

เปิดตัว ไวไวคัพ ชนิดถ้วย ใหม่

❑ “ไวไว” เพิ่มไลน์การผลิตชนิดถ้วย ระเบิดศึกตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปครึ่งปีหลัง หุ่่ม 50 ล้านบาท เปิดตัว “ไวไวคัพ” ชนิดถ้วยใหม่ ส่ง 2 รสชาติ ไวไวคัพรสหมูสับ และไวไวคัพรสต้มยำกุ้ง ลุยตลาดคอนวีเนียนสโตร์ จับกลุ่มผู้บริโภคที่ชอบความสะดวกสบาย หวังขึ้นครองใจผู้บริโภคเป็นอันดับ 1 พร้อมเตรียมอัดแคมเปญเต็มสูบ ครบ 360 องศา ซึ่งรวม TVC ใหม่ ด้วย Concept “ทำชน” ดึง “หนุ่ม กรรชัย” ทำชน “ป๋อง กพล” ด้วย Key Message “ไวไวคัพ ถึงเครื่อง ทำชนทุกคัพ”

นางสาวเบญญาภา ปริญญาธิ์ ผู้อำนวยการบริหารฝ่ายการตลาด บริษัท โรงงานผลิตภัณฑ์อาหารไทย จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และเส้นหมี่อบแห้ง ภายใต้เครื่องหมายการค้า “ไวไว” เปิดเผยว่า เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ทางบริษัทฯ จึงได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ไวไวคัพ ชนิดถ้วย เนื่องจากตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปชนิดถ้วยมีอัตราแนวโน้มการเติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ประกอบกับความต้องการที่จะเพิ่ม Product segment ให้กับแบรนด์ไวไว ซึ่งทางบริษัทฯเองก็เล็งเห็นโอกาสตรงนี้และด้วยความพร้อมทุกๆด้าน จึงทำให้มีการออกสินค้าไวไวคัพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ในการออกไวไวคัพชนิดถ้วยในครั้งนี้ บริษัทฯ ได้นำไวไว 2 รสชาติ ที่เป็นสินค้าขายดี และผู้บริโภคนิยมเป็นที่สุด ด้วยจุดเด่นในเรื่องรสชาติที่เข้มข้นถึงเครื่อง คือ ไวไวคัพรสต้มยำกุ้ง “จ๊าด.. แซ่บแท้ถึงเครื่องต้มยำไทย” และไวไวคัพรสหมูสับ “นิว..ถึงเครื่องหมูสับปรุงรส รวนในน้ำมันเจียวหอม” ที่จะทำให้ผู้บริโภคอึ้งมอ่อยกับเส้นบะหมี่ที่เหนียวนุ่ม...ไม่อืด โดยจำหน่ายในราคาถ้วยละ 13 บาท

นางสาวเบญญาภา กล่าวต่อไปว่า กลยุทธ์การตลาดของไวไวคัพทั้ง 2 รสชาตินี้จะเน้นการทำตลาดในช่องทางคอนวีเนียนสโตร์เป็นหลัก เราเริ่มที่ 7-11, Family Mart และ Lotus เนื่องจากช่องทางนี้ตรงกลุ่มเป้าหมายคือวัยรุ่น และเป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้บริโภค ที่ชอบความสะดวกสบาย และไม่ได้สนใจเรื่องราคาเป็นหลัก อีกทั้งเราเห็นควิกถ้วยได้มีการเติบโตในช่องทางนี้มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

และเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายในช่วงแรก บริษัทฯจึงใช้กลยุทธ์ในการทำตลาด 360 องศา ด้วยงบประมาณกว่า 50 ล้านบาท รวมถึงการออกหนังสือโฆษณาชุดใหม่ ด้วย Concept “ ทำชน ” โดย **Mood & Tone** ของหนังสืออยู่ในช่วงปลาย ๆ ยุค 70 โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 รสชาติได้แก่ ไวไวคัพรสต้มยำกุ้ง และไวไวคัพรสหมูสับ ผ่าน Presenter ทั้ง 2 คน คือคุณหนุ่ม กรรชัย กำเนิดพลอย และคุณป๋อง กพล ทองพลับ ผ่านการนำเสนอภาพ

Foodshot ที่สวยงามและน่ากินอย่างมาก โดยใช้ Key Message ในหนังว่า “ไวไวคัพ ถึงเครื่อง ทำชนทุกคัพ”

นางสาวเบญญาภา กล่าวอีกว่า เนื่องจากคุณป๋อง กพล ทองพลับ ได้เล่นหนังโฆษณา ชุด “ไวไว ช่วยเกษตรกรไทย 10 มุมของไวไวให้ข้าวฟรี” มา 3 เรื่องแล้ว ซึ่งทำให้ผู้บริโภคจดจำที่ป๋องในหนังโฆษณาไวไวได้มาก เมื่อเห็นป๋อง กพล ก็จะได้นึกถึงไวไว ส่วนคุณหนู่ม กรรชัย กำเนิดพลอย ส่วนตัวแล้วคุณหนู่มเป็นน้องที่สนิทมากกับคุณป๋อง ทั้งคู่มี Character ที่เราวางไว้ให้กับไวไว คือ ไม่หล่อเนี้ยบ แต่น่ารักและอบอุ่น มีอารมณ์ขัน

วัตถุประสงค์หลักในการออกสินค้าใหม่ “ไวไวคัพ” ในครั้งนี้ เพื่อรองรับและเพิ่ม Product segment เพื่อตอบสนอง trend การบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปประเภทถ้วยที่เพิ่มสูงขึ้น “สำหรับใน ไตรมาสแรกตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปโดยรวมมีการเติบโตประมาณ 9% ในขณะที่ไวไว เติบโต 11 % และเราคาดว่า การเติบโตจากการเพิ่ม Product segment ในครึ่งปีหลังสามารถคงไว้ที่ 2 ดิจิต (Digit) อย่างเช่นในไตรมาสแรก” นางสาวเบญญาภา กล่าวปิดท้าย