

เผยโฉมใหม่ ครีมอาบน้ำไซกุบุสซี โมโนกาตารี สูตร แอดวานซ์ มอยส์เจอร์ ครั้งแรกของสารสกัดธรรมชาติ Oat Milk และ Shea Butter เพื่อการดูแลผิวสาว เอเชีย



ไลอ้อน เดินเกมรุกบุกตลาดเพอร์ซันนัลแคร์รอบใหม่ ตั้งเป้าเอาใจสาวเอเชียผิวบอบบาง ด้วยการเปิดตัว “ครีมอาบน้ำไซกุบุสซี โมโนกาตารี สูตรแอดวานซ์ มอยส์เจอร์” ตอกย้ำคุณค่าสารทำความสะอาดสกัดจากพืชธรรมชาติ 99% โดดเด่นเข้มข้นด้วย Oat Milk และ Shea Butter ช่วยล็อคความชุ่มชื้น คืนผิวเนียนนุ่ม สะอาดและล้างออกง่าย ตอบไลฟ์สไตล์การดูแลผิวของสาวเอเชียโดยเฉพาะ เตรียมอัดงบกว่า 50 ล้านบาท เจาะตลาดทุกช่องทาง หวังขยายฐานลูกค้าซึ่งส่วนแบ่งตลาดเพิ่มเป็น 20% ในปีนี้

นางสาววันดี วงศ์บุญสิน ผู้จัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ – Beauty Care บริษัท ไลอ้อน (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า ภาพรวมตลาดครีมอาบน้ำในปีนี้อาจจะมีมูลค่าประมาณ 3,700 ล้านบาท เติบโตขึ้นจากปีที่ผ่านมา 3.5% ขณะที่ภาวะการแข่งขันยังคงมีแนวโน้มค่อนข้างสูงและมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะในด้านพฤติกรรมทางเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีความพิถีพิถันในการเลือกสินค้าให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของตนเองมากขึ้น ดังนั้น ไลอ้อนจึงไม่เคยหยุดนิ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านคุณภาพ การคิดค้นสูตรใหม่ๆ รวมทั้งการปรับรูปลักษณะสินค้าให้ทันสมัย เพื่อให้สามารถตอบสนองความคาดหวังและเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างใกล้ชิดมากขึ้น

โดยหลังจากศึกษาความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำสูตรใหม่ “ไซกุบุสซี โมโนกาตารี สูตรแอดวานซ์ มอยส์เจอร์” ออกมาเสริมทัพเจาะตลาดครีมอาบน้ำเพื่อความงาม ตั้งเป้าขยายฐานการดูแลผิวบอบบางของผู้หญิงเอเชียโดยเฉพาะ โดยตอกย้ำภาพลักษณ์สินค้าคุณภาพได้มาตรฐานจากประเทศญี่ปุ่น เน้นความโดดเด่นและแตกต่างด้วยส่วนผสมของสารทำความสะอาดสกัดจากพืชธรรมชาติ 99% พร้อมคงคุณสมบัติล้างออกง่ายทำให้ผิวสะอาด สุขภาพดี และที่สำคัญยังถือเป็นครั้งแรกของการนำคุณค่าจาก Oat Milk และ Shea Butter ซึ่งอุดมด้วยวิตามิน A และ วิตามิน E มาเป็นส่วนผสมในครีมอาบน้ำเพื่อทำหน้าที่ล็อคความชุ่มชื้นให้ผิวได้นานยิ่งขึ้น ทำให้ผิวเนียนนุ่มชุ่มชื้นมากเป็นพิเศษ

“เรากำลังก้าวไปอีกขั้นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำที่ให้มากกว่าการทำความสะอาดผิว แต่ต้องเพิ่มเติม

คุณค่าการบำรุงและดูแลสุขภาพผิวเข้าไปด้วย ซึ่งเหตุผลที่มีการพัฒนาสูตรใหม่เพื่อดูแลผิวของสาวเอเชียเป็นพิเศษ เพราะเราศึกษาวิจัยแล้วพบข้อมูลว่าคนเอเชียมีชั้นผิวที่บอบบาง มีรูขุมขนมาก แกรมไลฟ์สไตล์การใช้

ชีวิตแต่ละวันก็ต้องเผชิญกับแสงแดด ลมแรง และสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผิวมีโอกาสสูญเสียความชุ่มชื้นได้ง่ายกว่าคนชนชาติอื่น จึงเป็นโอกาสที่เราจะนำเสนอทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อเติมเต็มความต้องการของผู้บริโภคในตลาดมากขึ้น” นางสาววันดี กล่าว

สำหรับแนวทางการตลาดผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำโซกอบุสซี่ โมโนกาตารี สูตรแอดวานซ์ มอยส์เจอร์ ในปีนี้ **นางสาววันดี กล่าวเพิ่มเติมว่า** จะเน้นสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้จุดเด่นในเรื่องของสารสกัดจากธรรมชาติ ช่วยบำรุงและเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับผิวมากเป็นพิเศษ เหมาะสำหรับผิวบอบบางของผู้หญิงเอเชีย โดยเตรียมงบประมาณกว่า 50 ล้านบาท เพื่อทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมทางการตลาดครบทุกรูปแบบ ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อออนไลน์ สื่อกลางแจ้ง การจัดคอนเสิร์ต เป็นต้น โดยในวันที่ 26 เมษายน 2555 จะมีการเผยแพร่ภาพยนตร์โฆษณาชุด “Life in a day” ซึ่งได้นางเอกดารารุ่ง **ไอซ์ – ปรัชญา พงษ์ธนาภิกร** มาเป็นฟรีเซ็นเตอร์คนล่าสุด ด้วยบุคลิกที่น่ารัก สดใส เป็นธรรมชาติ สะท้อนภาพลักษณ์ของสาวเอเชียได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของสินค้าที่ช่วยดูแลสุขภาพผิวของสาวเอเชียให้สวยแบบธรรมชาติ

นอกจากนี้ ยังวางแผนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับห้างโมเดิร์นเทรด ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และร้านค้าทั่วประเทศ เพื่อเจาะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมมากขึ้น พร้อมทั้งเตรียมสินค้าตัวอย่างกว่า 200,000 ชิ้น เพื่อแจกจ่ายกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการทดลองใช้สินค้าควบคู่ไปด้วย โดยคาดว่าจะการเปิดตัวครีมอาบน้ำโซกอบุสซี่ สูตรใหม่ในครั้ง นี้ จะมีส่วนช่วยกระตุ้นตลาดครีมอาบน้ำเพื่อความงามให้เติบโตคึกคักขึ้น และช่วยผลักดันส่วนแบ่งทางการตลาดของครีมอาบน้ำโซกอบุสซี่ ให้เพิ่มขึ้นจาก 18% ในปี 2554 เป็น 20% ในปีนี้

สำหรับผู้สนใจสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและกิจกรรมต่างๆ ของโซกอบุสซี่ โมโนกาตารี ได้ทาง www.shokubutsumonogatari.com, [facebook/shokubutsu](https://facebook.com/shokubutsu), [facebook/shokubutsu for men](https://facebook.com/shokubutsu) และ [facebook/shokubutsu foam](https://facebook.com/shokubutsu)