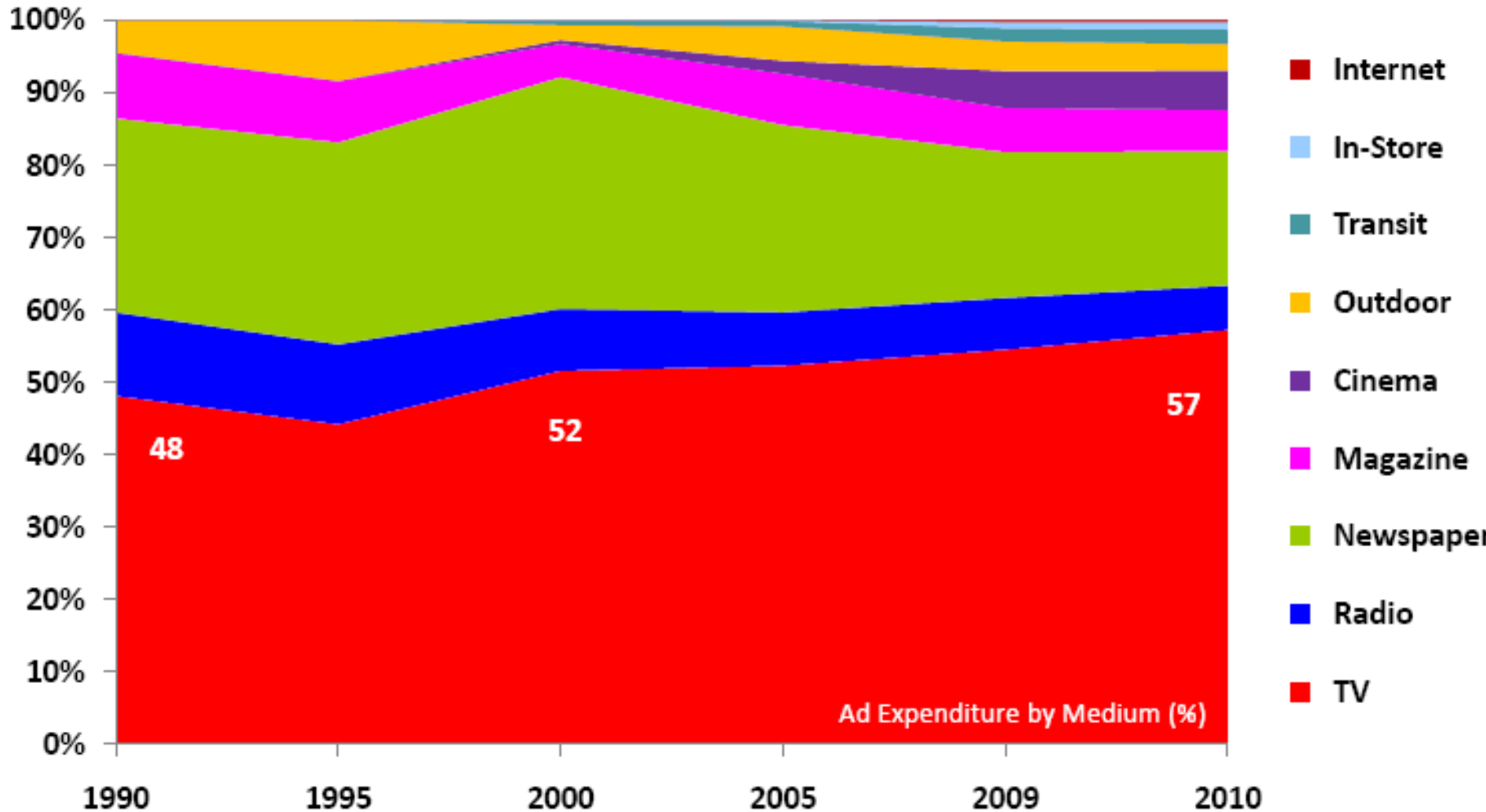
Free TV still Dominates

Free TV and local cable TV are popular and cheap entertainment.

20 yrs ago

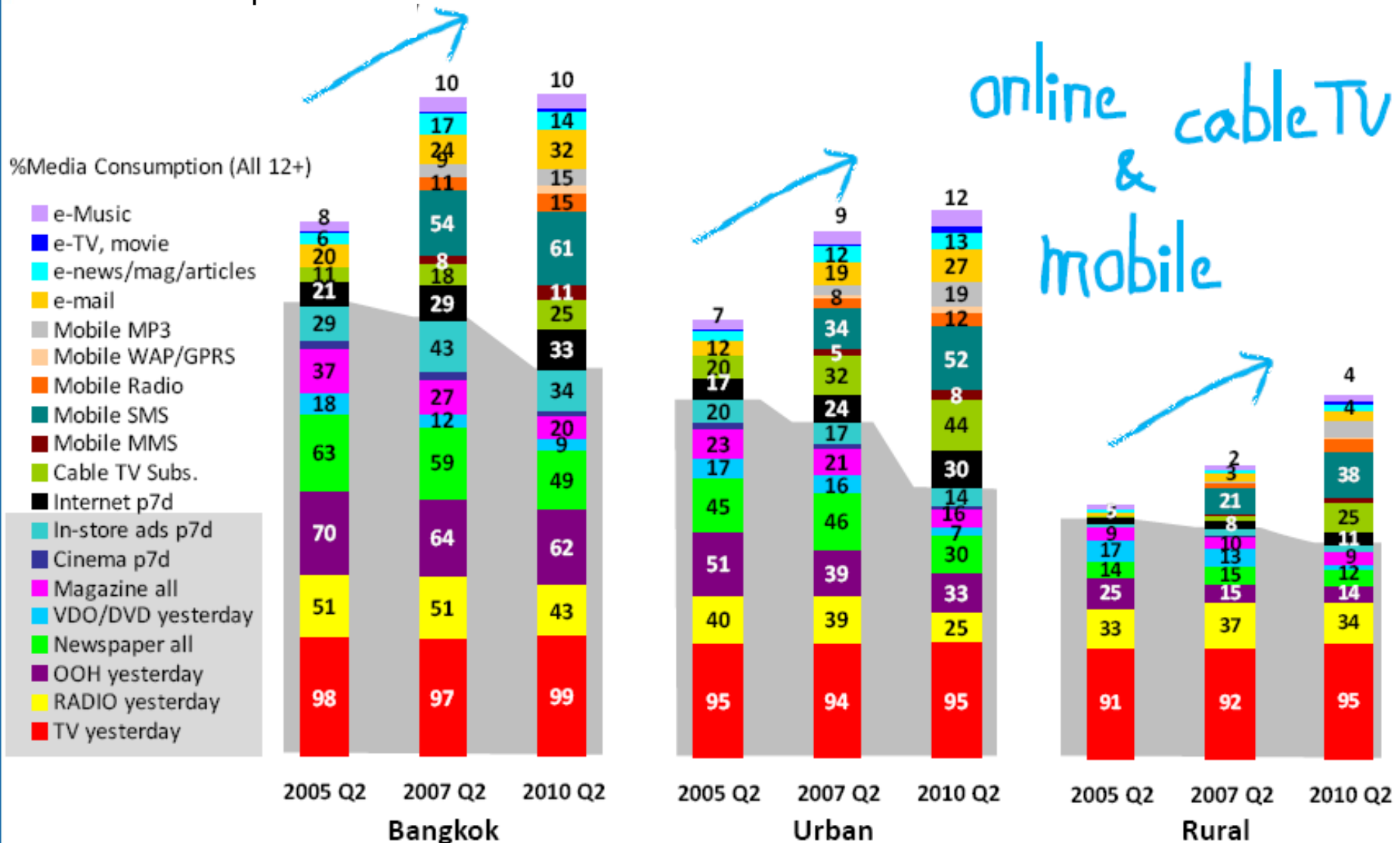
5-10 yrs ago

today



Flexible (mobile) lifestyle driven by technology

Media Consumption





DESSERT

Fanta Case

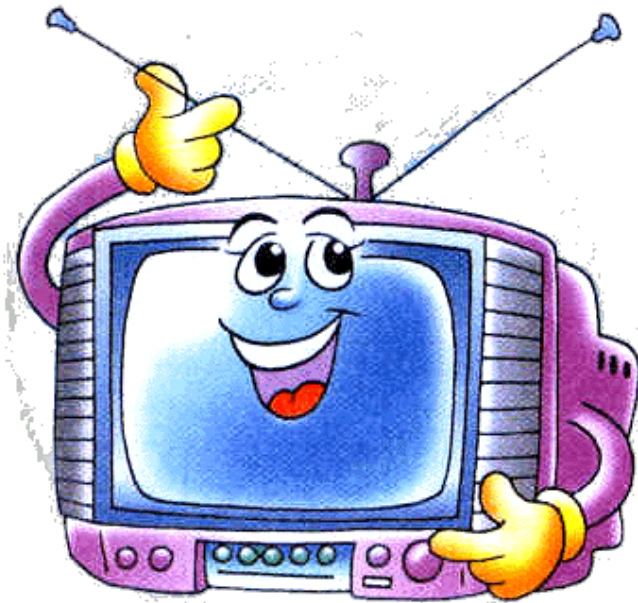
(September - October 2009)

Background

Fanta as an occasional drink...
merely an alternative to cola



A day in life



Lower income teen in Bkk



"Fanta Free Ride Fun Bus"

- Activate brand via "Fun Currency"
- Build loyalty



"Fanta Free Ride Fun Bus"



Tie in with TV Game Show
to promote Fanta Bus



Result

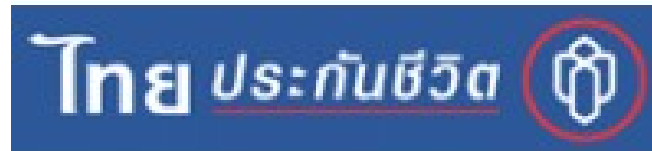
- +11% sales from the same period last year
- +15% Fanta is a “Fun Brand” message among the target

Thai Life Insurance Co Case

(January – June 2009)

Background

- Stagnant sales due to economic downturn in prior years.
- High penetration among AB consumers.



A day in life

จปโฆษณาผ่านสื่อทีวี
1 มกราคม ถึง วันที่ 21 ธันวาคม 2549

วันที่	มูลค่า
ช่อง 11	1,179.00
ช่อง 3	13,835.00
ช่อง 5	7,843.00
ช่อง 7	13,506.00
ช่อง 9	7,595.00
โมทีวี	8,511.00
รวม	49,519.00





CD nationwide



“Value Oneself by Caring for Others”

- Extend to CD consumers



Cinema



Result

- AME award 2010
- 70% Ad awareness among target (18-50 ABCD)
- 50% Ad recall among target (18-50 ABCD)
- +56% new policies increase in 2009
- +34% first-timer premiums

DESSERT



Q & A