

ซีพี กระตุ้นตลาดของไหว้สารทจีนปีนี้ ขยายฐานผู้บริโภคสู่คนรุ่นใหม่



บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน กลุ่มของไหว้ แบรินด์ ซีพี ผนึกกำลัง 3 ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจเปิดแปรรูป, ธุรกิจไก่แปรรูป และธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ร่วมจัดแคมเปญ เทศกาลสารทจีนภายใต้คอนเซ็ป “มงคลสารทจีน ของไหว้ดีมีแต่เฮง” เพื่อต่อย้ำภาพลักษณ์เจ้าแห่งเทศกาล กระตุ้นตลาดของไหว้ กับเทศกาล ไหว้เจ้าให้คึกคัก พร้อมกระตุ้นกำลังซื้อชาวไทยเชื้อสายจีน อัปเดตโปรโมชั่น ในช่วงทางจัดจำหน่ายผ่าน โมเดิร์นเทรดทั้งเทสโก้ โลตัส และแม็คโคร นอกจากนี้ ยังดึง 2 กูรูดัง อ.จิตรา ก่อหนันทเกียรติกูรูด้านการไหว้เจ้ามาร่วมเผยแพร่เคล็ดลับการไหว้เสริมโชคกลางปี และกูรูเจ้าตำรับอาหาร เซฟป้อม – ม.ล.ขวัญทิพย์ เทวกุล มาสร้างสรรคเมนูจากของไหว้ นำเสนอวัฒนธรรมการไหว้ที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ เพื่อขยายฐานลูกค้าสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ และเพิ่มการเข้าถึงไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ ด้วยช่องทางการโปรโมท ออนไลน์

นางสาวอนรรฆวี ชูรัตน์ , รองกรรมการผู้จัดการด้านการตลาด บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) เปิดเผยถึงการกระตุ้นเศรษฐกิจในเทศกาลไหว้สารทจีนปีนี้ว่า การทำแคมเปญของไหว้สารทจีน จะช่วยกระตุ้นสถานะเศรษฐกิจช่วงกลางปีโดยรวมได้อีกระลอก เพราะการไหว้สารทจีน ถือเป็นอีกเทศกาล ไหว้เจ้าใหญ่ของชาวจีน และชาวไทยเชื้อสายจีน โดยจะเน้นที่การซื้อเครื่องประกอบพิธีกรรมไหว้บรรพบุรุษ โดยไฮไลท์ชุดของไหว้ในปีนี้อย่างคงเน้นชุดไหว้ซาแซเปิดพะโล้ ซึ่งเป็นสินค้าขายดี ได้แก่ เปิดนางฟ้า ไก่นางพญา ขาหมูจักรพรรดิ เหมาะอย่างยิ่งกับการไหว้เสริมสิริมงคล ได้แก่ “เปิดนางฟ้า” เปิดพะโล้ ขนาดตัวกำลังพอดี ปีกสวยงามตั้งนางฟ้า เพื่อความสมบูรณ์เงินทองไหลมาเทมา , “ไก่นางพญา” ไก่ต้มทั้งตัว รูปร่างสวย เนื้อแน่น เพื่อความก้าวหน้า ในหน้าที่การงาน , และ “ขาหมูจักรพรรดิ” ขาหมูพะโล้ ที่มาแบบเต็มชิ้น เนื้อแน่นๆ หนังนุ่ม ถึงรสเครื่องพะโล้ เพื่อความมั่งคั่ง”

“เนื่องจากในปัจจุบันลูกหลานชาวจีนรุ่นใหม่มีบทบาทเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในการเป็นผู้จับจ่ายเครื่องเซ่นไหว้ เราซึ่งเป็นผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์จึงต้องตอบสนองกลุ่มคนรุ่นใหม่มากขึ้น ทั้งเรื่องตัวสินค้าที่เป็นสินค้าแช่แข็ง (Frozen) ในแพ็คเกจบรรจุอย่างดี ปิดสนิท สะอาด สะดวกทั้งการซื้อหา ที่จับจ่ายซื้อหาได้ล่วงหน้า แล้วแช่แข็งไว้ได้ โดยที่ยังคงคุณภาพที่ดี นอกจากนี้ยังเตรียมสะดวกด้วยรูปแบบแพ็คเกจจิ้ง (packaging) แบบถุงบรรจุที่สามารถต้มในน้ำเดือดได้ (Boiled-in Bag) ทำให้ง่ายต่อการปรุง และเตรียมของไหว้ ลดภาระและ

ความยุ่งยากให้กับผู้บริโภคทั่วไป และคนรุ่นใหม่ ที่มีเวลาจำกัด สำหรับด้านการสื่อสารข้อมูล ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เราได้นำเสนอเรื่องความเชื่อของการไหว้ตามแบบจีนโบราณจากผู้รู้ เพื่อการสืบสาน วัฒนธรรมการไหว้ ให้สืบต่อมายังกลุ่มคนรุ่นใหม่ ไปพร้อมๆกับการเสนอทางเลือกในการจัดแปลง เมนูหลังไหว้ให้ตอบรับกับไลฟ์สไตล์มากขึ้น

ทั้งนี้เราได้เน้นการสื่อสารในช่องทางออนไลน์เพื่อให้เข้าถึง ผู้บริโภคกลุ่มนี้มากขึ้น นอกจากนี้ ด้านช่องทางการจำหน่าย ยังเน้นความสะดวกรวดเร็ว ความครบครัน ด้วยช่องทาง ในการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงได้ง่าย ผ่านช่องทาง Hyper Market อาทิ แม็คโคร , เทสโก้ โลตัส และซีพี เฟรชมาร์ท ที่มีสาขาทั่วประเทศ ใกล้เคียงบ้าน”