

เบทาโกร-เก้าแก่น้อยเร่งเกม

เทงบลุยสปอร์ต มาร์เก็ตติ้งกวาดลูกค้าหน้าใหม่

“เบทาโกร” ซูสปอร์ต มาร์เก็ตติ้งตัวช่วยสร้างแบรนด์ ซงแบรนด์ แอมบาสซาเดอร์คนใหม่ “โปรอาร์ม กิรเดช” นักกอล์ฟชายชาวเอเชียอายุน้อยที่สุด ที่คว้าแชมป์ยูโรเปียนทัวร์ 3 รายการ เผยสร้างโอกาสขยายฐานลูกค้าในต่างจังหวัด พร้อมต่อยอดสู่โปรดักต์ แบรินดิ้ง ด้าน “เก้าแก่น้อย” ตัดใจโดดเป็นสปอนเซอร์นักเตะทีมชาติไทย มั่นใจกวาดสาวกคอบอลวัยโจ๋ในฤดูร้อนเพิ่ม ขณะที่ “สปอร์ต มอลล์” เผยกระแสพีเวอร์ปลูกตลาดสินค้ากีฬา คึกคัก เล็งจัดมีกีเวนต์กระตุ้นนักช้อปตุลาคมนี้

ต่อเรื่องดังกล่าวนายวิษณุ แต่ไพสิฐพงษ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ เครือเบทาโกร ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร รวมถึงอาหารสัตว์ กล่าวว่า สปอร์ต มาร์เก็ตติ้งถือเป็นตัวช่วยในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งได้เริ่มเป็นผู้สนับสนุนนักกีฬาอาชีพตั้งแต่ 7 ปีก่อน เริ่มจากนำโปรธงชัย ใจดี มาเป็นโกลบอล แบรินดิ้งแอมบาสซาเดอร์ครั้งแรก ส่งผลให้เครือเบทาโกร เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ประกอบการและผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

ส่วนในปีนี้ได้เลือกโปรอาร์ม-อ่านต่อหน้า >18

ข่าวดี เบทาโกร

กิรเดช อภิบาลรัตน์ นักกอล์ฟชายชาวเอเชียอายุน้อยที่สุด ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศการแข่งขัน ยูโรเปียนทัวร์ถึง 3 รายการ อยู่อันดับที่ 56 ของโลก และอันดับที่ 2 ของไทย เป็นแบรนด์แอมบาสซาเดอร์คนที่ 4 ให้กับเครือเบทาโกร ส่วนนักกีฬา กอล์ฟที่เครือเบทาโกรนำมาเป็นแบรนด์แอมบาสซาเดอร์คนที่ 2 และ 3 คือ โปรโม-โมเรีย จุฑานุกาล และโปรเม-เอรียา จุฑานุกาล

“การที่เครือเบทาโกรให้การสนับสนุนนักกีฬาอาชีพ เนื่องจากตรงกับนโยบายการดำเนินธุรกิจใน 2 ประเด็น คือ ความมุ่งมั่นในการทำธุรกิจ เช่นเดียวกับนักกีฬา กอล์ฟ และความถูกต้อง การดำเนินธุรกิจตามหลักธรรมาภิบาล และมีคุณภาพของสินค้า การนำนักกีฬาอาชีพทั้ง 4 คนมาเป็นแบรนด์แอมบาสซาเดอร์ ยังช่วยสะท้อนตัวตนของแบรนด์เบทาโกรได้อย่างเป็นรูปธรรมด้วย”

อย่างไรก็ตาม การใช้นักกีฬาอาชีพดังกล่าว ยังช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มลูกค้าธุรกิจ โดยเฉพาะในตลาดต่างจังหวัด ที่ถือว่าเป็นกลุ่มลูกค้าฐานใหม่ถึง 80% ซึ่งที่ผ่านมามีพบว่ากลุ่มลูกค้า

“การใช้นักกีฬา กอล์ฟช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับกลุ่มลูกค้าธุรกิจ โดยเฉพาะในตลาดต่างจังหวัด ซึ่งถือเป็นฐานใหญ่ถึง 80%”

Market-Comms Co.,Ltd
12/123 VisionVille 5 Soi Samakki 34 Samakki Road
T. Tha-Sai A. Muang Nonthaburi 11000 Thailand
Tel. 662 575 2415-7 Fax. 662 575 2418
Email. info@market-comms.co.th
www.market-comms.co.th

บริษัท มาร์เก็ต-คอมส์ จำกัด
12/123 วิชั่นวิลล์ 5 ซอยสามัคคี 34 ถนนสามัคคี
ตำบลภาณุราชย์ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 662 575 2415-7 Insaas 662 575 2418
อีเมล info@market-comms.co.th
www.market-comms.co.th



ฐานเศรษฐกิจ

Thansettakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,250

Section: Marketing/หน้าแรก

วันที่: อาทิตย์ 21 - พุธ 24 สิงหาคม 2559

ปีที่: 36

ฉบับที่: 3185

หน้า: 17(กลาง), 18

Col.Inch: 111.79 Ad Value: 139,737.50

PRValue (x3): 419,212.50

ศิลป์: สีสี่

หัวข้อข่าว: เบทาโกร-เจ้าแกนน้อยเร่งเกม เทงบลุยสปอร์ต มาร์เก็ตติ้งกวาดลูกค้าหน้าใหม่



ดังกล่าวขึ้นชอบในแบรนด์มากขึ้น นอกจากการสื่อสารดังกล่าว ปัจจุบันยังมีการสื่อสารในรูปแบบของคอร์ปอเรตแบรนด์ดิ้ง และต่อไปจะสื่อสารในรูปแบบของโปรดักต์แบรนด์ดิ้ง ต่อไปจะกระตุ้นมากขึ้น และมีโปรดักต์แบรนด์ดิ้งมากขึ้นด้วย ส่วนกีฬาประเภทอื่นขณะนี้ยังไม่พิจารณาว่าจะนำมาใช้ในการสร้างแบรนด์

ด้านนายอิทธิพัทธ์ พีระเดชาพันธ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เจ้าแกนน้อย ฟู้ดแอนด์มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจำหน่ายสาหร่ายปรุงรส "เจ้าแกนน้อย" กล่าวแสดงความคิดเห็นกับ "ฐานเศรษฐกิจ" ว่า นโยบายของบริษัทให้ความสำคัญกับกลยุทธ์สปอร์ต มาร์เก็ตติ้งเพิ่มขึ้น ตามกระแสความนิยมของคนไทยที่ติดตามชมและเชียร์ผลงานนักกีฬาไทย โดยเจ้าแกนน้อยเริ่มเข้าเป็นสปอนเซอร์กีฬาฟุตบอลตั้งแต่การแข่งขันในรายการ

ฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทาน คิงส์ คัพ ครั้งที่ 44, ฟุตบอลถ้วย ช้าง เอฟเอ คัพ 2559 โดยจะเห็นป้ายโฆษณา โลโก้เจ้าแกนน้อยอยู่ข้างสนาม และล่าสุดยังใช้งบการตลาดกว่า 30 ล้านบาท ในการเป็นสปอนเซอร์ฟุตบอลทีมชาติไทย เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลโลก 2018 รอบคัดเลือก 12 ทีมสุดท้ายโซนเอเชีย ซึ่งจะเริ่มแข่งขันตั้งแต่เดือนกันยายนนี้เป็นต้นไป

"บริษัทมีแผนต่อยอดกลยุทธ์สปอร์ต มาร์เก็ตติ้ง ด้วยการขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ในต่างจังหวัด จากเดิมที่ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนเมือง และเป็นวัยรุ่น ซึ่งเกิดจากกลยุทธ์การตลาดในรูปแบบออนไลน์ เวิร์ทเทนเมนต์ มาร์เก็ตติ้ง ทั้งจากมิวสิก มาร์เก็ตติ้ง คอนเสิร์ต และอีเวนต์ต่างๆ โดยปีนี้บริษัทจะใช้งบการตลาดราว 30 ล้านบาท ในการทำกิจกรรมด้านกีฬา ทั้ง

การเป็นสปอนเซอร์ให้กับทีมฟุตบอลชาติไทยครั้งนี้ มีสัญญา 1 ปี การจัดอีเวนต์ในสนาม และนอกสนาม เป็นต้น"

แต่ละปีบริษัทจะใช้งบการตลาดราว 6-7% ของยอดขาย ในการทำกิจกรรมการตลาดทั้งออฟไลน์ และออนไลน์ สื่อโฆษณานอกบ้าน เช่น บิลบอร์ด สื่อเคลื่อนที่ รวมทั้งกิจกรรมมีดี แอนด์ กรีตกับนักฟุตบอลทีมชาติไทย

สำหรับผลประกอบการของบริษัทในปีนี้ ตั้งเป้าหมายที่จะมีรายได้รวม 4,300 ล้านบาทเติบโต 25% แบ่งเป็นยอดขายจากต่างประเทศ 55% และในประเทศ 45% สูงกว่าเป้าหมายเดิมที่วางไว้ว่าจะเติบโต 10-15% หรือมียอดขายรวม 3,800 ล้านบาท ขณะที่ครึ่งปีแรกที่ผ่านมารีษัทมีรายได้ 2,138 ล้านบาท เติบโต 41.5% และมีกำไร 345 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 173.5% จากช่วงเดียวกันของปี 2558 โดยยอด

Market-Comms Co.,Ltd

12/123 VisionVille 5 Soi Samakki 34 Samakki Road
T. Tha-Sai A. Muang Nonthaburi 11000 Thailand
Tel. 662 575 2415-7 Fax. 662 575 2418
Email. info@market-comms.co.th
www.market-comms.co.th

บริษัท มาร์เก็ต-คอมส์ จำกัด

12/123 วิชั่นวิลล์ 5 ซอยสามัคคี 34 ถนนสามัคคี
ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 662 575 2415-7 InSars 662 575 2418
อีเมล info@market-comms.co.th
www.market-comms.co.th



ฐานเศรษฐกิจ

Thansettakij
Circulation: 120,000
Ad Rate: 1,250

Section: Marketing/หน้าแรก

วันที่: อาทิตย์ 21 - พุธ 24 สิงหาคม 2559

ปีที่: 36

ฉบับที่: 3185

หน้า: 17(กลาง), 18

Col.Inch: 111.79

Ad Value: 139,737.50

PRValue (x3): 419,212.50

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: เบทาโกร-เข้าแก่น้อยเร่งเกม เทงบลุยสปอร์ต มาร์เก็ตติ้งกวาดลูกค้าหน้าใหม่

ขายในประเทศเติบโต 19% จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในไทยมากขึ้น ส่วนตลาดต่างประเทศ มียอดขายเติบโต 68% โดยเฉพาะในตลาดจีน มีการเติบโตสูงถึง 100% โดยปัจจุบันเข้าแก่น้อยมีวางจำหน่ายใน 42 ประเทศทั่วโลก แต่ตลาดหลัก 80-90% อยู่ในเอเชีย ส่วนตลาดใหม่ๆ ในแถบอินเดีย ยุโรป และสหรัฐอเมริกา มองว่ายังมีโอกาสที่ดีในการเข้าไปทำตลาด เนื่องจากตลาดสาหร่ายยังเป็นสินค้าใหม่ โดยบริษัทมีแผนปรับไลน์การผลิต สร้างแบรนด์และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด การขยายช่องทางจัดจำหน่ายด้วย

ขณะที่นายสุนทร สุรีย์เหลืองขจร ผู้จัดการทั่วไปบริหารสินค้า สปอร์ตมอลล์ บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด กล่าวว่า ภาพรวมสินค้ากีฬาในครึ่งปีแรกที่ผ่านมา มีความคึกคักอยู่แล้ว เนื่องจากคนไทยเริ่มหันมาออกกำลังกายกันมากขึ้น ขณะที่ผลงานนักกีฬาไทยในหลายชนิดกีฬาก็มีการแข่งขัน ทำให้มีคนไทยคอยตามชมและเชียร์ต่อเนื่อง รวมถึงการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ริโอ 2016 ที่ประเทศบราซิล ที่กำลังจัดขึ้นทั้งนี้ความสำเร็จของนักกีฬาไทยจะเป็นส่วนช่วยเสริมให้ผู้บริโภคหันมาสนใจสินค้ากีฬา โดยเฉพาะในกลุ่มเสื้อผ้า รองเท้า และฟิตเนส เรียกว่าดึงความสนใจของผู้บริโภคในด้านกีฬามากขึ้นกว่าช่วงเวลาปกติ จะส่งผลดีต่อยอดขายสินค้ากีฬาในระดับหนึ่ง

"ภาพรวมของสินค้ากีฬาในไตรมาสสุดท้ายซึ่งเป็นช่วงไฮซีซั่น และเป็นฤดูแห่งการท่องเที่ยวจับจ่ายของปี เชื่อว่าจะช่วยกระตุ้นให้ภาพรวมของเศรษฐกิจขยายตัวดีขึ้น ขณะที่สปอร์ตมอลล์ มีแผนจัดแคมเปญ THE EMQUARTIER INTERNATIONAL RUNNING EXPO 2016 งานที่รวบรวมเสื้อผ้า รองเท้า อุปกรณ์กีฬา และแอ็กเซสซอรี ในคอลเลกชันใหม่ล่าสุดจากแบรนด์ชั้นนำระดับโลกเพื่อคนรักกีฬาวิ่งโดยเฉพาะ พร้อมข้อเสนอพิเศษมากมายภายในงาน ในช่วงเดือนตุลาคมนี้ ถือเป็นแคมเปญพิเศษของ สปอร์ตมอลล์ ที่จัดขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในช่วงปลายปี"

Market-Comms Co.,Ltd

12/123 VisionVille 5 Soi Samakki 34 Samakki Road

T. Tha-Sai A. Muang Nonthaburi 11000 Thailand

Tel. 662 575 2415-7 Fax. 662 575 2418

Email. info@market-comms.co.th

www.market-comms.co.th

บริษัท มาร์เก็ต-คอมส์ จำกัด

12/123 วิชั่นวิลล์ 5 ซอยสามัคคี 34 ถนนสามัคคี

ตำบลกลางทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

โทรศัพท์ 662 575 2415-7 โทรสาร 662 575 2418

อีเมล info@market-comms.co.th

www.market-comms.co.th

