

“วิษฐร่ำ” ปรึบกลยุทธรุกชิงเบอร์ 1 ทุ่บงบโม่ษณำ- ปรชษำสั่มพัันท์ เร่งสร้ำงการรับรู้แบรนต์ พร้อมคว่ำ “มำรึญำ – แต้่ว” เป็ันพรีเชนเตอร์ครั้งแรก หวังด้ัน ยอดโตเพิ่ม 20%



นายพริฎณโรจน์ ไกรสรพงศ์ ปรชษำนจ้ำหนำที่ปรึหำร บรึษัท เอ็นบีดี เฮลท์แคร์ จำกััด ผู้จ้ำดจำหนำยผลิตภำณั์เสริม
อำหำรเพื่อกำรดูแลสุขภำพและควำมงำมชัันนำของปรชษัประเทศไทย เป็ัดเผยว่ำ ด้้วยทึศทำงกำรเด็บโตอย่ำงต่เนื่องของ
แบรนต์ “วิษฐร่ำ” ส่่งผลให้เก็ัดโอกำสในกำรสร้ำงชึ้ดควำมสำมำรถทำงกำรแข่งชัันอย่ำงมีศัภภำพมำกยั้งชััน ค่ำดว่ำ
ปี 2561 จะเด็บโตมำกกว่ำ 20%

ล่ำสุด บรึษัทข ได้ด้็ง “มำรึญำ พูลเล็ศลภำ” มึสยุนิเว็ร็สไทยแลนด์ 2017 และนำงเอ็กแถวหนำของเมือ่งไทย “แต้่ว
– ญลฐพร เตมีรัภษั” มำเป็ันพรีเชนเตอร์ ภายใด้คองเซปต์ “VISTRA HEALTHY LEADS TO THE TOP” วิษฐร่ำไม่
หยุด เพื่อกั้สุดเรื่งสุขภำพ สำหรั้บ 2 ผลิตภำณั์ VISTRA Astaxanthin ผลิตภำณั์เสริมอำหำรชะลอว้ยสัักด้จำก
ส่ำหรั้ยสิ้แด้งเข้่มชัันเกรตพรีเม็ยมจำกปรชษัญี่ปุ่ณ ลิขสิทึ์เจพำะของ AstaREAL ช่วยเพิ่มพลังลึ้กถึงระด้บเชลล์
เพื่อกวำมอ่อนเยำว และ VISTRA Fish Oil นำมันปลาเกรตพรีเม็ยม คุณค่ำที่สัักด้จำกไอซ์แลนด์ แหล่่งผลิตนำมัน
ปลาคุณภำพระด้บโลก ด้ว้จรั้งเรื่งสุขภำพหำว้ใจและสมอง นั้บได้ว่ำ ในปีนั้ แบรนต์ “วิษฐร่ำ” มุ่่งสร้ำงควำม
เข็งแกร่่งให้กั้บแบรนต์ เพิ่มควำมผูกพันควบคู้กำรเจะกั่มเป้ำหำมำยใหม่ ๆ ด้ว้เจพำะในกั้ลุ่มผู้หญั้งว้ยรุ่นและว้ย
ทำงำนมำกชััน ด้ลอดจันด้องกำรสร้ำงควำมแด้กต้ำง และเป้ลภำใหม่ให้กั้บตลัด เพื่อกั้ให้ผู้บรึภคกั้ลุ่มเป้ำหำมำยเก็ัด
กำรจดจำแบรนต์มำกชััน ในภำวะที่กำรแข่งชัันของตลัดอำหำรเสริมรึนแร่ง จำกกำรที่มีทั้งแบรนต์เกำและใหม่เข้ำ
มำทำตลัดอย่ำงต่เนื่อง ชั้งพรีเชนเตอร์ทั้ง 2 ทำน เป็ันที่รู้จัักของกั้ลุ่มลुकค้ำด้งกั้ล่ำวเป็ันอย่ำงดี อึ้กทั้ง ทั้ง 2 ทำน
นอ้กจำกเป็ันคนที่มีภำพลั้กษณ์ที่ดี ดูแลด้ว้เอง และฉลัดแล้ว ยั้งมีพลังควำมสดีสำกั้ภำยใน ภำพลั้กษณ์ทั้นสมัย
เหมำะกั้บแบรนต์สิ้นค้ำ วิษฐร่ำค่ำดว่ำปีนั้จะสำมำรถสร้ำงยอดขำยเด็บโต 20% ใด้้อย่ำงแน่ณอน

กำรเลื่อกใช้พรีเชนเตอร์ของแบรนต์ “วิษฐร่ำ” มีเป้ำหำมำยสำคั้ญ คื้ ด้องกำรสะท้อนจู้ดเข็งของแบรนต์ จำกกำร
เป็ันผู้ต่อยอดควำมเชื่ะวชำนุด้ำนควำมงำมสู่กำรเป็ันผู้ดูแลด้ำนสุขภำพเบบองคั้รวม รวมถึงกำรเพิ่ม Engagement
กั้บผู้บรึภคคนรุ่นใหม่มำกชััน จำกเด็มเน่ันเจะกั้ลุ่มเป้ำหำมำยคอบคั้รว ทุกเพศทุกว้ย และด้องกำรสร้ำงควำมแด้ก
ต้ำงของแบรนต์ให้ฉึกออกจำกคู้เข็ง เพื่อกั้ำวสู่ควำมเป็ันแบรนต์อัันด้บหนึ่งในใจของผู้บรึภคในกำรด้ดสิ้นใจชั้

ผลิตภัณฑ์แบรนด์ “วิศร่า” นอกจากนี้การเลือก “มารีญา” และ “แต้ว” เป็นพรีเซนเตอร์ เพื่อเป็นตัวแทนการจุดประกายและมอบแรงบันดาลใจของผู้หญิงยุคใหม่ในการดูแลสุขภาพตนเองและครอบครัวให้มากขึ้น เพราะเราเชื่อว่าสุขภาพที่เป็นเลิศจะสามารถยกระดับชีวิตและความเป็นอยู่ของทุกคนให้ดีขึ้นได้ ภายใต้สโลแกนที่ว่า “ชีวิตดี เริ่มตั้งแต่สุขภาพ (Better Health, Better Life)”

นายพิรุณโรจน์ ไกรสรพงศ์ กล่าวอีกว่า “เราเชื่อมั่นว่าในยุคนี้ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและความล้ำหน้าของนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญ ในปี 2561 แบรนด์ “วิศร่า” จึงมีการปรับกลยุทธ์มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านของตัวผลิตภัณฑ์ การสื่อสารการตลาด โดยเริ่มจากการเปิดตัวพรีเซนเตอร์ คุณ “มารีญา” เน้นการนำเสนอความสดใส เป็นตัวของตัวเองจากภายใน สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ และยังมีกิจกรรมต่อเนื่อง รวมถึงการจัดรายการส่งเสริมการขายรูปแบบใหม่ๆ ซึ่งจะตอบโจทย์ผู้บริโภคกลุ่มผู้หญิงวัยรุ่นและวัยทำงาน รวมทั้งกลุ่มแมส มาร์เก็ตที่ชื่นชอบใส่ใจดูแลสุขภาพด้วย

สำหรับ ผลิตภัณฑ์แบรนด์ “วิศร่า” เราให้ความสำคัญตั้งแต่จุดเริ่มต้น กล่าวคือเราคัดเลือกสารสกัดที่ดีที่สุดจากทั่วทุกมุมโลก ผ่านการคิดค้นและพัฒนาจากผู้เชี่ยวชาญ ผสานกับเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย เพื่อมอบการมีสุขภาพที่ดีจากภายในสู่ภายนอกให้กับผู้บริโภค โดยที่ผ่านมามีแบรนด์วิศร่ามีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องในทุกปี เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้หลากหลายมากขึ้น ปัจจุบันเรามีสินค้าครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ Beauty group, Health & Wellness group, Sport Nutrition group และ Weight Control group

สำหรับงบการตลาดและโปรโมชั่นในปีนี้ได้วางไว้กว่า 80 ล้านบาท เพื่อเพิ่มการสร้างการรับรู้ในสินค้า และยอดขาย โดยแบ่งสัดส่วนออกเป็น 3 ส่วน คือ ด้านการโฆษณาทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ 60% การส่งเสริมการขาย โปรโมชั่น กิจกรรมร่วมสนุกต่างๆ 30% และอีก 10% คือ ด้านอีเวนต์ต่างๆ เช่น เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกบูธ โรดโชว์ เป็นต้น นอกจากนี้ได้ขยายช่องทางวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างทั่วถึงมากขึ้น โดย “วิศร่า” มีช่องทางจัดจำหน่ายหลักคือ ร้านขายยาชั้นนำทั่วประเทศ, ร้านขายยา eXta Plus ใน 7-Eleven, ร้านบิวตี้เซน เช่น WATSONS, BOOTS, ช่องทางออนไลน์ (E-commerce) เช่น Lazada และโรงพยาบาล นอกจากนี้ยังมีการจัดชุดของขวัญสุขภาพในเทศกาลต่างๆ รวมถึงบริการพิเศษแนะนำสินค้าผ่านทาง Personal Consultant ณ จุดขายกว่า 300 คน ทั่วประเทศด้วย

ด้านภาพรวมของตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่ผ่านมาในช่วงปี 2559-2560 มีอัตราการเติบโตต่อเนื่องปีละ 8-9% โดยคาดว่าปี 2561 จะเติบโตเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 10% หรือราว 15,400 ล้านบาท เนื่องจากกระแสรักสุขภาพ รายได้ประชากรที่สูงขึ้น และการขยายตัวของช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ นอกจากนี้จากข้อมูลขององค์การสหประชาชาติ (EIC) ระบุว่าในปี 2573 เป็นต้นไป มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในไทย จะเริ่มลดลงจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งส่งผลให้แนวโน้มความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย นายพิรุณโรจน์ กล่าวทิ้งท้าย