

ฟูลมูน ปลื้มยอดขายทะยาน พร้อมเปิดกลยุทธ์รุก ตลาดครั้งใหญ่

รอยัล เกทเวย์ โซรียอดขายฟูลมูนเติบโตต่อเนื่องก้าวกระโดดทะลุ 4 ล้านลิ้ง ฟุ่งใช้เวลาเพียง 8 ปี กับการนำเครื่องดื่มฟูลมูนเข้าสู่ตลาดเครื่องดื่ม พร้อมสร้างส่วนแบ่งการตลาดไว้อีกกว่า 22% ในตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมดื่มทั้งหมด ซึ่งถือเป็นการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี เชื้อกลยุทธ์ปาล้อมเมืองสู่ได้ผล พร้อมเปิดกลยุทธ์ใหม่ ช่องทางการตลาดแบบ On the Go และเปิดตัวนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ ฟูลมูนสด (Full Moon Draught) รุกตลาดจับไลฟ์สไตล์คนชอบเที่ยว

พงกานต์ จันทรกระจ่าง ผู้จัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า บริษัท รอยัล เกทเวย์ จำกัด กล่าวว่า “ตลอดระยะเวลา กว่า 8 ปีที่แบรนด์ฟูลมูนครองใจผู้บริโภค เราเริ่มวางจำหน่ายฟูลมูนในพื้นที่ต่างจังหวัด เน้นแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น อาทิ ตลาดน้ำ ภูเขา ทะเล และในสถานที่พักไม่เพียงแค่วางโรงแรม รีสอร์ท แม้แต่ลานกางเต็นท์เราก็ไป เรารุกตลาดสินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมดื่ม (Ready to Drink) โดยใช้กลยุทธ์ปาล้อมเมือง และปัจจุบันเราสื่อสารภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ตรงกลุ่มเป้าหมายบวกเข้ากับความสะดวกและเพิ่มความทันสมัย นำไปสู่การสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้ากลุ่มนี้รับรู้ถึงการพักผ่อนสบายๆ กับการสังสรรค์ การท่องเที่ยว รวมถึงฉลองเฮฮากันในหมู่เพื่อนฝูง สำหรับในปี 2560 ที่ผ่านมา ภาพรวมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมดื่มทั่วประเทศ ที่มีมูลค่ารวมประมาณ 5,500 ล้านบาทนั้น จากการตอบรับที่ดีของผู้บริโภค และการสนับสนุนที่ดีจากตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศทำให้ ฟูลมูนมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 10% แม้ว่าตลาดรวมของแอลกอฮอล์พร้อมดื่มมีอัตราการเติบโตเพียง 5 – 7% แต่บริษัทมียอดขายพุ่งสูงถึง 4 ล้านลิ้ง และสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้”

หลังจากประสบความสำเร็จจากการทำการตลาดในรูปแบบปาล้อมเมือง ปี 2561 ฟูลมูนเตรียมเปิดเกมรุกตลาดครั้งใหญ่ เพื่อมอบประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับลูกค้าโดยในปีนี้นักค้าจะพบกับแคมเปญ “Create Your Journey เติมให้เต็มทุกประสบการณ์” ที่มีความสร้างสรรค์เพิ่มเติม ในรูปแบบ On The Go คือ Full Moon Caravan Journey ที่โดดเด่น นอกเหนือจากที่ลูกค้าคุ้นเคย ในช่วงที่ผ่านมา เน้นตอบใจทียไลฟ์สไตล์ของผู้ดื่มที่ไปเที่ยวตามงานต่างๆ มากยิ่งขึ้น โดย นำเครื่องดื่มฟูลมูนแบบสด (Full Moon Draught) ไปเสิร์ฟให้ลูกค้าในรูปแบบ Sparkling Wine ที่มีรสชาติที่ดีและสร้างความรู้สึกที่พิเศษต่างไปจากการดื่มในช่วงเวลาปกติ ซึ่งถือเป็นครั้งแรกของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์พร้อมดื่มในประเทศไทยที่นำเสนอสินค้าในรูปแบบนี้ รวมถึงรูปแบบของ Music Festival อาทิ งาน Cat Expo Music Festivals , Big Mountain Music Festival, Cheeze Car Boot Sale Festival

“กลยุทธ์ดังกล่าว จะสามารถครองใจผู้บริโภคในวงกว้างขึ้นได้ เพราะผมเชื่อในการเติมเต็มทุกประสบการณ์ของแบรนด์ ฟูลมูน ที่จะโดนใจผู้บริโภคทั้งส่วนของคุณภาพสินค้า และความเชื่อมั่นในแบรนด์จนไปยังรุ่นต่อไป” พง

กานต์ กล่าวสรุป