

“ซีพี-เมจิ” ลุยตลาดนมเปรี้ยว ดัน “ไฟเกน โปร 5” เจาะหนุ่ม-สาวรุ่นใหม่ใส่ใจสุขภาพ



“ซีพี-เมจิ” อัดงบกว่า 70 ลบ. รุกหนักตลาดนมเปรี้ยวเปิดตัวผลิตภัณฑ์คุณภาพตัวล่าสุด นมเปรี้ยวแบบมีจุลินทรีย์ “ไฟเกน โปร 5” อุดมด้วยประโยชน์ดีดี 5 ประการ หวังเจาะกลุ่มหนุ่มสาวรุ่นใหม่รักสุขภาพ มั่นใจยอดขายทะลุ 800 ลบ. หวังชิงแชร์เบอร์ 3 ตลาดนมเปรี้ยวแบบจุลินทรีย์ภายในสิ้นปี 57 พร้อมเปิดตัว พรีเมียมเตอร์พระเอกหนุ่มสุดฮอต “ณเดชน์ คูกิมิยะ” ตัวแทนคนรุ่นใหม่



นายสุจิต มัยลาภ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพี-เมจิ จำกัด ยักษ์ใหญ่เจ้าของผลิตภัณฑ์นมคุณภาพ เปิดเผยว่า ปัจจุบันเทรนด์การดูแลสุขภาพนั้นถือเป็นเรื่องผู้บริโภคไทยในหลายหลากกลุ่มอายุให้ความสำคัญมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มของผู้หญิง-ผู้ชายยุคใหม่ โดยหลายคนคงตระหนักดีว่าพื้นฐานของการมีสุขภาพดีนั้นเริ่มต้นได้ง่ายๆจากการรับประทานอาหารที่เป็นปกติ ซึ่งนมเปรี้ยวเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมสูง เพราะตอบโจทย์เรื่องของประโยชน์ที่มีส่วนช่วยในการขับถ่าย และความสะดวกในการรับประทาน ดังนั้น ซีพี-เมจิ เห็นโอกาสในการตอบโจทย์ผู้บริโภคด้วยการเปิดตัวผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวแบบมีจุลินทรีย์ตัวใหม่ล่าสุด “ไฟเกน โปร 5” ออกสู่ตลาด โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายทั้งหญิงและชาย อายุ 18-29 ปี ตั้งแต่วัยเรียนมหาวิทยาลัย จนถึงวัยทำงาน ที่เลือกบริโภคสิ่งที่ดีกว่าเพื่อสุขภาพที่ดีและที่สำคัญต้องมีรสชาติ อร่อย

นมเปรี้ยว “ไฟเกน โปร 5” มีคุณสมบัติที่เหนือกว่านมเปรี้ยวแบบมีจุลินทรีย์ทั่วไป อุดมไปด้วยคุณประโยชน์ดีดี 5 ประการ ดังนี้ (1) ใช้จุลินทรีย์โพรไบโอติกที่มีส่วนช่วยในการขับถ่าย (2) เข้มข้นด้วยการใช้จุลินทรีย์ถึง 3 สายพันธุ์ในการผลิต (3) วิตามินเอ และอีสูง อุดมไปด้วย สารต่อต้านอนุมูลอิสระ (4) ไขมัน 0% และ (5) ได้คุณประโยชน์จากนมคุณภาพ ซึ่ง ซีพี-เมจิ ได้ทำการวิจัยตลาดมาในหลายๆด้าน จนได้จุดเด่นผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนใคร และเป็นที่ชื่นชอบต่อกลุ่มเป้าหมายว่ารสชาติอร่อย สดชื่น แ่มได้คุณประโยชน์ดีดีถึง 5 ประการ เริ่มวางจำหน่ายตั้งแต่ปลายเดือนกุมภาพันธ์นี้เป็นต้นไปที่ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เกต ไฮเปอร์มาร์เกต และร้านค้าอื่นๆชั้นนำทั่วประเทศ ในขนาด 85 ซีซี ราคา 7 บาท และขนาด 150 ซีซี ราคา 10 บาท มี 5 รสชาติให้เลือกอร่อย รสธรรมชาติ, รสส้ม, รสบลูเบอร์รี่, รสสตรอเบอร์รี่, และ รสผลไม้มารวม

สำหรับงบประมาณการตลาดครั้งนี้วางไว้กว่า 70 ล้านบาท ซึ่งเป็นงบประมาณมากที่สุดที่เคยใช้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวของบริษัทฯ ในการทำกิจกรรมการสื่อสารผ่านสื่อหลักต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง

มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งได้พระเอกชูปตาร์ **คุณณเดชน์ คุกิมิยะ** มาเป็นฟรีเซ็นเตอร์นำเสนอจุดขายของ **“ไฟเกน โปร 5”** นมเปรี้ยวแบบมี จุลินทรีย์อัดแน่นด้วยคุณประโยชน์ 5 ประการ พร้อมรสชาติอร่อย สดชื่น ตอบโจทย์กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่สามารถใส่ใจดูแลสุขภาพได้แบบง่ายๆ

นอกเหนือจากการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อต่างๆแล้ว ทาง**ซีพี-เมจิ**ยังได้จัดกิจกรรม แจกชิมสินค้าอีกหลายแสนขวดทั่วประเทศเพื่อสร้างการตลาด โดยทางบริษัทมั่นใจว่าหลังจากได้ชิมสินค้าของเราแล้วกลุ่มเป้าหมายต้องติดใจและกลับมาซื้อสินค้าอีกแน่นอน พร้อมเตรียม จัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายในทุกช่องทาง และกิจกรรม ณ จุดขายต่างๆ เพื่อผลักดันให้ **ไฟเกน โปร 5** ขึ้นแท่นอันดับต้นๆของตลาดนมเปรี้ยวแบบจุลินทรีย์

นายสุจริต กล่าวต่อว่า สำหรับเป้าหมายยอดขาย **“ไฟเกน โปร 5”** นั้น คาดว่าจะ สร้างรายได้กว่า 800 ล้านบาท ซึ่งจะทำให้ภาพรวมของกลุ่มนมเปรี้ยวของ **ซีพี-เมจิ** เติบโตกว่า 90% และคาดหวังส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 3 ในตลาดนมเปรี้ยวแบบมีจุลินทรีย์ภายในสิ้นปี 2557 และพร้อมลุยตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อหวังก้าวเป็นเบอร์ 2 ในอีก 5 ปีข้างหน้า

ขณะเดียวกัน **ซีพี-เมจิ** มีแผนส่งออก **“ไฟเกน โปร 5”** จำหน่ายไปยังตลาดในต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดแถบอาเซียน แต่กำลังอยู่ระหว่างการศึกษาตลาดและความชอบ ของผู้บริโภคในต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลต่างๆมาดูแลเรื่องจุดขายหลักของผลิตภัณฑ์ หรือรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เป็นที่ดึงดูดผู้บริโภคในแต่ละประเทศ

ภาพรวมตลาดนมเปรี้ยวแบบมีจุลินทรีย์ถือเป็นกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่ามากที่สุดในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว (โยเกิร์ตพร้อมดื่ม) โดยในช่วงปลายปี 2554 เป็นช่วงที่ตลาดหดตัว เนื่องจากผลกระทบจากน้ำท่วมครั้งใหญ่ ทำให้ผู้ผลิตหลายแบรนด์ได้รับความเสียหายต้องหยุดการผลิต แต่ในปี 2556 ตลาดกลับมาฟื้นตัวอย่างรวดเร็วเพราะผู้เล่นในตลาดต่างปรับกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนัก อัดฉีดทั้งกิจกรรมทางการตลาด, การออกสินค้าใหม่, และการสร้างทัพหน่วยสาวขายให้แข็งแกร่งในตลาดเทรดดิชั่น เทรด เพื่อเน้นกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคในพื้นที่ต่างได้อย่างทั่วถึง และเชื่อว่าในปี 2557 แนวโน้มตลาดจะเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน เพราะนมเปรี้ยวพร้อมดื่มแบบมีจุลินทรีย์ยังเป็นที่นิยม ตอบโจทย์เทรนด์ใส่ใจสุขภาพของผู้บริโภค อีกทั้งยังราคาไม่สูงมากและสามารถรับประทานได้ทุกที่ทุกเวลาเหมาะกับไลฟ์สไตล์ของหนุ่ม-สาวสมัยใหม่