

ธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮลท์ ของเมอร์ค เติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการคิดค้นผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ ของผู้บริโภค

ดาร์มสตัดท์, เยอรมนี – (บิสิเนส ไร์) – 9 มิ.ย. 2558

- แนวทางดำเนินธุรกิจด้วยความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจจากที่เน้นผลิตยาตามใบสั่งแพทย์ ไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ใส่ใจผู้บริโภคมากขึ้น
- สานต่อความมุ่งมั่นที่มีต่อสุขภาพสตรีและเด็กด้วย Femibion
- ยอดขายเติบโตในอัตราเลขสองหลักในไตรมาสแรกของปี 2558

ธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮลท์ ของเมอร์ค (Merck) มียอดขายสุทธิเติบโตอย่างแข็งแกร่งในไตรมาสแรกของปี 2558 โดยได้รับแรงขับเคลื่อนจากความสำเร็จในการคิดค้นแบรนด์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

สร้างสรรค์แบรนด์ตามความต้องการของผู้บริโภคเพื่อขับเคลื่อนการเติบโต

แผนกคอนซูเมอร์ เฮลท์ ของเมอร์ค เติบโตอย่างแข็งแกร่ง ด้วยการคิดค้นแบรนด์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค จากเดิมที่อิงกับยาตามใบสั่งแพทย์

ยกตัวอย่างเช่น ที่เยอรมนี ผลิตภัณฑ์วิตามินดีเสริม Vigantolekten(R) ของเมอร์ค ได้ย้ายออกจากธุรกิจเมอร์ค เซโรโน มายังธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮลท์ และเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของแบรนด์ ทางแผนกคอนซูเมอร์ เฮลท์จึงได้เปิดตัว Vigantolekten Sticks ใหม่แก่ผู้บริโภค โดยเม็ดยาขนาดเล็กละลายง่ายที่บรรจุมาในรูปแบบซองนั้น นับเป็นนวัตกรรมอย่างแท้จริงแก่ผู้บริโภค เนื่องจากมีรสชาติที่ทานง่ายและไม่จำเป็นต้องดื่มน้ำตาม ซึ่งมอบความสะดวกในการใช้ยาจากที่แต่เดิมนั้นผลิตขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของบุคลากรทางการแพทย์

ในทำนองเดียวกัน สำหรับแบรนด์ Floratil(R) ในบราซิล เมอร์คได้ดำเนินกลยุทธ์การตลาดอย่างเหนือชั้น โดยมีเป้าหมายเพื่อจัดการกับปัญหาท้องร่วง ซึ่งถือเป็นเรื่องต้องห้ามในหลายประเทศ จากแต่เดิมที่วางจำหน่ายหลังเคาน์เตอร์เพียงเท่านั้น เมอร์คได้เริ่มวางจำหน่ายแบรนด์ดังกล่าวตามร้านค้า ช้นจัดแสดงสินค้า รวมถึงออกแคมเปญทั้งในรูปแบบการนำเสนอนอกสถานที่ สิ่งตีพิมพ์ ดิจิตอล และประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งราว 70% และผู้ที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์เลยราว 46% ในการสำรวจมีความสนใจใช้ผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท นอกจากนี้

ยอดขาย Floratil ตลอดทั้งปีในบราซิลยังได้ขยายตัวกว่า 20% ในปี 2557 เมื่อเทียบกับปี 2556

ส่วนที่อินโดนีเซีย เมอร์คยังเผชิญกับความท้าทายสำคัญในการเสริมสร้างมูลค่าสำหรับผลิตภัณฑ์วิตามินบีเสริมอย่าง Neurobion(R) ซึ่งแต่เดิมนั้นคิดค้นขึ้นตามใบสั่งแพทย์ โดยที่มการตลาดได้ใช้แผนดำเนินธุรกิจแบบขนาน ซึ่งผลจากความเข้าใจผู้บริโภคอย่างถ่องแท้เข้ากับการเดินทางสานต่อความร่วมมือกับเหล่าผู้ซึ่งนำความคิดเห็นด้วยการรีแบรนด์ดั้งเดิม การคิดค้นแพคเกจจิ้งใหม่ และการออกแคมเปญส่งเสริมความตระหนักต่อโรคระบบประสาททั่วประเทศแล้ว แรนด์ดังกล่าวจึงกลายเป็นแบรนด์ OTC จากบริษัทข้ามชาติที่ใหญ่ที่สุดเป็นครั้งแรกในอินโดนีเซีย ด้วยยอดขายที่ทะยานสูงเกินคาดการณ์ตามปริมาณการบริโภค

“ธุรกิจของเรามีการสร้างสรรคนวัตกรรมที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น พร้อมรุกสร้างยอดขายให้กับแบรนด์ต่างๆที่แต่เดิมนั้นคิดค้นขึ้นตามใบสั่งแพทย์ ซึ่งช่วยขับเคลื่อนผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมของลูกค้า โดยแนวทางนี้มอบโอกาสในการเติบโตอย่างแข็งแกร่งดังที่ปรากฏให้เห็นผ่านยอดขาย” Uta Kemmerich-Keil ซีอีโอและประธานธุรกิจ คอนซูเมอร์ เฮลท์ ของเมอร์ค ที่เพิ่งฉลองการดำรงตำแหน่งครบหนึ่งปี กล่าว “การให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคช่วยหนุนกลยุทธ์ ‘3 x 3 business strategy’ ของเรา ในการครองส่วนแบ่งตลาดให้ได้อย่างน้อย 3% และมีแบรนด์ชั้นนำอย่างน้อย 3 แบรนด์ในประเทศเป้าหมายของเรา”

ความมุ่งมั่นต่อสุขภาพสตรีและเด็ก

ปี 2558 ยังเป็นปีที่ทางบริษัทประสบความสำเร็จกับความก้าวหน้ามากมาย ซึ่งรวมถึงวาระครบรอบ 20 ปีในการเปิดตัว Femibion(R) ผลิตภัณฑ์เมทาโฟลินและวิตามินเสริมยอดนิยมาจากรัฐกิจคอนซูเมอร์ เฮลท์ ของเมอร์ค ซึ่งถูกคิดค้นขึ้นเป็นพิเศษเพื่อรองรับความต้องการทางโภชนาการของคุณผู้หญิงระหว่างการวางแผน การตั้งครรภ์ และการหลังให้นม

ด้วยเป้าหมายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่อิงกับการวิจัยล่าสุดและคำแนะนำจากเหล่าผู้เชี่ยวชาญ แผนกคอนซูเมอร์ เฮลท์ ของเมอร์ค จึงได้เปิดตัว Femibion สูตรใหม่พร้อมเสริมวิตามินดีในเยอรมนี โดยวิตามินดีปริมาณ 800 I.E. นั้นสอดคล้องกับปริมาณวิตามินดีที่ทาง German Society of Nutrition แนะนำสำหรับสตรีมีครรภ์และอยู่ในระยะต้องดูแล(1)

เริ่มต้นปี 2558 ด้วยผลการดำเนินงานทางการเงินที่น่าประทับใจ

ในไตรมาสแรกของปี 2558 แผนกคอนซูเมอร์ เฮลท์ ของเมอร์ค มียอดขายทั้งสิ้น 217 ล้านยูโร ซึ่งขยายตัว 13% (ไม่นับรวมที่ขยายตัว 7% เนื่องด้วยปัจจัยด้านค่าเงิน) เมื่อเทียบกับไตรมาสแรกของปี 2557 (180 ล้านยูโร) การเติบโตอย่างแข็งแกร่งนี้ได้รับแรงหนุนจากยอดขายที่ทะยานถึง 25% ในปีที่ผ่านมาทั้งในละตินอเมริกาและเอเชียแปซิฟิก โดยยุโรปมีการเติบโตอย่างแข็งแกร่ง 3% และตะวันออกกลาง/แอฟริกา(2) เติบโต 7% เทียบรายปี ส่วนแบรนด์ที่มีส่วนขับเคลื่อนการเติบโตนี้ได้แก่ Neurobion, Dolo-Neurobion, Nasivin และ Kytta

#

เกี่ยวกับธุรกิจ คอนซูเมอร์ เฮลท์ ของเมอร์ค

แบรนด์ของธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮลท์ เช่น Dolo-Neurobion(R), Neurobion(R), Bion(R), Seven Seas(R), Nasivin(R) และ Femibion(R) เป็นผู้นำนวัตกรรมในตลาดสำคัญๆ ซึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนทางวิทยาศาสตร์ และได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคทั่วโลก ธุรกิจคอนซูเมอร์ เฮลท์ มีพนักงานกว่า 2,600 คน ซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในตลาดกว่า 40 แห่งทั่วโลก นับตั้งแต่ปี 2557 แรนด์ผลิตภัณฑ์ของคอนซูเมอร์ เฮลท์ ทำยอดขายรวมต่อปีราว 1 พันล้านดอลลาร์ ทั้งนี้ คอนซูเมอร์ เฮลท์ เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจเฮลท์แคร์ ในเครือเมอร์ค กรุ๊ป ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ในเมืองดาร์มสตัดท์ ประเทศเยอรมนี สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม สามารถรับชมได้ที่ www.merck-consumer-health.com

เมอร์ค เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมดทางอีเมลล์และเว็บไซต์ของเมอร์ค ผู้ที่สนใจสามารถลงทะเบียนออนไลน์ เปลี่ยนแปลงตัวเลือก หรือยกเลิกบริการนี้ได้ทาง www.merckgroup.com/subscribe

เมอร์ค เป็นบริษัทชั้นนำด้านผลิตภัณฑ์ไฮเทคที่ทันสมัยและมีคุณภาพสูงในภาคอุตสาหกรรมบริการสุขภาพ ชีววิทยาศาสตร์ และวัสดุสมรรถนะสูง เมอร์คมียอดขายรวมประมาณ 1.13 หมื่นล้านยูโรในปี 2557 จากการดำเนินงานของ 6 ธุรกิจ ได้แก่ เมอร์ค เซโรโน, คอนซูเมอร์ เฮลท์, แอลเลอร์โกฟาร์มา, ไบโอซิมีลาร์ส, เมอร์ค มิลลิพอร์ และเพอร์ฟอร์แมนซ์ แมททีเรียล บริษัทมีพนักงานราว 39,000 คนที่ปฏิบัติงานใน 66 ประเทศ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ป่วย เดินหน้าสร้างความสำเร็จให้กับลูกค้า และช่วยแก้ปัญหาสำคัญของโลก เมอร์คเป็นบริษัทเภสัชภัณฑ์และเคมีภัณฑ์ที่มีอายุเก่าแก่ที่สุดในโลก บริษัทมีชื่อเสียงด้านนวัตกรรม ความสำเร็จทางธุรกิจ และความรับผิดชอบต่อสังคมมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2211 ปัจจุบันครอบครัวของผู้ก่อตั้งบริษัทยังคงเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ที่ประมาณ 70% เมอร์ค ในดาร์มสตัดท์ ประเทศเยอรมนี ครอบครองสิทธิ์ในชื่อและแบรนด์ของเมอร์คทั่วโลก ยกเว้นในแคนาดาและสหรัฐอเมริกาซึ่งเราดำเนินธุรกิจในชื่อ อีเอ็มดี เซโรโน, อีเอ็มดี มิลลิพอร์ และอีเอ็มดี เพอร์ฟอร์แมนซ์ แมททีเรียลส์

(1) Vitamin D (Calciferole), Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.

(2) รวมถึงบางประเทศในยุโรป เช่น รัสเซีย อิตาลี กรีซ และสวีตเซอร์แลนด์

ติดต่อ:

เมอร์ค คอนซูเมอร์ เฮลท์

ดร. ลาร์ส อาทอร์ฟ (Dr. Lars Atorf)

โทร: +49 6151 856-3114

รับชมข่าวต้นฉบับทางออนไลน์ได้ที่ <http://www.businesswire.com/news/home/20150609005051/en>