

# น้ำปลาแท้ตราปลาหมึกส่งออก 70 ปท.



น้ำปลาแท้ตราปลาหมึก ปรับกลยุทธ์การทำตลาดในปท.และตปท.ปี60เต็มรูปแบบเต็ม หลังจากปี 59 ได้รับรางวัลการันตีเบอร์นด์ ระดับสากล รักษาอันดับ1ส่งออก70ประเทศทั่วโลก ขยับเจาะอาเซียน ด้านตลาดในปท.ตั้งเป้าเติบโต 10% จากยอดขายปี2559ที่ครองมาร์เก็ตแชร์25% ของตลาดรวมน้ำปลาแท้5,000 ล้าน ชุกกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดใช้สื่อ Social Media ไลน์ เฟสบุ๊ก ยูทูบ ชาแนล เจาะคนรุ่นใหม่ เดินหน้าขยายช่องทางจำหน่ายเพิ่มจากที่ครองพื้นที่ค้าปลีก70% พร้อมการออกหนังสือโฆษณา ”ทุกวินาที ความอร่อยจากไทย ไม่เคยหลับไหล” ล่าสุดแตกไลน์สินค้าซอสพริก น้ำปลาซอง หลังพบตลาดเติบโตสูง

นางปรญา คุณาเทียน กรรมการผู้จัดการ บริษัทโรงงานน้ำปลาไทย (ตราปลาหมึก) จำกัด เปิดเผยว่าในปีนี้ได้ปรับกลยุทธ์สู่เชิงรุกมากขึ้น ทั้งตลาดในประเทศและส่งออก ประกอบกับปี2559ได้รับใบรับรองมาตรฐาน FSSC 22000 (Food Safety System Certification 22000) คือ ระบบมาตรฐานการรับรองความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร และยังได้รับรางวัลThailand Best Exporter และรางวัลThailand BEST Brand ทุกรางวัลถือว่าเป็นใบเบิกทางในการขยายฐานตลาดก้าวสู่สากลและทั่วโลกได้มากยิ่งขึ้น

ปัจจุบันบริษัทฯ มียอดขายเป็นอันดับหนึ่งในตลาดส่งออก 70 ประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะตลาด อเมริกา ยุโรป แคนาดา และออสเตรเลีย โดยมีมูลค่าการส่งออกกว่า 400 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมุ่งเจาะตลาดประเทศเพื่อนบ้านเออีซี ที่ผ่านมาได้เข้าทำตลาดในประเทศ เมียนมาร์ ลาว และ กัมพูชาแล้ว ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นที่แหล่งอาหาร และการเติบโตของเศรษฐกิจโลก การยอมรับอารยธรรมตะวันตก และการเข้ามาของเทคโนโลยีไร้สายที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ทำให้คนทั่วโลก เชื่อมต่อกัน และ สื่อสารกันได้เพียงปลายนิ้ว ทำให้ โอกาสในการขยายตลาดเพิ่มมากขึ้นด้วย

ทางด้านตลาดในประเทศนั้น นางปรญา คุณาเทียน กรรมการผู้จัดการ บริษัทโรงงานน้ำปลาไทย (ตราปลาหมึก) จำกัด เปิดเผยว่า ตลาดน้ำปลาทั้งระบบมีมูลค่ากว่า 10,000 ล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่าตลาดน้ำปลาแท้ประมาณกว่า 5,000 ล้านบาท อัตราการเติบโตของตลาดโดยรวมจะมีการขยายตัวปีละ4-5%แต่น้ำปลาแท้ตราปลาหมึกตั้งเป้าโตกว่าปี 2559 ถึง10% จากปัจจุบันที่มีมาร์เก็ตแชร์ตลาดน้ำปลาแท้ 25% การผลักดันยอดขายนั้นได้วางแผนการตลาดทั้งออกผลิตภัณฑ์ใหม่ แตกไลน์สินค้า เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ชุกกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดให้ครอบคลุมการใช้สื่อ Social Media เจาะคนรุ่นใหม่ และการออกหนังสือโฆษณาใหม่

“แผนการตลาดที่ทางวางไว้คือ การกระจายสินค้าให้ครอบคลุมในพื้นที่ให้มากที่สุด บริษัทฯ มีเป้าหมายในการเปิดช่องทางการตลาดใหม่ๆ ปัจจุบันวางขายในห้างสรรพสินค้าครอบคลุมพื้นที่ 70% ตลาดที่จะเจาะต่อไปคือกลุ่มเป้าหมายหลักโรงแรม ร้านอาหาร โรงงานผลิตอาหาร และได้ออกงานแสดงสินค้าใหญ่ๆ ล่าสุด 31พ.ค.-4มิ.ย. ที่ผ่านมามีเข้าร่วมออกงานแสดงสินค้า THAIFEX-WORD OF FOOD ASIA 2017 ณ อิมแพค เมืองทอง ได้รับความสนใจจาก

ลูกค้าต่างชาติหลายประเทศที่ตกลงใจเข้ามาร่วมเจรจาธุรกิจ

ส่วนแผนการใช้สื่อเพื่อการตลาดนั้น มีการโฆษณาโดยใช้สื่อที่สามารถเห็นได้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน เพื่อสร้างการ reminding brand ในใจ เพราะ ตราสินค้าเป็นที่รู้จักอยู่แล้ว จากสื่อทีวี จากการทำสินค้ามีขายในตลาดมานาน แต่ การสร้าง Brand Identity และ Brand Awareness ให้ลูกค้า จึงจะสามารถสร้างความยั่งยืนในใจของลูกค้าได้ มุ่งสู่การตลาดเชิงรุกโดยใช้กลยุทธ์สื่อสารการตลาดใช้สื่ออยู่นอกบ้าน (Out-of-Home Advertisement) เช่น Billboard และ Buswrap รวมทั้ง การทำกิจกรรมลงพื้นที่ (on-ground activity) เช่น sample give away , demonstration at selling points เป็นต้น ” นางปรญากกล่าว

การเจาะเข้าถึงกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ โดยใช้สื่อ social media เช่น FB line youtube channel เป็นเทรนของโลก ปัจจุบันที่ต้องตามให้ทัน โดยเฉพาะกับกลุ่มคนอายุสี่สิบปีลงไป ที่ต้องการใช้สื่อ social mediaสูง ดังนั้นจะอย่างไร ให้เข้าถึงเป้าหมายกลุ่มนี้ได้เร็วที่สุด ได้จำนวนมากที่สุด บริษัท ตระหนักดีถึงการเปลี่ยนแปลงนี้ และได้มีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง เรามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ตั้งแต่ webpage, facebook, line , youtube ซึ่งผลตอบรับค่อนข้างน่าพอใจ

ล่าสุดได้ออกภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ สื่อสารถึงความสำเร็จจากความมุ่งมั่น จากการไม่หยุดที่จะพัฒนา สื่อออกไปให้ทุกคนได้ร่วมภาคภูมิใจไปกับสินค้าไทยเล็กๆที่สร้าง เติบโตอย่างยั่งยืนในตลาดสากลในปีนี้ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ซอสพริกตราปลาหมึก เป็นการพัฒนาสินค้า จากการวิเคราะห์ตลาดเครื่องปรุงรสพบว่า ซอสพริกมีการใช้อย่างแพร่หลาย และ เป็นตลาดที่ใหญ่ ในตลาดไม่มีตราสินค้าใดที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นจำนวนมาก กล่าวคือ ยังมีโอกาสที่ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆจะแทรกเข้าไปแบ่งส่วนแบ่งตลาดได้อีก ส่วนผลิตภัณฑ์น้ำปลา บริษัท จึงได้เร่งพัฒนาสูตรน้ำปลาของมาตั้งแต่ต้นปี 2559 และ นำออกตลาดในปี 2560 นี้ โดยมีความเชื่อมั่นว่า จะสามารถสร้างยอดขายได้อย่างมีศักยภาพในช่องทางนี้

รับทราบข้อมูลรายละเอียดที่ Facebook : <https://www.facebook.com/SquidBrand/> You tube: <https://www.youtube.com/user/squidbrandtv> Line : <https://line.me/R/ti/p/@squidbrand>