ทันหุ้น

Tan Hoon
Circulation: 100,000

Section: First Section/-
วันที่: ศุกร์ 15 มกราคม 2553
ปีที่: 6 **ฉบับที่:** 1469 **หน้า:** 16 (เต็มหน้า)
Col.Inch: 125.25 **Ad Value:** 112,725 **PRValue (x3):** 338,175 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: เยี่ยมบ้านบจ. สัมภาษณ์พิเศษ: "CPF"จัดทัพ4เมนูเด็ด บุกตลาดเอา...

'CPF'จัดทัพ4เมนูเด็ด บุกตลาดเอาใจคนรักเส้น...

อาหารจานด่วนจัดอยู่ในชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่ หรือแม้แต่คนทำงานออฟฟิศที่ไม่ค่อยมีเวลาในการปรุงอาหารมากนัก ทำให้ไม่มีใครที่จะไม่รู้จัก เมนูเด็ดที่พร้อมทานวางเรียงรายอยู่ใน **"เซเว่น-อีเลฟเว่น"** หรือร้านสะดวกซื้อแซ่แข็งรอให้ผู้ซื้อหยิบไปลิ้มลองรสชาติ **"สุพัฒน์ ศรีธนาธร" รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส ด้านการตลาด บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ CPF** พร้อมเปิดตัวเมนูบะหมี่สูตรเด็ด 4 รูปแบบ เอาใจคนรักเส้น เพื่อรุกไลฟ์สไตล์คนเมือง

นายสุพัฒน์ ศรีธนาธร บอกกล่าวถึงที่มาของผลิตภัณฑ์ 4 เมนูใหม่ไลน์บะหมี่ ถือเป็นการรุกตลาดอาหารพร้อมทานตั้งแต่ต้นปี 2553 โดยเป็นการตอบรับนโยบายการเพิ่มสัดส่วนธุรกิจอาหารพร้อมปรุง และพร้อมทาน ภายใต้คอนเซ็ปต์ **"บะหมี่ซีพี มีทีเด็ดทุกเมนู"** ทั้งนี้ ตั้งเป้าจะดันส่วนแบ่งการตลาดจาก 37% ทำให้ในปีนี้ส่วนแบ่งการตลาดพร้อมจะเติบโต 45-50%

เปิดตัว 4 เมนูเด็ด

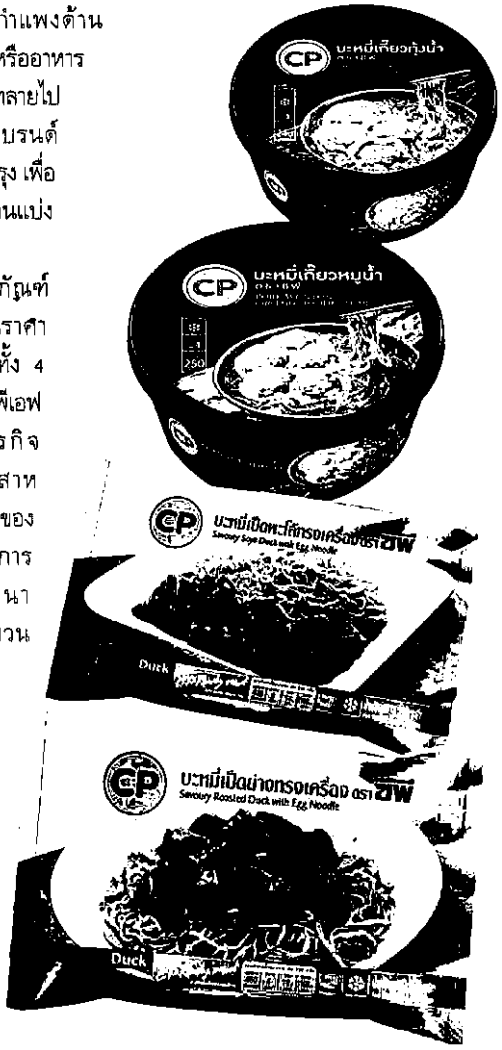
การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ครั้งนี้ ถือเป็นความภาคภูมิใจที่ประสบผลสำเร็จในการวิจัย 4 ผลิตภัณฑ์ อย่าง บะหมี่เป็ดย่างทรงเครื่อง บะหมี่เป็ดพะโล้ทรงเครื่อง บะหมี่เกี๊ยวกุ้งน้ำ และ บะหมี่เกี๊ยวหมูน้ำ โดยหลังจากเริ่มทดลองตลาดไปเมื่อช่วงเดือนพฤศจิกายน 2552 ปรากฏว่าได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภคด้วยความอร่อยของรสชาติที่ไม่เหมือนใคร ถือเป็นการตอบโจทย์ให้กับผู้บริโภคที่มีไลฟ์สไตล์ทันสมัย และต้องการความสะดวก ทั้งยังพร้อมไปด้วยคุณภาพ ความสะอาดปลอดภัย ถือได้ว่าเป็นการเพิ่มสีสันและเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายให้กับผู้บริโภคในปัจจุบัน

ผ่าแผนการตลาด

ซีพีเอฟเตรียมทำการตลาดทั้ง Above The Line และ Below The Line เพื่อกระตุ้นยอดขาย และให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด โดยนำนักร้อง ว่าน **"ธนกฤต"** จาก AF2 มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ให้กับโฆษณาชุดใหม่นี้ ซึ่งจะออกอากาศวันที่ 15 ม.ค. การออกผลิตภัณฑ์ถือเป็นการวิจัยเพื่อให้ถูกปาก

เปรียบเสมือนกำแพงด้านอาหารแช่แข็ง หรืออาหารพร้อมทานได้ถูกทลายไปในปัจจุบันทุกแบรนด์จำเป็นต้องปรับปรุง เพื่อแข่งขันช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด

ส่วนผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ขายในราคาปลีก 85 บาท ทั้ง 4 เมนู ทั้งนี้ถือว่าซีพีเอฟเป็นผู้นำในธุรกิจการเกษตรอุตสาหกรรมและอาหารของไทย โดยได้มีการลงทุนและพัฒนามาตรฐานกระบวน



iQNewsClip
www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com

ทันหุ้น
Tan Hoon
Circulation: 100,000

Section: First Section/-
วันที่: ศุกร์ 15 มกราคม 2553
ปีที่: 6 **ฉบับที่:** 1469 **หน้า:** 16 (เต็มหน้า)
Col.Inch: 125.25 **Ad Value:** 112,725 **PRValue (x3):** 338,175 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: เยี่ยมบ้านบจ. สัมภาษณ์พิเศษ: "CPF"จัดทัพ4เมนูเด็ด บุกตลาดเอา...

การผลิตและแปรรูปอาหารมาอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมตั้งแต่ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ไปจนถึงแปรรูปเป็นอาหาร โดยได้รับมาตรฐานสากลต่างๆ อย่างครบถ้วน

รายได้โต 15%

จากการส่งผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 เมนูมั่นใจว่าจะสร้างรายได้โดยรวมในปี 2553 เติบโต 15% ทั้งนี้ ส่วนแบ่งตลาดในปัจจุบันถือเป็นอันดับ 1 ด้วยจุดขาย และการวิจัยคิดค้น รวมทั้งผลิตเองทั้งหมด จากการที่คิดค้นสูตรการทำเส้นบะหมี่ที่เหนียวนุ่ม ถือเป็นจุดขาย และเป็นเอกสิทธิ์ที่ CPF ภูมิใจที่ทำโดยคนไทย ปัจจุบันมาร์เก็ตแชร์โดยรวมของตลาดแยกเป็น CP 37% ส่วน S&P ส่วนแบ่งอยู่ที่ 23% ผลิตภัณฑ์อาหารพรานทะเล 11% และอื่นๆ อีก 29%

มุ่งมั่นมาร์เก็ตแชร์โต 45-50%

หากให้มองภาพรวมในปีนี้ การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ถือเป็นการสร้างรายได้ ทั้งนี้จะทำให้มาร์เก็ตแชร์ หรือส่วนแบ่งการตลาด โดยเมื่อนำมารวมตลอดทั้งปี บริษัทตั้งเป้าปี 2553 มาร์เก็ตแชร์จะเติบโต 45-50% โดยมีส่วนแบ่งรายได้จากบะหมี่ประมาณ 120 ล้านบาท ส่วนงบสนับสนุนทางด้านการตลาดตั้งไว้ 20 ล้านบาท

ทั้งนี้รายได้โดยรวมในประเทศปี 2552 มีรายได้เกือบ 1,000 ล้านบาท ส่วนปี 2553 คาดว่าจะมีรายได้ 1,500 ล้านบาท

อาหารสไตล์อเมริกัน

สำหรับเมนูต่อไป คาดว่าจะส่งอาหารออกมากระตุ้นยอดขาย 3 ประเภท ได้แก่ อาหารอิตาเลียน อาหารญี่ปุ่น และสปาเกตตี ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์อาหารในอนาคต เพื่อให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น โดยคุณภาพดีมีรสชาติอร่อยไม่ซ้ำแบบใคร

เจาะกลุ่มไลฟ์สไตล์

การออกสินค้ามาแต่ละครั้ง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิจัยตลาดด้วยว่า กลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันนิยมหรือชื่นชอบศิลปินคนใด การเลือกว่าน **"ธนกฤต"** มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ครั้งนี้ หลายคนสงสัยว่าทำไมต้องเป็นว่าน ที่เราเลือกเพราะว่านเป็นตัวแทนคนรุ่นใหม่ ที่มีไลฟ์สไตล์คนเมือง มีเวลาน้อย คิดว่าพรีเซ็นเตอร์ของเรามีชีวิตและไลฟ์สไตล์แบบนั้น และด้วยชื่อเสียงที่คนรู้จักในนามศิลปิน **"AF2"** ทำให้ CP อยากให้คนรู้จักเหมือนรู้จักว่าน โดยคอนเซ็ปต์ **"บะหมี่ซีพี มีทีเด็ดทุกเมนู"** สามารถพึ่งพาได้จริง เป็นการลงตัวของชีวิตคนเมืองที่ CP พร้อมตอบโจทย์และพัฒนาคุณภาพให้ตรงใจลูกค้ามากที่สุด

"ไตรมาส 1 ปี 2553 การออก 4 ผลิตภัณฑ์ใหม่ ถือเป็นความภาคภูมิใจที่ประสบผลสำเร็จในการวิจัย บะหมี่เป็ดย่างทรงเครื่อง บะหมี่เป็ดพะโล้ทรงเครื่อง บะหมี่เกี๊ยวกุ้งน้ำ และบะหมี่เกี๊ยวหมูน้ำ โดยมั่นใจว่าจะสร้างรายได้ในปีนี้โตถึง 15%"

iQNewsClip www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com