“อะมิโน พลัส” ปรับโฉมใหม่ สวยโดนใจยิ่งขึ้น คว้า “อั้ม พัชราภา” สะท้อนภาพบิวตี้ดริ้งค์

กรุงเทพมหานคร, 2 กรกฎาคม 2555 - โออิชิ กรุ๊ป ปรับโฉมครั้งใหญ่ให้เครื่องดื่ม **“อะมิโน พลัส”** สวยโดนใจยิ่งขึ้น ตอกย้ำภาพลักษณ์ใหม่กับการเป็นเครื่องดื่มเพื่อความงามเต็มตัว ชูจุดเด่นการเป็นเครื่องดื่มบิวตี้ดริ้งค์เพียงรายเดียวที่มี **“กรดอะมิโนจำเป็น 7 ชนิด”** ที่ร่างกายสร้างเองไม่ได้ แต่เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สารอาหารทำงานเต็มประสิทธิภาพ เพื่อความสวยแบบเต็มๆ ของสาวทันสมัย คว้า **“อั้ม พัชราภา”** ตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ สวย มั่นใจ และดูแลตัวเอง เป็นพรีเซ็นเตอร์ สะท้อนภาพลักษณ์ใหม่ของ **“อะมิโน พลัส”**

นายอนิรุทธิ์ มหธร รองกรรมการผู้จัดการ สายงานธุรกิจเครื่องดื่ม บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า โออิชิได้มีการปรับโฉม อะมิโน พลัส ให้มีภาพลักษณ์สวยงามยิ่งขึ้น เพื่อสะท้อนการเป็นเครื่องดื่มเพื่อความงามอย่างชัดเจน โดยมีจุดขาย คือ การเป็นเครื่องดื่มเพียงแบรนด์เดียวที่มีกรดอะมิโนจำเป็นที่ร่างกายสร้างเองไม่ได้ถึง 7 ชนิด ซึ่งกรดอะมิโนเหล่านี้จะทำให้สารอาหารต่างๆ ทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ สำหรับบรรจุภัณฑ์นั้น เราได้ปรับรูปทรงให้เพรียวขึ้น และมีการสื่อสารที่ชัดเจน ด้วยฉลากที่บอกประโยชน์ที่จะได้รับจากการดื่ม โดยโออิชิได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ขึ้น เพื่อตอบรับกับเทรนด์และกระแสของผู้บริโภคที่หันมาสนใจสินค้าเพื่อสุขภาพ และความสวยงาม ดูดี จากรูปลักษณ์ภายนอก และความมีสุขภาพดีจากภายใน ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้เครื่องดื่มฟังก์ชั่นนัลในปัจจุบันเติบโต และเป็นที่รู้จักในกลุ่มคนทั่วไปมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในเอเชีย โดยในแต่ละปีจะมีการแนะนำสารอาหารใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

การปรับโฉมเครื่องดื่ม **“อะมิโน พลัส”** ในครั้งนี้ โออิชิได้เลือก **“อั้ม พัชราภา ไชยเชื้อ”** นักแสดงแถวหน้า ที่ถือเป็นไอดอลของสาวไทยในเรื่องความสวยเป็นพรีเซ็นเตอร์ โดย “อั้ม พัชราภา” ถือ เป็นตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ที่สวยครบอย่างมั่นใจ โดยจะช่วยสะท้อนภาพลักษณ์ใหม่ของ อะมิโน พลัส และสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งมีอายุระหว่าง 22–25 ปี ที่เป็นนักศึกษา และพนักงานออฟฟิศที่ใส่ใจในสุขภาพและความสวยได้เป็นอย่างดี

ด้านนายสุธี ธรรมสิทธิ์บูรณ์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด สายงานธุรกิจเครื่องดื่ม บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า การปรับโฉมผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ เราได้วางแคมเปญสื่อสารการตลาดไว้อย่างครบวงจร ทั้งส่วนที่เป็น Above the line และ Below the line โดยมีทั้งการให้ความรู้ความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้น ในเรื่องของการทำงานของ

กรดอะมิโน และสารอาหารต่างๆ รวมทั้งการสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ใหม่ที่สะท้อนความสวยแบบสุขภาพดี ผ่านพรีเซ็นเตอร์ อย่างเต็มรูปแบบ นอกจากนั้นแล้ว ยังเน้นการทำกิจกรรมออนไลน์ผ่าน social Network ซึ่งเป็นสื่อได้รับความนิยมอย่างมาก ในปัจจุบัน ของกลุ่มเป้าหมาย โดยการสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวของผู้ที่มีความสนใจในเรื่องความสวยความงามเหมือนกัน เพื่อการสื่อสาร การแบ่งปัน การแลกเปลี่ยนข้อมูล ตลอดจนการทำกิจกรรมร่วมกัน การกลับมาของอะมิโน พลัส ใหม่ ครั้งนี้ ดำเนินการภายใต้งบประมาณทางการตลาดกว่า 80 ล้านบาท โดยตั้งเป้าหมายยอดขายในปีนี้ไว้ที่ 400 ล้านบาท

สำหรับมูลค่าตลาดรวมของฟังก์ชันนัล ดริ้งค์ ในประเทศไทยในปี 2555 มีมูลค่าอยู่ที่ 5,500 ล้านบาท แบ่งเป็นประเภท ฟังก์ชันนัล ดริ้งค์ พร้อมดื่ม 2,000 ล้านบาท และฟังก์ชันนัล ดริ้งค์ แบบช็อต 3,500 ล้านบาท โดยข้อมูลจากการทำวิจัยพบว่า กลุ่มที่ดื่มฟังก์ชั่นนัลดริ้งค์ คือผู้หญิงยุคใหม่ที่ต้องการให้ตัวเองมีภาพลักษณ์ที่ดูดี มีความมั่นใจ และประสบความสำเร็จในชีวิต ซึ่งคนกลุ่มนี้ได้แสดงความคิดเห็นว่า นอกจากความน่าสนใจในเรื่องบรรจุภัณฑ์ ที่มีรูปทรงสวยงาม ดูทันสมัย ขนาดพอดีต่อการดื่มในแต่ละครั้ง และรสชาติที่อร่อย แล้ว สารอาหารในฟังก์ชั่นนัลดริ้งค์ มีความสำคัญอย่างมาก ต่อการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อดื่ม เพื่อให้มั่นใจว่าได้ประโยชน์ทั้งด้านความงาม และสุขภาพด้วย

พบกับ อะมิโน พลัส พลัสคุณประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น ทั้ง 4 รสชาติ ขนาดบรรจุ 360 มิลลิลิตร ราคา 20 บาท ที่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีก ร้านอาหารทั่วประเทศ รับข้อมูล ข่าวสาร พร้อมอัพเดทความสวยแบบเต็มๆ ได้ที่ www.aminoplusbeauty.com และ www.facebook.com/aminoplusbeauty