

เปิดตัวน้องใหม่ “มูลาเจน” 8,000 มก. เขย่าตลาด

ความงาม



เปิดตัวน้องใหม่ “มูลาเจน” 8,000 มก. เขย่าตลาดความงาม

นำเทรนด์ด้วยคอลลาเจนหมัดเม็ดรสผลไม้ใหม่! สะดวก เคี้ยวจริง วิ่งคัง



บริษัทมหาชนจำกัด ผู้เชี่ยวชาญธุรกิจด้านสุขภาพมากกว่า 50 ปี ใช้จุดแข็งด้านความเชี่ยวชาญและเป็นที่ยอมรับในวงการแพทย์ รุกตลาดความงามที่มีอัตราการเติบโตสูง มุ่งเจาะกลุ่มวัยใสที่ใส่ใจสุขภาพและความงาม นำเทรนด์เปิดตัว “มูลาเจน” คอลลาเจนหมัดเม็ดนมกลั่นผลไม้ พลิกโฉมรูปแบบเดิมๆ ภายใต้คอนเซปต์ “เคี้ยวจริง วิ่งคัง” พร้อมชูจุดเด่น “สะดวก อร่อย” ด้วยคอลลาเจนบริสุทธิ์ สกัดจากปลา 100% นำเข้าจากญี่ปุ่นที่มีนวัตกรรมขั้นสูงไร้กลิ่นคาวสิ้นเชิง ผสมรูปแบบหมัดเม็ด ให้คุณพกพาสะดวก ทุกที่ ทุกเวลา พร้อมอร่อยไปกับ 3 รสผลไม้สุดฮิตของญี่ปุ่น เมล่อน, สตรอว์เบอร์รี่ และองุ่น มันใจตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ ตั้งเป้ายอดขายปีแรกมากกว่า 50 ล้านบาท และเติบโตปีละ 20% พบกับ “มูลาเจน” คอลลาเจนหมัดเม็ดนมกลั่นผลไม้ได้แล้ววันนี้ที่ร้าน OGENKi, Tsuruha, Lotus Pharmacy, Beautrium และร้านขายยาชั้นนำทั่วประเทศ

นางสุวรรณิ ภูณภานนท์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท มหาชน จำกัด เจ้าของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร แบนด์โคโคริ ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมากกว่า 50 ปี และเป็นที่รู้จักอย่างดีในวงการแพทย์ เปิดเผยว่า “เทรนด์ในการดูแลสุขภาพของคนในยุคปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ เน้นเรื่องความสะดวกสบายเพราะวิถีชีวิตประจำวันเราไม่ค่อยมีเวลาจัดเตรียมอะไรมากนัก นวัตกรรมใหม่ๆ จึงออกมาเพื่อให้คนรักสุขภาพ ได้เอ็นจอยไลฟ์มากขึ้น ที่สำคัญคนรุ่นใหม่หันมาใส่ใจสุขภาพ และความงามกันตั้งแต่อย่างเข้าวัยรุ่น จะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพและความงามออกมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก โดยในกลุ่มของ “คอลลาเจน” มูลค่าตลาดอยู่ที่ประมาณ 3,000 ล้านบาท ทำให้เราสนใจที่จะรุกตลาดเสริมสุขภาพ และความงาม ในกลุ่มนี้โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่มคนรุ่นใหม่วัยทำงานที่ใส่ใจในสุขภาพต้องการความสะดวกรวดเร็วและกลุ่มวัยรุ่นในยุคดิจิทัล ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ของเราต้องคิดให้ต่างและตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย เราได้ ทำการสำรวจความคิดเห็นต่อการกินคอลลาเจนในปัจจุบัน ทำให้เราค้นพบถึงจุดต่าง จึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นคอลลาเจนหมัดเม็ดนมกลั่นผลไม้ ในชื่อ “มูลาเจน” ซึ่งนำเข้าคอลลาเจนบริสุทธิ์สกัดจากปลา 100% ไร้กลิ่นคาวอย่างสิ้นเชิง

ซึ่งเป็นเอกลักษณ์พิเศษของนวัตกรรมใหม่จากประเทศญี่ปุ่น และนำมาพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบ “คอลลาเจนอัดเม็ด” ที่สะดวกสบาย ง่าย พกพาไปได้ทุกที่ ทุกเวลา สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “เคียวจริง วิ่งคัจัง” นับเป็นการพลิกโฉมคอลลาเจนสู่เทรนด์ใหม่และสิ่งที่ “มูลาเจน” ให้มากกว่าความสะดวก คือ ความอร่อยและประโยชน์จากสารอาหาร เพื่อความงามรวมถึงคอลลาเจนที่มีปริมาณสูงถึง 8,000 มิลลิกรัม/ซอง เช่น วิตามินซี โคเอ็นไซม์คิวเท็น”

ภาพรวมตลาดในกลุ่มคอลลาเจนมีคู่แข่งอยู่เป็นจำนวนมาก แต่โดยส่วนใหญ่จะเป็นคอลลาเจนแบบผง ซึ่งดีมีในขณะที่ “มูลาเจน” เป็นคอลลาเจนแบบนมอัดเม็ดที่สะดวกต่อการรับประทานและมีถึง 3 กลิ่นผลไม้ให้เลือกจึงถือเป็นโอกาสที่จะเข้ามามีส่วนแบ่งตลาดที่มีมูลค่าสูงถึงกว่า 3,000 ล้านบาทนี้ โดยเตรียมงบประมาณและแผนงานการรุกตลาดปีแรกไว้ 30% ของเป้าหมาย 50 ล้านบาท แบ่งเป็น Above the Line 50 % และ Below the Line 50 % เน้นการสร้างคอนเซ็ปต์แบรนด์ให้ชัดเจนในการเป็นทางเลือกของคนรักสุขภาพด้วยคอลลาเจนที่สะดวก อร่อย และดีต่อสุขภาพ ด้วยการ สื่อสารตรงถึงกลุ่มเป้าหมายและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในย่านชุมชนต่างๆ อาทิ อาคารสำนักงาน, แหล่งช้อปปิ้ง, สถาบันการศึกษา และสถาบันสุขภาพต่างๆ ทั่วประเทศ อย่างต่อเนื่องเพื่อ ขยายฐานลูกค้าและสร้างให้ “มูลาเจน” ให้เข้าไปอยู่ในใจผู้บริโภค พบกับ “มูลาเจน” คอลลาเจนอัดเม็ดนมได้ที่ ร้านค้าชั้นนำได้แก่ ร้าน OGENKi, Tsuruha, Lotus Pharmacy, Beautrium และร้านขายยาชั้นนำทั่วประเทศ ในราคากล่องละ 413 บาท ประกอบด้วยคอลลาเจนอัดเม็ดนม จำนวน 7 ซอง / กล่อง บรรจุ 10 เม็ด/ซองทานเพียงวันละซองจะได้รับปริมาณคอลลาเจนสูงถึง 8,000 มิลลิกรัม / ซอง ซึ่งเพียงพอต่อความต้องการคอลลาเจนใน 1 วัน เหมาะอย่างยิ่งสำหรับ ผู้ที่รักสุขภาพครบองค์รวมจากภายในสู่ภายนอก ทั้งสุขภาพผิวพรรณที่เปล่งปลั่งสดใส มีความยืดหยุ่นสูงและสุขภาพที่แข็งแรง มีรูปร่างที่กระชับได้สัดส่วน

ด้วยภาพรวมตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มของอาหารเสริมสุขภาพ และความงาม ยังคงมีอัตราการเติบโตต่อเนื่อง ทำให้มั่นใจว่า “มูลาเจน” คอลลาเจนอัดเม็ดนมจะได้กระแสตอบรับจากตลาดเป็นอย่างดี อีกทั้งมั่นใจว่าจะทำยอดขายได้ทะลุเป้า 50 ล้านบาท และมียอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง ปีละ 20% นางสาวรรณี กล่าวสรุปในที่สุด