

สก๊อต อีซี” ปฏิวัติวงการซูปไก่สกัด อร่อย ดีมง่าย ไม่คาว เปิดตัว พรีเมชั่นเตอร์จุ่มกดี “โน้ส-อุดม” คอนเฟิร์มรสชาติ ทุ่ม 100 ล้าน เจาะตลาดคนรุ่น ใหม่

บริษัท สก๊อต อินดัสเตรียล (ประเทศไทย) จำกัด ปฏิวัติวงการซูปไก่สกัดครั้งใหญ่ พัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้ เครื่องดื่มบำรุงสุขภาพ “สก๊อต อีซี ซูปไก่สกัด” ที่อร่อย ดีมง่าย และไม่มกลิ่นคาว เจาะตลาดคนรุ่นใหม่ทีใส่ใจดูแลสุขภาพ เน้นกลยุทธ์ พรีเมชั่นเตอร์ มาร์เกตติ้ง (Presenter Marketing) ทุ่มงบการตลาด 100 ล้านบาท เปิดตัวผลิตภัณฑ์พร้อมพรีเมชั่นเตอร์ หนุ่มจุ่มกดี “โน้ส-อุดม แต่พานิช” เป็นตัวแทนกลุ่มคนรุ่นใหม่ ช่วยกระตุ้นยอดขาย 500 ล้านบาทภายในปี 2013



นายสมพล ขวาลเวชกุล ผู้จัดการฝ่ายกลยุทธ์ บริษัท สก๊อต อินดัสเตรียล (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า “สก๊อต ไม่เคยหยุดนึ่งการพัฒนาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มต่างๆ ล่าสุด เราได้ค้นคว้าวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สก๊อตซูปไก่สกัดสูตรใหม่ทีไม่มกลิ่นคาว ซึ่งเป็นข้อจำกัดของผู้บริโภคบางกลุ่ม แต่ยังคงคุณประโยชน์ของซูปไก่สกัดไว้อย่างครบถ้วน ประกอบด้วยซูปไก่สกัดมากกว่า 90% วิตามินทีมีส่วนในการบำรุงสมอง โอเมก้า3 และ DHA ภายใต้ชื่อ สก๊อต อีซี ซูปไก่สกัด อร่อย ทานง่าย ไม่คาว ทุ่มงบประมาณการตลาด 100 ล้านบาท เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการทดลอง โดยเน้นกลยุทธ์ Presenter Marketing สื่อสารภาพลักษณ์ของสินค้าไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ทีใส่ใจดูแลสุขภาพ กล้าทดลองสิ่งใหม่ๆ มิววิธีคิด ใช้เหตุและผลในการตัดสินใจด้วยตัวเอง ซึ่งตรงกับคาแรกเตอร์ของ โน้ส-อุดม ซึ่งโน้สยังเป็นไอดอลของคนส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้ ด้วยความทีเป็นหนุ่มอารมณ์ดี ง่ายแต่จริงใจ จึงเป็นเครื่องการันตีได้ว่า การดื่มซูปไก่สกัด สก๊อต อีซี จะอร่อยได้ง่ายๆ โดยไม่ต้องบิบจุ่มก หรือกลั่นใจก่อนดื่ม และจากนึ่งไป การดื่มซูปไก่สกัดจะกลายเป็นเรื่อง อีซี ๆ ทีทำให้ทุกคน ลืมประสบการณ์เดิมๆในการดื่มซูปไก่

ในการทำการตลาดเชิงรุกของ สก๊อต อีซี ซูปไก่สกัด ในครั้งนี้ เราใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดแบบ 360 องศา เพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายรับรู้และได้ทดลองผลิตภัณฑ์ โดยมีพรีเมชั่นเตอร์ โน้ส-อุดม เป็นตัวแทน สื่อสารกับคนรุ่นใหม่ในภาพยนตร์โฆษณาชุด “NOSE”

ซึ่งกำลังออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง ตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม 2556 พร้อมทั้ง สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ
กลางแจ้ง OOH (Out of Home) สื่อออนไลน์ รวมถึงกิจกรรมโรดโชว์ โปรโมชัน ส่วนในด้านการประชาสัมพันธ์จัด
ให้ทีมงานเปิดตัว สก็อต อีซี ชูปโก้สก็ด พร้อมพรีเซนเตอร์ หม่อมจุมภดี “โน้ส-อุดม แต้พานิช” ผ่านสื่อมวลชนอย่าง
กว้างขวาง เพื่อให้เข้าถึงและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยปีนี้เราตั้งเป้าหมายยอดขาย สก็อต อีซี ชูปโก้
สก็ด ไร่ที่ 500 ล้านบาท และคาดหวังส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นอีก 5% จากตลาดรวมชูปโก้ทั้งหมด”
นายสมพล กล่าวทิ้งท้าย

ผลิตภัณฑ์ สก็อต อีซี ชูปโก้สก็ด เป็นชูปโก้สก็ดรสชาติอร่อย ดื่มน้ำง่าย ไม่มีกลิ่นคาว มีคุณค่าของชูปโก้สก็ด 90.
28% โดยคัดสรรเฉพาะโกพันธุ์ดีที่มีคุณภาพ ผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัย และได้มาตรฐาน ประกอบด้วยโอเมก้า
3 ดีเอชเอ ทั้งมีส่วนประกอบของวิตามินรวม 13 ชนิด อุดมไปด้วยวิตามินบี1, บี6 และ บี12 ที่ให้ประโยชน์ต่อร่าง
กาย ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรง และความสมบูรณ์ของร่างกาย มีขนาด 45 มิลลิลิตร ราคาขวดละ 35 บาท
วางจำหน่ายแล้ว ณ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและร้านสะดวกซื้อทั่วประเทศ