

Chipotle เปิดครัวให้ Creator 100 คนถ่ายสิ่งที่ตัวเองสนใจ แบบไม่มีสคริปต์ แล้วเอาฟุตเทจมาทำเป็นโฆษณา

Chipotle (ชิโปตเล — อ่านประมาณว่า ชิ-โพท-เลย์) เชนร้านอาหารเม็กซิกันแบบ Fast Casual จากสหรัฐฯ ทดลองวิธีทำโฆษณาที่น่าสนใจ ด้วยการเปิดพื้นที่หลังเคาน์เตอร์ให้ Creator 100 คน เข้าไปถ่ายสิ่งที่เกิดขึ้นจริงภายในร้านกว่า 50 สาขาในสหรัฐฯ แคนาดา และสหราชอาณาจักร แล้วนำฟุตเทจทั้งหมดมาใช้สร้าง National Advertising Campaign ชุดใหม่ของแบรนด์ แคมเปญนี้เป็นการต่อยอดซีรีส์ Behind the Foil ที่ Chipotle ใช้มาตั้งแต่ปี 2019 เพื่อพาคนดูเข้าไปเห็นขั้นตอนการเตรียมอาหารหลังเคาน์เตอร์ และ reinforce ภาพของแบรนด์เรื่องวัตถุดิบสด การปรุงอาหารภายในร้าน และความโปร่งใสเกี่ยวกับสิ่งที่ลูกค้ากำลังกิน คราวนี้ Chipotle เปลี่ยนคนถือกล้องมาเป็น Creator Creator 100 คนได้รับเชิญเข้าไปในร้านช่วงที่พนักงานกำลังเตรียมอาหารตอนเช้า ได้ลองทำตั้งแต่ย่างไก่ ปรุง Chips หั่นผัก ไปจนถึงบด Guacamole โดยไม่มี Traditional Script หรือ Shot List แบบงานโฆษณาทั่วไป แต่ละคนเลือกถ่ายสิ่งที่ตัวเองสนใจและเล่าประสบการณ์ออกมาตามสไตล์ของตัวเอง Creator ที่ถูกเลือกก็ไม่ได้มีเฉพาะสายอาหาร มีทั้ง Emme Zhou ศิลปินเชรามิก, Lily Hevesh ศิลปินโดมิโน, Ben Treat ซึ่งทำ Stop-motion Animation และ Alissa Teo ที่สร้างงานศิลปะจากอาหาร Ben Treat นำการประกอบ Burrito ไปทำเป็น Claymation ขณะที่ Lily Hevesh นำจังหวะและความแม่นยำในการเตรียมอาหารไปตีความผ่านงานโดมิโนของเธอ ผลจากการปล่อย Creator 100 คนเข้าไปในครัวคือฟุตเทจรวมประมาณ 345 ชั่วโมง ก่อนถูกนำมาตัดเป็นโฆษณาความยาว 30 และ 15 วินาทีสำหรับ National TV รวมถึง TikTok, Instagram Reels และ YouTube Shorts Chipotle ยืนยันว่าในแคมเปญนี้ไม่มีฟุตเทจที่แบรนด์ถ่ายเองแม้แต่วินาทีเดียว และไม่มีผู้กำกับหรือ Production Company

แบบดั้งเดิมเป็นผู้ควบคุมการถ่ายทำ Creator ทั้ง 100 คนยังมีฐานผู้ติดตามบน Social Media รวมกันมากกว่า 100 ล้านคน และจะนำคอนเทนต์ของตัวเองไปเผยแพร่ผ่านช่องทางที่มีอยู่ด้วย จึงเกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้นพร้อมกันสองด้าน ฟุตเทจของ Creator กลายเป็นวัตถุดิบของสื่อระดับประเทศ ขณะเดียวกัน Creator แต่ละคนก็สามารถพาเรื่องราวเดียวกันกลับไปสู่กลุ่มผู้ติดตามของตัวเอง เบื้องหลังแคมเปญยังมี Objective เชิงธุรกิจที่ค่อนข้างชัด เพราะงานชุดนี้ถูกใช้สนับสนุนการเปิดตัว Limited-time Menu สองรายการ ได้แก่ Pollo Asado สูตรใหม่ และ Chili Lime Chips นี่ยังถือเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ของ Chipotle ที่แบรนด์เปิดตัว Limited-time Menu สองรายการพร้อมกัน ทำให้ Creator 100 คนมีหน้าที่ช่วยพาคนดูเข้าไปเห็นขั้นตอนการเตรียมเมนูใหม่เหล่านี้ภายในร้านด้วย อีกคนที่ทำหน้าที่แคมเปญนี้มาจับตามองคือ Fernando Machado ซึ่งเข้ามารับตำแหน่ง Chief Brand Officer ของ Chipotle ในปี 2026 หลังเคยสร้างชื่อจากงานการตลาดของ Burger King และแบรนด์ระดับโลกอีกหลายแห่ง นี่ถือเป็น National Advertising Campaign แรกภายใต้ Machado และเป็นงานใหญ่ชุดแรกที่ Chipotle ทำร่วมกับ KIDS เอเจนซีพาร์ทเนอร์รายใหม่ของแบรนด์ สิ่งที่น่าสนใจคือ Machado ยอมรับว่ากระบวนการทำงานครั้งนี้ต่างจากสิ่งที่เขาเคยทำมาตลอดอาชีพ

(ที่มา : MarketingOoops!)

crisma

วันที่ 16 กันยายน 2569
เรื่อง หนังสือแจ้งมติที่ประชุม ครั้งที่ 1/2569
เรื่อง ข้าราชการจังหวัด โฉมมา จำกัด
ที่ส่งมาด้วย 1. ส่วนราชการประสานงานผู้ถือหุ้นประจำปี 2569
2. ร่างมติที่ประชุม
3. ร่างใบแจ้งหนี้
4. หนังสือมอบหมาย

ด้วยคณะกรรมการของจังหวัด โฉมมา จำกัด มีมติให้เรียกประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 ในวันที่ 1 ตุลาคม 2569 เวลา 11.00 น. ณ สำนักงานใหญ่ของจังหวัด เขตที่ 1050 ถนนเพชรบุรี แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพมหานคร และนายสมชาย แสงสุวรรณ กรรมการบริหาร และนายสมชาย แสงสุวรรณ กรรมการบริหาร ได้ดำเนินการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569

วาระที่ 1 พิจารณารายงานผลการดำเนินงานประจำปีของจังหวัด โฉมมา จำกัด และการดำเนินงานของจังหวัดจังหวัดเชียงใหม่

วาระที่ 2 พิจารณารายงานผลการดำเนินงานประจำปีของจังหวัด โฉมมา จำกัด และการดำเนินงานของจังหวัดจังหวัดเชียงใหม่

วาระที่ 3 พิจารณาอนุมัติการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นจังหวัด

วาระที่ 4 พิจารณาอนุมัติการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นจังหวัด

วาระที่ 5 พิจารณาอนุมัติการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นจังหวัด การเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นจังหวัด และการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นจังหวัด

วาระที่ 6 พิจารณาอนุมัติการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นจังหวัด

วาระที่ 7 พิจารณาอนุมัติการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นจังหวัด การกำหนดคณะกรรมการจังหวัด และกำหนดคณะกรรมการจังหวัด

วาระที่ 8 พิจารณาอนุมัติการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นจังหวัด การกำหนดคณะกรรมการจังหวัด และกำหนดคณะกรรมการจังหวัด

วาระที่ 9 พิจารณาอนุมัติการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นจังหวัด

วาระที่ 10 พิจารณาอนุมัติการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นจังหวัด

วาระที่ 11 พิจารณาอนุมัติการเปลี่ยนแปลงผู้ถือหุ้นจังหวัด

ขอแสดงความนับถือ
จังหวัด โฉมมา จำกัด

(นายสมชาย แสงสุวรรณ)

ประธานกรรมการ

Crisma Co., Ltd.
1050 Phatthanasirak Road,
Sam Luang, Sam Luang,
Bangkok 10250 Thailand

Tel. 02-2318 8899
Fax. 02-2318 9501
Email: info@crisma.com
www.crisma.com



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาววรรณ เดชานุวัตร
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -

ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้

นางสาววรรณ เดชานุวัตร

เป็นผู้พิมพ์

นางสาววรรณ เดชานุวัตร

เป็นผู้โฆษณา

นางสาววรรณ เดชานุวัตร

เป็นบรรณาธิการ

บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๖ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐

(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกกร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนสำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

