

# แบรนต์จูเนียร์ซูปไก่สกัด บุกตลาดกระตุ้นยอดขายครึ่งปี

## หลัง



พร้อมส่งเสริมเด็กไทยยุคใหม่ทานอาหารที่มีประโยชน์ และเสริมให้มีทักษะรอบด้าน

เชเรบอส ผู้นำตลาดซูปไก่สกัดสำหรับเด็กประเทศไทย ส่งแบรนต์จูเนียร์ซูปไก่สกัดบุกตลาดอาหารเสริมสำหรับเด็กยุคใหม่ เปิดแคมเปญ “แบรนต์จูเนียร์ซูปไก่สกัด ส่งเสริมทักษะรอบด้าน” ทุ่มงบกว่า 50 ล้านบาท เดินเกมกลยุทธ์สอดรับเทรนด์โลกปัจจุบันที่เด็ก ๆ ต้องมีทักษะหลากหลายด้านไม่เพียงแต่ด้านวิชาการเท่านั้น ตอบโจทย์คอนซูเมอร์อินไซต์ของพ่อแม่เด็กไทย ที่ต้องการให้ลูกมีศักยภาพหลากหลายด้าน และได้เลือกทำในสิ่งที่เด็ก ๆ ชอบอย่างมีความสุข ปูพรมโฆษณาประชาสัมพันธ์ทุกสื่อโดยเฉพาะสื่อออนไลน์ พร้อมเปิดตัวหนังสือโฆษณาชุดใหม่เสริมแนวคิดเพื่อกระตุ้นยอดขายครึ่งปีหลัง มั่นใจกวาดยอดขายเติบโต 8% ตามที่ตั้งเป้าไว้แน่นอน

นางสาวกชกร แก้วศรชัย ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เชเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า เนื่องจากเด็กยุคปัจจุบันทำกิจกรรมหลากหลาย ทั้งเรียน ทั้งเล่นดนตรี เล่นกีฬา ดังนั้นจึงต้องดูแลสุขภาพทั้งสมองและร่างกายให้พร้อมทำกิจกรรมต่างๆ ทุกวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่ผู้ปกครองมีภารกิจมากมายในแต่ละวัน ด้วยเวลาและการใช้ชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้น อาจจะไม่สามารถดูแลเรื่องโภชนาการได้ครบถ้วนนัก ดังนั้นแบรนต์จูเนียร์ซูปไก่สกัดจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของอาหารเสริมที่จะมาช่วยเติมเต็มสิ่งที่ขาดไปจาก อาหารที่เด็ก ๆ รับประทานในแต่ละวัน

อย่างที่ทราบกันว่าเด็กที่อยู่ใน ช่วงอายุ 3-12 ปี ถือเป็นช่วงเวลาทองคำ หรือเป็นวัยสำคัญของการพัฒนาสมองในเรื่องการเรียนรู้และจดจำ ดังนั้นคุณพ่อคุณแม่ควรใส่ใจในเรื่องโภชนาการของเด็ก ๆ ซึ่งจะส่งผลต่อการเรียนรู้ที่ดี ซึ่งแบรนต์ซูปไก่สกัดสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ได้รับการตอบรับที่ดีจากคุณพ่อคุณแม่มาโดยตลอด

“เพื่อกระตุ้น ยอดขายในช่วงครึ่งปีหลัง และครองความเป็นผู้นำตลาดซูปไก่สกัดสำหรับเด็กที่มายอดขายเป็นอันดับ 1 ตลอดจนเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องอาหารเสริมสำหรับเด็กอายุระหว่าง 3-12 ปี จึงเปิดตัวแคมเปญ “แบรนต์จูเนียร์ซูปไก่สกัด ส่งเสริมทักษะรอบด้าน” เพื่อ สนับสนุน และส่งเสริมให้เด็ก ๆ มีความพร้อมที่จะเรียนรู้ทักษะด้านต่างๆ นอกเหนือจากการเรียนรู้ในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้บริษัทยังได้ปรับรสชาติของแบรนต์ซูปไก่สกัดรสช็อกโกแลตใหม่ ให้อร่อยถูกใจเด็ก ๆ ยิ่งขึ้น พร้อมๆ กับยังคงได้รับคุณประโยชน์จากซูปไก่สกัดสูตรทริปเปิ้ล เอ แบบเต็มๆเช่นเดิม ซึ่งจากการวิจัยพบว่า เด็ก ๆ กว่า 80% ชื่นชอบในรสชาติใหม่นี้ รวมทั้งได้นำคอนซูเมอร์อินไซต์ของเด็กสมัยใหม่ที่จะมีความเป็นตัวของตัวเอง มากขึ้น มีอิสระในการลองและเลือกทำกิจกรรมที่หลากหลาย จน

ค้นพบสิ่งที่ตัวเองถนัดและชื่นชอบ มาทำเป็นภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ให้โดนใจผู้บริโภคอีกด้วย ซึ่งมั่นใจว่าจาก  
ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดในครั้งนี้ จะทำให้แบรนด์जूเนียร์ชุปไก่สกัดมียอดขายเติบโต 8%

“แบรนด์जूเนียร์ ชุปไก่สกัด” ได้รับการพัฒนาและคิดค้นสูตรโดยศูนย์วิจัยแบรนด์ เพื่อให้เหมาะสมกับเด็กๆ ในวัย  
3-12 ปี ด้วยส่วนผสมหลักๆ ที่เสริมด้วยทริปเปิ้ล เอ ประกอบด้วย ดีเอชเอ, เอแอลเอ และวิตามินเอสูง นอกจากนี้  
นั้นยังมี เลซิทิน และวิตามินบีคอมเพล็กซ์ 8 ชนิด ได้แก่ วิตามินบี1, วิตามินบี2, ไนอะซิน, กรดแพนโทธีนิก, วิตามิน  
บี6, โฟเลต, ไบโอดีน และวิตามินบี 12 มีส่วนช่วยในการทำงานของระบบประสาทและสมอง จึงทำให้แบรนด์जूเนียร์  
ชุปไก่สกัดมีรสชาติที่อร่อยถูกใจเด็กๆ

ปัจจุบัน มีวางจำหน่ายให้เลือกถึง 3 สูตร 3 รสชาติ ได้แก่ 1. แบรินजूเนียร์ชุปไก่สกัด สูตรทริปเปิ้ล เอ รสช็อกโก  
ลาวา 2. แบรินजूเนียร์ชุปไก่สกัด สูตรทริปเปิ้ล เอ กลิ่นฟรุ๊ตลาวา 3. แบรินजूเนียร์ชุปไก่สกัด สูตรทริปเปิ้ล เอ รส  
น้ำผึ้ง โดยสูตรที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน คือ แบรินजूเนียร์ชุปไก่สกัด สูตรทริปเปิ้ล เอ รสช็อกโกลาวา  
เพราะเป็นรสชาติหอมหวานและมีความเข้มข้นของช็อกโกลาวาที่เป็นเอกลักษณ์ อร่อยทานง่าย

ตั้งกลยุทธ์คอนซูเมอร์อินไซด์จับใจผู้บริโภค พร้อมอัดกิจกรรมแบรนด์जूเนียร์คลับต่อเนื่อง

ในช่วงครึ่งปีหลังนี้บริษัททุ่มงบประมาณทางการตลาดกว่า 50 ล้านบาท เพื่อจัดกิจกรรมทางการตลาดและปูพรม  
โฆษณาประชาสัมพันธ์ครบวงจรเข้าถึงกลุ่ม เป้าหมายครอบคลุมทั่วประเทศโดยเน้นหนักไปในสื่อโทรทัศน์ กับหนังสือ  
โฆษณาชุด “Multiple Intelligence หรือทักษะรอบด้าน” ที่มีแนวคิดในการสนับสนุนให้เด็กๆ รับประทานอาหารที่มี  
ประโยชน์ เพื่อให้เด็กมีร่างกายและสมองที่พร้อมสำหรับทำกิจกรรมต่างๆ เพราะเด็กๆ ในปัจจุบันจะเก่งและประสบ  
ความสำเร็จได้ต้องมีทักษะที่หลากหลายไม่เพียง แต่เก่งด้านวิชาการในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว โดยแบรนด์जूเนียร์  
พบคอนซูเมอร์อินไซด์ว่า เด็กสมัยใหม่จะมีความคิดเป็นของตัวเองมากขึ้น และจะลองเลือกทำกิจกรรมที่หลากหลาย  
หลาย จนพบสิ่งที่ตนเองถนัดและชื่นชอบ นอกจากนี้ยังเน้นสื่อออนไลน์เป็นพิเศษ เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้า  
หมายได้อย่างรวดเร็ว และอยู่ในไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่

นอกจากนี้แบรนด์जूเนียร์จัดกิจกรรมแบรนด์जूเนียร์แคมป์เป็นประจำทุก 3 เดือน เพื่อเสริมทักษะในด้านต่างๆ นอก  
ห้องเรียนให้เด็กๆ โดยจะพาไปทำกิจกรรมและเวิร์คช็อปที่น่าสนใจมากมาย เน้นการทดลอง และสร้างเสริม  
ประสบการณ์โดยตรง เช่น การทำไอศกรีมจากวิทยาศาสตร์ ที่ อวพช. หรือล่าสุดที่ได้พาเด็กๆ เปิดมุมมองในการ  
เรียนรู้ผ่านประวัติศาสตร์ของประเทศไทย ผ่านนิทรรศรัตนโกสินทร์ และชมความสวยงามอันทรงคุณค่าของ  
พระที่นั่งวิมานเมฆ เป็นต้น

“เชเรบอสคาดว่าหลังจากได้ปรับกลยุทธ์ และกิจกรรมทางการตลาดในช่วงครึ่งปีหลังแล้วมั่นใจว่าจะสามารถกระตุ้น  
ยอดขาย ให้เติบโตขึ้น 8% จากยอดขายปี 2015 และยังคงครองตลาดอาหารเสริมสำหรับเด็กโดยมีมาร์เก็ตแชร์อยู่ที่  
65% จากมูลค่าตลาดรวมของชุปไก่สกัดสำหรับเด็กประมาณ 500 ล้านบาทในปัจจุบัน โดยแบรนด์जूเนียร์มองว่าแนวโน้ม

ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับเด็กไทยค่อนข้างสดใส และเป็นไปในทิศทางบวก เนื่องจากสอดรับเทรนด์โลกยุค  
ปัจจุบันที่เด็ก ๆ ต้องมีทักษะหลากหลายไม่เพียงแต่ในห้องเรียนอย่างเดียว ดังนั้นคุณพ่อคุณแม่จึงหันมาใส่ใจดูแล  
สุขภาพเด็ก ๆ มากยิ่งขึ้น” นางสาวชกร กล่าวทิ้งท้าย

\*\*\*สื่อมวลชนต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

บริษัท คอมมูนิเคชั่น แอนด์ มอร์ จำกัด โทร.0-2718-3800 ต่อ 131

คณินนิตย์ อุรัตน์ (นิตย) 085 826 8222 พิธิมา รัตนรังสิกุล (ก้อย) 085 045 1366