

“นู ฟอรั่มูล่า” สกินแคร์สัญชาติไทย โชว์ความสำเร็จ เปิดตัวในจีน กว่า 1,000 สาขา ก้าวสู่แบรนด์โลก ชู ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทุกปัญหาผิว พร้อมดึง “Mintchyy” เป็น Brand Ambassador



“นู ฟอรั่มูล่า” สกินแคร์สัญชาติไทย โชว์ความสำเร็จเปิดตัวในจีน กว่า 1,000 สาขา ก้าวสู่แบรนด์โลก ชูผลิตภัณฑ์ที่
ตอบโจทย์ทุกปัญหาผิว พร้อมดึง “Mintchyy” เป็น Brand Ambassador

“นู ฟอรั่มูล่า” (NU FORMULA) สกินแคร์แนวคิดใหม่สัญชาติไทย ที่ตอบโจทย์ทุกปัญหาผิว ประกาศความสำเร็จสู่
การเป็น “The New Gen Skincare Brand to Global” หลังเปิดตัวในร้านค้าชั้นนำที่ประเทศจีนกว่า 1,000 สาขา
และมาเลเซีย พร้อมมุ่งเป้าขยายตลาดสู่ พม่า, เวียดนาม, กัมพูชา, ลาว ในปี 2020 และก้าวไปสู่ตลาด Global ใน
อนาคต ทั้งยังเสริมความแข็งแกร่งของแบรนด์ด้วยการเปิดตัว “Mintchyy” Beauty Blogger ชื่อดัง เป็น Brand
Ambassador คนไทยคนแรก สื่อถึงความจริงใจและแพสชันกล้าลองผิดลองถูก มุ่งมั่นเลือกสรรสิ่งที่ดีที่สุด และ
พร้อมส่งต่อสิ่งดีๆ ให้ลูกค้า และตั้งเป้าเป็นแบรนด์ไทยที่ได้รับการยอมรับในตลาดสกินแคร์ระดับโลกอีกด้วย

นางสาวพรสุดา วังวิทยากุล ผู้ร่วมก่อตั้งและผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและพัฒนา บริษัท คอนเน็ค อินเตอร์เนชั่นแนล
จำกัด เปิดเผยว่า แรกเริ่มเดิมที “นู ฟอรั่มูล่า” หรือ NU FORMULA เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการมุ่งเน้น “คิดค้น

สูตรที่ตอบโจทย์ทุกปัญหาผิว” จนนำมาสู่การวิจัยและพัฒนาานกว่า 5 ปี ตั้งแต่เริ่มค้นหาแหล่งวัตถุดิบที่ดีที่สุดทั่วโลก รวมถึงทดลองไขว้สูตรมากกว่า 10,000 สูตร จนได้ 1 สูตรที่ดีที่สุดเพื่อแก้ปัญหาผิวแพ้ง่ายทุกรูปแบบ สามารถตอบโจทย์ทุกปัญหาผิวรอบด้านได้อย่างแท้จริง ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของ “นู ฟอรั่มล่า” ได้รับเสียงตอบรับที่ดีในหมู่ผู้ใช้งานจริง และมีจำหน่ายในร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศไทยมากกว่า 700 สาขา รวมถึงได้รับการยอมรับจาก Beauty Blogger จนมีการรีวิวสินค้ามากกว่า 100 ท่าน และได้รับรางวัล Best Of the Year ทุกปี

นู ฟอรั่มล่า (NU FORMULA) เป็นแบรนด์ผลิตภัณฑ์สกินแคร์ที่สามารถตอบโจทย์ทุกปัญหาผิว และเหมาะกับผิวทุกประเภท ด้วยมีการคิดค้นสูตรที่เน้นคุณภาพสูง ปลอดภัย ราคาจับต้องได้ และให้ความรู้สึกที่ดี ซึ่งผลิตภัณฑ์ทุกสูตรของ นู ฟอรั่มล่า จะมีนวัตกรรมสูตรเฉพาะเป็นของตัวเอง แต่คงแนวคิด ‘3 Balancing Brand’ ที่เหมือนกันไว้ คือ มีประสิทธิภาพและการใช้งานที่ดี (Effectiveness-Functional) มีเนื้อสัมผัสที่ดีและความรู้สึกที่ประทับใจต่อผิว (Impressive feeling) และมีความปลอดภัยต่อผิว (Safety)

นางสาวพรสุดา กล่าวอีกว่า “หลังจาก นู ฟอรั่มล่า มีการเติบโตและประสบความสำเร็จในประเทศไทย กลุ่มผู้ก่อตั้งจึงมองว่าแบรนด์มีศักยภาพมากพอในการก้าวไปสู่ขั้น Global Brand บริษัทฯ จึงเริ่มขยายตลาดไปยังประเทศจีน ก่อนเป็นอันดับแรก โดยเริ่มจากการนำ Hero Product ของแบรนด์อย่าง ‘นู ฟอรั่มล่า มิเนอรัล คลีนซิ่ง วอเตอร์’ ไปจำหน่ายในแพลตฟอร์ม Weibo page และต่อมา นู ฟอรั่มล่า ก็สามารถขยายช่องทางจำหน่ายขึ้นสู่ร้านค้า ด้วยการผ่านมาตรฐานการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่เข้มงวดของจีนได้สำเร็จภายในครั้งเดียว และปัจจุบัน นู ฟอรั่มล่า ได้มีจำหน่ายในร้านค้าชั้นนำทั่วประเทศจีนแล้วกว่า 1,000 สาขา”

ความสำเร็จในการขยายตลาดประเทศจีนของ นู ฟอรั่มล่า เกิดจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็วจากผู้ใช้งานจีน โดยเฉพาะกลุ่ม Beauty Blogger และ Influencer ชาวจีนในแพลตฟอร์มชื่อดังอย่าง Red App, Tiktok, Kuaishou, Taobao ที่ให้เสียงตอบรับไปในทิศทางบวก รวมถึงการยอมรับจาก “KEVIN” (Kevin Teacher) อาจารย์เควินผู้เชี่ยวชาญด้านสกินแคร์และเมคอัพกูรูชื่อดัง ที่มีผู้ติดตามมากกว่า 50 ล้านคนในประเทศจีน ที่ยกให้ นู ฟอรั่มล่า เป็น “สินค้า 1 ใน 10 The Must Have Items” ที่ต้องซื้อเมื่อมาประเทศไทย นับได้ว่าเป็นความสำเร็จก้าวแรกที่หน้าภาคภูมิใจอย่างยิ่ง ในการนำพาแบรนด์ นู ฟอรั่มล่า เข้าไปสู่การเป็น “The New Gen Skincare Brand to Global” และนำมาซึ่งการเปิดตลาดในประเทศมาเลเซียอย่างเป็นทางการในปี 2019 รวมถึงการขยายการเติบโตไปสู่ประเทศกลุ่ม AEC อย่าง พม่า, เวียดนาม, กัมพูชา, ลาว ในปี 2020 และขยายตลาดไปสู่ระดับโลกในอนาคตอีกด้วย

นอกจากนี้ นู ฟอรั่มล่า ยังได้สร้างความแข็งแกร่งและภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์ เพื่อเตรียมความพร้อมในการยก ระดับไปสู่ Global Brand ด้วยการเปิดตัว Brand Ambassador คนไทยคนแรก โดยใช้ Beauty Blogger ชื่อตัวอย่าง “Mintchyy” นางสาวสมัชญา อัศวินเวศน์ (มีน) Youtuber ผู้ที่ชื่นชอบความสวยความงาม และรักในการแบ่งปันเคล็ดลับและความสุขให้คนดู โดยมีผู้ติดตามกว่า 1 ล้านคน เพื่อเป็นตัวแทนสื่อสารความจริงใจไปยังผู้บริโภค ว่า

แบรนด์เลือกผู้ใช้จริงอย่าง Mintchyy ผู้ที่มีแพสชันกล้าลองผิดลองถูก มุ่งมั่นเลือกสรรงานเจ๋งสิ่งที่ดีที่สุด และพร้อมที่จะส่งต่อสิ่งดีๆให้คนอื่นเสมอ เช่นเดียวกับ นู ฟอรั่มูล่า นั่นเอง

นางสาวพรสุดา กล่าวเพิ่มเติมว่า “การเลือก Mintchyy ถือเป็นความเปลี่ยนแปลงก้าวใหม่ของ แบรนด์ที่แสดงความจริงใจอย่างชัดเจนขึ้น ด้วยการบอกตัวตนของแบรนด์ผ่าน Mintchyy ที่มีทั้งคาแรคเตอร์ที่สดใสร่าเริง มีไลฟ์สไตล์ที่ใส่ใจดูแลตัวเองในทุกๆ เรื่อง กล้าลองผิดลองถูก มุ่งมั่นเลือกสรรงานเจ๋งสิ่งที่ดีที่สุดให้ตัวเอง และมั่นใจที่จะบอกต่อสิ่งดีๆ เหล่านั้นให้กับผู้อื่น อีกทั้ง Mintchyy ยังเป็นผู้ใช้จริง ที่มีผิวแพ้ง่าย จึงจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผิวอย่าง นู ฟอรั่มูล่า มาตลอด จึงถือว่า Mintchyy เป็น Brand Ambassador ที่สอดคล้องกับแบรนด์อย่างแท้จริง”

ปัจจุบันแบรนด์ “นู ฟอรั่มูล่า” (NU FORMULA) มีโปรดักส์ไลน์ที่ตอบโจทย์ทุกปัญหาผิวถึง 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผิวบอบบางแพ้ง่าย (Sensitive skin to all skin types) และกลุ่มผิวผสมถึงผิวมัน (Combination to oily skin) โดยมี นู ฟอรั่มูล่า มิเนอร์ล ค्लीนซิง วอเตอร์ (NU FORMULA Mineral Cleansing Water) ผลิตภัณฑ์คลีนซิงวอเตอร์ที่อ่อนโยนและสะอาดต่อผิว เป็น Hero Product ของแบรนด์ รวมถึงอีก 3 ผลิตภัณฑ์สำคัญอย่าง นู ฟอรั่มูล่า เดอร์มา เฟเชียล คอตตอน (NU FORMULA Derma Facial Cotton), นู ฟอรั่มูล่า อัลตรา เจนเทิล เฟเชียล ค्लीนเซอร์ (NU FORMULA Ultra Gentle Facial Cleanser) นู ฟอรั่มูล่า พอร์ ดีพ ค्लीนซิง โฟม (NU FORMULA Pore Deep Cleansing Foam) พร้อมเปิดตัวสินค้าล่าสุด นู ฟอรั่มูล่า อัลตรา เจนเทิล เฟเชียล ค्लीนเซอร์ (NU FORMULA Ultra Gentle Facial Cleanser) ที่พร้อมพา นู ฟอรั่มูล่า ก้าวไปสู่การเป็น “The New Gen Skincare Brand to Global” เพื่อเติบโตในตลาด สกินแคร์ระดับโลกอย่างมั่นคง

ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ นู ฟอรั่มูล่า (NU FORMULA) สกินแคร์แนวคิดใหม่ ที่ตอบโจทย์ทุกปัญหาผิว สามารถหาซื้อได้ที่ Watsons, KONVY.com, EVEANDBOY, Beautrium, Matsumoto Kiyoshi, Beauty Market, Stardust, Hej, Nineti9, 24-shopping, shopat24, 7-Eleven, Beauty Playground และพบกันเร็วๆนี้ได้ที่ Boots Retail Website: www.nu-formula.com, Facebook: [nuformulathailand](https://www.facebook.com/nuformulathailand) หรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมที่ เบญจวรรณ อุคชธรรม (PR manager) บริษัท อะโอฟแอนด์บียอนด์ เซอร์วิสแอนด์ซัพพลาย จำกัด โทร. 02-933-6623