

“ไบโอโกรว์” ทุ่มงบกิจกรรมตลาด-สินค้าใหม่ ตั้งเป้าโต 20%



“ไบโอโกรว์” ทุ่มงบกิจกรรมตลาด-สินค้าใหม่
เกาะเทรนด์สุขภาพ ความงาม ตั้งเป้าโต 20%

นางสาววิภา ฌ ระนอง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ฝ่ายการตลาด บริษัท ไบโอโกรว์ (ทีเอช) จำกัด ผู้นำเข้า และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ด้านสุขภาพและความงาม เปิดเผยว่า “ปัจจุบันคนไทยหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพ และการดูแลตัวเองมากยิ่งขึ้น จากไลฟ์สไตล์คนยุคใหม่ที่เร่งรีบ จึงต้องการสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการได้รวดเร็ว ประกอบกับสังคมไทยที่เริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ และความงาม อาทิ อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเสริม เครื่องสำอาง โรงพยาบาล คลินิก ฯลฯ ยังคงเติบโตต่อเนื่อง โดยปัจจุบันตลาดรวมของกลุ่มสินค้าเสริมอาหารของไทย มีมูลค่ามากกว่า 40,000 ล้านบาท เติบโตไม่ต่ำกว่า 10% เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว

สำหรับไบโอโกรว์ หนึ่งในผู้เล่นหลักของธุรกิจอาหารเสริม ด้านสุขภาพและความงามของไทย ในปีนี้ยังมีแผนการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ และกิจกรรมการรูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยแผนการตลาดในปีบริษัทเตรียมงบประมาณไว้ที่ประมาณ 15% ของยอดขาย ซึ่งคาดว่าจะรายได้รวมของบริษัทปีนี้จะเติบโตกว่า 20% คิดเป็นมูลค่า 220 ล้านบาท แบ่งเป็นกลุ่มวิตามิน 50% ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 50% โดยปัจจุบันบริษัทมีช่องทางจัดจำหน่ายผ่านร้านวัตสันและร้านยาชั้นนำทั่วประเทศ และอยู่ระหว่างทดลองขยายช่องทางจำหน่ายไปยังต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศเมียนมาร์ และลาว นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยจัดสรรงบประมาณ 5% จากยอดขายทุกปีเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของทุกผลิตภัณฑ์ซึ่งจัดอยู่ในเกรดพรีเมียม ส่งผล ให้ไบโอโกรว์ จึงมียอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องติดหนึ่งในสามของแบรนด์อาหารเสริมของประเทศไทยในปัจจุบัน

ล่าสุดบริษัทฯ ได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในกลุ่มความงามภายใต้ชื่อ นิวทรี เจเอส แอล-คาร์นิทีน พลัส (Nutri JS L-Carnitine Plus) “เจลลี่ควบคุมน้ำหนัก” รสแอปเปิ้ลเขียว เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายผู้ที่มีน้ำหนักเกินมาตรฐาน และรูปร่างไม่ได้อัดส่วน โดยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์นี้ จะช่วยเร่งการเผาผลาญไขมันด้วยแอลคาร์นิทีน ทำให้ระบบขับถ่ายดีขึ้นด้วย FOS (ฟรุคโต โอลิโก แซคคาไรด์) รวมถึงช่วยดูแลผิวพรรณให้สดใสไปพร้อมกัน ทั้งนี้จากผลวิจัย

พบว่า ความอ้วนเป็นหนึ่งในปัญหาหลักของคนไทย และผู้ที่มีปัญหาเรื่องความอ้วนที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยคอนเซ็ปต์สินค้า เน้นรับประทานง่าย อร่อย พกพาสะดวก เพียงฉีกซองรับประทานได้ทันที ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนเมืองที่เน้นความสะดวก รวดเร็ว โดยผลิตภัณฑ์ ไบโอกานิค คอลลาเจน เปปไทด์ สินค้าที่มียอดขายอันดับหนึ่งของบริษัทฯ ที่เพิ่งได้รับรางวัลสุดยอดสินค้าชายดี ประเภทสินค้าใหม่ชายดีประจำปี Watsons Health, Wellness & Beauty Awards 2017 โดยวัดจากความนิยมและยอดจำหน่ายสูงสุดของร้านวัตสัน นับเป็นการก้าวรันทริด้านการพัฒนาคุณภาพของสินค้า และการตอบรับของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์ไบโอโกรว์ได้เป็นอย่างดี”

นางสาววิริญา กล่าวถึงกิจกรรมการตลาดในปีใหม่นี้ว่า “บริษัทฯ มีแคมเปญโปรโมชันและกิจกรรมโรดโชว์อย่างต่อเนื่องทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด ตลอดจนการจัดกิจกรรมกับร้านค้า เพื่อกระตุ้นสัมพันธ์และกระตุ้นยอดขาย นอกจากนี้ เพื่อเป็นการตอบแทนผู้บริโภคในช่วงวาระครบรอบ 10 ปี ซึ่งได้มีการจัดงานเฉลิมฉลองไปเมื่อปี 2558 ล่าสุดได้เปิดตัวแคมเปญ ชวนลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมไบโอโกรว์ และไบโอกานิค ราคา 500 บาทขึ้นไป ลุ้นโชคแพ็คเกจทัวร์มัลดีฟส์ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน, ไอแพด และกิฟต์เซตผลิตภัณฑ์จากไบโอโกรว์”

ขณะเดียวกัน ยังได้เชิญชวนคนไทยร่วมทำความดีถวายเป็นพระราชกุศลแด่พ่อหลวงรัชการที่ 9 ด้วยการซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันรำข้าวและจมูกข้าว โอโรซานอลซูดพิเศษ จำนวน 5,000 ซุด เพื่อนำรายได้ส่วนหนึ่งเข้าร่วมสมทบทุนมูลนิธิชัยพัฒนา ในพระบรมราชูปถัมภ์

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

บริษัท กนกรัตน์ แอนด์ เฟรนด์ จำกัด (ที่ปรึกษาด้านงานประชาสัมพันธ์)

โทร.02-284-2662 แฟกซ์. 02-284-2287,2291 www.kanokratpr.com

คุณกนกรัตน์ วีรานุกัตติ E-mail: Kanokrat@kanokratpr.com