

Ready to eat Japanese Curry

Product: ผลิตภัณฑ์แกงกะหรี่พร้อมทาน

Objective: เพิ่มยอดขายในช่องทางร้านขายส่ง

Challenges

ลูกค้าของเราคือผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแบบพร้อมปรุงและพร้อมทานรายใหญ่ที่มียอดขายเติบโตต่อเนื่อง มีผลิตภัณฑ์วางขายในร้านค้าชั้นนำทั้งชายปลีก และชายส่งทั่วประเทศ ผลิตภัณฑ์แกงกะหรี่พร้อมทานเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่มีการวางขายในห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศมานานหลายปีแต่ก็ยังมียอดขายไม่เป็นที่น่าพึงพอใจ

ลูกค้าจึงต้องการทราบสาเหตุที่ทำให้สินค้าขายไม่ดีอย่างที่คาดการณ์ไว้ รวมถึงจุดอ่อนและมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงกะหรี่พร้อมทาน และต้องการคำแนะนำในการวางกลยุทธ์และวิธีเพิ่มยอดขายที่เหมาะสม

**สาเหตุที่แกงกะหรี่พร้อมทานขายไม่ดีคืออะไร
ทำไมกลุ่มเป้าหมายไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว วิธี
เพิ่มยอดขายที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นี้ต้องทำ
อย่างไร ?**

Desired outcomes

มุมมองของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์

จุดอ่อนและสาเหตุที่ทำให้ขายไม่ดี

กลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขาย

คำแนะนำพัฒนาผลิตภัณฑ์

SHOWCASE



01

Market situation

REPORT AS OF : MAY , 2021

Market situation

สินค้าของลูกค้าวางขายอยู่ในห้างค้าส่งขนาดใหญ่ที่มีมากกว่า 50 สาขาทั่วประเทศ Crowdbout ทำการสำรวจภาพรวมของตลาดโดยใช้ Mysterious Shopper (คนที่แฝงตัวเข้าไปซื้อสินค้าหรือบริการ เพื่อตรวจสอบการให้บริการของร้านค้านั้น ๆ) ไปที่ร้านค้าที่มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายทั้งหมด 20 ร้านค้าทั่วประเทศ พบว่า

1. พนักงานห้าง ไม่รู้จัก และไม่ทราบตำแหน่ง Shelf ของผลิตภัณฑ์

เมื่อสอบถามถึงสินค้า พนักงานพาไป Shelf แกงกะหรี่แบบแห้ง แทนที่จะพาไป Shelf แบบอาหารแช่แข็ง ที่ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ของลูกค้าอยู่

2. ผลิตภัณฑ์ของลูกค้าไม่โดดเด่นมากพอเมื่อวางบน Shelf

ที่ shelf ผลิตภัณฑ์ของลูกค้าถูกผลิตภัณฑ์ของแบรนด์อื่นๆหรือ House Brand ทับหรือบดบัง ทำให้ลูกค้าหาผลิตภัณฑ์ไม่เจอและอาจเปลี่ยนใจไปซื้อแบรนด์อื่นแทน

3. ราคาที่แตกต่างกัน

บน Shelf มีผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันแตกต่างแบรนด์เยอะ โดยราคาของแบรนด์ลูกค้าแพงกว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในชั้นวางใกล้เคียงกัน

ไม่ว่าลูกค้าจะทำการตลาดออนไลน์ดีแค่ไหน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายก็หาผลิตภัณฑ์ ณ จุดขายไม่เจอ เพราะพนักงานไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ แนะนำไม่ได้ และถูกบดบังด้วยผลิตภัณฑ์ของแบรนด์อื่นๆ

Process Framework

ศึกษาภาพรวมของตลาด

ศึกษาภาพรวมของอาหารพร้อมทานในตลาดที่มีรูปแบบใกล้เคียงกัน เก็บข้อมูลรูปแบบ ราคา ช่องทางการขาย ยอดขาย และกลยุทธ์การตลาด

เพื่อทราบส่วนแบ่งตลาด และสถานะการแข่งขันในภาพรวม

เก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป (B2C) และร้านอาหาร (B2B) เรื่องความต้องการต่อผลิตภัณฑ์ และมุมมองต่างๆ เพื่อให้ทราบสาเหตุของปัญหายอดขาย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมที่จะแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด

SHOWCASE

CROWD
ABOUT

02

Customer insight

REPORT AS OF: MAY, 2021

Methodology

Market and Competitor Research

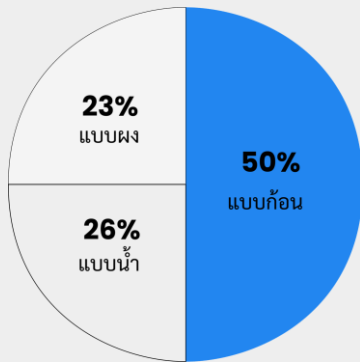
- ศึกษาภาพรวมของตลาดผลิตภัณฑ์แกงกะหรี่พร้อมทาน รวมถึงใช้ Mysterious Shopper (คนที่แฝงตัวเข้าไปซื้อสินค้าหรือบริการ เพื่อตรวจสอบการให้บริการของร้านค้านั้นๆ) สำรวจตลาดตามสาขาของร้านค้าที่มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายทั้งหมด 20 ร้านค้าทั่วประเทศ เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาที่ส่งผลให้ยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้

Quantitative Survey

- เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 100 ราย และผู้บริโภคทั่วไปจำนวน 100 ราย ผ่านแบบสอบถาม เพื่อศึกษาพฤติกรรมและมุมมองที่มีต่อผลิตภัณฑ์แกงกะหรี่พร้อมทาน ตลอดจนสิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง

Quantitative Survey Results: มุมมองของกลุ่มผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์

สำรวจความคิดเห็นเรื่องแกงกะหรี่สำเร็จรูปกับผู้บริโภคทั่วไป (B2C) ทั่วประเทศ จำนวน 100 คน



50% ติดภาพแกงกะหรี่แบบก๊อมนมากที่สุด เพราะตามรายการอาหารใน Youtube หรือ Facebook จะใช้แบบก๊อมน

ข้อกังวลของแกงกะหรี่แบบน้ำสำหรับผู้บริโภคคือ 70% กังวลว่าแบบน้ำอาจจะเก็บได้ไม่นานและเมื่อเปิดใช้แล้วจะเก็บรักษายาก

ลูกค้าจะคุ้นชินกับแกงกะหรี่แบบก๊อมนมากกว่าแบบน้ำ และได้แสดงความคิดเห็น มุมมองความชอบต่อแกงกะหรี่แบบก๊อมนคือ

1

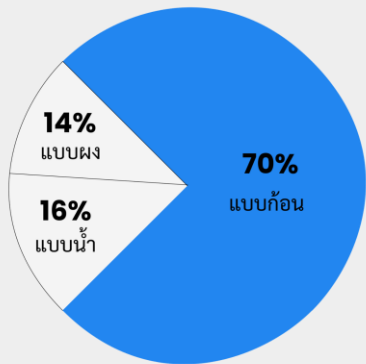
20% ชอบใช้แบบก๊อมนเพราะสามารถทำ ความเข้มข้นและรสชาติได้ตามต้องการ

2

35% ชอบใช้แบบก๊อมนเพราะสนุกกว่า ทำหายกว่าและได้ใช้ฝีมือมากกว่า

Quantitative Survey Results: มุมมองของกลุ่มผู้ประกอบการต่อผลิตภัณฑ์

สำรวจความคิดเห็นกับกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วประเทศ (B2B) จำนวน 100 คน



70% ติดภาพแกงกะหรี่แบบก้อน จึงมักไปซื้อจาก Supermarket ที่โซนเครื่องปรุงหรือของนำเข้าจากต่างประเทศ โดยไม่คิดว่าจะต้องไปหาที่โซนอื่น

ข้อกังวลที่พบบ่อยที่สุดของแกงกะหรี่แบบน้ำสำหรับผู้ประกอบการคือเวลาเก็บอาจจะเลอะเทอะ หรือใช้ไม่หมดแล้วเก็บไม่ได้ กังวลว่าถุงจะแตกง่าย มองดูภายนอกแล้วสีสันทึมน่าซื้อ **ลูกค้าที่ชอบแกงกะหรี่แบบน้ำจึงซื้อแบบน้ำที่ถุงขนาดเล็กและเก็บได้นาน**

มากกว่า 60% ของร้านอาหารทั่วไป (ที่ไม่มีสูตรตายตัว) ไม่ติดยี่ห้อ และพร้อมที่จะทดลองสินค้าใหม่เสมอ มีปัจจัยหลักในการซื้อ คือ ราคา โปรโมชัน และบรรจุภัณฑ์ที่น่าดึงดูดใจ



03

Recommendation

Recommendation



1. ปรับการขาย ณ จุดขาย



2. เปลี่ยนให้คนมาซื้อผลิตภัณฑ์ทางออนไลน์ แทนออฟไลน์ เพราะแบรนด์ไม่มีอำนาจ ณ จุดขาย



3. เพิ่ม Awareness ของแกงกะหรี่ แบบน้ำ



4. ปรับ Packaging ให้มีขนาดเล็กลง ให้เหมาะกับการทำ 1 จาน

Contact Us

Direct Call

Tel: 097-364-6592

Line: @Crowdabout