

“MALEE Healti Plus” ครั้งแรกของนวัตกรรม

น้ำผลไม้ รุกตลาดคนรักผิว...ให้ดื่มความชุ่มชื้นให้ผิว ตลอดวัน

MALEE น้ำผลไม้ที่ห่วงใยคุณ ตอบโจทย์ผู้บริโภครักสุขภาพผิว ด้วยการเปิดตัว มาลี เฮลตีพลัส (MALEE Healti Plus) นวัตกรรมน้ำผลไม้ ครั้งแรกของเมืองไทย ซึ่งทำการผสมผสานวิตามินจากน้ำผลไม้ และแร่ธาตุกว่า 19 ชนิด จากแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติที่ดีที่สุดในประเทศไทย ใน 3 สูตรใหม่ เสมือนดื่มความชุ่มชื้นให้ผิวสวยสดใส ได้ตลอดวัน



นางสาวรุ่งจิตร์ บุญรัตน์ กรรมการและรองผู้จัดการใหญ่สายการขายและการตลาด บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า “ตลาดน้ำผลไม้ในปัจจุบันมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจะเห็นว่าผู้บริโภคหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพตัวเองมากขึ้น ทำให้บริษัทฯ ได้ทำการค้นคว้า วิจัย และออกผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อขยายฐานผู้บริโภคกลุ่มที่รักผิวโดยเฉพาะ ภายใต้ชื่อ มาลี เฮลตีพลัส (MALEE Healti Plus) 3 สูตร ได้แก่ สูตรอะเซโรลาเชอร์รี่, สูตรส้มยูสุ และสูตรแบล็คเคอร์แรนท์ โดยถือเป็นครั้งแรกของนวัตกรรมน้ำผลไม้ที่ผสมผสานสองคุณค่าของน้ำผลไม้ชั้นเลิศ ที่อุดมไปด้วยวิตามินซีสูงจากผลไม้ธรรมชาติทำให้ร่างกายดูดซึมได้ดีกว่าวิตามินซีสังเคราะห์ กับ น้ำแร่จากธรรมชาติที่ดีที่สุดในประเทศไทย โดยเป็นน้ำแร่ร้อนคุณภาพจากเทือกเขาหินแกรนิตแห่งเดียวของประเทศไทย ที่มีอายุกว่า 75 ล้านปี ในระดับความลึกใต้พื้นดินกว่า 3,000 เมตร กลั่นกรองผ่านชั้นหินจนได้น้ำแร่บริสุทธิ์ มีแร่ธาตุที่ผิวต้องการมากมาย ซึ่งหาได้ยากจากอาหารทั่วไป อาทิเช่น ซิลิกา ที่มีส่วนช่วยในกระบวนการต่อต้านอนุมูลอิสระ และฟลูออไรด์ ที่มีส่วนช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงให้กระดูกและฟัน ทำให้ผิวดูชุ่มชื้นจากภายในสู่ภายนอก เสมือนดื่มความชุ่มชื้นให้ผิว ซึ่งเหมาะกับสาววัยทำงาน และเหล่านักศึกษา ที่ให้ความสำคัญต่อการดูแลผิวพรรณและสุขภาพเป็นพิเศษ ด้วยรสชาติที่ทั้งอร่อย หอมหวานและกลมกล่อมผนวกกับคุณค่าทางโภชนาการบำรุงผิว บริษัทฯจึงคาดว่า มาลี เฮลตีพลัส (MALEE Healti Plus) ทั้ง 3 สูตร จะสร้างกระแสการดื่มน้ำผลไม้ผสมน้ำแร่ใหม่ในกลุ่มนักศึกษาและคนทำงาน พร้อมทั้งเสริมยอดขายในกลุ่มน้ำผลไม้ของบริษัทให้เติบโตไม่น้อยกว่า 5 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2556 นี้ และไม่ต่ำกว่า 15 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2557

ทั้งนี้ตลาดน้ำผลไม้ของประเทศไทยมีมูลค่ากว่า 12,000 ล้านบาท โดยแบรนด์น้ำผลไม้มาลี (Malee) 100% มีส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งหมดอยู่ที่ 26 เปอร์เซ็นต์ เพิ่มขึ้นจาก 24 เปอร์เซ็นต์ เมื่อสิ้นปี 2555 ที่ผ่านมา คิดเป็นการเติบโตขึ้น 23 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งสูงกว่าการเติบโตของตลาดน้ำผลไม้ 100% อยู่ที่ 14 เปอร์เซ็นต์

นางสาวรุจิพร ตั้งประพณรังค์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า “

ที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ใช้งบประมาณทางการตลาดค่อนข้างน้อย อันเนื่องจากแบรนด์มาลีสามารถทำการตลาดได้ด้วยตัวเองอยู่แล้ว และผู้บริโภคเองก็มีความเชื่อถือและยอมรับในคุณภาพ ซึ่งเราภูมิใจที่เราเป็นแบรนด์ไทยที่แข็งแกร่ง โดยปีนี้บริษัทฯ ได้มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุกมากขึ้น อันเนื่องจาก มาลี เฮลตีพลัส (MALEE Healti Plus) เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่บริษัทฯ ต้องสร้างการรับรู้ และจดจำสินค้าให้แก่ผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว โดยการออกภาพยนตร์โฆษณาชุด “ดื่มความชุ่มชื้นให้ผิว...ตลอดวัน” เพื่อตอกย้ำคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ผนวกกับการสื่อสารอย่างครบวงจร เพื่อกระตุ้นการบริโภคเชิงรุกในทุกรูปแบบ อาทิ การจัดทำโปรโมชั่น การจัดแจกผลิตภัณฑ์ทดลองชิม รวมถึงการใช้สื่อออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย (Social Media) เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง โดยบริษัทฯ ได้วางงบประมาณในปีสำหรับทำการตลาด Malee Healti Plus ที่ประมาณ 50 ล้านบาท”

มาลี เฮลตีพลัส (MALEE Healti Plus) 3 สูตรใหม่ (อะเซโรล่าเชอร์รี่, ส้มยูสุ และแบล็คเคอร์แรนท์) ไม่เพียงให้คุณดื่มความสดชื่นที่หอม อร่อย แต่ยังให้คุณดื่มความชุ่มชื้นให้ผิว เปรียบเหมือนการดูแลผิวจากภายในสู่ภายนอกอย่างเป็นธรรมชาติที่สุดในกล่องเดียว พิสูจน์ด้วยตัวคุณเองได้แล้ววันนี้ที่ร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วประเทศ

อีกหนึ่ง บริษัท มาลีสามพราน จำกัด (มหาชน) หรือ MALEE เป็นหนึ่งในผู้นำในการผลิตผลไม้กระป๋อง น้ำผลไม้และเครื่องดื่มชั้นนำของประเทศไทย โดยมีผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่จัดจำหน่ายทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ อาทิ น้ำผลไม้ 100% ตรามาลี, น้ำผลไม้ 40% ตรามาลี, น้ำมะพร้าว ตรามาลีโคโค, ผลไม้กระป๋อง ตรามาลี, นานมข้าวโพด 100% ตรามาลี ไอ-คอร์น และนมโคแท้ 100% ตราฟาร์มโชคชัย เป็นต้น ทั้งนี้บริษัทฯ เป็นบริษัทมหาชนจำกัด และได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา