

PZ Cussons เผยวิถีชีวิตคนกรุงเทพ



PZ Cussons เผยวิถีชีวิตคนกรุงเทพ

ตารางทั้งวันอัดแน่นด้วยงานและกิจกรรม



PZ Cussons ร่วมกับ Reference Bangkok เผยถึงผลการศึกษาวิจัย **“Bangkokian’s Weekly Activity Intense”** ชี้มนุษย์เงินเดือนชาวกรุงเทพต่างถูกอัดแน่นด้วยตารางงานและกิจกรรม จึงหันหาธรรมชาติเพื่อปลดปล่อยความเครียดจากงานและกิจกรรมประจำวัน วัตถุประสงค์ของการทำงานวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้เพื่อสำรวจแรงจูงใจต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้ากลุ่มเครื่องใช้ส่วนบุคคลและเพื่อใช้ในบ้าน เพื่อให้ทีมการตลาดนำข้อมูลไปปรับกลยุทธ์การตลาดและการขายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการและระดับผู้บริหาร รวมทั้งเจ้าของกิจการ เพศหญิงและชาย วัย 22-45 ปี อาศัยในกรุงเทพมหานคร ด้วยการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์น้องใหม่นำเข้าจากประเทศอังกฤษ **Original Source**

คุณสุปรีย์ ปวรศรีพงษ์ ผู้อำนวยการฝ่ายการขาย บริษัท พีแซท คัสสัน (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า วิถีชีวิตมนุษย์เงินเดือนชาวกรุงเทพที่น่าสนใจ มีดังนี้

1. **ตารางอัดแน่น**ด้วยงานและกิจกรรมตลอดทั้งวันทำงานหรือวันหยุดเสาร์อาทิตย์ การมีไลฟ์สไตล์ที่อัดแน่นทำให้หันหาธรรมชาติ เมื่อพบว่าวิถีชีวิตประจำวันข้องเกี่ยวกับสารเคมีมากเกินไป และรีบหันหาการบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ในวันหยุดจะไปเที่ยวสถานที่สีเขียว
2. **จัดเวลาให้ตัวเอง**ได้ดูแลสุขภาพและความงาม ใส่ใจดูแลตัวเองให้ดูดี โดยหาวิธีทางที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์และความต้องการ
3. **เชื่อมั่นเรื่องข้อมูล** จะศึกษาข้อมูลเรื่องต่าง ๆ หากรู้ว่าเป็นประโยชน์กับการดูแลตนเอง
4. **Premium mass** เลือกซื้อสินค้าด้วยเกณฑ์ที่มากขึ้น ศึกษาแหล่งที่มา วัตถุดิบ กระบวนการผลิต ตลอดจนชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของผู้ผลิต ยอมจ่ายในราคาที่สมเหตุผลหากคิดว่าสินค้านั้นดีกับตนเองจริง ๆ ยินดีเปลี่ยนแบรนด์หากรู้าตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์

ทั้งนี้เทรนด์ด้านสุขภาพและความงามได้เติบโตอย่างต่อเนื่อง เราพบว่ามนุษย์เงินเดือนชาวกรุงเทพแม้ว่าชีวิตประจำวันจะถูกอัดแน่นด้วยตารางและกิจกรรมต่าง ๆ แต่ก็ยังจัดเวลาเพื่อใส่ใจสุขภาพของตนเอง คนที่รักตัวเองส่วนใหญ่จะจัดเวลาให้ตัวเองได้ออกกำลังกาย ทานอาหารที่ดี และใช้เวลากับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ออกไปวิ่ง

ตามสวนสาธารณะ เล่นโยคะ ปั่นจักรยาน ทานอาหารสุขภาพและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ

“จากผลที่ได้ ทำให้ทีมการตลาดต้องทำการบ้านเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น เราพบว่า ผู้บริโภคเปิดใจลองแบรนด์ใหม่หากพบว่า มี Benefit ที่ตรงกับสิ่งที่เขามองหา หรือ Benefit ที่แบรนด์ใหม่ มี ไม่มีในแบรนด์ที่เขาใช้อยู่ โดยเมื่อปลายปีที่ผ่านมาเป็นปีแรกที่ทาง PZ Cussons ได้นำผลิตภัณฑ์เจลอาบน้ำ Original Source จากประเทศอังกฤษ เข้ามาในประเทศไทยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจตัวเอง และมองหาความเป็นธรรมชาติมากขึ้น”

สำหรับเจลอาบน้ำ Original Source เป็นผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายมานานกว่า 18 ปีในประเทศอังกฤษ (ตั้งแต่ ค.ศ. 1996) และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งในประเทศอังกฤษ ยุโรป และออสเตรเลีย จุดเด่นของ Original Source เป็นเจลอาบน้ำที่มีส่วนผสมอัดแน่นจากส่วนผสมของธรรมชาติ 100% มาพร้อมกับตัวเลข เรื่องราวที่มาของวัตถุดิบต่างๆของเจลอาบน้ำแต่ละสูตร ที่จะมาเปลี่ยนประสบการณ์การอาบน้ำให้สนุกมากยิ่งขึ้น พร้อมกับกลิ่นที่โดดเด่นของเจลอาบน้ำที่ไม่เหมือนใคร กลิ่นหอมสดชื่นชวนหลงใหล บรรจลงในขวดดีไซน์เก๋ไก๋ที่ออกแบบมาโดยคำนึงถึงการใช้งานจริงของผู้บริโภค โดยเฉพาะ นอกจากนี้ Original Source ยังได้รับเครื่องหมาย Vegan คือเป็นสินค้าไม่ใช้ส่วนผสมจากสัตว์ หรือทดลองกับสัตว์ 100% คุณมั่นใจได้ว่าไม่มีขั้นตอนการผลิตใดที่เกี่ยวข้องกับสัตว์

“กลุ่มเป้าหมายของ Original Source เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพ และให้ความสำคัญกับส่วนผสมหรือวัตถุดิบที่คัดสรรมาจากธรรมชาติแท้ 100% เป็นกลุ่มคนสมัยใหม่ ที่มีความมั่นใจ กล้าคิด กล้าลองในสิ่งที่แตกต่าง และต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยหันมาเลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติและรักษาสິงแวดล้อมมากขึ้น โดยที่ผ่านมาเราได้มีการทำการสื่อสารการตลาดแบบ 360 องศา ทั้ง above the line และ below the line โดยมีการทำ semi exclusive launch ที่ เทสโก้ โลตัส 108 สาขา และ บิ๊กบี 150 สาขา ทั่วประเทศ และสำหรับในปี 2015 เราจะมีการขยายช่องทางการขายเพิ่มมากขึ้น” คุณสุปรีย์ ปวรศิริพงษ์ กล่าว