

ชิมเพ็ล ฟู้ดส์ เผยกลยุทธ์ในการนำนมอัลมอนด์สัญชาติไทย ไปยัง 30 ประเทศทั่วโลก



เปิดตัวครั้งแรก กับผู้บริหารหญิงรุ่นใหม่ไฟแรง ผู้บุกเบิกตลาดนมอัลมอนด์ในประเทศไทย
เผยกลยุทธ์ในการนำนมอัลมอนด์สัญชาติไทย ไปยัง 30 ประเทศทั่วโลกโดยใช้เวลาเพียง 2 ปี
นางสาวอริสา กุลปิยะวาจา กรรมการผู้จัดการ ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของ บริษัท ชิมเพ็ล ฟู้ดส์ จำกัด ผู้ผลิตและ
จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมอัลมอนด์ แบรินด์ 137ดีกรี เผยถึงแนวทางการบุกเบิกตลาดนม อัลมอนด์จนเกิดเป็นกระแส
ความนิยมเกิดขึ้นในประเทศไทย คือ คิดต่าง สร้างนวัตกรรมใหม่ ใส่ใจผู้บริโภคและสังคม
การคิดต่าง คือ สืบเนื่องจากตนเองแพ้นมวัว จึงพยายามหาทางเลือกใหม่ ที่ไม่เคยมีในตลาดมาก่อน จนเมื่อสองปี
ก่อนได้ทดลองคั้นนมอัลมอนด์สดดื่มเอง และแจกจ่ายให้ครอบครัวและคนรอบข้างทดลองชิม ซึ่งขณะนั้นนมอัลม
อนด์ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในประเทศไทย เริ่มทดลองใส่ขวดแก้วฝากขายตามร้านต่าง ๆ และได้รับการตอบรับดี จึง
ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจนเป็นรูปแบบบรรจุกล่องในรูปแบบปัจจุบัน
การสร้างนวัตกรรมใหม่ คือ การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ตาม
วัตถุดิบที่ผลิต คือ นมอัลมอนด์, นมวอลนัท และ นมพิสตาชิโอ ซึ่งในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ประกอบการรายเดียวที่ใช้
วอลนัท และ พิสตาชิโอ มาผลิตเป็นนม รวมถึงการพัฒนาจนมีถึง 7 รสชาติ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าหลาย
หลายกลุ่ม โดย สินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ นมอัลมอนด์สูตรดั้งเดิม ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มาแรง คือ นำนมอัลม
อนด์สูตรกาแฟลาเต้ จะเป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มวัยทำงาน
นอกจากนี้ยังมีการต่อยอดภูมิปัญญาไทย โดยใช้สารให้ความหวานธรรมชาติจากเกสรดอกมะพร้าว แทนการเติม
น้ำตาล เหมาะกับผู้ที่ต้องควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ของกลุ่ม
รักสุขภาพ เนื่องจากอุดมด้วยสารอาหาร ทั้งโปรตีน, ไฟเบอร์, วิตามิน, แมกนีเซียม, โปแตสเซียม, ฟอสฟอรัส,
เหล็ก, ซิงค์, แมงกานีส, แคลเซียม และฟลาโวนอยด์ ซึ่งสารฟลาโวนอยด์สามารถช่วยลดคอเลสเตอรอลและ
สามารถช่วยบำรุงหัวใจ เหมาะสำหรับผู้ที่ควบคุมน้ำหนัก นอกจากนี้สารต้านอนุมูลอิสระที่พบในถั่วทั้งสามชนิด ก็
ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แข็งแรง และยังมีไฟเบอร์ช่วยเรื่องระบบย่อยอาหาร ทำให้กลุ่มเป้าหมายของนม
137 ดีกรี มีหลากหลายกลุ่ม นอกเหนือจากกลุ่มที่แพ้นมวัว ซึ่งทำให้ยังมีโอกาสในการขยายตลาดได้อีกมาก
ใส่ใจผู้บริโภคและสังคม บริษัทใช้เครื่องมือสื่อสารทั้งทางออฟไลน์และออนไลน์ ควบคู่กับการสร้างความสัมพันธ์อันดี
ต่อลูกค้าและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงมีพันธมิตรด้านช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้ง
ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าทั่วไปเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า โดยจะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริม
การขายอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เพื่อเรียนรู้พฤติกรรม

การบริโภคสินค้ารวมถึงการรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ 137 ดีกรี ได้รับการยอมรับจาก 30 ประเทศทั่วโลก

ปัจจัยหลักที่ทำให้ 137 ดีกรี ประสบความสำเร็จในเวลาที่ยาวนานอีกประการหนึ่งคือ การให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนกระบวนการผลิต ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งปลูกที่ได้มาตรฐานจากต่างประเทศ ผ่านกรรมวิธีการคั้นสดที่ทันสมัย จนถึงกระบวนการบรรจุที่ใช้เทคโนโลยีล่าสุด ตามมาตรฐานการรับรองระบบคุณภาพ GMP, HACCP, ISO 9001, ISO 22000 และ FSSC 22000 ซึ่งบริษัทเป็นผู้ผลิตในประเทศรายเดียวที่ใช้แก้วเต็มเมล็ดซึ่งมีคุณภาพสูงเป็นวัตถุดิบในการผลิตนม ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณค่าทางอาหารอย่างเต็มที่จากการบริโภคนมทุกกล่องของบริษัท

เพื่อตอบแทนสังคมบริษัท ซิมเพิ้ล ฟู้ดส์ จำกัด ให้ความสำคัญกับการตอบแทนสังคมในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านการศึกษา กีฬา และศาสนา ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการร่วมยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรด้วยการเป็นผู้รับซื้อดอกมะพร้าวรายใหญ่ของประเทศ เพื่อช่วยสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มเกษตรกรไทยอีกด้วย

ด้านโอกาสทางการตลาด หากวิเคราะห์ตามข้อมูลของ Digital Journal ที่ประมาณการกันว่า มูลค่ารวมของตลาดนมอัลมอนด์ทั่วโลกจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเอเชียแปซิฟิกเป็นตลาดที่นมอัลมอนด์เติบโตเร็วที่สุด และตลาดเกิดใหม่เช่น จีน และ อินเดีย ก็เป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง แต่ในขณะเดียวกันในประเทศสหรัฐอเมริกา และยุโรปที่มีประสบปัญหา ประชากรมีโรคอ้วน ก็มีความต้องการเครื่องดื่มที่ให้คุณประโยชน์ สามารถควบคุมน้ำหนักและไขมัน รวมถึงต้องการสินค้าระดับพรีเมียม ในรูปแบบ และรสชาติใหม่ ๆ ก็เป็นตลาดที่น่าสนใจ ซึ่งบริษัทจะมีการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง