

น้ำตาลครบุรี เปิดตัวแบรนด์ “เคบีเอส” (KBS) รุก ตลาดคอนซูเมอร์และเอสเอ็มอี



น้ำตาลครบุรี เปิดตัวแบรนด์ “เคบีเอส” (KBS) รุกตลาดคอนซูเมอร์และเอสเอ็มอี ชูผลิตภัณฑ์นวัตกรรม “KBS 2X ดับเบิลสวีท หวานสองเท่า” ตอบโจทย์ผู้บริโภค ตั้งเป้าผู้นำตลาดใน 3 ปี



กรุงเทพฯ – 18 พฤศจิกายน 2557– บมจ.น้ำตาลครบุรี รุกตลาดคอนซูเมอร์เต็มตัวด้วยการเปิดตัวน้ำตาลแบรนด์ใหม่ “เคบีเอส” (KBS) พร้อมแนะนำผลิตภัณฑ์นวัตกรรมล่าสุด น้ำตาลหวานสองเท่า “KBS 2X double sweet” ภายใต้แนวคิด KBS : Sweet & Smart ความหวานสำหรับคนฉลาดเลือกที่ให้ทั้งความประหยัด สะอาดและปลอดภัย ตอบโจทย์ลูกค้าเอสเอ็มอีในแง่ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ ขณะที่ผู้บริโภคทั่วไปได้น้ำตาลคุณภาพ แคลอรีลดลง ประหยัดและดีต่อสุขภาพ ล่าสุด ทุ่มงบกว่า 30 ล้านบาทปล่อยภาพยนตร์โฆษณาใหม่สร้างการรับรู้ในแบรนด์ KBS และผลิตภัณฑ์นวัตกรรมทางทีวีและสื่อบนปีที่เอสและเอ็มอีอาร์ที ตั้งเป้ายอดขายน้ำตาลแบรนด์ KBS ปี 58แตะ 1,000 ล้านบาท และเป็น 1 ใน 3 แแบรนด์น้ำตาลในใจของผู้บริโภค ภายใน 3 ปี

นายทัศน วนากรกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท น้ำตาลครบุรี จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า “ด้วยประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอ้อยน้ำตาลมายาวนานกว่า 40 ปี น้ำตาลครบุรีมุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความแข็งแกร่งและความยั่งยืนทางธุรกิจ สร้างคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรในระยะยาว โดยมีลูกค้าหลักเป็นกลุ่มอุตสาหกรรม และลูกค้าโมเดิร์นเทรด ผ่านการรับจ้างผลิตเข้าสู่แบรนด์ มาถึงวันนี้ บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นองค์กรชั้นนำในธุรกิจอ้อยน้ำตาล จึงกำหนดกลยุทธ์ในการขยายธุรกิจเพิ่มเติมหลายด้าน รวมถึงการขยายไปสู่กลุ่มผู้ผลิตรายย่อยและกลุ่มผู้บริโภคให้มากขึ้น ดังนั้นการสร้างการรับรู้หรือการทำให้แบรนด์ “เคบีเอส” เป็นที่รู้จักจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ “เคบีเอส” จึงได้เกิดขึ้น”

โดยแบรนด์ KBS มีจุดแข็งอยู่ที่ความเป็น food solution เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค โดยเป็นเพื่อนคู่คิดที่ช่วยลดต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย เพิ่มผลกำไรให้มากขึ้น และเป็นเพื่อนคู่ครัวของผู้บริโภคที่จะทำให้การทำอาหารได้ทั้งคุณค่าทางโภชนาการและรสชาติที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นที่มาของแนวคิดของแบรนด์ที่ว่า KBS : Sweet & Smart ความหวานสำหรับคนฉลาดเลือก

ทั้งนี้ เพื่อตอกย้ำความเป็นผู้นำในด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 3 ตัว คือ น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ ตรา KBS First น้ำตาลทรายธรรมชาติ ตรา KBS Brown และผลิตภัณฑ์ที่ถือเป็นนวัตกรรมล่าสุดในตลาด ชูจุดขายที่โดดเด่นและแตกต่างเพื่อให้ครอบคลุมความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค นั่นคือ น้ำตาลหวานสองเท่า “KBS 2X double sweet” เป็นน้ำตาลนวัตกรรมล่าสุดที่มีคุณสมบัติหวานเป็น 2 เท่า มีส่วนผสมของซูคราโลส ซึ่งเป็นน้ำตาลสกัดเข้มข้นจากอ้อยธรรมชาติ 100% ให้ทั้งความประหยัด สะอาดและปลอดภัย สามารถนำไปปรุงอาหารได้ทั้งร้อนและเย็น โดยที่ยังคงความหวานไว้ ใช้ได้กับอาหารและเครื่องดื่มทุกชนิด

“ด้วยคุณสมบัติที่ดีเยี่ยม น้ำตาลหวานสองเท่านี้จะสามารถตอบโจทย์ลูกค้าเอสเอ็มอีได้ดีมาก อย่างร้านกาแฟ ร้านขนม เพราะจะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มรายได้ และสำหรับผู้บริโภคเองก็ตอบโจทย์ในด้านความอร่อย ขณะเดียวกันให้แคลอรีลดลง จึงดีต่อสุขภาพและประหยัด โดยสินค้าทั้งหมดได้เริ่มวางจำหน่ายในช่องทางโมเดิร์นเทรด อาทิ บิ๊กซี โลตัส แล้ว”

นอกจากช่องทางจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรดในประเทศแล้ว น้ำตาลแบรนด์เคบีเอสยังมีการส่งออกไปต่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย รวมถึงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยมีน้ำตาลเคบีเอส ขนาดบรรจุ 1 กก. เป็นสินค้าหลัก มีลูกค้าที่สำคัญในอาเซียน อาทิ Dao Coffee ประเทศลาว และในอนาคตมีแผนที่จะขยายตลาดไปยังพม่าและกัมพูชาอีกด้วย

และเพื่อสื่อสารแบรนด์และผลิตภัณฑ์เคบีเอสให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง บริษัทฯ ได้ทุ่มงบประมาณการตลาดกว่า 30 ล้านบาท โดยได้ผลิตหนังสือ 2 เรื่อง เรื่องแรกเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์ KBS First และ KBS Brown เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงความหลากหลายในการนำน้ำตาลไปใช้ ส่วนเรื่องที่ 2 เป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์ KBS 2X โดยเน้นที่ผู้ประกอบการที่ใช้น้ำตาลเป็นส่วนหนึ่งในการผลิต ซึ่งจะช่วยให้เรื่องของความประหยัด เพราะใช้ปริมาณเพียงครึ่งเดียว โดยจะเริ่มออกอากาศทางโทรทัศน์ สื่อบนบีทีเอสและเอ็มอาร์ที ตั้งแต่วันที่ 20 พ.ย. เป็นต้นไป พร้อมกันนี้ยังมีการจัดโปรโมชั่นแนะนำ เชิญชวนทดลองใช้สินค้าในตลาดสด และอาคารสำนักงานทั่วกรุงเทพฯ

“จากแคมเปญการตลาดทั้งหมดที่กล่าวมา ไม่ว่าจะเป็นการรีแบรนด์ การขยายช่องทางจำหน่ายการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีเป็นนวัตกรรมล่าสุดในตลาด รวมทั้งการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทำให้เราเชื่อมั่นว่าแบรนด์ KBS จะเป็นที่ยู่อักในหมู่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และสามารถสร้างยอดขายได้ไม่น้อยกว่า 1,000 ล้านบาทภายในปี 2558 และเป็นแรงผลักดันให้น้ำตาลครบุรี ภายใต้แบรนด์ เคบีเอส เดบิต่อขึ้นติดอันดับ 1 ใน 3 แบนด์น้ำตาลในใจของผู้บริโภค ภายใน 3 ปี ตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้อย่างแน่นอน” นายทัศน์ กล่าวสรุป