

พรานทะเล ชู “ข้าวต้มรสแซ่บ” ดันยอดแตะ 100

ล้านบาท ครองแชมป์ข้าวต้มแซ่บแข็ง พัฒนาสูตรเพิ่ม เมนูใหม่เอาใจผู้บริโภคไม่หยุด

“พรานทะเล” เปิดตัว “ข้าวต้มรสแซ่บ” เอาใจคนไทยชอบรสจัด มั่นใจข้าวต้มแซ่บแข็งพร้อมรับประทุกันโดใจไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคเนื่องจากรับประทานง่ายกินได้ทุกมื้อทุกเพศทุกวัย เตรียมพัฒนาสูตรและเพิ่มเมนูใหม่ๆเพื่อตอกย้ำความเป็นผู้นำอันดับ 1 ในหมวดข้าวต้มแซ่บแข็ง



นายอนุรัตน์ ใจ๋คาสัย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท พรานทะเล มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ผู้นำนวัตกรรมตลาดอาหารทะเลแซ่บแข็ง ภายใต้แบรนด์ “พรานทะเล” เปิดเผยว่า สถานการณ์อาหารแซ่บแข็งในปัจจุบันมีแนวโน้มที่ดีมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องปีละ 10-15% สืบเนื่องมาจากไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่มีความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน มีเวลาในการเตรียมอาหารน้อยลง ต้องการความสะดวกสบายในการรับประทานมากขึ้น จึงผลักดันให้อาหารกลุ่มแซ่บแข็งมีโอกาสสดใส โดยเฉพาะในกลุ่มอาหารแซ่บแข็งพร้อมรับประทาน สำหรับพรานทะเลซึ่งเป็นผู้นำในหมวดข้าวต้มแซ่บแข็งที่ถือเป็นอาหารที่มียอดขายอันดับหนึ่งของพรานทะเล มีกลยุทธ์สำคัญคือการพัฒนาสูตรและเพิ่มเมนูของข้าวต้มให้มีความหลากหลาย ล่าสุดได้เปิดตัว “ข้าวต้มรสแซ่บ” เพื่อเพิ่มทางเลือกใหม่ๆให้ผู้บริโภค และกระตุ้นใจให้ลูกค้ากลุ่มใหม่ๆได้เข้ามาทดลองสินค้าข้าวต้มของพรานทะเล จากการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคเริ่มเบื่อกับเมนูซ้ำและเดิมๆของอาหารแซ่บพร้อมรับประทานที่มีอยู่ในตลาดซึ่งแต่ละบริษัทก็ออกสินค้าที่มีความคล้ายคลึงกันและเป็นเมนูซ้ำๆ นอกจากนี้ยังพบว่า

ผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยมีพฤติกรรมชอบเติมเครื่องปรุงประเภทพริกหรือน้ำส้มลงในข้าวต้มเพราะต้องการให้มีรสชาติที่จัดจ้าน พรานทะเลจึงคิดค้นข้าวต้มรสชาติใหม่ที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน คือ ข้าวต้มรสแซ่บ โดยยังคงคอนเซ็ปต์ของการคัดเลือกวัตถุดิบพิถีพิถันเช่นเดิมแต่เพิ่มรสชาติตั๋มยำเข้มข้นถึงรสซึ่งผู้บริโภคชาวไทยชื่นชอบ ด้วยรสชาติที่มีทั้งเปรี้ยว หวาน เค็ม เผ็ดกลมกล่อม ทั้งนี้ข้าวต้มรสแซ่บมีให้เลือก 3 เมนู ได้แก่ ข้าวต้มรสแซ่บตั๋มยำปลาเก๋า ข้าวต้มรสแซ่บตั๋มยำกุ้ง ข้าวต้มรสแซ่บตั๋มยำปลาแซลมอน ภายใต้บรรจุกฎหมายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ช่วยลดปริมาณขยะและลดโลกร้อน เน้นแพ็คเกจของสินค้าที่มีสีสดดูน่ารับประทานเพื่อสร้างการจดจำและสอดคล้องกับรูปลักษณ์ของสินค้า สำหรับราคาจัดจำหน่ายข้าวต้มรสแซ่บตั๋มยำกุ้ง และ ข้าวต้มรสแซ่บตั๋มยำปลาเก๋า แพคเกจ 50 บาท และราคา 55 บาทสำหรับข้าวต้มรสแซ่บตั๋มยำปลาแซลมอน โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมที่พรานทะเลมีความเข้มแข็งอยู่แล้ว ได้แก่ โมเดิร์นเทรดทั่วไป ทั้งเทสโก้โลตัส บิ๊กซี บิ๊กซีเอ็กซ์พรีมียม ท็อป เดอะมอลล์

และห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วประเทศ สำหรับกิจกรรมการตลาดเพื่อโปรโมทข้าวต้มรสแซ่บ พ란หะเลจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ จุดจำหน่าย เน้นการสร้างการรับรู้ การทดลองชิมเพื่อสร้างประสบการณ์ตรงแก่ลูกค้า พร้อมจัดกิจกรรม CRM กับสมาชิกเก่าของพ란หะเลที่มีกว่า 5,000 คน ซึ่งมั่นใจว่าจะถูกใจกลุ่มเป้าหมายของพ란หะเล ซึ่งเป็นพนักงานออฟฟิศ แม่บ้านสมัยใหม่ และคนรุ่นใหม่หรือคนเมืองที่มีความรีบเร่ง หรือผู้ที่เบื่ออาหารแซ่แซ้งแบบเดิมๆ

พ란หะเลตั้งเป้าหมายว่า ข้าวต้มรสแซ่บจะมาสรางสีสันและกระตุ้นยอดขายให้กับสินค้าในกลุ่มข้าวต้มของพ란หะเลให้มียอดขายเพิ่มขึ้นอีก 10- 15 % โดยผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ถือเป็นตัวหลักของอาหารพร้อมรับประทานของพ란หะเลเพราะมียอดขายเกือบ 30% หรือประมาณปีละ 100 ล้านบาท นอกจากนี้พ란หะเลยังคงไม่หยุดยั้งในการพัฒนาปรับปรุงสูตรและเพิ่มเมนูให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอกย้ำภาพลักษณ์ของแบรนด์ในการเป็นผู้นำนวัตกรรมอาหารทะเลแซ่แซ้งนั่นเอง