

แบรนด์เห็ดสกัดเข้มข้น เผยสองความน่าทึ่งจากญี่ปุ่น

ปูน



แบรนด์เห็ดสกัดเข้มข้น เผยสองความน่าทึ่งจากญี่ปุ่น

พร้อมเปิดตัวแบรนด์แอมباسเดอร์ใหม่ บูมตลาดอาหารเสริมสกัดจากพืชธรรมชาติ

แบรนด์เห็ดสกัดเข้มข้น เผยสองความน่าทึ่งจากญี่ปุ่น ทั้งการมีสุขภาพดีตามวิถีญี่ปุ่น และคุณค่าของเห็ดสายพันธุ์ญี่ปุ่นหายาก ตอบรับกระแสการดูแลสุขภาพมาแรงด้วยวิถีธรรมชาติของผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆ รวมทั้งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการทดลองดื่ม พร้อมเปิดตัว อาเล็ก-ธีรเดช เมธาวรายุทธ นักแสดงหนุ่มสุขภาพดี เป็นแบรนด์แอมباسเดอร์ คนล่าสุด ในภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ ทุ่มงบประมาณกว่า 50 ล้านบาท จัดกิจกรรมการตลาดครบวงจรและอัดโปรโมชั่นเต็มที่ ขยายฐานลูกค้าในวงกว้าง

นายตุลย์ วงศ์ศุภสวัสดิ์ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท เซเรบอส (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า ปัจจุบันตลาดอาหารเสริมสกัดจากพืชธรรมชาติเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากกระแสการดูแลสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติกำลังมาแรง ด้วยแนวโน้มประชากรไทยที่มีอายุขัยมากขึ้นเรื่อยๆ จากการสำรวจขององค์กรสหประชาชาติ พบว่าปัจจุบันคนไทยมีอายุขัยเฉลี่ย 75 ปี เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2515 ถึง 15 ปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ตลาดมีศักยภาพในการขยายตัว มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบัน ตลาดอาหารเสริมสกัดจากพืชธรรมชาติมีมูลค่ามากกว่า 4,000 ล้านบาท เนื่องจากเล็งเห็นโอกาสเติบโตทางธุรกิจดังกล่าว และในฐานะผู้นำอาหารเสริมสุขภาพจึงมีการวิจัยผ่าน BRAND'S PLANTE SCIENCE และพัฒนาผลิตภัณฑ์มาอย่างต่อเนื่อง หนึ่งในการวิจัยค้นพบความน่าทึ่งของเห็ดสายพันธุ์ญี่ปุ่นหายาก ซึ่งเป็นวิถีธรรมชาติในการดูแลตัวเองของคนญี่ปุ่นที่มีการดูแลสุขภาพ อย่างน่าทึ่ง ในปีนี้ ขแบรนด์เห็ดสกัดเข้มข้น จึงได้นำเอาคอนเซ็ปต์ สองความน่าทึ่งจากญี่ปุ่น ที่หมายความถึง ความน่าทึ่งกับการดูแลสุขภาพของชาวญี่ปุ่นที่เป็นประเทศหนาวเย็น มีอุณหภูมิแตกต่างกันมาก และความน่าทึ่งยิ่งกว่ากับคุณค่าของเห็ดสายพันธุ์ญี่ปุ่นหายาก โดยต้องการจุดประกายให้ผู้บริโภคที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป เริ่มหันมาดูแลตัวเองด้วยแบรนด์เห็ดสกัดเข้มข้นเป็นประจำ

เห็ดเปรียบเสมือนของขวัญสุขภาพจากธรรมชาติ ที่ไม่ว่าเมื่อไหร่ก็ยังคงถูกพูดถึงตั้งแต่อดีต ในปัจจุบันมีการวิจัยในระดับนานาชาติที่ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ต่อสุขภาพของเห็ด ดังนั้นในฐานะแบรนด์เห็ดสกัดเข้มข้นที่มีการศึกษาวิจัยประโยชน์ของเห็ดอย่างต่อเนื่อง จึงหยิบเอาสาระดีๆ เกี่ยวกับเห็ดมาบอกแก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะเห็ดไมตาเกะ เห็น ยามาบูชิตาเกะ เห็ดชิตาเกะ เห็ดหลินจือ และถั่งเช่า ที่รวมอยู่ในแบรนด์เห็ดสกัดเข้มข้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดการ

ทดลองดื่ม เหมือนเป็นการนำความรู้จากหิ้งมาสู่ห้าง ให้ผู้บริโภคได้เริ่มดูแลตัวเองเสมอ

เปิดตัว อาเล็ก-ธีรเดช เมธาวรายุทธ แบนด์แอมบาสเดอร์คนใหม่

พร้อมโชว์ความแข็งแรงผ่านเทศกาลอาบน้ำเย็นของญี่ปุ่นในภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่

ในปีนี้อาเล็ก-ธีรเดช เมธาวรายุทธ พระเอก และนักแสดงหนุ่มสุขภาพดี ขวัญใจชาวไทย ที่สำคัญยังเป็นลูกค้าคนหนึ่งที่ดื่มแบนด์แอมบาสเดอร์เป็นประจำอีกด้วย บวกกับความสนใจและใส่ใจในสุขภาพ เพราะอาเล็กเป็นคนที่คุณดูแลสุขภาพตัวเองได้เป็นอย่างดี และรู้จักวิธีการดูแลสุขภาพอย่างถ่องแท้ ทั้งสุขภาพตัวเอง และคนในครอบครัว ตลอดจนมีภาพลักษณ์ของความสนุกสนาน สดใส จึงเหมาะสมที่จะเป็นแบนด์แอมบาสเดอร์ของแบนด์แอมบาสเดอร์ที่ดื่มเป็นประจำ เพื่อบอกต่อสิ่งดีๆ ให้กับทุกคน

สำหรับภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ของแบนด์แอมบาสเดอร์ที่ดื่มเป็นประจำได้นำสองความน่าทึ่งจากญี่ปุ่นมารวมกัน โดยถ่ายทอดความน่าทึ่งของคนญี่ปุ่น ที่ขึ้นชื่อว่าเป็นประเทศที่ประชากรมีอายุยืน และมีสุขภาพดี ผ่านเทศกาลอาบน้ำเย็น หรือ พิธีมิโซกิ (Misogi) ซึ่งเป็นพิธีที่แสดงความแข็งแรงของคนญี่ปุ่นที่คุณดูแลตัวเอง เพราะผู้เข้าร่วมพิธีนี้ต้องอาบน้ำเย็นเฉียบ กลางแจ้ง ท่ามกลางอากาศที่หนาวเย็นมาก นอกจากนี้ยังบอกเล่าถึงความน่าทึ่งในคุณค่าของเห็ดสายพันธุ์ญี่ปุ่นหายาก เคล็ดลับสำคัญของความแข็งแรงของคนญี่ปุ่น ดังนั้นแบนด์แอมบาสเดอร์ที่ดื่มเป็นประจำที่สกัดคุณประโยชน์จากเห็ดไมตาเกะ เห็นยามาบูชิตาเกะ เห็ดชิตาเกะ เห็ดหลินจือ และถั่งเช่า จึงเหมาะกับการเริ่มต้นดูแลตัวเอง

ห่มกว่า 50 ล้านบาท ปูพรมกิจกรรมการตลาด

สร้างการรับรู้คุณประโยชน์ของเห็ดสายพันธุ์ญี่ปุ่นหายาก

“แบนด์แอมบาสเดอร์ที่ดื่มเป็นประจำวางแผนใช้งบประมาณทางการตลาดกว่า 50 ล้านบาท ปูพรมโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง เน้นสื่อ Mass Media ทั้ง Above the Line และ Below the Line ทั้งสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อบิลบอร์ด Out Of Home รวมทั้งสื่อออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการทดลองดื่ม ขยายฐานลูกค้าแบนด์แอมบาสเดอร์ที่ดื่มเป็นประจำให้กว้างมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จากการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และแนวโน้มการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคที่สูงขึ้น เชื่อว่าจะสามารถทำได้ตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างแน่นอน” คุณ ตุลย์ กล่าวทิ้งท้าย

***สื่อมวลชนต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ บริษัท คอมมูนิเคชั่น แอนด์ มอร์ จำกัด โทร.0-2718-3800 ต่อ

131

คณิงนิตย์ อูร์ตัน (นิตย์) 085 826 8222 พิธิมา รัตนรังสิกุล (ก้อย) 085 045 1366

Email : kanungnitu@communicationandmore.com