

# ไวต์ เฟธ ฟู้ด ฟุงทะยาน ส่ง 'ไรซ์ บัดดี' ปูพรมวาง จำหน่ายทั่วประเทศ พร้อมปั้นแคมเปญ #ข้าวหอม ให้ติดหู หวังดันยอดขายปีแรก 500 ล้านบาท



ไวต์ เฟธ ฟู้ด ฟุงทะยาน ส่ง 'ไรซ์ บัดดี' ปูพรมวางจำหน่ายทั่วประเทศ พร้อมปั้นแคมเปญ #ข้าวหอม ให้ติดหู หวังดันยอดขายปีแรก 500 ล้านบาท

ไวต์ เฟธ ฟู้ด เตรียมฟุงทะยาน ส่ง 'ไรซ์ บัดดี' ข้าวแผ่นอบกรอบเพื่อสุขภาพ วางจำหน่ายแล้วทั่วประเทศ พร้อมปั้นคอนเทนต์ กราฟฟิติ จุกประกายความแมส แฮชแท็ก #ข้าวหอม ให้ติดหู พร้อมปล่อยหมัดเด็ดโซเชียลมีเดียจอร์ความ อร่อยไรซ์ บัดดี จัดแคมเปญ Sampling Troops ทั่วกรุงเทพฯ ตลอดเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนมิถุนายน หวังแบ่งเค้กตลาดสแน็คไทย ดันยอดขายปีแรกฟุง 500 ล้าน ตั้งเป้าเติบโต 30% ต่อปี ต่อยอดสู่ตำแหน่งผู้นำอุตสาหกรรมสแน็คต่อไป

นายโอลิเวอร์ เย้ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไวต์ เฟธ ฟู้ด จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายข้าวแผ่นอบกรอบตรา ไรซ์ บัดดี เผยว่า “การเปิดโรงงานแห่งที่ 3 ในนิคมอุตสาหกรรมเหมราชฯ จังหวัดชลบุรี จะทำให้กำลังการผลิตของบริษัทมีสูงชันราวๆ 14,000 ตันต่อปี ซึ่งตัวเลขเหล่านี้จะช่วยให้สแน็คของบริษัทอย่าง 'ไรซ์ บัดดี' มีความพร้อมที่จะวางจำหน่ายในประเทศไทยเป็นครั้งแรก นอกจากนี้บริษัทยังได้ร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายชั้นนำอย่าง 'นิวเวฟ เอเชีย' เพื่อบุกตลาดสแน็ค 'ข้าวอบกรอบ' ไทยในครั้งนี้อย่างเฟสแรก ข้าวแผ่นอบกรอบ ไรซ์ บัดดี จะวางจำหน่ายบนเชลฟ์ของGourmet Market, foodland, ตั้ง ฮั่ว เส็ง, Tsuruha, ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต , ท็อปส์ เดลี , Home fresh mart รวมไปถึงซูเปอร์ชั้นนำในต่างจังหวัด พร้อมขยายไปสู่ห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อทั่วประเทศต่อไปในอนาคต”

ไรซ์ บัดดี เป็นผลิตภัณฑ์ข้าวแผ่นอบกรอบของบริษัท ไวต์ เฟธ ฟู้ด จำกัด มีจุดเด่นอยู่ที่ความอร่อยจากข้าวไทย 100% รวมไปถึงกระบวนการผลิตเฉพาะตัว ที่ใช้วิธีการอบแทนการทอด ไม่ใส่ผง ชูรส ปราศจากไขมันทรานส์ (Trans-Fat-Free) ใช้น้ำมันรำข้าวในปริมาณที่น้อยกว่า 10% คลุกเคล้ากับเครื่องปรุงรสสุดเข้มข้นจากสารพัดวัตถุดิบธรรมชาติ เปลี่ยนให้ ไรซ์ บัดดี กลายเป็นสแน็คเพื่อสุขภาพที่มีความบางกว่า กรอบกว่า และมีรสชาติอร่อยเข้าเนื้อกว่าผลิตภัณฑ์ข้าวแผ่นอบกรอบอื่นๆ นอกจากนี้ ไวต์ เฟธ ฟู้ด ยังสร้างมาตรฐานและกระบวนการที่พิถีพิถันทุกขั้นตอน ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบจนถึงการแพคกิ้ง เพื่อการันตีว่า 'ไรซ์ บัดดี' คือคำตอบของ Healthy Junk

Foods สแน็คเพื่อสุขภาพสำหรับคนทุกเพศทุกวัยอย่างแท้จริง

นอกจากนี้ นายโอลิเวอร์ เย้ ยังเผยถึงคอนเทนต์ใหม่ที่ ไรซ์ บัดดี จะโชว์ความ Rise up!! ไปพร้อมๆ กับกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นเป้าหมายหลักด้วย “ผลิตภัณฑ์ไรซ์ บัดดี จะใช้รูปลักษณ์ของแพคเกจจิ้งที่สดใส ให้ความรู้สึกสนุกสนาน พร้อมที่จะเริ่มต้นการเดินทางรับทุกการผจญภัย สะท้อนภาพพลังงานอันเหลือล้นของกลุ่มวัยรุ่น และบริษัทยังได้สร้างศิลปะ กราฟฟิตี (Graffiti) ในสไตล์สตรีทอาร์ทบริเวณ สวนเฉลิมหล้า Street ART GraffitiและPlatform ลาดหญ้า บริเวณ Food court เป็นแลนด์มาร์คใหม่ให้ทุกคนได้ร่วมเล่นสนุก เก็บภาพถ่ายแสดงท่าทางพร้อมที่จะพุ่งทะยานไปกับความอร่อย พร้อมสร้างการรับรู้ไปในกลุ่มเพื่อนๆ ของพวกเขา และติดแฮชแท็ก #ข้าวหอม แสดงความ Only One ของไรซ์ บัดดี ที่เป็นขนมบางกรอบอร่อย แต่แฝงด้วยคุณประโยชน์จากข้าวไทยเต็มแผ่น ต่อยอดเป็นกระแสความนิยมให้ ไรซ์ บัดดี กลายเป็นสแน็คที่รู้จักในฐานะ #ข้าวหอม ในกลุ่มแมสต่อไป”

การสร้างคอนเทนต์ กราฟฟิตี จะเป็นก้าวแรกของการพุ่งทะยานครั้งนี้เท่านั้น “แม้ว่าการสร้างการรับรู้ให้เกิดในกระแสโซเชียลมีเดียจะเป็นคอนเทนต์หลักของเรา แต่อีกสิ่งที่ขาดไม่ได้เลย คือการให้ผู้บริโภคได้สัมผัส Tasty ของ ไรซ์ บัดดี ด้วยตัวเอง ซึ่งบริษัทได้เตรียมผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 รสชาติ ทั้งรสพิซซาและรสสาหร่ายเกาหลี เดินสายจัดแคมเปญ Sampling Troops ตามจุดแลนด์มาร์คสำคัญทั่วกรุงเทพฯ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ต่อเนื่องไปจนถึง เดือนมิถุนายน แคมเปญนี้จะเป็นจุดสำคัญให้กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มแมสได้รู้จักไรซ์ บัดดี มากขึ้น และได้พิสูจน์ซิกเนเจอร์ความอร่อยของ #ข้าวหอม ด้วยตัวเอง

“ข้าวแผ่นอบกรอบ ‘ไรซ์ บัดดี’ ถือเป็นหนึ่งในสแน็ค ‘ระดับท็อป’ ที่ได้รับความนิยมในหลายประเทศ ไม่ว่าจะเป็น จีน, สหรัฐอเมริกา, ใต้หวัน และออสเตรเลีย และตลาดสแน็คในประเทศไทย มีมูลค่ากว่า 37,000 ล้านบาท ซึ่งไวต์ เฟด ฟู้ด หวังแบ่งก้อนเค้กทำรายได้จากข้าวแผ่นอบกรอบ ‘ไรซ์ บัดดี’ ในปีแรกราว 500 ล้านบาท มุ่งสร้างยอดขายเพิ่มขึ้น 30% ต่อเนื่องทุกปี ด้วยการก้าวสู่ความเป็นแบรนด์ผู้นำอุตสาหกรรมอาหารและขนมขบเคี้ยว” นายโอลิเวอร์ เย้ กล่าวทิ้งท้าย