

# “สก็อต คิตซ์ ช็อกโก” ตอกย้ำความเป็นผู้นำและเจ้า แรกในตลาด



อันดับ 50 ลบ. คว้ามแม่ลูกคนดัง “ลูกเกต-น้องสกาย” นั่งแท่นพรีเซ็นเตอร์

พร้อมเปิดตัวหนังโฆษณาชุดใหม่ คาดสิ้นปีกวาดรายได้เพิ่ม 20%



(9 มิถุนายน 2557 : สุพรีม คอมเพล็กซ์) “สก็อต คิตซ์” รับผิดชอบต่อเด็ก รส  
ช็อกโกแลตเติบโตก้าวกระโดด ทางแผนอันดับ 50 ล้านบาท ดึงซูเปอร์โมเดล “ลูกเกต-เมทีนี่ กิ่งโพยม  
ชาร์พเพิร์ล” และลูกชาย “น้องสกาย” นั่งแท่นพรีเซ็นเตอร์คนใหม่ล่าสุดของ “สก็อต คิตซ์ ช็อกโก” พร้อม  
เปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาชุด “Playground” เน้นเดินเกมรุก สร้างการรับรู้ อย่างรวดเร็วและต่อ  
เนื่อง ตั้งเป้ารายได้สิ้นปีเพิ่ม 20% ตอกย้ำความเป็นผู้นำและเจ้าแรกในตลาดชูปไก่สกัดสูตรสำหรับเด็ก รส  
ช็อกโกแลต

สมโภช ขวาลเวชกุล กรรมการผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท สก็อต อินดัสเทรียล (ประเทศไทย)  
จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย “สก็อต คิตซ์ ช็อกโก” เปิดเผยว่า “ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาตลาดชูปไก่สกัดสำหรับเด็ก  
เด็กนับว่ามีอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดดเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบัน คุณพ่อคุณแม่และผู้  
ปกครองต่างหันมาให้ความสนใจในเรื่องการดูแลสุขภาพของบุตรหลาน จนทำให้ มาร์เก็ตไชน์มีมูลค่าตลาดเพิ่ม  
ขึ้นเป็นเท่าตัว โดยเฉพาะ สก็อต คิตซ์ ที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ซึ่งใน ปี 2556 นั้น เรามีอัตราการเติบโต  
ถึง 85% ปัจจัยบวกส่วนหนึ่งมาจากการที่ สก็อต คิตซ์ ได้ทำการออกโปรดักส์ใหม่นอกเหนือจาก สก็อต คิตซ์  
ช็อกโกรสช็อกโกแลต คือ “สก็อต คิตซ์ กลิ่นโตเกียวนานานา” ซึ่งถือเป็นการสร้างความแปลกใหม่ และยังมีการ  
ทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง จึงช่วยส่งผลให้ ในไตรมาสแรกของปีนี้เรามีการเติบโตเพิ่มขึ้น 16%  
เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันกับปีที่แล้ว”

โดย นายสมโภช กล่าวต่อไปว่า “และเพื่อตอกย้ำความเป็นผู้นำและเจ้าแรกในตลาดชูปไก่สกัดสูตรสำหรับเด็ก รส  
ช็อกโกแลต สก็อต คิตซ์ ได้ทุ่มงบการตลาด 50 ล้านบาท เปิดตัวพรีเซ็นเตอร์และภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ล่าสุด  
ครั้งนี้เราได้รับเกียรติจาก คุณลูกเกต เมทีนี่ และลูกชาย น้องสกาย มาร่วมเล่นโฆษณาด้วยกันเป็นครั้งแรกในชื่อ

ชุด “Playground” เรื่องราวจะแสดงให้เห็นถึงไลฟ์สไตล์ของครอบครัวที่คุณแม่ยุคใหม่มีความห่วงใยในสุขภาพของลูก และพยายามมองหาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ที่มีประโยชน์ รสชาติอร่อย ทานง่าย มาให้ลูก โดยจะเริ่มออกอากาศวันที่ 9 มิถุนายนนี้ ทางฟรีทีวีทุกช่อง

ซึ่งเหตุผลสำคัญที่ทำให้เราเลือก **คุณลูกเกิดและห้องสกาย** มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ให้ เพราะเรามองเห็นว่า**คุณลูกเกิด**เป็นคุณแม่ที่มีวิธีการเลี้ยงลูกที่ทันสมัย พร้อมเปิดโอกาสให้ลูกได้เรียนรู้ เพื่อให้มีพัฒนาการทางสมองและร่างกายอย่างเต็มที่ด้วยการลงมือทำ ไม่ใช่ให้ลูกท่องจำหรือเรียนหนังสือเพียงอย่างเดียว ส่วน**ห้องสกาย**ก็เป็นเด็กที่มีความเฉลียวฉลาดและมีความสดใสร่าเริงสมวัยครับ”

“นอกจากการเปิดตัวพรีเซ็นเตอร์และภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่แล้ว เรายังมีแผนเดินหน้าสร้าง การรับรู้อย่างต่อเนื่อง โดยปีนี้เราจะใช้กลยุทธ์ทั้ง Above the line และ Below the line พร้อมเพิ่ม ช่องทางใหม่ๆ ในการเข้าหากลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติมจากการโรดโชว์ตามโรงเรียนและสวนสนุกต่างๆ อาทิเช่น การทำกิจกรรมในโรงภาพยนตร์ เป็นต้น โดยจะเริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนนี้ที่โรงภาพยนตร์ในเครือเมเจอร์

ทั้งนี้ทาง **สก็อต คิตซ์** ตั้งเป้ารายได้เติบโตในปี 2557 ไว้ที่ 20% ของรายได้รวมทั้งปีประมาณ 400 ล้านบาท”  
**นายสมโภช** กล่าวเพิ่มเติม

สำหรับ **สก็อต คิตซ์ ซี็อกโก** เป็นผลิตภัณฑ์ซูเปอร์ฟู้ดสกัดสูตรสำหรับเด็ก รสช็อกโกแลต เหมาะกับช่วงอายุระหว่าง 4-12 ปี ประกอบด้วยน้ำมันปลา DHA, โอเมก้า 3, เลซิทิน และวิตามินต่างๆ รวมทั้งวิตามินบี 12 ที่มีส่วนช่วยเสริมสร้างพัฒนาการด้านสมอง เพิ่มความอร่อยด้วยรสช็อกโกแลต ขนาด 45 มิลลิลิตร ราคาขวดละ 35 บาท

ภายในงานเปิดตัวพรีเซ็นเตอร์ **สก็อต คิตซ์ ซี็อกโก** พบกับ **ลูกเกิด-เมทินี กิ่งโพยม** **ชาร์พเพิร์ล** และ **ห้องสกาย** คู่แม่ลูกสุขภาพดี พร้อมชมผลงานภาพยนตร์โฆษณาชุด “Playground” และเรื่องราวสนุกๆ ที่มาพร้อมกับความน่ารัก สดใส ในเบื้องหลังการถ่ายทำ โดยมีเซเลบคุณแม่ยิ่งสาว **มะปราง-ปัทมวดี เสนาณรงค์** มาร่วมแชร์ประสบการณ์เคล็ดลับการดูแลลูก