

แบรนด์ ชันโทรี ดันห้องใหม่ “แบรนด์วีต้าพรุณ-เมโทพลัส” พรุณสกัดเข้มข้น ผสมมะเขือเทศสกัด ให้ผู้หญิงทุกคน มั่นใจได้ทุกวัน ตอบโจทย์สาวยุคใหม่ที่สนใจดูแลรูปร่างและผิวพรรณในแบบธรรมชาติไปพร้อม ๆ กัน



แบรนด์ ชันโทรี (ประเทศไทย) แจ้งเกิดสินค้าใหม่ “แบรนด์วีต้าพรุณ-เมโทพลัส” ที่ผสมผสาน 2 พลังคุณประโยชน์จากธรรมชาติ ทั้งพรุณสกัดเข้มข้น และมะเขือเทศสกัดไว้เต็มขวด พร้อมรสชาติอร่อย ดื่มน้ำง่าย ภายใต้คอนเซ็ปต์ “ให้ผู้หญิงมั่นใจได้ทุกวัน” พร้อมเปิดตัวแบรนด์แอมบาสเดอร์ พรอยมน-มนสภรณ์ ชาญเฉลิม นักแสดงวัยรุ่น สาวผิวสวยหุ่นดี สนองเทรนด์ดูแลตัวเองด้วยสารอาหารจากธรรมชาติ ตอบโจทย์ความต้องการที่ไม่สิ้นสุดของสาวยุคใหม่ที่สนใจทั้งการดูแลรูปร่างและผิวพรรณไปพร้อม ๆ กัน ทุ่มงบกว่า 40 ล้านบาท จัดกิจกรรมการตลาดครบสูตร เผยเป็นผู้นำตลาดน้ำผลไม้สกัดเข้มข้นด้วยส่วนแบ่งการตลาด 80% ของมูลค่าตลาดรวมที่มีสูงถึง 2,000 ล้านบาทในเมืองไทย

เมื่อเร็วๆ นี้ ภายในงาน “วันมั่งคั่ง กับแบรนด์วีต้าพรุณ เมโทพลัส” นางสาวพุดตาน พงศ์พัฒนาไพบูลย์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดบริษัท แบรินด์ชันโทรี (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า จากการสำรวจอินไซด์ของสาวยุคใหม่ พบว่าให้ความสำคัญกับการเลือกสินค้าเพื่อดูแลผิวพรรณและรูปร่างมากขึ้น โดยจะเลือกที่ความสะดวกในการบริโภคและที่สำคัญต้องดูปลอดภัยเป็นสารอาหารจากธรรมชาติ เพื่อช่วยดูแลทั้งผิว และหุ่นให้สวยเปล่งประกายเจิดจรัสออกมาจากภายในจนรู้สึกมั่นใจในแบบที่เป็นตัวเอง จากเทรนด์ตรงนี้แบรนด์วีต้า ผู้นำตลาดน้ำผลไม้สกัดเข้มข้นเพื่อดูแลสุขภาพของคนยุคใหม่ จึงได้เปิดตัว ห้องใหม่ “แบรนด์วีต้าพรุณ-เมโทพลัส” ที่ผสมผสาน 2 พลังคุณประโยชน์จากธรรมชาติ ด้วยพรุณสกัดเข้มข้น ที่อุดมด้วยไฟเบอร์ธรรมชาติ พร้อมรับคุณประโยชน์จากมะเขือเทศสกัด ที่มีสารต้านอนุมูลอิสระดูแลคุณ จากภายใน ผ่านกรรมวิธีสกัดเข้มข้น ด้วยกระบวนการแบรนด์ ดับเบิล วี เอสเซ็นส์ เอกสิทธิ์ เฉพาะแบรนด์วีต้า ทำให้ได้หยุดเอสเซ็นส์เข้มข้น เพื่อตอบโจทย์ทั้งผิว และหุ่นในหนึ่งเดียว พร้อมรสชาติอร่อย ดื่มน้ำง่าย ทำให้สาว ๆ ได้มีตัวช่วยให้มั่นใจจนมั่งคั่งตามฝันไว้

คว่า “พรอยมน-มนสภรณ์ ชาญเฉลิม” นั้่งแทนแบรนด์แอมบาสเดอร์ เข้าคอนเซ็ปต์ตัวแทนสาวยุคใหม่ก็สวยมั่งคั่งได้

นอกจากนี้ยังได้เปิดตัว “พรอยมน-มนสภรณ์ ชาญเฉลิม” นักแสดงวัยรุ่นเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ของแบรนด์วี
ต้าพรุณ-เมโทพลัส พรุณสกัดเข้มข้น ผสมมะเขือเทศสกัด ซึ่งน้องพรอยมนมีความเหมาะสมอย่างมาก เพราะเป็นต้น
แบบของสาวยุคใหม่คนหนึ่ง ที่พิสูจน์ให้เห็นว่า การดูแลใส่ใจผิวพรรณ และรูปร่างไปพร้อมๆ กันอย่างต่อเนื่อง ทำให้
มีวันนี้วันที่มั่งคั่ง คือรู้สึกมั่นใจในผิวพรรณและรูปร่างในแบบที่เป็นตัวเองมากที่สุด ซึ่งสาวๆ ทุกคนก็สามารถมีวันที่
รู้สึกสวยมั่งคั่งเหมือนคอนเซ็ปต์นี้ได้ง่ายๆ เช่นกัน แค่เพียงใส่ใจดูแลตัวเองอย่างสม่ำเสมอ และดื่มแบรนด์วีต้าพ
รุณ-เมโทพลัส พรุณสกัดเข้มข้น ผสมมะเขือเทศสกัด เป็นตัวช่วยทุกวัน

พร้อมกันนี้ได้เปิดตัวภาพยนตร์โฆษณาชุดใหม่ “มั่งคั่ง” โดยจะเล่าเรื่องผ่านน้องพรอยมนตัวแทนของสาวยุคใหม่
ที่ใช้ชีวิตเหมือนคนอื่นทั่วไปที่ถูกกระทำเหมือนอากาศ ไร้ซึ่งตัวตนมาตลอด แต่วันนี้เธอมั่นใจเหมือนอยู่บนบัลลัง
ค์ เพราะเมื่อเธอมีทั้งผิวพรรณและรูปร่างที่ดีแล้ว ก็จะมีคามมั่นใจตามมา จนออรัลจับ ใครๆ ก็กุมเอาใจใส่ และ
หนุ่มๆ ต้องสยบให้ความสวยครบในครั้งนี่ แค่มีวีต้าพรุณ-เมโทพลัสทุกวัน ก็ได้มั่งทุกวัน โดยภาพยนตร์โฆษณาดัง
กล่าวจะเริ่มออนแอร์พร้อมกันทั่วประเทศตั้งแต่ต้นเดือนตุลาคมนี้

หุ้มนกว่า 40 ล้าน กิจกรรมการตลาดครบวงจร สร้างความมั่นใจให้สาว ๆ ทุกคนกับวีต้าพรุณ-เมโทพลัส
แบรนด์วีต้าพรุณ-เมโทพลัส อัดงบประมาณกว่า 40 ล้านบาท สำหรับกิจกรรมทางการตลาดช่วงเปิดตัวนี้พร้อมบูรณา
สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ครบทุกช่องทางทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ โดยเน้นสื่อใหม่ๆ ในช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น
เพราะตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมเสพสื่อออนไลน์เป็นหลัก เสริมด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง
อาทิ ทวี วิทยุ สื่อนอกบ้าน (Out of Home) เพื่อการสื่อสารกับผู้บริโภค และสร้างการรับรู้ ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายได้ใน
วงกว้าง

นอกจากนี้ได้จัดกิจกรรม “แบรนด์วีต้าพรุณ-เมโทพลัส 21 วัน เพื่อผู้หญิงมั่งคั่ง” เพียงแค่สาว ๆ โปสท์ภาพตัวเองคู่
กับขวดวีต้าพรุณ-เมโทพลัสตามจำนวนที่กำหนด ในการดูแลตัวเอง โดยมีระยะเวลา คือ 7 วัน, 14 วัน และ 21 วัน
พร้อมบอกคุณประโยชน์ของวีต้าพรุณ-เมโทพลัสที่สาว ๆ ชื่นชอบและสัมผัสได้จริง และใส่ #วีต้าพรุณเมโทพลัส #ผู้
หญิงมั่งคั่งได้ทุกวัน เพียงแค่นี้สาว ๆ ก็จะมีโอกาสลุ้นรางวัลทุกสัปดาห์ และหากโปสท์ ครบ 3 ครั้งตามที่กำหนด จะ
ได้ลุ้นรับรางวัลใหญ่สุดเอ็กซ์คลูซีฟจากแบรนด์วีต้าพรุณ-เมโทพลัสอีกด้วย สามารถร่วมสนุกได้ตั้งแต่วันที่ 22 ต.ค.

-25 พ.ย.61 และติดตามรายละเอียดการร่วมสนุกได้ที่ FB : BRAND'S Veta

“จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนจัดกิจกรรมทางการตลาด ที่เข้าถึงผู้บริโภค
ในวงกว้างอย่างต่อเนื่องทำให้กลุ่มแบรนด์วีต้าทั้งหมดมีส่วนแบ่งการตลาดกว่า 80 % ของตลาดน้ำผลไม้สกัดเข้มข้น
ซึ่งมีมูลค่ารวมประมาณ 2,000 ล้านบาท สำหรับตลาดน้ำผลไม้สกัดเข้มข้น ในปีนี้มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ประมาณ 2
% ทำให้ มั่นใจว่าแบรนด์วีต้าพรุณ-เมโทพลัสจะสามารถสร้าง การเติบโตได้ 2 หลักตามที่ตั้งเป้าไว้อย่างแน่นอน”

นางสาวพุดตาน กล่าวในท้ายสุด

.....*****.....