

“สก็อต” อดงบ 50 ล้านบาท ดัน “สก็อต คิตซ์ ช็อกโกโก” รวบแชร์ตลาดชุปโกโก้เด็กปี’ 56 กว่า 50%

“สก็อต” เผยแผนเดินหน้าสู่เป้าหมายนำตลาดกลุ่มชุปโกโก้สำหรับเด็ก ทุ้มงบ 50 ล้านบาท
กิจกรรม ดันยอดขาย “สก็อต คิตซ์ ช็อกโกโก” คาดปี 2556 รวบแชร์ตลาดกว่า 50%

อัฒโฆษณ



สมโภช ขวาลเวชกุล กรรมการผู้อำนวยการฝ่าย
การตลาด บ.สก็อต อินดัสเตรียล (ประเทศไทย)

สมโภช ขวาลเวชกุล กรรมการผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท สก็อต อินดัสเตรียล (ประเทศไทย)

จำกัด เปิดเผยว่า “หลังเปิดตัว สก็อต คิตซ์ ช็อกโกโก เราค่อนข้างได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มผู้บริโภค ทั้งนี้เรายังพบอีกว่า เด็กนับเป็นผู้มีอิทธิพลต่อภาวะความต้องการและเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของพ่อแม่ ผู้ปกครอง ซึ่งในปีนี้ “สก็อต” ยังคงเดินหน้าทำตลาดกลุ่มชุปโกโก้สำหรับเด็กอย่างต่อเนื่อง เน้นทำตลาดทั้งกลุ่มคุณแม่ พ่อคุณแม่ และกลุ่มเด็ก โดยใช้งบการตลาด 50 ล้านบาท เพื่อสร้างการรับรู้ เริ่มตั้งแต่เรามีโฆษณาที่จะใช้เผยแพร่ทางฟรีทีวีถึง 2 เรื่อง ได้แก่ เรื่องช่อนแอบ ที่ได้ “คุณเจ็บบ โสภิตนภา และ น้องเบเน่” ตัวแทนของคุณแม่ลูกรุ่นใหม่ที่น่าสนใจในการดูแลสุขภาพพมาร่วมงาน ในโฆษณาเรื่องนี้อีกครั้ง ซึ่ง “คุณเจ็บบ-น้องเบเน่” ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จของ สก็อต คิตซ์ ช็อกโกโก ในปีที่ผ่านมา ส่วนเรื่องที่ 2 คือเรื่องกับต้นสก็อต ที่เราได้ทำเป็นการ์ตูนแอนิเมชันเพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสื่อสารกับเด็กๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของเรา

ที่สำคัญปีนี้เป็นครั้งแรกสำหรับ สก็อต คิตซ์ ช็อกโกโก กับการเป็นผู้สนับสนุนหลักในรายการ เดอะ วอยซ์ คิตส์ ไทยแลนด์ และ รายการ เดอะ เทรนเนอร์ นอกจากนี้ยังเสริมด้วยกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ อีกมากมาย ทั้ง กิจกรรมวันเด็ก, โรดโชว์ตามโรงเรียน, สวนสนุก เป็นต้น”

สก็อต คิตซ์ ช็อกโกโก ชุปโกโก้แลตสำหรับเด็ก อายุระหว่าง 4-12 ปี ประกอบด้วยน้ำมันปลา DHA, โอเมก้า 3, เลซิทิน และวิตามินต่างๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมสร้างพัฒนาการด้านสมอง และร่างกาย ให้เด็กในวัยเจริญเติบโต เพิ่มความอร่อยด้วยรสช็อกโกโก้แลต ขนาด 45 มิลลิลิตร ราคาขวดละ 35 บาท

“เรามั่นใจว่าจากแผนการตลาดจะสามารถช่วยให้ สก็อต คิตซ์ ช็อกโกโก ก้าวขึ้นสู่ผู้นำตลาดชุปโกโก้สำหรับเด็กได้ โดยตั้งเป้าหมายในสิ้นปีจะมีมาร์เก็ตแชร์ถึง 50% ของมูลค่ารวมตลาด หรือประมาณ 300 ล้านบาท” นายสมโภช กล่าวทิ้งท้าย

