

เบทาโกร ตอกย้ำความเป็นเบอร์ 1 ด้านคุณภาพ

ขยายช่องทาง มุ่งส่งสินค้าคุณภาพสู่ผู้บริโภคคนไทย



เบทาโกร มั่นใจความเป็นเบอร์ 1 ด้านคุณภาพ รุกใกล้ชิดผู้บริโภค นำทัพผลิตภัณฑ์คุณภาพเข้าโมเดิร์นเทรต ขยายช่องทางจำหน่ายสินค้าระดับบนและกลาง พร้อมแตกไลน์ออกผลิตภัณฑ์อาหารหลากหลาย ตลอดจนลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพิ่มขึ้น มุ่งหวังส่งสินค้าคุณภาพให้กับผู้บริโภคคนไทย



กรุงเทพฯ (21 พ.ค.57) – นายวิษณุ แต่ไพสิฐพงษ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ เครือเบทาโกร กล่าวว่า สืบเนื่องจากปีที่ผ่านมา เครือเบทาโกรได้เปลี่ยนชื่อแบรนด์สินค้าอาหารสดประเภทเนื้อสัตว์ ไข่ไก่ ไข่กระรอก มาใช้ แบรนด์ BETAGRO ตอกย้ำถึงคุณภาพที่ผู้บริโภคเชื่อมั่นและวางใจเมื่อเห็นตราสินค้า “BETAGRO” บนผลิตภัณฑ์ จากผลสำรวจการรับรู้และจดจำในการเปลี่ยนตราสินค้า ได้ผลเป็นที่น่าพอใจมาก เบทาโกรได้รับการยอมรับและความเชื่อมั่นในเรื่องของคุณภาพและความปลอดภัยมาเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นในปีนี้ เบทาโกรจึงมีแผนรุกต่อยอดเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักและจดจำแบรนด์เบทาโกรมากยิ่งขึ้น

“ปีนี้เพื่อตอกย้ำความเป็นแบรนด์เบอร์ 1 ด้านคุณภาพ เรามีแผนต่อเนื่องเพื่อนำผลิตภัณฑ์คุณภาพเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น ด้วยการเพิ่มช่องทางจำหน่าย มุ่งเน้นการส่งผลิตภัณฑ์หลักแบรนด์ **S-Pure** และแบรนด์ **BETAGRO** รุกช่องทาง **Modern Trade** โดยแบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายตลาดบน (Hi-end) อาทิ กรูเมต์มาร์เก็ต โฮมเฟรชมาร์ท วิลล่ามาร์เก็ต เซ็นทรัลฟู้ดฮอลล์ ท็อปส์มาร์เก็ต แม็กซ์แวลู เป็นต้น ซึ่งถือว่าเรามีช่องทางจำหน่ายมากที่สุดและมีสัดส่วนถือครองตลาดเป็นอันดับ 1 ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายระดับกลาง เรามีการนำแบรนด์ BETAGRO ขยายเข้าไปไฮเปอร์มาร์เก็ต และซูเปอร์มาร์เก็ต อาทิ บิ๊กซี โลตัส ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต ฯลฯ รวมถึงเพิ่มจำนวนร้านจำหน่ายและบริการตัดแต่งเนื้อสัตว์ (Butcher) กว่า 64 ร้านในเขตกรุงเทพฯ และหัวเมืองใหญ่

ในส่วนร้านค้าส่ง เบทาโกร ซ็อบ ปัจจุบันเครือเบทาโกรมีการขยายสาขาทั่วประเทศถึง 110 สาขา และ วางเป้าที่ 150 สาขาในปี 2558 เพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม โรงเรียน และโรงพยาบาล (Food Services) ซึ่งเป็นฐานลูกค้าที่สำคัญขนาดใหญ่ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค และล่าสุด มีการเปิดร้าน เบทาโกร ซ็อบ ไปแล้วที่ นครหลวงเวียงจันทน์ สปป. ลาว ซึ่งเป็นสาขาแรกในต่างประเทศ โดยเบทาโกรได้เพิ่มบริการร้านตัดแต่งเนื้อสัตว์ ให้อยู่ในร้าน เบทาโกร ซ็อบ ตอบสนองความต้องการการตัดแต่งเนื้อในรูปแบบต่าง ๆ ให้กับลูกค้าเป็นพิเศษ

นอกจากนั้น ได้ออกผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ๆ หลากหลายประเภท เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ที่มีความใส่ใจในสุขภาพ รักความสะอาดสบาย แต่ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพ

และความปลอดภัย โดยแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่คุณภาพระดับพรีเมียมของแบรนด์ S-Pure ได้แก่ **ไข่ออนเซ็น S-Pure** ส่วนผลิตภัณฑ์ใหม่ของแบรนด์ BETAGRO ได้แก่ **เต้าหู้ไข่ไก่อ่อนนุ่ม** **เลือดหมูอ่อนนุ่ม** ในบรรจุภัณฑ์แบบหลอด และ **น้ำซุปรวม/น้ำซूपไก่สูตรเข้มข้น** เป็นต้น

ด้าน **การลงทุนในธุรกิจร้านอาหาร** เบทาโกรมุ่งเน้นร้านอาหารแบรนด์ชั้นนำอันดับต้น ๆ ที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ ผ่านการร่วมลงทุนหรือซื้อแฟรนไชส์มาเปิดในประเทศไทย และให้ความไว้วางใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คุณภาพ สด สะอาด ปลอดภัย ของเบทาโกร ทั้งแบรนด์ S-Pure และแบรนด์ BETAGRO พร้อมการเลือกที่ตั้งทำเลที่เหมาะสมตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ปัจจุบัน ร้านอาหารที่ได้เซ็นสัญญาและเปิดดำเนินการแล้ว คือ ร้านมียะทะเคะ ซะนุกิ อุด้ง (**Miyatake Sanuki Udon**) ร้านเป่าเซียงบะก๊ัดเต้ (**Pao Xiang Bak Kut Teh**) และมีแผนเปิดร้านข้าวห่อไข่ **ปอมมุนะคิ (Pomunoki)** ภายในปีนี้