

สแตนด์อโลนต้องมา เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล รุกเปิด “เฮลธิฟูล เดอะ คริสตัล” สเปนเชียลตี้สโตร์สาขาแรก

สแตนด์อโลนต้องมา เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล รุกเปิด “เฮลธิฟูล เดอะ คริสตัล” สเปนเชียลตี้สโตร์สาขาแรก ชูจุดแข็ง Health & Wellness Store รวมทุกความต้องการด้านสุขภาพแบบฟูลออฟชั่น รองรับนักช้อปสายเฮลตี้โซนกรุงเทพ ตะวันออก

5 ตุลาคม 2563 : บริษัท เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล จำกัด ในเครือเซ็นทรัล รีเทล ได้ฤกษ์เปิดตัว เฮลธิฟูล เดอะคริสตัล (Healthiful The Crystal) สเปนเชียลตี้สโตร์ (Specialty Store) เพื่อสุขภาพแบบฟูลออฟชั่นในรูปแบบสแตนด์อโลนแห่งแรก ครอบคลุมทุกความต้องการ ดูแลสุขภาพในทุกไลฟ์สไตล์ของสายเฮลตี้ ภายใต้แนวคิด “Better Choices for a Healthier You” (ทางเลือกที่ดีกว่า เพื่อสุขภาพคุณที่ดีขึ้น) มุ่งมั่นเป็นเพื่อนคู่ใจของคนรักสุขภาพในทุกช่วงชีวิต เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการมีสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน สะดวกสบาย และมีความสุข ผ่านการส่งมอบผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก, ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพกว่า 2,500 รายการ ที่ตรวจสอบและคัดสรรว่าได้มาตรฐาน พร้อมข้อมูลด้านโภชนาการแบบอัดแน่น และเติมเต็มด้วยเฮลธิฟูลคาเฟ่ (Healthiful Café) ที่ครีเอทเมนูเครื่องดื่ม เบเกอรี่ อาหารเพื่อสุขภาพ เมนูสำหรับชาววีแกนและมังสวิวัต เพื่อการใช้ชีวิตวิถีใหม่อย่างสมบูรณ์แบบ พร้อมรองรับการช้อปปิ้งแบบไร้รอยต่อทั้งหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ ตั้งเป้าเจาะกลุ่มนักช้อปสายเฮลตี้โซนกรุงเทพตะวันออก ณ เฮลธิฟูล เดอะคริสตัล ชั้น 1 เฟส 1 เดอะคริสตัล เอกมัย-รามอินทรา

นายสเตฟาน คูม ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ฟู้ด บริษัท เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล จำกัด ในเครือเซ็นทรัล รีเทล กล่าวว่า “เฮลธิฟูล เดอะคริสตัล” (Healthiful The Crystal) เป็นสเปนเชียลตี้สโตร์ (Specialty Store) เพื่อสุขภาพครบวงจรรูปแบบ สแตนด์อโลนสาขาแรกที่เปิดให้บริการ นับเป็นก้าวใหม่ครั้งสำคัญของบริษัทฯ กับการรุกธุรกิจร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเฉพาะอย่าง ด้วยการเก็บข้อมูลและศึกษาความต้องการลูกค้าจากฐานสมาชิกเดอะวัน ทำให้เราเข้าใจความต้องการ, อุปสรรค และ ข้อจำกัดที่ลูกค้าต้องเจอในการดำเนินชีวิตเพื่อให้มีสุขภาพที่ดี เฮลธิฟูล (Healthiful) จึงถูกออกแบบมาเพื่อช่วยให้ลูกค้ามีสุขภาพดี อย่างยั่งยืนด้วยความสะดวกสบาย มีสินค้าบริการครบครันที่สุด พร้อมวางตำแหน่งทางการตลาดให้เฮลธิฟูล (Healthiful) เป็น Health & Wellness Store แห่งแรกในประเทศไทย ที่รวมทุกความต้องการด้านสุขภาพสำหรับทุกไลฟ์สไตล์ ภายใต้แนวคิด “Better Choices for a Healthier You” (ทางเลือกที่ดีกว่า เพื่อสุขภาพคุณที่ดีขึ้น) ด้วยพันธกิจที่มุ่งมั่นเป็นเพื่อนคู่ใจของคนรักสุขภาพในทุกช่วงชีวิต

สำหรับ เฮลธิฟูล เดอะ คริสตัล (Healthiful The Crystal) เป็นการต่อยอดความสำเร็จจากการเปิด เฮลธิฟูล (Healthiful) ในรูปแบบ Zone in Shop ตั้งแต่เดือนมิถุนายนที่ผ่านมา ซึ่งปัจจุบันเปิดดำเนินการในท็อปส์ มาร์เก็ต 5 สาขา ได้แก่ สาขาแจ้งวัฒนะ, เวสต์เกต, ศรีสมาน, ราชพฤกษ์ และเกษตร โดยพบว่าธุรกิจด้านสินค้าเพื่อสุขภาพ ในขณะนี้เติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยมีกลุ่มคนรักสุขภาพ กลุ่มผู้แพ้อาหาร ผู้เริ่มสนใจดูแลสุขภาพตนเอง ประกอบกับ

เกิดสถานการณ์ โควิด-19 ประชาชนจึงให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อดูแลสุขภาพตัวเอง คนในครอบครัวมากขึ้น ส่งผลให้ยอดขายสินค้าเพื่อสุขภาพของแต่ละสาขาเติบโตอย่างก้าวกระโดดและมีแนวโน้มที่ดีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาพรวมของสินค้าหมวด Health & Wellness ของบริษัท เติบโตสูงกว่าตลาดในประเทศไทย 20% ซึ่งปัจจุบันสินค้าเพื่อสุขภาพ มีมูลค่าตลาด สูงถึง 200,000 ล้านบาท ทำให้บริษัทฯ มองเห็นช่องทางและโอกาสที่ยังคงเติบโตได้อีกมาก จึงเป็นที่มาของการรุกธุรกิจสเปเชียลตี้สโตร์ (Specialty Store) เพื่อสุขภาพครบวงจรรูปแบบ สแตนดาร์ดโหลน โดยเลือกเปิดตัวสาขาแรกที่ เดอะคริสตัล งามอินทรา ซึ่งเป็นศูนย์รวมไลฟ์สไตล์ย่านตะวันออก รายล้อมด้วยหมู่บ้านระดับลักซ์ชัวรี่ และโรงเรียนนานาชาติ ตรงกับกลุ่มลูกค้าของ เฮลธิฟูล (Healthiful) ที่รักสุขภาพทุกเพศ ทุกวัย กลุ่มที่ต้องการดูแลสุขภาพเป็นพิเศษ อาทิ ผู้แพ้อาหาร มีโรคประจำตัว ผู้สูงอายุหรือเด็กเล็ก พร้อมลงทุนกับการซื้อสินค้าที่ดี เพื่อดูแลสุขภาพของตนเองและคนในครอบครัว พร้อมตั้งเป้าให้เฮลธิฟูล (Healthiful) เป็นทางเลือกอันดับหนึ่งด้านสุขภาพที่ทุกคนสามารถเข้าถึงสินค้าและวิธีการดูแลสุขภาพในยุคชีวิตวิถีใหม่อย่างมีความสุข

จุดเด่นที่แตกต่าง เฮลธิฟูล เดอะ คริสตัล (Healthiful The Crystal) เป็นร้านแรกที่รวมทุกความต้องการด้านสุขภาพ ลูกค้าสามารถซื้อสินค้า Health & Wellness ครบทุกหมวดหมู่ในทีเดียว มากถึง 2,500 รายการ พร้อมแยกโซนสินค้า Allergy Friendly เน้นสินค้าสำหรับคนที่มีอาการแพ้ พร้อมเพิ่มอาหารสด ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ free range, hormones-free บนพื้นที่ 200 ตารางเมตร จัดแบ่งเป็น โซน Healthiful Café ครั้งแรกกับโซน Dine in ที่ครีเอทเมนูเพื่อสุขภาพไว้ที่เดียวทั้ง อาหาร ขนม ชา-กาแฟ ออร์แกนิก พร้อมเมนูทางเลือกสำหรับคนที่รับประทานวีแกนและมังสวิรัต ให้อิ่มอร่อย สุขภาพดี โซนสินค้าโกรเซอร์รี่ จัดแบ่งเป็น 5 หมวด ตาม Health Concept ง่ายต่อการเลือกซื้อ ได้แก่ Organic ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกที่ได้ตราสัญลักษณ์รับรองเท่านั้น, Natural สินค้าที่ผลิตจากส่วนผสมจากธรรมชาติ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม, Vegan & Plant-Based ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ไม่บริโภคเนื้อสัตว์ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มาจากพืชเป็นหลัก, Health-Specific ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้แพ้อาหารและต้องการดูแลสุขภาพเป็นพิเศษ, Nutrition Boostผลิตภัณฑ์ที่ให้คุณค่าทางโภชนาการสูง โซนอาหารสด ผัก-ผลไม้ ออร์แกนิก, เนื้อหมู Natural Pork, เนื้อไก่ U Farm, ปลา Wild Caught โซน Eco-corner มุม refill station และของใช้รักษ์โลก พร้อมโปรโมชันฉลองเปิด เมื่อซื้อสินค้าใน Healthiful (เฮลธิฟูล) ครบ 800 บาทขึ้นไป/ใบเสร็จ รับฟรี กระเป๋าเก็บความเย็น Healthiful มูลค่า 195 บาท ตั้งแต่ 1 ต.ค.-31 ต.ค.2563

นายสเตฟาน คูม กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า ด้วยบริการด้านสินค้าสุขภาพที่ครบวงจรของร้านเฮลธิฟูล (Healthiful) การดูแลสุขภาพจะไม่ใช่ว่าเรื่องที่ยุ่งยากและสร้างความลำบากอีกต่อไป นอกจากนั้นลูกค้ายังได้รับความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าและบริการ ที่มุ่งเน้นการตอบสนองลูกค้าผ่านทุกช่องทาง เพื่อสร้างประสบการณ์ช้อปปิ้งแบบไร้รอยต่อ ทั้งการเลือกซื้อสินค้าที่หน้าร้าน และช่องทางออนไลน์หลากหลาย ได้แก่ ซ้อปสินค้าโกรเซอร์รี่ ผ่านบริการ Chat & Shop และแอปพลิเคชันแกร็บ(Grab) เลือกบริการแกร็บมาร์ท (Grabmart), หรือ แกร็บฟู้ด (Grab Food) สำหรับสั่งซื้ออาหาร เครื่องดื่มโซนเฮลธิคาเฟ่ นอกจากนั้นยังมีบริการให้คำปรึกษาด้านโภชนาการโดยทีมนักวิชาการด้านอาหารและโภชนาการจากสถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม : HealthifulOfficial

เฮลธิฟูล เดอะคริสตัล โทร 02-515-0739 เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 08.00-20.00 น. ติดตามข่าวสารได้ที่ Facebook & Instagram Healthifulofficial

เกี่ยวกับเซ็นทรัล รีเทล

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือเซ็นทรัล รีเทล เป็นผู้นำธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย และเป็นบริษัทเรือธงด้านค้าปลีก ซึ่งเป็นรากฐานของกลุ่มเซ็นทรัล มีเครือข่ายร้านค้าภายใต้แบรนด์ค้าปลีกที่สำคัญจำนวน 3,831 ร้านค้า (ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563) นำเสนอสินค้าหลากหลายประเภท (Multi-Category) ผ่านรูปแบบและช่องทางที่หลากหลาย (Multi-format) อาทิ ห้างสรรพสินค้า, ร้านสะดวกซื้อ, ร้านขายสินค้าเฉพาะทาง, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ไฮเปอร์มาร์เก็ต, พลาซ่า และการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ในรูปแบบ Omnichannel โดยครอบคลุมกลุ่มแฟชั่น ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล, ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน, โรบินสัน ไลฟ์สไตล์ เซ็นเตอร์, ซูเปอร์สปอร์ต, Central Marketing Group (CMG) และรีนาเซนเต (Rinascente) กลุ่มฮาร์ดไลน์ ได้แก่ ทีวีสดุด, บ้านแอนด์บียอนด์, เพาเวอร์บาย, เหยียนคิม และกลุ่มฟู้ด ได้แก่ ท็อปส์ มาร์เก็ต, ท็อปส์ เดลี่, ท็อปส์ พลาซ่า, เซ็นทรัล ฟู้ด ฮอลล์, แฟมิลี่มาร์ท, บิ๊กซี/โก! และลานซี มาร์ท ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563 เซ็นทรัล รีเทล ครอบคลุมใน 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทยที่มีห้างสรรพสินค้า ร้านค้า รวมกัน 1,948 แห่ง ใน 54 จังหวัด พร้อมทั้งยังดำเนินธุรกิจค้าปลีกในประเทศอิตาลี และประเทศเวียดนาม รวมกัน 136 แห่ง (ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563)