“คิวรอน” ทุ่ม 20 ล้าน เปิดตัว “สปาร์คเคิล ไวท์เทนนิ่ง คิท” ผลิตภัณฑ์เพื่อฟันขาว ภายใน 20 นาที

ตลาดฟันขาวเดือด บริษัท คิวรอน จำกัด ผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก แบรนด์ “สปาร์คเคิล” โหมตลาดทุ่มกว่า 20 ล้านบาท เปิดตัว “สปาร์คเคิล ไวท์เทนนิ่ง คิท” นวัตกรรมใหม่!! ช่วยทำให้ฟันขาว ไวท์ไว ภายใน 20 นาที เห็นผลได้ตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้ ด้วยอนุภาคของ Micro White เอกสิทธิ์เฉพาะของ Sparkle ผ่านการทดสอบจากสถาบัน Dermscan Asia ประเทศฝรั่งเศสแล้วว่า 91% ฟันขาวขึ้นจริง และ 99% ใช้แล้วไม่แพ้ หลังพฤติกรรมการใช้ยาสีฟันในตลาดเปลี่ยนจาก Family use เป็น Personal use ทำให้ตลาดยาสีฟันเติบโตมากขึ้น ผู้บริโภคจะเลือกซื้อยาสีฟันตามความต้องการของตัวเอง เจาะกลุ่มคนหนุ่มสาววัยทำงานอายุ 18-40 ปี ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว ทำให้ฟันขาว ตั้งเป้าการขาย 100 ล้านบาท ภายในปี 2014

นายเดชฤทธิ์ ณ ตะกั่วทุ่ง ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท คิวรอน จำกัด ผู้นำนวัตกรรมอุปกรณ์จัดแต่งทรงผมและความงาม เช่น เลอซาช่า, เครื่องรีดถนอมผ้าแอทโฮม และกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า และทำความสะอาดหน้า แบรนด์ “คิวรอน” และผลิตภัณฑ์เพื่อฟันขาวแบรนด์ **“สปาร์คเคิล”** จนเป็นที่ไว้วางใจของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์มายาวนานกว่า 18 ปี เปิดเผยว่า หลังจากที่บริษัทได้ทำตลาดยาสีฟันเพื่อฟันขาว “สปาร์คเคิลไวท์” ซึ่งวางคอนเซปต์ทางการตลาดสำหรับคนรุ่นใหม่ที่ใส่ใจตัวเอง และต้องการเพิ่มเสน่ห์ด้วยรอยยิ้มฟันขาว ด้วยคุณสมบัติที่ช่วยให้ฟันขาว ลมหายใจสดชื่น ดูแลเหงือกและฟันให้แข็งแรง ตั้งแต่ปี 2552 จนได้รับการตอบรับจากตลาดเป็นดี และในปี 2557 นี้ บริษัทจึงได้เปิดตัว **“สปาร์คเคิล ไวท์เทนนิ่ง คิท”** ผลิตภัณฑ์เพื่อฟันขาว ภายใน 20 นาที เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดฟันขาวที่มีอัตราการเติบโตเป็นอย่างสูง

โดยคุณสมบัติของ **“สปาร์คเคิล ไวท์ เทนนิ่ง คิท”** ซึ่งเป็นนวัตกรรมใหม่ ที่ช่วยทำให้ฟันขาวภายใน 20 นาที และเห็นผลได้ตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้ ด้วยอนุภาคของ Micro White* เอกสิทธิ์เฉพาะของ Sparkle ที่จะค่อยๆ ปลดปล่อยอนุภาคส่งตรงเข้าสู่ผิวฟัน เมื่อสัมผัสกับผิวฟันจะเกิดการแตกตัวช่วยให้สีฟันขาวขึ้น สลายคราบฝังแน่น คราบชา กาแฟ โดยไม่ทำลายเคลือบฟันและเหงือก ปลอดภัยและอ่อนโยน พร้อมด้วยส่วนผสมของ HAP (Hydroxy Apatite) ช่วยคืนสมดุลของแร่ธาตุสู่ผิวฟัน ซ่อมแซมการถูกทำลายบริเวณผิวฟัน ไม่ก่อให้เกิดการระคายเคือง และอาการเสียวฟันหลังการใช้ ผ่านการทดสอบจากสถาบัน Dermscan Asia ประเทศฝรั่งเศสแล้วว่า 91% ฟันขาวขึ้นจริง และ 99% ใช้แล้วไม่แพ้

สปาร์คเคิล ไวท์ เทนนิ่ง คิท เจาะกลุ่มคนหนุ่มสาววัยทำงานอายุ 18-40 ปี ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว ทำให้ฟันขาว และเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการตัวช่วยเพื่อทำให้ฟันขาวด้วยตนเองที่บ้าน ใช้งานง่าย สะดวก และสามารถพกพาติดตัวได้ มีจำหน่ายที่ Lotus , Watson's , Big C , Home fresh mart , Boots , Top's และห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป

นายเดชฤทธิ์ กล่าวต่ออีกว่า ปัจจุบันแบรนด์ "สปาร์คเคิล" มีผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพปาก ทั้ง **"ยาสีฟัน" "สปาร์คเคิล ไวท์ และ สปาร์คเคิล ดับเบิ้ล ไวท์ เลมอนโซดา"** เป็นสูตรใหม่ที่ช่วยทำให้ฟันขาวกว่าเดิม เพิ่มประสิทธิภาพการทำความสะอาดฟัน ด้วย Micro White Silica นวัตกรรมใหม่จากประเทศอังกฤษ สูตรเฉพาะ ของ **สปาร์คเคิล** เป็นอนุภาคขนาดเล็กพิเศษที่ช่วยในการขัดผิวฟันช่วยให้ฟันขาว ขจัดคราบพลัคได้โดยไม่ทำลายเคลือบฟัน **และมี**อีก 1 สูตร **สปาร์คเคิล ทริปเปิ้ล ไวท์** ยาสีฟันช่วยขจัดคราบเหลือง ทำให้ฟันขาวเป็นประกายอย่างเป็นธรรมชาติ ด้วย 3 พลังไวท์เทนนิ่ง จากสารสกัดธรรมชาติ ได้แก่ White Silica จาก U.S.A. ขจัดคราบเหลืองและพลัค ให้ฟันขาวโดยไม่ทำลายเคลือบฟัน, White STPP จาก U.S.A. สลายคราบฝังแน่นบนผิวฟัน และ White Hap ซ่อมแซมและเคลือบผิวฟันให้ขาวเป็นประกาย **"ไหมขัดฟัน" รุ่นเอ็กซ์แพนดิ้ง กลิ่นสเปียร์ มิ้นท์** ที่มีคุณสมบัติพิเศษที่เหนือกว่าของเส้นไหมที่สามารถขยายตัวขึ้นได้พอดีกับร่องฟัน ทำความสะอาดระหว่างซอกฟันและร่องเหงือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ **"สปาร์คเคิล ไอโอนิค"** แปรงสีฟันที่ขายดีอันดับ 1 ในประเทศญี่ปุ่น "Sparkle IONIC" นวัตกรรมแปรงสีฟันที่สามารถเปลี่ยนหัวแปรงได้ มีขนแปรงเรียวแหลมเล็กและนุ่มด้วยขนาด 0.01 mm. ไม่ทำร้ายเหงือก แต่สามารถซอกซอนล้ำลึกอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้เหงือกและฟันแข็งแรง

"แนวโน้มการเติบโตของตลาดทันตกรรมเพื่อความงามที่มีมูลค่าตลาดประมาณ 5,000 ล้านบาท มีการเติบโตไม่ต่ำกว่า 30% ต่อปี ทำให้บริษัทได้เห็นช่องว่างดังกล่าว จึงได้ทุ่มตลาดด้วยงบกว่า 20 ล้านบาท จากอดีต ยาสีฟันมีลักษณะการใช้แบบ Family Use ยาสีฟันในกลุ่ม Therapeutic Segment มีส่วนผลักดันให้ยาสีฟันเป็น Personal Use และ Trend การฟอกฟันขาวเติบโตมากขึ้น เพราะดาราเป็นตัวสร้างกระแส และผู้บริโภคจะเลือกซื้อยาสีฟันตามความต้องการของตัวเอง" **นายเดชฤทธิ์** กล่าว

"สำหรับตลาด Oral care พบว่า ยาสีฟันมีสัดส่วนมากถึง 60% แต่ตลาดที่เติบโตมากสุดคือน้ำยาบ้วนปากมี G +12.5% เนื่องจากการเข้ามาทำตลาดของแบรนด์ใหญ่ เมื่อรวมทั้งยาสีฟัน, แปรงสีฟัน, น้ำยาบ้วนปาก, เด็นทัลฟอสและผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นปาก มีมูลค่าตลาดประมาณ 14,000 ล้านบาท และสำหรับตลาด ไวท์เทนนิ่ง ในปี 2013 มีสัดส่วนการตลาดประมาณ 6-7 % ของตลาดยาสีฟันทั้งหมด คาดว่า ปี 2014 ตลาดยาสีฟันยังคงมีการแข่งขันสูง ดังนั้น สปาร์คเคิล จึงส่ง "สปาร์คเคิล ไวท์ เทนนิ่ง คิท" ผลิตภัณฑ์เพื่อฟันขาว ใน 20 นาที ตอกย้ำภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำทางด้านฟันขาว เอาใจผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว ทำให้ฟันขาว โดยสินค้าดังกล่าวลูกค้าสามารถซื้อกลับไปใช้ที่บ้านได้ด้วยตนเอง โดยตั้งเป้าการขายไว้ที่ 100 ล้านบาท ภายในปี 2014" **นายเดชฤทธิ์**

กล่าวสรุปในตอนท้าย