

Tel : +66 (0) 2733 0152 # 11

Tel : +66 (0) 97 245 9405

www.doublead.com



Slow-life

My living

By Double AD Exhibition

งานมหกรรมรวมบ้าน คอนโด และที่อยู่อาศัย เพื่อการใช้ชีวิตอิสระ

9 - 15 มิถุนายน 2559

พื้นที่ลานโปรโมชั่น ชั้น 1 (โซน B) ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาชา ลาดพร้าว

CONCEPT

“ใช้ชีวิตที่ผ่อนคลาย เต็มเต็ม และค้นพบสิ่งใหม่ ๆ”



Slow Life ผ่อนคลาย

โซนที่อยู่อาศัย เช่น บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ คอนโด บ้านพักต่างอากาศ และอื่นๆ ที่เน้นคอนเซ็ปต์ Slow Life

Opportunity เต็มเต็ม

โซนอำนวยการ เช่น สถาบันการเงิน จุดบริการลูกค้า พื้นที่เจรจาองค์โครงการภายในงาน

New Discovery ค้นพบ

โซนกิจกรรม เช่น ฟังดนตรีสด พิธีกรประชาสัมพันธ์ เล่นเกมแจกของรางวัล เป็นต้น

OBJECTIVE

- เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ประเทศไทย
- เพื่อเพิ่มช่องทางการขายให้กับผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
- เพื่อเปิดโอกาสในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยที่มีความหลากหลายให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและตรงต่อความต้องการ
- เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการหรือบริษัท ให้กลุ่มเป้าหมายทั้งกลุ่มลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่
- เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อขาย ในระหว่างงานและหลังการเข้าชม

TARGET

- ผู้ที่หาซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่ออยู่อาศัย
- ผู้ที่หาซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพื่อการลงทุน

VENUE

Central Plaza Lardprao (เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว หรือ เซ็นทรัลลาดพร้าว) ศูนย์การค้า

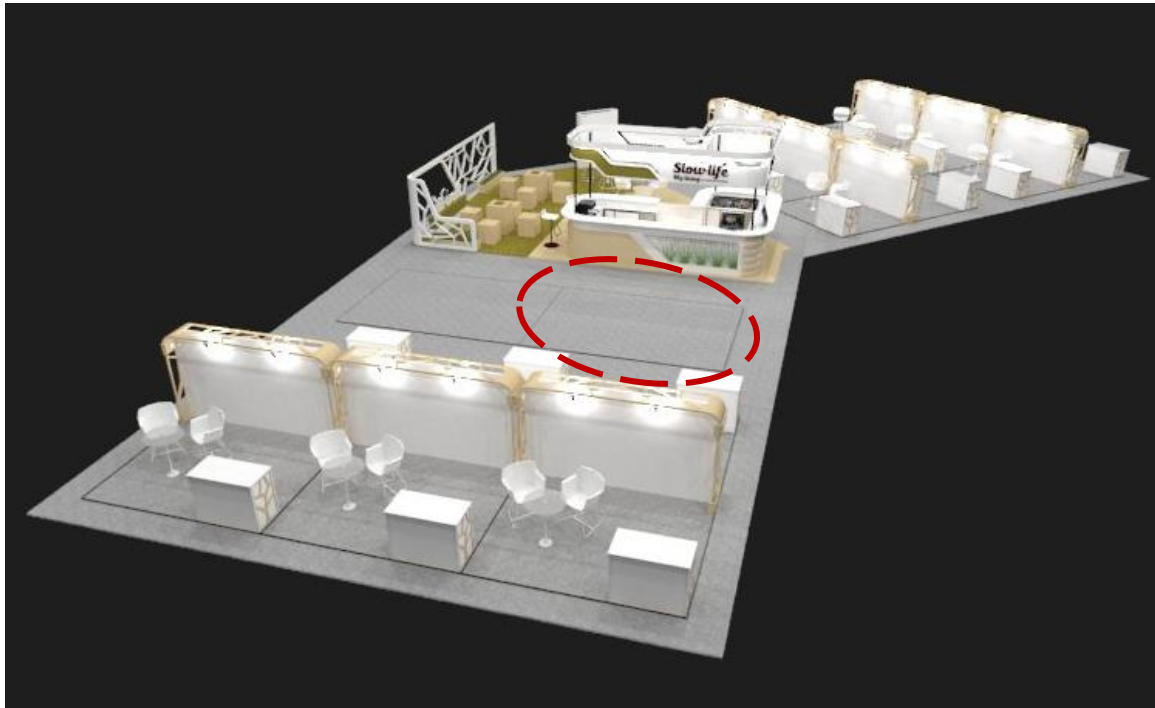
ครบวงจรแห่งแรกของประเทศไทย ประกอบด้วยอาคารสำนักงาน โรงแรม โรงภาพยนตร์ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีกที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ และคอนเวนชันฮอลล์ เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว ไม่เพียงเป็นศูนย์การค้าครบวงจรแห่งแรกในกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์การค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุดแห่งหนึ่ง โดยสามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการได้มากกว่า 40 ล้านคนต่อปี รองรับกลุ่มเป้าหมายฝั่งเหนือของกรุงเทพฯ อยู่บริเวณแยกลาดพร้าว ช่วงริมถนนพหลโยธิน เขตจตุจักร ที่จอดรถรองรับได้มากกว่า 3,000 คัน



ประมาณการผู้เข้าชมงาน จำนวนกว่า 80,000 คน / ต่อวัน

EXHIBITOR BOOTH

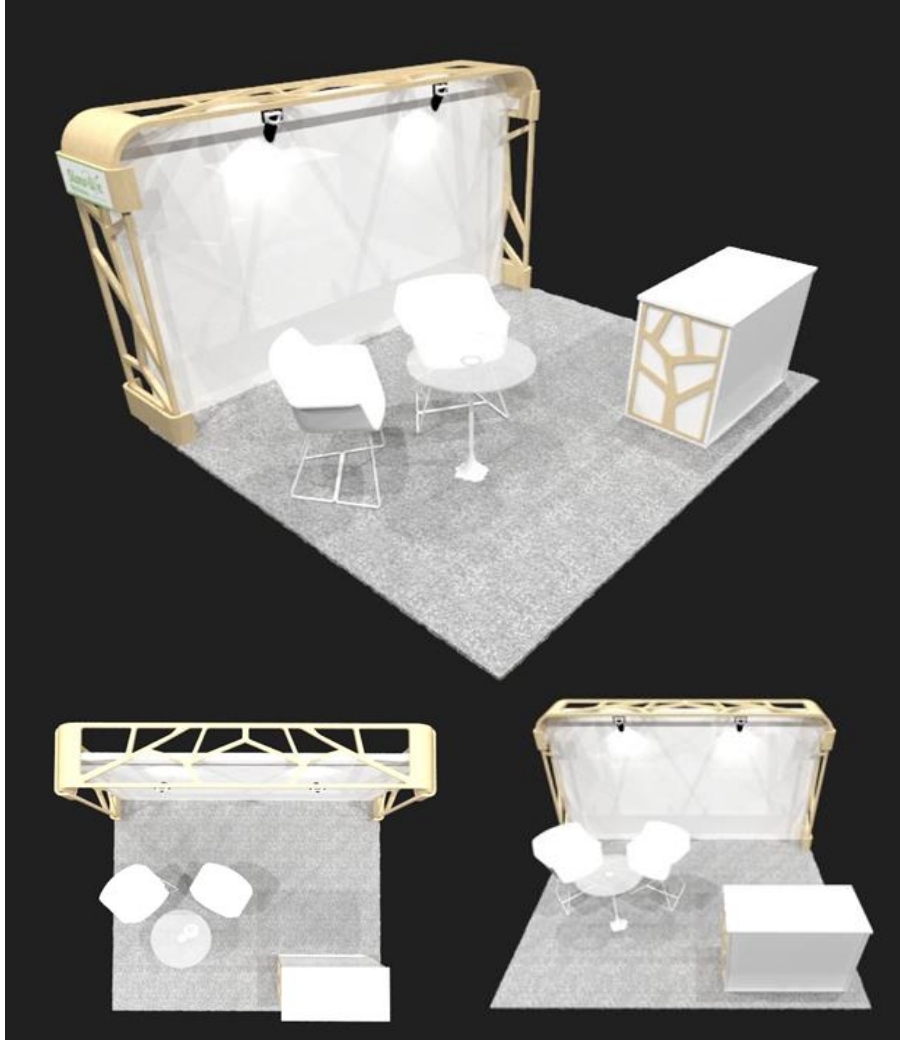
TYPE – A (Raw Space)	TYPE – B (Standard Booth)
<p>พื้นที่เปล่า ขนาด 3 x 4 เมตร (12 ตรม.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - พรอมสีเทาในพื้นที่ - ปลั๊กไฟ 5 แอมป์ จำนวน 1 ชุด 	<p>บุรณาตรฐาน ขนาด 3 x 2.5 เมตร (7.5 ตรม.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผนังโครงสร้างด้านหลัง ขนาด กว้าง 3.00 x สูง 1.70 เมตร - พรอมพรอมสีเทาในพื้นที่ - เคาน์เตอร์ พรอมโลโก้ผู้ร่วมแสดงงาน จำนวน 1 ตัว - โต๊ะเจรจา จำนวน 1 ตัว - เก้าอี้ จำนวน 2 ตัว - ถังขยะ จำนวน 1 ใบ - สปอร์ตไลท์ 100 วัตต์ จำนวน 2 ดวง - ปลั๊กไฟ 5 แอมป์ จำนวน 1 จุด



TYPE - A

พื้นที่เปล่า ขนาด 3 x 4 เมตร (12 ตรม.)

- พรมสีเทาในพื้นที่
- ปลั๊กไฟ 5 แอมป์ จำนวน 1 ชุด



TYPE - B

บุษมาตฐาน ขนาด 3 x 3 เมตร / 3 x 2.5 เมตร (9 / 7.5 ตรม.)

- ผนังโครงสร้างด้านหลัง ขนาด กว้าง 3.00 x สูง 1.70 เมตร พร้อมพรมสีเทาในพื้นที่
- เคาน์เตอร์ พร้อมโลโก้ผู้ร่วมแสดงงาน จำนวน 1 ตัว
- โต๊ะเจรจา จำนวน 1 ตัว
- เก้าอี้ จำนวน 2 ตัว
- ถังขยะ จำนวน 1 ใบ
- ฟลูออเรสเซนต์ 100 วัตต์ จำนวน 2 ดวง
- ปลั๊กไฟ 5 แอมป์ จำนวน 1 จุด



ด้านบนของตัว Counter bar มีไฟ LED ส่องจากด้านบนเป็นแนวรอบๆ

จุดวางที่นั่งซึ่งมีประตูบานพับเพื่อความสะดวกในการเปลี่ยนน้ำแข็ง

จุดวางเครื่องทำกาแฟ: ออกรุ่น

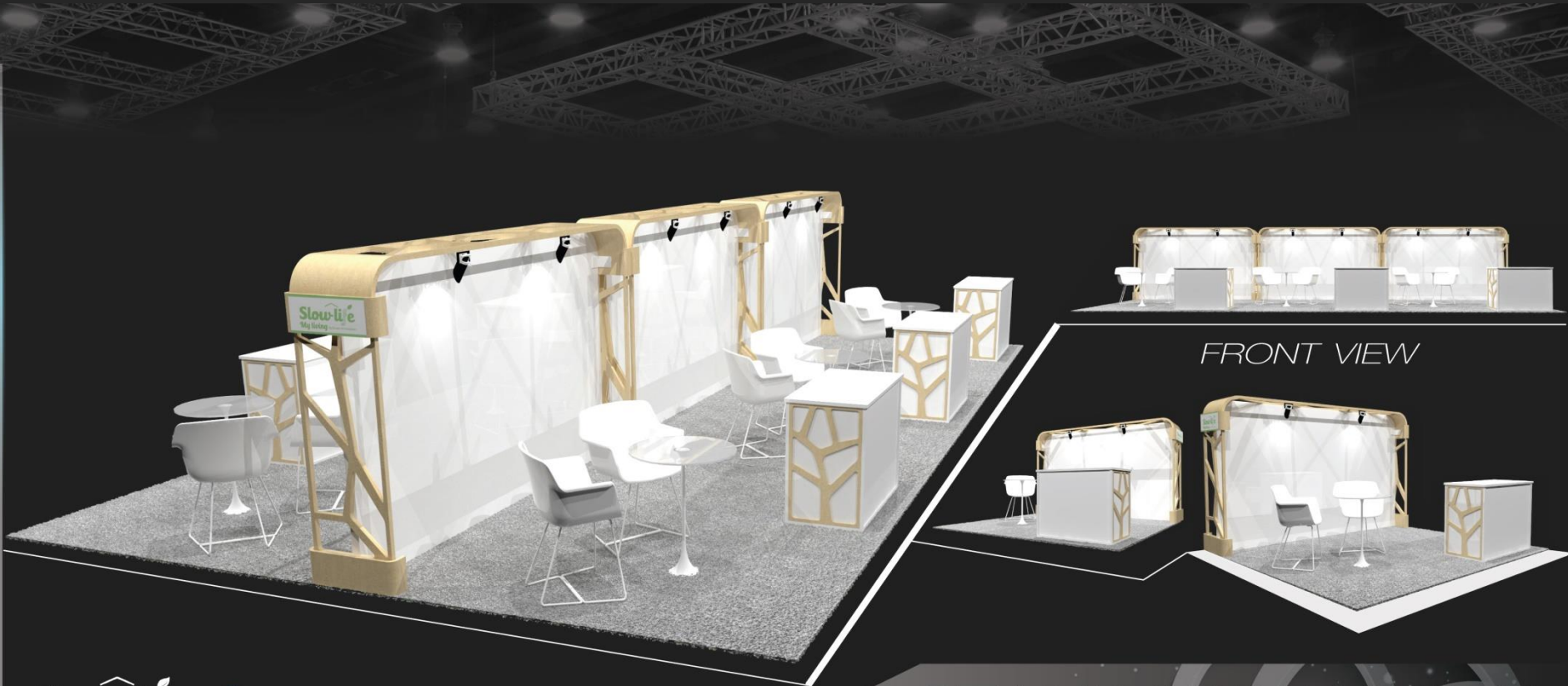
จุดวาง Sound and Lighting controller

จุดวางทีวี Video Present ด้านหลังเป็นประตูบานพับ สามารถเปิด - ปิดได้

DOUBLE AD. EXHIBITION

Double Ad Co., Ltd.
THE POWER OF TEAM

ACTIVITY ZONE

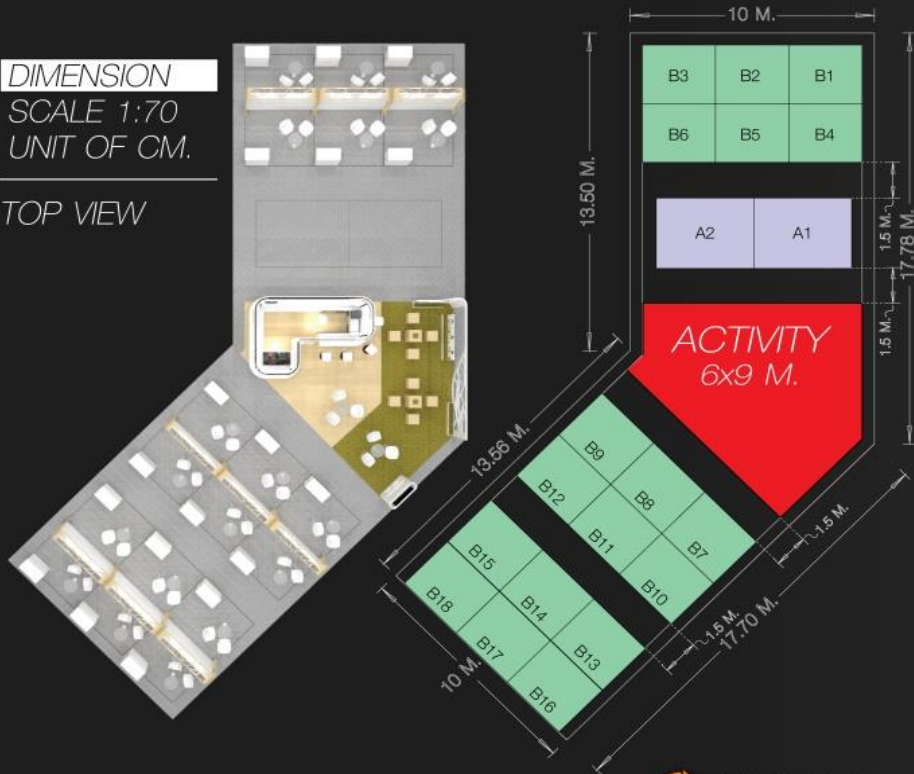


FRONT VIEW

STANDARD BOOTH

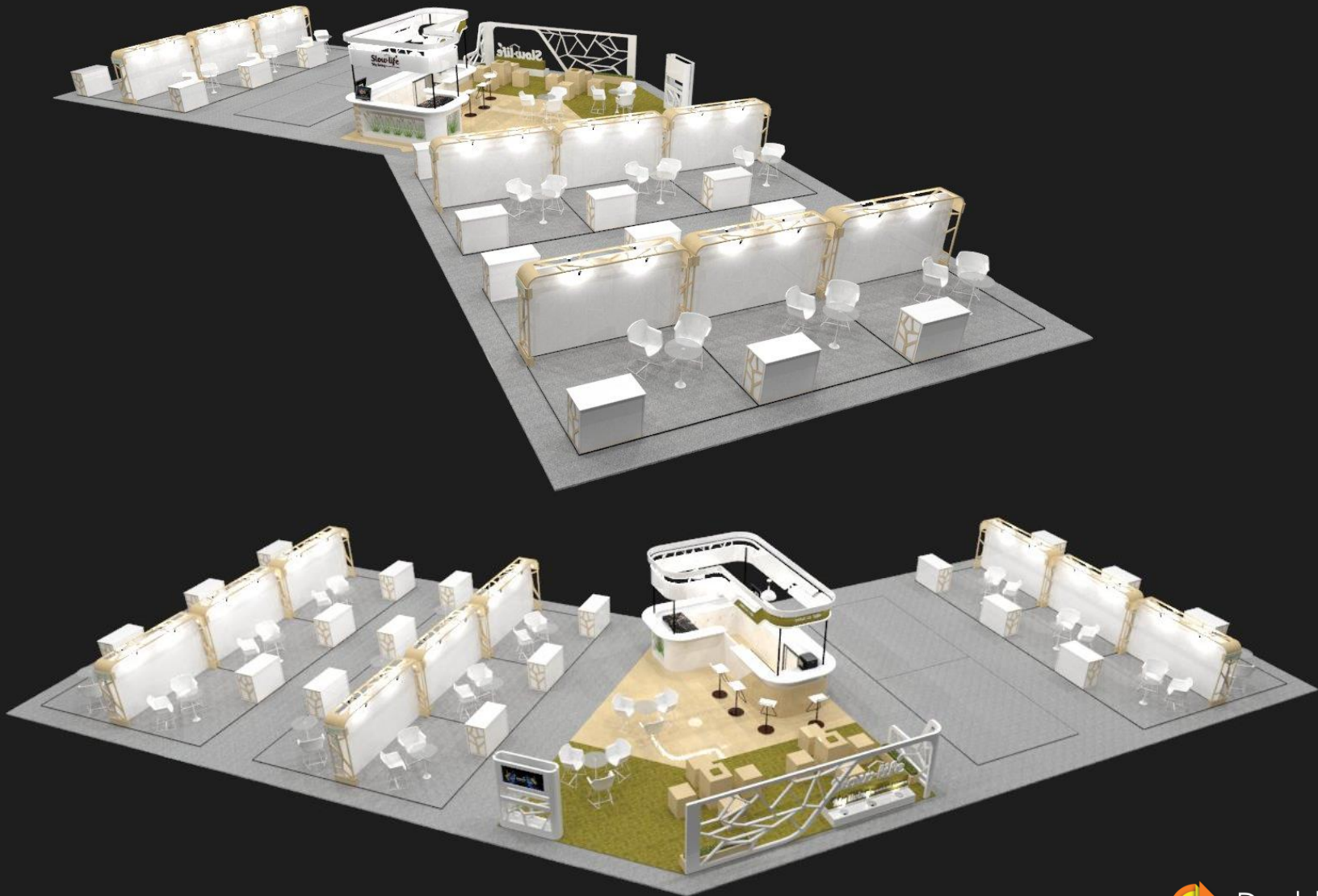
DIMENSION
SCALE 1:70
UNIT OF CM.

TOP VIEW



Zone B
PERSPECTIVE

CENTRAL LADPRAO



FLOOR PLAN



พื้นที่ ลานโปรโมชั่น ชั้น 1 (โซน B) ขนาดพื้นที่ 310.92 ตารางเมตร

CENTRAL LADPRAO



PLATINUM

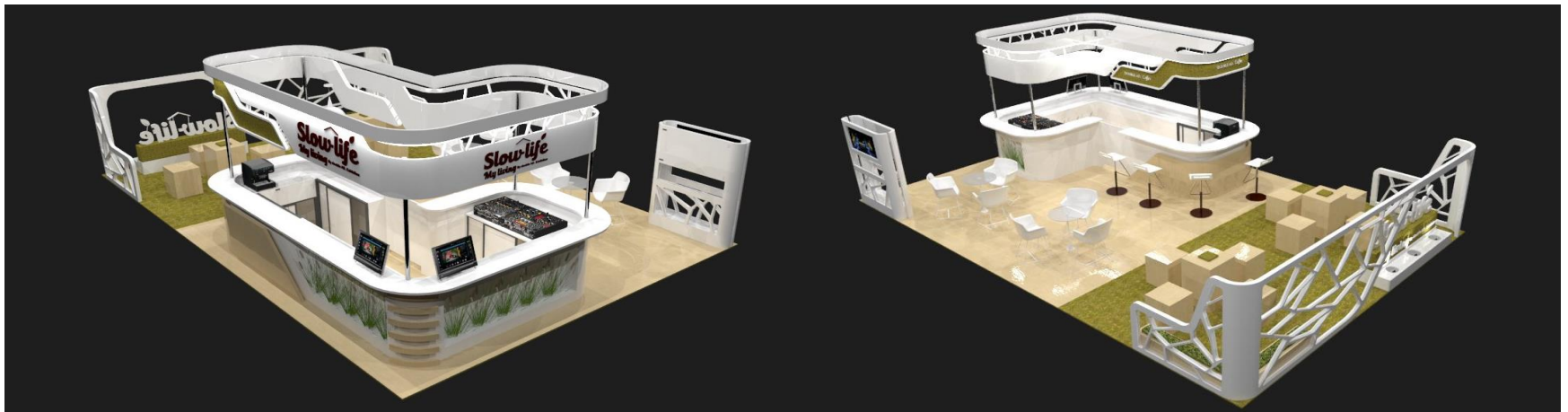
Raw Space 3m x 4m
(Client need to do own construction)

GOLD

Standard Booth 3m x 2.5m
 — Booth partition wall
 For Raw space must build own wall

ACTIVITY

- จุดบริการลูกค้า
- Registration Zone + Souvenir จุดลงทะเบียนรับของที่ระลึก (รับกระเป๋าผ้าทันที)
- กิจกรรม เล่นเกมตามรอบการประชาสัมพันธ์โครงการ และรับของที่ระลึก (อื่นๆ)
- Counter Bar (Soft Drink) เป็นจุดบริการเครื่องดื่มให้สำหรับผู้ที่สนใจหรือจองโครงการภายในงาน
- Kids Zone มีกิจกรรมวาดภาพระบายสี สำหรับคุณพ่อคุณแม่ที่พาเด็กๆ มาเดินชมงานด้วย
- โปรโมชันต่างๆภายในงาน สำหรับผู้จองโครงการภายในงาน และผู้เดินเยี่ยมชมโครงการภายในงาน



PROMOTION

จองโครงการภายในงานมีสิทธิ์

- รับทันที ตุ๊กตาหมี / หมอนผ้าห่ม
- ลุ้นรับ iPhone 6S / Samsung Galaxy S6 Edge จำนวน 1 รางวัล
- ลุ้นรับ Gift Voucher จากศูนย์การค้าในเครือเซ็นทรัล
มูลค่า 1,000 บาท จำนวน 5 รางวัล

ลงทะเบียนภายในงาน

- รับทันที กระเป๋าผ้า
- มีสิทธิ์ลุ้นรับ Gift Voucher / ตั๋วชมภาพยนตร์ 2 ที่นั่ง จำนวน 1 รางวัล / วัน



โครงสร้างโดยรวมของสื่อประชาสัมพันธ์

NEWSPAPER



MAGAZINE



SOCIAL NETWORK



BANNER



POSTER - LEAFLET



NEWSPAPER



สื่อหนังสือพิมพ์ M2F โฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงาน จำนวน 1 ฉบับ



THAI DAILY NEWSPAPER

www.m2news.com Facebook.com/m2fnews

M2F เจ๋ง

โตก้าวกระโดดครองใจชาวกรุงเร็ว



จากการสำรวจโดยบริษัท Nielsen

พบว่า นับตั้งแต่เริ่มแจก M2F เป็นเวลา 6 เดือน หนังสือพิมพ์เล่มนี้ได้รับการตอบรับจากชาวกรุงเทพฯ ในเวลารวดเร็ว จนนำตระหนัก ด้วยยอดคนที่มีมือถืออ่านมากกว่า 4 แสนฉบับ พร้อมทั้งเสียงเรียกร้องให้เพิ่มจำนวนหน้าต่อสัปดาห์ เนื่องจากนี้ 18% ของกลุ่มผู้อ่านยังพึงพอใจ กับ M2F อย่างมาก อีก 57% รู้สึกพึงพอใจโดยรวม มีเพียง 1% เท่านั้นที่รู้สึกยังไม่พอใจ

การรับหนังสือพิมพ์ M2F ของผู้อ่าน



- อัตราเฉลี่ยการรับ M2F - 2.26 ฉบับ/คน
- นำไปแบ่งให้คนอื่นดูๆ ได้สัปดาห์ละ - เฉลี่ย 6 คนต่อฉบับ

พื้นที่พิมพ์ผู้อ่าน M2F มากที่สุด (%)



กลุ่มผู้อ่าน M2F (%)	
เพศ	
ชาย	53
หญิง	47
อายุเฉลี่ย	
22-24 ปี	16
25-29 ปี	28
30-34 ปี	24
35-39 ปี	18
40-45 ปี	15
อายุเฉลี่ยโดยรวม	31.57
รายได้ครัวเรือน	
60,000 บาท ขึ้นไป	37
50,000-59,999 บาท	11
25,000-49,999 บาท	51
รายได้เฉลี่ยโดยรวม	58,917.91
สถานะ	
โสด	75
สมรส	25
หย่าร้าง	0
อาชีพ	
ข้าราชการ	13
พนักงานบริษัท	80
ธุรกิจส่วนตัว	7
อื่นๆ	1
การศึกษา	
ปริญญาตรี	12
ปริญญาโท	6
ปริญญาตรี	11
ปริญญาโทขึ้นไป	81

The Result of Nielsen Survey :

Read 15.6 times / Month
Spend 16 Minutes in average

Read newspaper around 7am - 12pm

46% of people shared and shared to an average of 5 more people



Copyright © 2013 The Nielsen Company. All rights reserved.



THAI DAILY NEWSPAPER

Printing &
Circulation
600,000
Copies



**เอกสารยืนยัน
ยอดการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ฟรี**

ฉบับแปล

สำหรับ Audit Bureau of Circulations (ABC) องค์การเพื่อตรวจสอบยอดพิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์และนิตยสารทั่วโลก

การรับรองการจัดจำหน่าย
หนังสือพิมพ์ นิตยสารรายวัน
(ไม่มีผู้ฝากขาย)



หนังสือพิมพ์ M2F สิตินันท์ โดย
บริษัท โทสต์ ฟันดิ้งซิง จำกัด (มหาชน)
อาคารบางกอกไฮสแควร์ 136 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110 ประเทศไทย
โทรศัพท์ +66 (0) 2240 3390
โทรสาร +66 (0) 2671 9699
เว็บไซต์ www.m2fnews.com

ความเป็นหนังสือพิมพ์ ประจำวัน (ยกเว้นวันเสาร์ วันอาทิตย์ และวันหยุดราชการ)
ราคาหน้าปก ไม่มี
อัตราขายปลีก ไม่มี
ความถี่ในการตรวจสอบของ องค์การ HKABC รายไตรมาส
หนังสือรับรองการจัดจำหน่ายเฉพาะ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ ถึง วันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2555

ข้อมูลแจ้งในหนังสือรับรอง

สำหรับหนังสือพิมพ์ 88 วัน ที่แจกฟรีระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ ถึง 30 เมษายน พ.ศ. 2555



ยอดพิมพ์และจัดจำหน่ายโดยเฉลี่ยต่อวัน : 400,508 ฉบับ

บริษัท โทสต์ ฟันดิ้งซิง จำกัด (มหาชน)

เอกสารยืนยันฉบับนี้ ออกให้ ณ วันที่ 10 พฤษภาคม 2555 ซึ่งถูกต้องและมีความถูกต้องตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ได้ผ่านการตรวจสอบโดย บริษัท K.P. Law & Company ผู้ตรวจสอบที่ได้ใบการยอมรับจาก องค์การ HKABC โดยปกติในนามของผู้พิมพ์

ผู้พิมพ์หรือบรรณาธิการอาจอ้างถึงข้อมูลฉบับนี้ มิได้โดยนิตยสารพิมพ์ ซิตินันท์ และหาชมรวมของ องค์การ HKABC

องค์การ HKABC ได้ทำการตรวจสอบ ณ จุดขายซึ่งมีหนังสือพิมพ์ M2F ตามจุดต่างๆ ตามกระบวนการที่ได้กำหนดไว้ และขอสงวนสิทธิ์ไว้ เป็นที่โปรดปรานของ
ชื่อผู้ตรวจสอบของ องค์การ HKABC

เอกสารใบยืนยันใบการพิมพ์นี้ใช้ได้จนถึงวันที่พิมพ์ และ องค์การ HKABC

HKABC Certificate issued by
Hong Kong Audit Bureau of Circulations Limited
6001 15, 15/F, Engineer Commercial Tower
371-373 Lockhart Road,
Wah Chai, HKGAP
Tel: (852)2882 2838 Fax: (852)2882 4673
Email: mail@hkabc.com.hk
Website: www.hkabc.com.hk



www.m2fnews.com Facebook.com/m2fnews

And still under quarterly
audit by

HKABC

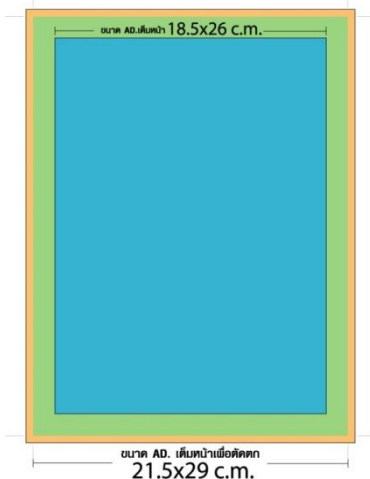
**AUDIT BUREAU
OF CIRCURATIONS**



Audit Bureau of Circulations

MAGAZINE

สื่อนิตยสาร โฆษณาประชาสัมพันธ์ จำนวน 2 เล่ม



อาคาร&ที่ดิน MONTHLY
Home&Condo สานิตยสารรายสัปดาห์

ฉบับประจำเดือน

นิตยสารอาคาร&ที่ดิน Monthly
(วางแผงทุกวันที่ 5 ของเดือน)

นิตยสารอาคาร&ที่ดิน Weekly Home&Condo
(วางแผงทุกวันที่ 20 ของเดือน)

มุ่งเน้นในเรื่องข่าวเจาะลึกพิเศษเกี่ยวกับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ทั้งจากภาครัฐและเอกชน พร้อมบทวิเคราะห์เชิงลึกที่สะท้อนของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ทั้งใหม่และมือสอง พร้อมบทความพิเศษ คอสมีนี่ Home Style สัมภาษณ์ผู้บริหาร ทาวน์พาร์ค ที่สะท้อนมุมมองจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และสาระเรื่องน่ารู้ สำหรับคนรักบ้าน

กลุ่มเป้าหมายหลัก บุคคลทั่วไปที่สนใจ ผู้มีรายได้

- ระดับ กลุ่ม A** อายุ 30-50 ปี
- การศึกษา ปริญญาตรี-เอก
- รายได้ระหว่าง 50,000 บาทขึ้นไป
- ระดับ กลุ่ม B** อายุ 20-40 ปี
- การศึกษา ปริญญาตรี-โท
- รายได้ระหว่าง 20,000-40,000 บาท

กลุ่มเป้าหมายรอง ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์ สถาบันการเงิน หน่วยงานราชการเจ้าของตนเอง

ยอดพิมพ์ 80,000 ฉบับ

ยอดจำหน่าย 50,000 ฉบับ

สมาชิก 10,000 ฉบับ

SOCIAL NETWORK



สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์งานผ่านสื่อ เว็บไซต์ หรือโซเชียลเน็ตเวิร์ค จำนวน 5 เว็บไซต์
(ระยะเวลาการประชาสัมพันธ์งาน 1 เดือน ก่อนและระหว่างการจัดงาน)

Social Media

Facebook (Promote page /Booster Post)

เฟซบุ๊กถือเป็นบริการเครือข่ายสังคม (Social Network) ที่มีคนใช้มากที่สุดในโลก มีกลุ่มเป้าหมายค่อนข้างกว้างขวาง โดยการที่ Promote page /Booster Post สามารถระบุกลุ่มเป้าหมาย (อายุ เพศ) ที่ต้องการให้เห็นโพสต์ / วันและระยะเวลาในการโปรโมทได้

TRUE-H 12:12 78%

Grand U
Sponsored

ข้อม "นิ้ว" ของคุณให้พร้อม เพราะ มหกรรม "กด" กำลังจะกลับมา กับการจองตอนได้ออนไลน์ จากแกรนด์ ยู

โอกาสดี มีเพียง 4 ชม.เท่านั้น
คำแนะนำ... Continue Reading



32.8K Likes 9 Comments

Promote Page

- Age: 13+ - 17+
- Gender: All, Men, Women
- Budget and Duration: Daily Budget: ฿181.00
- Estimated 35 - 139 likes per day

Boost Post

- 477,053 Paid Reach (1)
- 56,357 Actions (1)
- ฿5,324.44 Budget spent
- End Date: November 22nd, 11:55pm
- Age: 15-30
- Gender: Male and Female
- Interest: Songwriter, singer/lyric or 30 others
- Other: Location - Living In: Thailand
- Boosted By: MK Saras

Boost Post Metrics:

- 16356 Link Clicks
- 1440 Page Likes
- 37821 Post Likes

Boost Post Details:

- Like: 37,025
- Comment: 121
- Share: 811

BANNER



สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงาน ป้ายแบนเนอร์ กระจายตามจุดต่างๆ จำนวน 300 ผืน

POSTER - LEAFLET



โปสเตอร์

ติดตามจุดโปรโมชั่นของทางศูนย์การค้า จำนวน 5 – 10 จุด
(ก่อนและระหว่างการจัดงาน)

แผ่นพับใบปลิว

ประชาสัมพันธ์การจัดงาน จำนวน 10,000ใบ
(ก่อนและระหว่างการจัดงาน) กระจายตามจุดต่างๆ

แจกบนทางด่วน

ทางขึ้น – ลง ของสถานี BTS / MRT

บริเวณศูนย์การค้าที่จัดงาน

Slow-life
My living By Double AD Exhibition

งานมหกรรมรวมบ้าน คอนโด และที่อยู่อาศัย เพื่อการใช้ชีวิตอิสระ:

DOUBLE AD CO.,LTD

493 Soi Nawamin 39 Nawamin Rd. Klongchan Bangkok BKK 12040 Tel. 02 733 0152 Fax. 02 733 2731