

ARAYA เปลี่ยนมาตรฐานใหม่ของการดูแลจุดซ่อนเร้น

เร้น



ในยุคบริโภคนิยมที่ “ผู้หญิง” คือ กลุ่มเป้าหมายหลัก ที่ตลาดสินค้าอุปโภค บริโภค (FMCG) ต่างพากันผลิตสินค้า และผลิตภัณฑ์ขึ้นมามากมายเพื่อจะเข้ามาตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิง Araya จึงเริ่มต้นคิดค้นผลิตภัณฑ์จากการตั้งคำถามที่ว่า “อะไรคือสิ่งที่ผู้หญิงยุคใหม่ต้องการ” และจากการรวบรวมข้อมูล และศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเพศหญิงในตลาดไทย Araya พบว่ายังมีโจทย์หนึ่ง ซึ่งเป็นโจทย์ที่ท้าทาย และยังเป็นโจทย์ที่ยังไม่มีใครพิชิตได้มาก่อน นั่นก็คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจุดซ่อนเร้นที่มีประสิทธิภาพ ในการทำความสะอาด พร้อมทั้งฟื้นฟูบำรุงสุขภาพอนามัยของจุดซ่อนเร้นของผู้หญิงในหนึ่งเดียว

โดยทางทีมวิจัย Araya ได้ใช้เวลากว่า 1 ปี ในการค้นหา และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากสารสกัดธรรมชาติ ที่มีคุณสมบัติในการทำความสะอาด และยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรีย อย่าง Sage และ Tea Tree Oil ผสมคุณค่าจากนาโนวิตามิน พร้อมส่วนผสมพิเศษ Defensil Plus ที่ได้รับรางวัลนวัตกรรมสุดยอดการรวมสารสกัดจากธรรมชาติ สิทธิบัตรประเทศสวีเดนแลนด์ ที่มีคุณสมบัติในการช่วยฟื้นฟูผิว ทำหน้าที่เปรียบเสมือนเกราะป้องกันผิว ขจัดอันตรายจากเชื้อโรค ยับยั้งการสูญเสียน้ำในผิว ป้องกันการอักเสบ และเติมเต็มความชุ่มชื้นให้แก่ผิว จนได้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจุดซ่อนเร้น Araya Extra Sensitive Feminine Cleanser ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจุดซ่อนเร้นที่มีประสิทธิภาพในการยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย ด้วยคุณสมบัติที่มีค่าเป็นกรดอ่อน ๆ ทำให้สามารถช่วยคงความสมดุลของจุดซ่อนเร้นเอาไว้ได้ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของ Araya ได้

รับการพัฒนาออกมาเป็นสูตรน้ำ ซึ่งมีความอ่อนโยน ปราศจากสารประกอบที่ก่อให้เกิดอาการระคายเคืองต่าง ๆ อีกด้วย

ดังนั้นในงานวันนี้จึงได้จัดขึ้นภายใต้คอนเซปต์ “Araya มาตรฐานใหม่ของการดูแลจุดซ่อนเร้น” ซึ่งเป็นทางแบรนด์ Araya ตั้งใจให้เป็นแรงบันดาลใจให้แก่สาว ๆ ยุคใหม่ไม่อ่อนข้อให้กับสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับตัวเอง และ Araya อยากที่จะเป็นตัวแทนของผู้ที่ยืนหยัดอยู่บนมาตรฐานที่ดีกว่าของสุขภาพ และอนามัยของผู้หญิงไทยในยุคนี้

คุณณิชภา วชิรพงศ์ กรรมการผู้จัดการบริษัท อารยา โกลบอล จำกัด กล่าวว่า ทางคณะผู้บริหาร และผู้ก่อตั้งมีความตั้งใจจริงที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานระดับสากล และต้องการเป็นแบรนด์ของคนไทย ที่สามารถช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้หญิงไทย และในอนาคตแบรนด์ก็มุ่งหวังว่า Araya จะเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศอีกด้วย ซึ่งบริษัทอารยา โกลบอล จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นในปี 2560 และมียอดขายเติบโตรวมมูลค่ากว่า 100 ล้านบาท และในปี 2563 นี้ ทางแบรนด์วางแผนที่จะเพิ่มยอดขายเป็น 2 เท่า พร้อมแผนบุกตลาดประเทศเพื่อนบ้านอีกด้วย เพื่อเป็นการต่อยอดคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จึงเป็นที่มาของงาน The ARAYA Expert Lab : The New Standard of V-Care โดยงานจัดขึ้นที่ The Glass House บ้านปาร์คนายเลิศ และได้รับเกียรติจากเหล่า Influencer สาวมั่นระดับ A-List ของเมืองไทย นำทีมโดย คุณดิชา-กันติชา ชุมมะ และคุณปุ้มปุ้ย-พรรณทิพา อรุณวัฒน์ชัย ที่จะมาพิสูจน์ความมั่นใจที่มากกว่าไปกับมาตรฐานใหม่ในการดูแลจุดซ่อนเร้น ด้วย ARAYA Extra Sensitive Feminine Cleanser เพื่อสุขภาพอนามัยที่ดีของผู้หญิงไทย ให้พร้อมรับกับกิจกรรมและความท้าทายในชีวิตประจำวันของผู้หญิงยุคใหม่