

Project 4'P

ไอศกรีมสมุนไพรตรา Herb ice cream

จัดทำโดย

3551051041129	นางสาว จิรภา	รักษาเลิศ	เลขที่ 11
3551051041130	นางสาวจิตานุช	ชื่นฉาย	เลขที่ 12
3551051041131	นายวราภรณ์	ปาละวัฒนกุล	เลขที่ 13
3551051041160	นายศุภกร	จันทอง	เลขที่ 31

คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด ปี 2 ห้อง 1

เสนอ

รองศาสตราจารย์สุวิทย์ แย้มเพื่อน

รายงานฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์ และราคา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

ภาคเรียนที่ 2 ปี การศึกษา 2557

วิเคราะห์คู่แข่ง

1. ete'(เอเต้)



เอเต้เป็นส่วนหนึ่งของเครือเจริญโภคภัณฑ์ได้ก่อตั้งขึ้นในปี 2002 โดยมีจุดมุ่งหมายในการผลิตไอศกรีมพรีเมียม ที่ฟาร์มโคนม CPF, นมสดและครีมมาจากฟาร์มโคนมปักษ์ชัยวัชรราชสีมาที่วัวพันธุ์ดีที่นำเข้าจากประเทศออสเตรเลียและสหรัฐอเมริกามีการดูแลสุขอนามัยในเปลือกกับระบบการระเหยของน้ำระบายความร้อนเพื่อให้มีคุณภาพสูงสุดในการให้นมบุตร . นมสดสำหรับการผลิตไอศกรีมจะถูกส่งในหลอดมาแช่เย็นบนเครื่องบินทางอากาศหรือรายชื่อผู้ติดต่อของมนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการรีดนมอัตโนมัติที่ควบคุมเพื่อให้แน่ใจว่าการปนเปื้อนจุลินทรีย์ในระดับต่ำและการควบคุมคุณภาพที่มีรายละเอียด

คอนเซ็ปต์คือต้องการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ จึงเริ่มใช้วัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติ เช่น ช็อกโกแลตก็จะใช้ช็อกโกแลตแท้ วัตถุดิบบางตัวก็นำเข้า นี่ก็ไอศกรีมประเภทนมในช่วงแรกที่เราเน้น แต่หลังจากนั้นพอเปิดมาได้สักปีสองปี เริ่มนำวัตถุดิบในเมืองไทยมาใช้ เช่น ผลไม้ไทย ๆ ที่เราเรียกว่าไอศกรีมซอร์เบ ซึ่งใช้ส่วนประกอบจากผลไม้สด เช่น เสาวรส มะขามหวาน มะพร้าว น้ำหอม เป็นต้น โดยถ้านับรสชาติที่ผ่านมาระทำมากกว่า 100 รสชาติแล้ว แต่รสชาติที่มีฟิชส์ที่ร้านจะอยู่ที่ประมาณ 30-40 รสชาติ และนอกจากไอศกรีมแล้วเรายังมีเครื่องดื่มเพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้าด้วย

Product mix

Brand: ete



Colour: สีจะเปลี่ยนไปตามรสชาติ เช่น รสสตอเบอร์รี่กล่องจะเป็นสีแดง



Design: เน้นความหรูหรา คลาสสิก



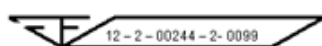
Package:



Style: สไตล์ตัวสินค้าของเอเต้จะเป็นแบบเรียบง่าย และคลาสสิก



Warranty:



ได้รับการประกันจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาและเอเต้จะให้ความสำคัญ
กับขบวนการผลิตและขั้นตอนการตรวจสอบ และการควบคุมคุณภาพสินค้า เพื่อให้ได้ไอศกรีม
ที่มีรสชาติที่อร่อยและนุ่มนวล เข้มข้นถึงรสชาติไอศกรีมนมอย่างแท้จริง และยังผลิตจากนมสด
แท้ 100% จากฟาร์มโคนม CPF ปลอดภัยจากยาแก้อักเสบ โดยวัวทั้งหมดเป็นวัวสายพันธุ์
นำเข้าจากอเมริกาและออสเตรเลีย ส่วนไอศกรีมเป็นสูตรโฮมเมดต้นตำรับเฉพาะที่เราคิดขึ้นเอง
เน้นการผลิตสดใหม่ ทำครั้งละไม่มาก ใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติ ไม่ปรุงแต่งสี กลิ่น รส

Service:



เอเต้จะเน้นเรื่องการพัฒนาคน เรื่องบุคลากรต่าง ๆ เรื่องการบริการ และการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ พนักงานร้านเอเต้ต้องการันตีได้ถึงบริการที่เป็นมาตรฐานสากล โดยไม่เพียงมุ่งเน้นให้บริการที่ประทับใจ แต่จะคำนึงเสมอว่าลูกค้าเป็นประหนึ่งคนสำคัญที่สุดในครอบครัวของเขา ที่ต้องเอาใจใส่ และดูแลด้วยความรัก และมอบความรู้สึกที่สบาย เป็นกันเอง พร้อมความไว้วางใจให้กับลูกค้า โดยได้รับการพัฒนาให้มีความรู้เรื่องไอศกรีมของเอเต้เป็นอย่างดีเยี่ยม และพนักงานทุกคนจะได้รับการฝึกอบรมทุกเดือน ให้เข้าใจและรู้จริงในทุกส่วนงาน

ฝ่ายบัญชี

มีหน้าที่จัดสรรงบประมาณและดูแลรายรับรายจ่ายของบริษัท แล้วจึงนำเสนอให้ผู้บริหาร มีการรับข้อมูลจากฝ่ายขาย

ปัญหาภายใน

1. เอกสารต่าง ๆ มีจำนวนมาก
2. ค้นหาเอกสารได้ยาก เนื่องจากเอกสารมีจำนวนมากและยังจัดเก็บไม่เป็นระบบ
3. เอกสารสูญหายเพราะ เอกสารมีมาก และจัดเก็บไม่เป็นระเบียบ อาจจะทำให้เกิดความเสียหายต่อบริษัทได้
4. การทำงานประมาณการเงินทำได้ยาก เพราะเอกสารมีจำนวนมากและจัดเก็บไม่เป็นระเบียบ

แผนการขาย

มีหน้าที่ในการบริการจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้า โดยแผนขายจะมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าที่มาสั่งซื้อ และข้อมูลการสั่งซื้อ

ปัญหาของแผนการขาย

1. เอกสารมีจำนวนมาก อาทิเช่น เอกสารข้อมูลลูกค้า เอกสารการขาย เป็นต้น
2. ข้อมูลอาจเกิดการซ้ำซ้อน
3. เอกสารอาจเกิดการสูญหายได้
4. ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและเป็นสัดส่วน
5. ทำการแก้ไขข้อมูลได้ยาก เนื่องจากมีเอกสารจำนวนมาก

ฝ่ายบุคคล

มีหน้าที่ในการจัดการดูแล งานด้านการบริหารบุคคลทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการรับพนักงาน การคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน การลงโทษพนักงาน ในองค์กร

ปัญหาภายใน

1. เอกสารมีจำนวนมาก ทำให้ยากต่อการจัดเก็บ
2. การค้นหาเอกสารเป็นไปได้อย่างยาก เนื่องจากไม่มีการจัดเก็บเอกสารอย่างเป็นระบบ

Product line

★ Store Product (สินค้าร้านค้า)

- ไอศกรีม



- เครื่องดื่ม



- อาหาร



- เบเกอรี่



★ Retail Product (สินค้าขายปลีก)

- แบบถัง 4 ลิตร



- ขายปลีกแบบถ้วย 450 กรัม



- ขายปลีกแบบถ้วย 85 กรัม



Price mix

- ราคาปกติ (Basic Price)

- สตูปละ 49 บาท



- ถ้วยละ 50 บาท



- ควอทละ 249 บาท



ราคาส่ง

จะขายส่งให้กับร้านอาหารในโรงแรม และร้านอาหารทั่วไป แต่ส่วนใหญ่จะจำหน่าย
ผ่านทางร้านซีพี เฟรช มาร์เก็ต

- ส่วนลดจำนวน (Quantity Discounts)



เมื่อไอศกรีมครบซื้อ 2 ถ้วยรับฟรีอีก 1 ถ้วย ถูกและคุ้มกว่าซื้อถ้วยเดียว

- การส่งเสริมการขาย (Promotion)



มีการส่งเสริมการขาย โดยลดราคาให้สำหรับนักเรียน/นักศึกษา และรวมกับบริษัทอื่นๆ

- ส่วนลด (Discounts)



ตามช่วงเทศกาลต่างๆจะมีการลดราคาเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย

- ส่วนลดการค้า (Trade Discounts)



ลดทันที 20 % เมื่อซื้อเมนูไอศกรีมและครีเอชั่น

Place mix

- การขนส่ง (Transportation)



1. การจัดส่งในเขตกรุงเทพฯและเขตปริมณฑล ฟรีค่าขนส่งหากสั่งซื้อที่จำนวนเงิน 4000 บาท แต่ถ้าปริมาณการสั่งไอศกรีมน้อยกว่า 4000 บาท เราจะเก็บค่าขนส่งกับทางลูกค้า
2. พื้นที่ภายนอกกรุงเทพฯ หากส่งทางรถคอนเทนเนอร์ภายในระยะ 500 กิโลเมตร เราคิดค่าขนส่งประมาณ 250 บาท / 1 ถัง

การขนส่งทางอากาศ



ทางบริษัทสามารถส่งไอศกรีมได้ทุกที่ ไม่ว่าคุณจะอยู่สถานที่ไกลเพียงใด รวมทั้งเกาะต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งประเทศ กัมพูชา ลาว มาเลเซีย และค่าขนส่งนั้นไม่ได้มีราคาสูงมาก การขนส่งขั้นต่ำจะอยู่ที่ 6 ถัง เราคิดค่าขนส่งประมาณ 200 บาท/ 1 ถัง



การส่งไอศกรีมนั้นทางเราจะบรรจุในกล่องโฟมพร้อมด้วยน้ำแข็งแห้ง ขึ้นอยู่กับขนาดของถ้วยที่บรรจุไอศกรีม โดยปกติจะบรรจุได้ประมาณ 10 ถ้วย ต่อ 1 กล่อง น้ำแข็งแห้งสามารถเก็บรักษาไอศกรีมได้นานถึง 18 ชั่วโมง. ปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำ 4 กล่อง หรือประมาณ 40 ถ้วย

- สินค้าคงคลัง (Inventory)



คลังเก็บสินค้า

แผนกคลังสินค้า

หน้าที่ของแผนกคลังสินค้า

ทำหน้าที่ควบคุมดูแลจัดบันทึกประเภท และจำนวนสินค้า การรับ การเก็บ การจัดการ ตรวจสอบสินค้า หรือวัตถุดิบตามระบบการควบคุมสินค้าที่มีประสิทธิภาพได้มาตรฐาน เพื่อป้องกันสินค้า หรือวัตถุดิบเสียหายก่อนจัดส่งถึงมือลูกค้าหรือผู้ใช้ อาจทำการจัดระบบการจัดการสินค้าคงคลังที่เรียกว่า Vendor Management Inventory (VMI) เพื่อสะดวกในการตรวจสอบสินค้าคงคลัง

- การเก็บรักษา (Storage)



การเก็บรักษาไอศกรีมของบริษัทจะใช้ระบบโรงเรือนปิด ที่ควบคุมอุณหภูมิไว้อย่างเหมาะสม คงที่ ที่อุณหภูมิ 22 – 25 องศาเซลเซียสการรีดนม ควบคุมด้วยระบบอัตโนมัติ เป็นระบบปิดโดยส่งน้ำนมดิบลงถังเก็บ ควบคุมอุณหภูมิที่ 2 องศาเซลเซียส ไอศกรีมควรเก็บไว้ในอุณหภูมิ 20-23 องศาเซลเซียส

- ผู้ค้าส่ง (Wholesalers)



ช่องทางการจำหน่ายในรูปแบบขายส่งให้กับร้านอาหาร และร้านค้าทั่วไปอีก 1,000 แห่ง จากปัจจุบันที่ส่วนใหญ่ยังจำหน่ายผ่านทางร้านซีพี เฟรช มาร์ท เนื่องจากใช้งบลงทุนน้อยราว 10,000 บาทต่อตู้ รวมทั้งพัฒนารสชาติใหม่ๆ ออกสู่ตลาด และรสชาติตามเทศกาลหรือชีชัน เช่น ไอศกรีมรสมะม่วงน้ำปลาหวาน , ไอศกรีมเจ , ไอศกรีมฮาโลวีน เป็นต้น

- ผู้ค้าปลีก (Retailers)



ช่องทางค้าปลีกนั้น ในรูปแบบตู้แช่ก็ยังมีการขยายต่อเนื่องที่วางขายในร้านอาหาร สปา ร้านกาแฟ โรงแรม เป็นต้น ผ่านการแต่งตั้งเอเยนต์ โดยพื้นที่ที่ใช้เอเยนต์เช่น พังงา สมุย ภูเก็ต กระบี่ ส่วนพื้นที่บริษัทดำเนินการเองเช่น พัทยา หัวหิน โดยบริษัทฯยังเปิดรับเอเยนต์ที่สนใจอยู่ตลอด นอกจากนี้ ยังมีวางจำหน่ายที่ บู้ทส์ ท็อปส์ เดอะมอลล์ อีเซตัน ฟู้ดแลนด์ ซีพีเฟรชมาร์ท วิลล่ามาร์เก็ต เป็นต้น

ในรูปของ retail cup ที่มีจำหน่ายใน CP Fresh Mart กว่า 500 สาขาทั่วประเทศ , golden place , villa supermarket , boot , market place , the mall , foodland พร้อมมุ่งมั่นที่จะขยายกิจการอย่างต่อเนื่องในหลาย ๆ ช่องทาง เช่น Delivery บริการจัดส่งไอศกรีมและเบเกอรี่ บริการจัดเลี้ยงต่าง ๆ เป็นต้น โดยในปัจจุบัน ete มีสาขาทั้งสิ้น 9 แห่ง

Promotion mix

- การโฆษณา (Advertising)

ตัวอย่าง การโฆษณาของผลิตภัณฑ์เอเต้



เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณาตามถนนเส้นทางหลัก

- การประชาสัมพันธ์ (Publicity)

ตัวอย่าง การประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์เอเต้



เอเต้ ร่วมจัดงานสมมนาโดยจัดบู๊ทสาธิตการทำไอศกรีม

- การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)

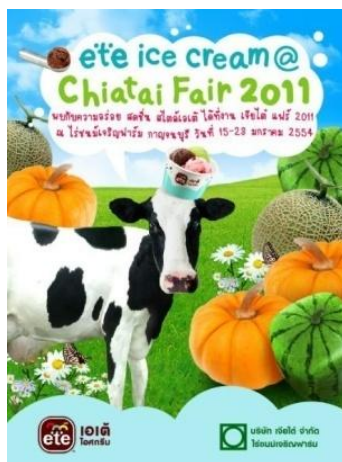
ตัวอย่าง การขายโดยใช้พนักงานขาย ของผลิตภัณฑ์เอเต้



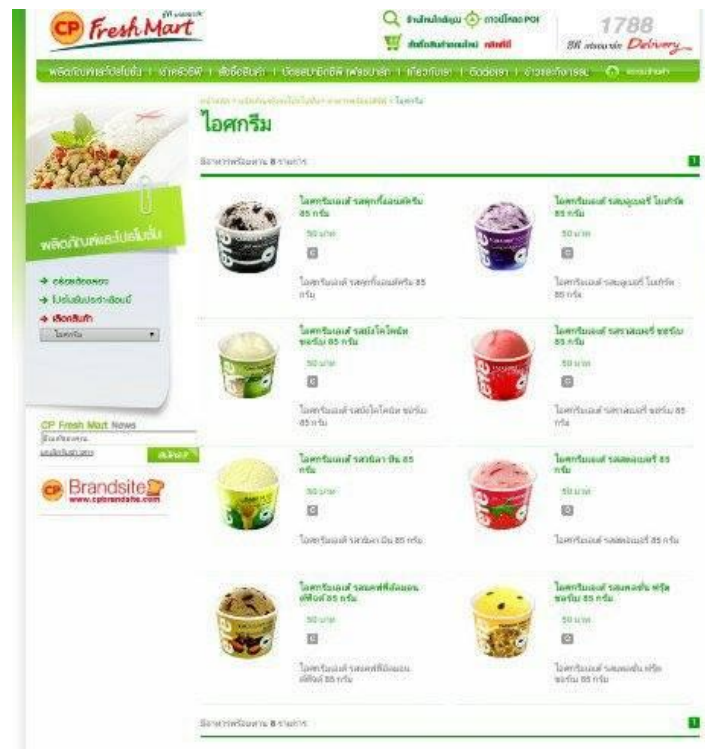
โดยพนักงานขายจะทำหน้าที่เสนอขายสินค้าให้กับลูกค้า ดูแลกลุ่มลูกค้าเก่า และเปิดลูกค้าใหม่

- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

ตัวอย่างการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ไอศกรีม



จะมีการจัดโปรโมชั่นต่างๆเพิ่มเป็นการดึงดูดลูกค้าเพิ่มมากขึ้น



เป็นการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต และทางเว็บไซต์มีสินค้าพร้อมส่งให้กับลูกค้าทันทีเมื่อลูกค้าทำการโอนเงินค่าสินค้าเรียบร้อยแล้ว และจะมีการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าโดยการส่งทางไปรษณีย์ เป็นต้น เว็บไซต์ตัวอย่างเช่น

http://www.cpfreshmartshop.com/th/products/product_list.aspx?sid=217

2. Häagen-Dazs(ฮาเกน-ดาซส์)



ฮาเกน-ดาซส์ (Häagen-Dazs) เป็นตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ไอศกรีมจากสหรัฐอเมริกา เริ่มก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2504 ที่ เดอะบรองซ์ ใน นครนิวยอร์ก รัฐนิวยอร์ก โดยรูเบน แมททัส ชาวอเมริกันที่อพยพมาจากประเทศโปแลนด์ ในปัจจุบัน ร้านฮาเกน-ดาซส์ มีสาขามากกว่า 54 ประเทศทั่วโลก ไอศกรีมของฮาเกน-ดาซส์ มีหลากหลายรสชาติและรูปแบบ ได้แก่ ไอศกรีมรสต่างๆ เช่น กล้วย,มอคค่า,คุกกี้แอนด์ครีม, ช็อกโกแลต, มะม่วง ไอศกรีม ไอศกรีมแท่ง ชอร์เบต และ โยเกิร์ตแช่แข็ง จุดเด่นของไอศกรีมฮาเกน-ดาซส์ที่แตกต่างจากยี่ห้ออื่นคือ ฟองอากาศในเนื้อไอศกรีมที่เกิดจากขบวนการผลิตมีปริมาณน้อยมาก ซึ่งทำให้ได้เนื้อไอศกรีมที่เข้มข้นกว่ายี่ห้ออื่น

การใช้ตัวอักษร ä (เอ-อุมเลาท์) ในชื่อ Häagen-Dazs นั้น เป็นนโยบายทางการตลาดของทางบริษัท เพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากยุโรป ซึ่งในขณะนั้นชาวอเมริกันนิยมสินค้าจากยุโรปมากกว่า โดยทั่วไปแล้วตัวอักษร ä มีใช้เฉพาะใน ภาษาเยอรมัน ภาษาฟินแลนด์ ภาษาสวีเดน และ ภาษาสโลวัก

ในปี พ.ศ. 2526 ฮาเกน-ดาซส์ ถูกขายให้แก่บริษัทฟิลส์เบอรี และในปี พ.ศ. 2543 บริษัทฟิลส์เบอรีได้ถูกรวมเข้ากับบริษัทเจนอรัลมิลส์ หนึ่งปีหลังจากนั้นเมื่อ พ.ศ. 2544 บริษัทเนสท์เล่ได้ซื้อสิทธิการใช้ตราสินค้าฮาเกน-ดาซส์ในสหรัฐอเมริกาและแคนาดาเป็นเวลา 99 ปีโดยเจนอรัลมิลส์ยังคงเป็นเจ้าของตราสินค้าฮาเกน-ดาซส์ และดำเนินการฮาเกน-ดาซส์ในประเทศอื่น

Product mix

Brand : Häagen-Dazs



Colour: จะเป็นโทนสีแดงเข้ม และสีทอง



Design: ความทันสมัย และความหรูหราในระดับ



Package:



Warranty:



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข



ผลิตภัณฑ์ฮาเกน-ดาซส์ได้รับการประกันจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
กระทรวงสาธารณสุข

บริษัทมีกระบวนการผลิตอย่างมีคุณภาพคือฟองอากาศในเนื้อไอศกรีมที่เกิดจาก
กระบวนการผลิตมีปริมาณน้อยมาก ซึ่งทำให้ได้เนื้อไอศกรีมที่เข้มข้นกว่ายี่ห้ออื่น

Style :



Service:



พนักงานได้รับการอบรมจนได้มีความรู้ความสามารถในสินค้าและบริการนั้นและยังรวมไปถึงการคิดค้นและออกแบบผลิตภัณฑ์แบบเต็มรูปแบบเหมือนอย่างการเปิดห้องแล็บทดลองใส่ใจในรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ในสินค้าหรือบริการของเราให้มีความน่าสนใจ พนักงานมีความเอาใจใส่กับลูกค้าทุกคนบวกกับร้านที่ดูน่าเข้าเพราะความหรูหราและความทันสมัยของร้านทำให้เป็นจุดสนใจ

แผนการขาย

มีหน้าที่ในการบริการจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้า โดยแผนการขายจะมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าที่มาสั่งซื้อ และข้อมูลการสั่งซื้อ

ปัญหาของแผนการขาย

1. เอกสารมีจำนวนมาก อาทิเช่น เอกสารข้อมูลลูกค้า เอกสารการขาย เป็นต้น
2. ข้อมูลอาจเกิดการซ้ำซ้อน
3. เอกสารอาจเกิดการสูญหายได้
4. ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและเป็นสัดส่วน
5. ทำการแก้ไขข้อมูลได้ยาก เนื่องจากมีเอกสารจำนวนมาก

Product line

store Product (สินค้าร้านค้า)



ไอศกรีม



เบเกอรี่



เครื่องดื่ม

Retail Product(สินค้าขายปลีก)

แบบถัง 5 ลิตร



ขายปลีกแบบถ้วย 106 กรัม



ขายปลีกแบบ 473 กรัม



Price mix

ราคาปกติ

สตูปละ 180 บาท



ถ้วยละ 149 บาท



ควอทละ 329 บาท



แท่งละ 239 บาท



ราคาส่ง

ส่วนใหญ่จะขายผ่านทางร้านที่ ฮาเกน ดาซส์ เองและจัดส่งให้กับทางสายการบิน

japan airline

- ส่วนลดจำนวน (Quantity Discounts)



ซื้อไอศกรีม 2 แท่งลดพิเศษเหลือ 199 บาท จาก 238 บาท

- การส่งเสริมการขาย (Promotion)



มีการส่งเสริมการขาย โดยจัดทริปบินไปฝรั่งเศสภายใต้ชื่อกิจกรรม “Destination me time in

France with Häagen-Dazs”

- ส่วนลด (Discounts)



ตามช่วงเทศกาลต่างๆจะมีการลดราคาเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย

- ส่วนลดการค้า (Trade Discounts)



ลดทันที 15 % เมื่อซื้อเมนูไอศกรีมและครีเอชั่น

Place mix

- การขนส่ง (Transportation)

การขนส่งและส่งออก



ขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์ทางรถยนต์

- การเก็บรักษา (Storage)



ฮาเกน-ดาสที่มาจากธรรมชาติ 100% จะรักษาอุณหภูมิที่ -26 C ตลอดเวลาตั้งแต่อเมริกา
มาถึงเมืองไทย รวมถึงคุณสมบัติที่ไม่มีช่องอากาศในเนื้อไอศกรีมทำให้น้ำหนักคงที่ตลอดและ
ไอศกรีมควรเก็บไว้ในอุณหภูมิ 20-23 องศาเซลเซียส

สินค้าคงคลัง (Inventory)

คลังเก็บสินค้า



แผนกคลังสินค้า

หน้าที่ของแผนกคลังสินค้า

ทำหน้าที่ควบคุมดูแลฉบับที่ประเภท และจำนวนสินค้า การรับ การเก็บ การจัดการ ตรวจสอบสินค้า หรือวัตถุดิบตามระบบการควบคุมสินค้าที่มีประสิทธิภาพได้มาตรฐาน เพื่อป้องกันสินค้า หรือวัตถุดิบเสียหายก่อนจัดส่งถึงมือลูกค้าหรือผู้ใช้ อาจทำการจัดระบบการจัดการสินค้าคงคลังที่เรียกว่า Vendor Management Inventory (VMI) เพื่อสะดวกในการตรวจสอบสินค้าคงคลัง

ผู้ค้าส่ง (Wholesalers)



ทางบริษัทมีการค้าส่งให้กับสายการบิน JAPAN AIRLINE และส่งให้กับโรงแรมต่างๆ

ผู้ค้าปลีก (Retailers)



ร้านค้าปลีกตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำเป็นผู้จัดจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค

Promotion mix

- การโฆษณา (Advertising)

ตัวอย่าง การโฆษณาของผลิตภัณฑ์ฮาเกนดาสส์



เป็นสื่อโทรทัศน์ จะใช้ฟรีเซนต์เตอร์ที่เป็นวัยกลางคนและกำลังเป็นที่นิยม

- การประชาสัมพันธ์ (Publicity)

ตัวอย่าง การประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ไอศกรีม



ฮาเก้น-ดาสได้จัดกิจกรรม ‘Haagen-Dazs Caramel Master Class’

- การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)

ตัวอย่าง การขายโดยใช้พนักงานขาย ของผลิตภัณฑ์ไอศกรีม



โดยพนักงานขายจะทำหน้าที่เสนอขายสินค้าให้กับลูกค้า ดูแลกลุ่มลูกค้าเก่า และเปิดลูกค้าใหม่

- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

ตัวอย่างการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ไอศกรีม



จะมีการจัด โปร โมชันต่างๆเพิ่มเป็นการดึงดูดลูกค้าเพิ่มมากขึ้น มีการจัดแคมเปญโปร โมชัน

พิเศษสุด “Destination Me-Time in France”

ตลาดทางตรง (Direct Marketing)



เป็นการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ : 0-2696-1000 และ 0-2696-1032 สินค้าพร้อมส่งให้ลูกค้าทันที
และชำระเงินเมื่อบริการนั้นไปถึงและยังมีบริการทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งนั่นก็คือทางเฟสบุ๊ค :
<https://www.facebook.com/HaagenDazsThai>

วิเคราะห์คู่แข่ง

3. SWENSENS



ความเป็นมาของ Swensen's เริ่มต้นจากการชอบในไอศกรีมของกลาสีเรือชาวอเมริกัน Mr.Earle Swensen's เมื่อเขาพบเครื่องทำไอศกรีมขนาดใหญ่ในเรือ ที่เขาประจำการในปี ค.ศ. 1942 จึงใช้เวลาว่างคิดค้นไอศกรีมรสต่างๆ แจกจ่ายเพื่อนฝูงจนกระทั่งปลดประจำการแล้วเขาได้เปิดร้าน "Swensen's Ice Cream" ณ มุมถนนยูเนียนและไฮต์ในเมืองซานฟรานซิสโก มลรัฐแคลิฟอร์เนียในปี ค.ศ.1948 ในระยะแรกของการเปิดร้านเขามักแจกตัวอย่างไอศกรีมให้ลูกค้าได้ลองชิมและแสดง ความคิดเห็นเพราะเชื่อว่าคนที่ชอบรับประทานไอศกรีม Swensen's ของเขาควรมีส่วนในการทำไอศกรีมนั่นเอง ด้วยความพิถีพิถันในการเลือกส่วนผสมชั้นเยี่ยมและบริการอย่างเป็นกันเองจนเป็นที่ประทับใจของลูกค้าทำให้ร้านไอศกรีมตามแบบฉบับดั้งเดิมเล็ก แห่งนี้กลายเป็นกิจการที่ประสบความสำเร็จอย่างสูง ต่อมาในปี ค.ศ.1963 บริษัทได้ขยายกิจการออกไปในรูปแบบเฟรนไชส์ โดยในปี ค.ศ.1983 สตีฟส์ ไอศกรีม ได้รับช่วงดำเนินการต่อโดยสืบทอดคุณภาพ กรรมวิธีการผลิตและรสชาติตามแบบดั้งเดิม ขยายเครือข่ายจนปัจจุบันมีเครือข่ายร้านอยู่ทั่วโลก ในปี ค.ศ.1986 The Minor Group ได้ซื้อลิขสิทธิ์กิจการไอศกรีมสเวนเซนส์มาดำเนินการในประเทศไทยโดยเปิดที่ เซ็นทรัล พลาซ่าลาดพร้าวเป็นสาขาแรก ในไม่ช้าสเวนเซนส์ก็กลายเป็นร้านไอศกรีมที่อยู่ในความนิยมของชาวไทยอย่างรวดเร็วจนมาถึงวันนี้ได้เปิดสาขาในหลายจังหวัดทั่วประเทศไทย โดยยึดคุณภาพมาตรฐานเดียวกันกับต้นตำรับอเมริกัน ด้วยส่วนผสมที่คัดสรรจากความสดใหม่ คุณภาพเยี่ยม และไขมันเนย 14% ให้ความเข้มข้น หวานมัน พร้อมคุณค่าทางโภชนาการ นอกจากนี้ยังมีไอศกรีมสูตรพิเศษตามฤดูกาล อาทิ ไอศกรีมมะม่วง ให้เลือกอีกด้วย

ปัจจุบัน Swensen's ได้ขยายสาขาไปทั่วทุกมุมโลก เฉพาะในเมืองไทย มีสาขามากกว่า 240 สาขาทั่วประเทศ และยืนยันว่าจะสร้างสรรค์เมนูไอศกรีมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อสานฝันของ Earle Swensen ต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง

Product mix

Brand: swensen's



Colour: ถั่ง
แดง



ไอศกรีมจะเป็นรสไหนก็ตาม แต่กล่องก็จะคงเป็นสี

Design: เน้นความสวยงามและสีสันสดใส



Package:



Warranty:



โดยยึดคุณภาพมาตรฐานเดียวกันกับต้นตำรับอเมริกัน ด้วยส่วนผสมที่คัดสรรจาก
ความสดใหม่ คุณภาพเยี่ยม และไขมันเนย 14% ให้ความเข้มข้น หวานมัน พร้อมคุณค่าทาง
โภชนาการ

Swensen's ดำเนินธุรกิจมากกว่า **21** ปีและกลายมาเป็นผู้ให้บริการไอศกรีม
ระดับพรีเมียมรายใหญ่ที่สุดในประเทศ กว่า **100** สาขาทั่วประเทศ **Swensen's** ถือครองส่วนแบ่ง
ในส่วนตลาดไอศกรีมประเภทพรีเมียมกว่า **80%** พันธสัญญาที่แบรนด์ **Swensen's** มุ่งส่งมอบสู่
ผู้บริโภคจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ เรื่องของคุณภาพ (**Quality**) ปริมาณที่เหมาะสม
(**Quantity**) และความคุ้มค่า (**Value for Money**) เพื่อต่อเติมภาพของประสบการณ์ไอศกรีมได้
อย่างสมบูรณ์แบบ (**The Ultimate Ice Cream Experience**) ได้รับมาตรฐานของ **GMP (Good
Manufacturing Practice)** และมีเครื่องหมาย อย. เพื่อบ่งบอกว่าสินค้า มีมาตรฐาน

Service:

พนักงานร้านสเวนเซ่นส์จะเน้นการบริการที่มีคุณภาพเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นพนักงานต้อนรับหน้าร้าน พนักงานรับออเดอร์ พนักงานเสิร์ฟ และพนักงานทำออเดอร์ และร้านสเวนเซ่นส์ยังเน้นการบริการอย่างรวดเร็ว เพื่อไม่ให้ลูกค้ารอนานอีกด้วย

การบริการโดยพนักงาน หรือ บุคคล

- พนักงานมีความรวดเร็วในการบริการ
- พนักงานมีจำนวนมากพอที่จะบริการให้กับลูกค้า
- พนักงานทุกคนได้ผ่านการฝึกอบรมก่อนที่จะบริการลูกค้าทุกคน

การบริการโดยจัดส่งสินค้า

- พนักงานส่งสินค้าตรงต่อเวลา
- พนักงานส่งสินค้าแต่งกายเรียบร้อย สะอาด
- พนักงานส่งสินค้าชำนาญเส้นทาง เพื่อที่จะส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าให้เร็วที่สุด

ปัญหาที่ได้พบในการบริการ

- สินค้าหมดเร็ว จึงทำให้ลูกค้าไม่พอใจรสชาติไอศกรีมรสอื่นๆ
- เนื่องจากปัจจุบัน **ร้านสเวนเซ่นส์** ได้รับความนิยมมาก ถึงจะมีสาขาที่มากขึ้น แต่ก็ยังไม่พอกับความต้องการของลูกค้า จึงโดนตำหนิว่า “รอนาน” เป็นส่วนใหญ่

Style:



Photo by Laser / Nikon Coolpix AW100

SWENSEN'S

หลากหลายรสชาติอร่อยขึ้นใจ
กับสปีคตีผสมไม้ ต้อนรับเทศกาลกินเจ

69.-

แอปเปิ้ลแครนเบอร์รี่ สปีคตี
Apple Cranberry Smoothie

สตรอเบอร์รี่ สปีคตี
Strawberry Smoothie

มะม่วง สปีคตี
Mango Smoothie

100%

© 2017 Swensen's Thailand Co., Ltd.

<p>ไอศกรีมรสแอปเปิ้ลแครนเบอร์รี่ ชานมเขียว</p>	<p>ไอศกรีมรสผลไม้รสเปรี้ยวเปรี้ยวซ่า สปีคตี</p>	<p>4 ปอนด์ ไอศกรีมรสช็อคโกแลต ช็อคโกแลตฟรุต แอปเปิ้ลแครนเบอร์รี่ ช็อคโกแลตฟรุต</p>
<p>ไอศกรีมรสผลไม้รสเปรี้ยวเปรี้ยวซ่า สปีคตี</p>	<p>ไอศกรีมรสผลไม้รสเปรี้ยวเปรี้ยวซ่า สปีคตี</p>	<p>4 ปอนด์ ไอศกรีมรสผลไม้รสเปรี้ยวเปรี้ยวซ่า สปีคตี</p>
<p>ไอศกรีมรสช็อคโกแลต ช็อคโกแลตฟรุต</p>	<p>ไอศกรีมรสผลไม้รสเปรี้ยวเปรี้ยวซ่า สปีคตี</p>	<p>ไอศกรีมรสผลไม้รสเปรี้ยวเปรี้ยวซ่า สปีคตี</p>

Product line

★ Store Product (สินค้าร้านค้า)

- ไอศกรีม



- เค้ก



- เครื่องดื่ม



★ Retail Product (สินค้าขายปลีก)

- ไอศกรีมท็อปปิ้ง



- ไอศกรีมควอท 450กรัม



- ไอศกรีมสตูป



Price mix

ราคาปกติ

- สตูปละ 50บาท



- ควอทละ 199 บาท



- ไอศกรีมท็อปปิ้ง เริ่มต้นที่ 49 บาทขึ้นไป



ส่วนลดจำนวน (Quantity Discounts)

ปกติราคา 330 บาท ถ้าซื้อ 2 ควอต จะเหลือเพียง 239 บาท



การส่งเสริมการขาย (Promotion)

แลกซื้อกระป๋องเก็บความเย็นในราคา 79 บาท เมื่อซื้อ 2 ควอต



ส่วนลด (Discounts)

เป็นการลดราคาในแต่ละเดือน เพื่อกระตุ้นความต้องการของลูกค้าและยอดขาย



ส่วนลดการค้า (Trade Discounts)

ราคา 329 บาท



ราคา 199 บาท



เป็นการเปรียบเทียบไอศกรีมทั้ง 2 ยี่ห้อ สังเกตได้ว่า **Swensen's** ถูกกว่าอีกยี่ห้อเยอะ
มาก **Swensen's** จึงมีลูกค้ามากกว่าอีกยี่ห้ออย่างชัดเจน

การขนส่ง Transportation



การขนส่งโดยรถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์

ในการขนส่งของไอศกรีมสเวนเซนส์ จะเป็นการขนส่งไอศกรีมไปยังสาขาต่างๆ
โดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ในการบรรทุก เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกที่สุด ไอศกรีมสเวน
เซนส์จึงเลือกการขนส่งนี้ และตู้คอนเทนเนอร์เป็นตู้ประเภทแช่แข็ง เพราะไอศกรีมจะต้องรักษา
ระดับความเย็นของมันไว้



การเก็บรักษา Storage

ตู้เก็บรักษาระดับความเย็นของไอศกรีมและเค้กไอศกรีม



ตู้เก็บรักษาระดับความเย็นของไอศกรีม

สินค้าคงคลัง Inventory



คลัง

เก็บ

ไอศกรีม

เป็นสถานที่ที่ใช้ในการจัดเก็บสำรองวัตถุดิบ และสินค้า ไว้ใช้ในการดำเนินงานอย่าง
เหมาะสมโดยหน้าที่หลักของคลังสินค้าจะทำหน้าที่ในการจัดเก็บรักษาวัตถุดิบ สินค้าสำเร็จรูป
ทั้งเพื่อรอนำเข้าสู่กระบวนการผลิต และรอการจัดจำหน่ายไปยังตลาด ซึ่งในบางครั้งอาจต้องใช้
เวลา ผลิตเสร็จอาจไม่มีคำสั่งซื้อหรือมีคำสั่งซื้อเป็นจำนวนไม่เหมาะสม อาจทำให้ต้องมีการ
เก็บรักษาไว้ระยะเวลาหนึ่งเพื่อรอการจัดจำหน่ายต่อไป

ผู้ค้าส่ง (Wholesalers)



ทางสเวนเซนส์จะมีการค้าส่งไอศกรีมประเภทควอทให้กับ pizza company ที่เดียว

Promotion mix

การประชาสัมพันธ์



“สเวน
ช่วย



เซนต์

ผู้ประสพภัยช่วงวิกฤตอุทกภัย โดยให้สามารถนำขวดเปล่ามาเติมน้ำดื่มฟรีที่สเวนเซนต์ทุกสาขา”

การโฆษณา

ทาง Swensen's จะมีการประชาสัมพันธ์หลักคือ



- การโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นที่ได้รับความนิยมและทำให้ Swensen's เป็นที่รู้จักทั่วประเทศ





- การโฆษณาในรูปแบบป้ายโฆษณา ซึ่งพบเห็นได้ที่ถนนสายหลัก ป้ายโฆษณาเหล่านี้จะตั้ง ณ จุดที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ง่าย มักจะตั้งป้ายโฆษณาที่โล่งแจ้ง

การส่งเสริมการขาย

กิจกรรมทางการตลาด เพื่อมอบสิทธิให้กับลูกค้าที่ชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ตั้งแต่ 300 บาท ขึ้นไป ด้วยการมอบแพ็คเกจทัวร์ประเทศอังกฤษทั้งครอบครัว โดย ลูกค้าจะได้รับคูปองลุ้น

รางวัลดังกล่าว พร้อมรับคูปองแทนเงินสด มูลค่า 30 บาท ตั้งแต่วันนี้ถึง 16 เมษายน 2555 คาดว่าจะมียอดขายเพิ่มขึ้นจากปกติ ไม่ต่ำกว่า 10%



การส่งเสริมการขายโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย

ในการจัดจำหน่าย นอกจากจะจำหน่ายที่ร้าน Swensen's แล้ว ไอศกรีม Swensen's ยังมีตัวแทนจำหน่าย ซึ่งตัวแทนจำหน่ายนั้นคือ pizza company ซึ่งเพิ่มความสะดวกสบายในการเลือกซื้อของลูกค้า แต่ที่ pizza company จะมีแต่ไอศกรีมที่เป็น “ควอท” และยังมีบริการ delivery ส่งถึงบ้านลูกค้าอีกด้วย แต่โทร 1112



ตลาดทางตรง (Direct Marketing)



เป็นการเลือกซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต และทางเว็บไซต์มีสินค้าพร้อมส่งให้กับลูกค้าทันทีเมื่อลูกค้าทำการโอนเงินค่าสินค้าเรียบร้อยแล้ว และจะมีการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าโดยทางไปรษณีย์ เป็นต้น เว็บไซต์ตัวอย่างเช่น

<http://www.swensens1112.com/swensens/>

ตราสินค้า 4'P	ผลิตภัณฑ์ของเรา	เอเต้ 	ฮาเกน-ดาซส์ 	SwenSen'S 
1.ผลิตภัณฑ์ (Product) - Brand - Colour - Design - Package - Style - Warranty - Service - Product line	<p><u>Brand</u></p> <p>Herb icecream เป็นไอศกรีมที่ไม่ได้เน้นที่ความอร่อยอย่างเดียวแต่ยังเน้นที่คุณภาพประโยชน์ที่จะได้รับจากสมุนไพรอีกด้วย</p> <p><u>Colour:</u></p> <p>สีจะมีการเปลี่ยนไปตามรสชาติต่างๆ เช่น รสอัญชัน จะเป็นสีม่วง</p> <p><u>Design</u></p> <p>เน้นคุณภาพประโยชน์ที่ได้รับ</p> <p><u>Package</u> มี</p> <p>หลากหลายรูปแบบและหลายขนาดให้ผู้บริโภคได้เลือกสรรมากมาย</p>	<p><u>Brand</u> เอเต้เป็นแบรนด์ไอศกรีมที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค</p> <p><u>Colour:</u> สีจะเปลี่ยนไปตามรสชาติ เช่น รสสตอเบอรี่กล่องจะเป็นสีแดง</p> <p><u>Design:</u> เน้นความหรูหรา คลาสสิก</p> <p><u>Package</u> รูปแบบมีหลากหลายรูปแบบและหลายขนาด</p> <p><u>Style:</u> สไตส์ตัวสินค้าของเอเต้จะเป็นแบบเรียบง่ายและคลาสสิก</p>	<p><u>Brand</u> ฮาเกน-ดาซส์เป็นแบรนด์ไอศกรีมที่ขึ้นชื่อในเรื่องของคุณภาพระดับพรีเมียม</p> <p><u>Colour:</u> จะเป็นโทนสีแดงเข้ม และสีทอง</p> <p><u>Design:</u> เน้นความทันสมัย และความหรูหรา มีระดับ</p> <p><u>Package</u> มีหลากหลายรูปแบบและหลายขนาดให้ผู้บริโภคได้เลือกสรรมากมาย</p> <p><u>Style:</u> สไตส์ตัวสินค้าของฮาเกนดาซส์จะเป็นแบบหรูหราและคลาสสิก</p>	<p><u>Brand</u> สเวนเซนส์เป็นแบรนด์ไอศกรีมที่เป็นที่นิยมของผู้คนเป็นจำนวนมาก</p> <p><u>Colour:</u> ถึงไอศกรีมจะเป็นรสไหนก็ตาม แต่กล่องก็จะเป็นสีแดง</p> <p><u>Design:</u> เน้นความสวยงามและสีล้นสดใส</p> <p><u>Package</u> มีหลากหลายรูปแบบและหลายขนาดให้เหมาะสมโอกาสและสถานที่</p>

	<p><u>Style:</u>สไตล์ตัว สินค้า Herb icecreamจะเป็นเน้น เกี่ยวกับ คุณสมบัติที่จะ ได้รับ</p> <p><u>Warranty</u></p> <p>Herb icecream ได้รับความ การประกันจาก สำนักงาน คณะกรรมการ อาหารและยา</p> <p><u>Service:</u></p> <p>จะเน้นการบริการที่ มีคุณภาพเป็นหลัก และต้องคำนึงเสมอ ว่าลูกค้าเป็นเหมือน คนสำคัญที่สุดใน ครอบครัว</p>	<p><u>Warranty</u></p> <p>ได้รับการประกัน จากสำนักงาน คณะกรรมการ อาหารและยา</p> <p><u>Service:</u></p> <p>มุ่งเน้นให้บริการที่ ประทับใจ และจะ คำนึงเสมอว่าลูกค้า เป็นประหนึ่งคน สำคัญที่สุดใน ครอบครัว</p> <p><u>Product line</u></p> <p>สินค้าร้านค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ไอศกรีม -อาหาร - เครื่องดื่ม - เบเกอรี่ <p>สินค้าขายปลีก</p> <ul style="list-style-type: none"> -แบบถัง 4 ลิตร - ขายปลีกแบบถ้วย 450 กรัม - ขายปลีกแบบถ้วย 85 กรัม 	<p><u>Warranty:</u></p> <p>ผลิตภัณฑ์ฮาเกน- ดาซส์ได้รับการ ประกันจาก สำนักงาน คณะกรรมการ อาหารและยา</p> <p>กระทรวง สาธารณสุข</p> <p><u>Service:</u> พนักงาน ได้รับการอบรมจน ได้มีความรู้ ความสามารถใน สินค้าและบริการ นั้น ในสินค้าหรือ บริการของเราให้มี ความน่าสนใจ พนักงานมีความเอา ใจใส่กับลูกค้าทุกคน</p>	<p><u>Style:</u> สไตล์ตัว สินค้าของสเวน เช่นส์จะเป็นแบบ มีความสวยงาม และมีสีสันน่ารัก ประทาน</p> <p><u>Warranty</u></p> <p>ได้รับมาตรฐาน ของ GMP (Good Manufacturing Practice) และมี เครื่องหมาย อย. เพื่อบ่งบอกว่า สินค้า มีมาตรฐาน</p> <p><u>Service:</u></p> <p>จะเน้นการบริการ ที่มีคุณภาพเป็น หลัก และร้านส เวนเช่นส์ยังเน้น การบริการอย่าง รวดเร็ว เพื่อให้ ลูกค้ารอานอีก ด้วย</p>
--	---	---	---	--

	<u>Product line</u> สินค้าร้านค้า - ไอศกรีม - เครื่องดื่ม - เบเกอรี่ สินค้าขายปลีก -แบบถัง 4 ลิตร - ขายปลีกแบบถ้วย 450 กรัม - ขายปลีกแบบถ้วย 85 กรัม		<u>Product line</u> สินค้าร้านค้า - ไอศกรีม - เบเกอรี่ - เครื่องดื่ม สินค้าขายปลีก -แบบถัง 5 ลิตร - ขายปลีกแบบถ้วย 106 กรัม -ขายปลีกแบบ 473 กรัม	<u>Product line</u> สินค้าร้านค้า - ไอศกรีม - เค้ก - เครื่องดื่ม สินค้าขายปลีก - ไอศกรีมท็อปปิ้ง - ไอศกรีมควอท 450กรัม - ไอศกรีมสตูป
2. สถานที่ (Place) -Transportation - Storage - Inventory - Wholesalers - Retailers	<u>การขนส่ง</u> (Transportation) ขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์ทางรถยนต์ <u>การเก็บรักษา</u> Storage Herb icecream จะเก็บรักษาสินค้าโดยใช้ตู้เก็บรักษาระดับความเย็นของไอศกรีม	<u>การขนส่ง</u> (Transportation) มีการขนส่งโดยการ ใช้ตู้คอนเทนเนอร์และเครื่องบิน <u>การเก็บรักษา</u> (Storage) การเก็บรักษา ไอศกรีมของบริษัทจะใช้ระบบโรงเรือน	<u>การขนส่ง</u> (Transportation) ขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์ทางรถยนต์ <u>การเก็บรักษา</u> (Storage) ฮาเกน-ดาสที่มาจากธรรมชาติ 100%จะรักษาอุณหภูมิที่ -26 C ตลอดเวลาตั้งแต่	<u>การขนส่ง</u> (Transportation) ในการขนส่งของ ไอศกรีมสเวน เซนส์ จะเป็นการขนส่งไอศกรีมไปยังสาขาต่างๆ โดยใช้ตู้คอนเทนเนอร์ในการบรรจุทุก

	<p><u>สินค้าคงคลัง</u> <u>(Inventory)</u></p> <p>Herb icecream จะมี คลังสินค้าเพื่อเก็บ รักษาไอศกรีมเพื่อ กระจายสินค้าไปยัง สถานที่ต่างๆ</p> <p><u>ผู้ค้าส่ง</u> <u>(Wholesalers)</u></p> <p>ขายส่งให้กับ ร้านอาหาร และ ร้านค้าทั่วไปอีก</p> <p><u>ผู้ค้าปลีก</u> <u>(Retailers)</u></p> <p>ร้านค้าปลีกตาม ห้างสรรพสินค้าชั้น นำ ร้านอาหาร สปา ร้านกาแฟ โรงแรม เป็นต้น</p>	<p>ปิด ที่ควบคุม อุณหภูมิไว้อย่าง เหมาะสม คงที่ ที่ อุณหภูมิ 22 – 25 องศาเซลเซียส</p> <p><u>สินค้าคงคลัง</u> <u>(Inventory)</u></p> <p>มีการเก็บสินค้าไว้ ในคลังสินค้าเพื่อ เป็นสต็อกสินค้า</p> <p><u>ผู้ค้าส่ง</u> <u>(Wholesalers)</u></p> <p>ขายส่งให้กับ ร้านอาหาร และ ร้านค้าทั่วไปอีก 1,000 แห่ง จาก ปัจจุบันที่ส่วนใหญ่ ยังจำหน่ายผ่านทาง ร้านซีพี เฟรช มาร์เก็ต</p>	<p>อเมริกามาถึง เมืองไทย</p> <p><u>สินค้าคงคลัง</u> <u>(Inventory)</u></p> <p>ฮาเกน-ดาสต์จะมี คลังสินค้าเพื่อเก็บ รักษาไอศกรีมเพื่อ กระจายสินค้าไปยัง สถานที่ต่างๆ</p> <p><u>ผู้ค้าส่ง</u> <u>(Wholesalers)</u></p> <p>ทางบริษัทมีการค้า ส่งให้กับสายการบิน JAPAN AIRLINE และส่งให้กับ โรงแรมต่างๆ</p> <p><u>ผู้ค้าปลีก</u> <u>(Retailers)</u></p> <p>ร้านค้าปลีกตาม ห้างสรรพสินค้าชั้น นำเป็นผู้จัดจำหน่าย ให้แก่ผู้บริโภค</p>	<p><u>การเก็บรักษา</u> <u>Storage</u></p> <p>สเวนเซนส์จะเก็บ รักษาสินค้าโดยใช้ ตู้เก็บรักษาระดับ ความเย็นของ ไอศกรีมและเค้ก ไอศกรีม</p> <p><u>สินค้าคงคลัง</u> <u>(Inventory)</u></p> <p>สเวนเซนส์จะมี คลังสินค้าใช้ใน การจัดเก็บสำรอง วัตถุดิบ และ สินค้า ไว้ใช้ในการ ดำเนินงานอย่าง เหมาะสม</p>
--	--	---	---	---

		<u>ผู้ค้าปลีก</u> (Retailers) ช่องทางค้าปลีกนั้น ในรูปแบบตู้แช่ก็ยัง มีขายต่อเนื่องที่ วางขายใน ร้านอาหาร สปา ร้านกาแฟ โรงแรม เป็นต้น		<u>ผู้ค้าส่ง</u> (Wholesalers) ทางสเวนเซ่นส์จะ มีการค้าส่ง ไอศกรีมประเภทค วอทให้กับ pizza company ที่เดียว
3.ราคา(Price) - Basic Price - Quantity Discounts - Promotion - Discounts - Trade Discounts	<u>ราคาปกติ</u> สตูปละ 39 บาท / ควอทละ 169 บาท / ถ้วยละ/40 <u>ส่วนลดจำนวน</u> (Quantity Discounts) ซื้อ ไอศกรีม 2 ควอ ทลดพิเศษเหลือ 199 บาท จาก 338 บาท <u>การส่งเสริมการขาย</u> (Promotion) มีการส่งเสริมการ	<u>ราคาปกติ</u> สตูปละ 49 / ถ้วยละ 50 บาท/ ควอทละ 249 บาท <u>ส่วนลดจำนวน</u> (Quantity Discounts) เมื่อ ไอศกรีมครบซื้อ 2 ถ้วยรับฟรีอีก 1 ถ้วย ถูกและคุ้มกว่า ซื้อถ้วยเดียว	<u>ราคาปกติ</u> สตูปละ180 บาท/ ถ้วยละ 149 บาท/ ควอทละ 329 บาท/ แท่งละ 239 บาท <u>ส่วนลดจำนวน</u> (Quantity Discounts) ซื้อ ไอศกรีม 2 แท่ง ลดพิเศษเหลือ 199 บาท จาก 238 บาท	<u>ราคาปกติ</u> สตูปละ 50บาท / ควอทละ 199 บาท/ ไอศกรีมที่ อบปิ้ง เริ่มต้นที่ 49 บาทขึ้นไป <u>ส่วนลดจำนวน</u> (Quantity Discounts) ปกติราคา 330 บาท ถ้าซื้อ 2 ควอท จะเหลือ เพียง 239 บาท

	<p>ขาย โดยลดราคาให้ สำหรับนักเรียน/ นักศึกษา และรวม กับบริษัทอื่นๆ</p> <p>มีการแลกซื้อของ สัมมนาคุณเมื่อซื้อ ไอศกรีมครบ 500 บาทขึ้นไป</p> <p><u>ส่วนลด (Discounts)</u></p> <p>เป็นการลดราคาใน แต่ละเดือนและตาม ช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อกระตุ้นความ ต้องการของลูกค้า และยอดขาย</p> <p><u>ส่วนลดการค้า(Trade Discounts)</u></p> <p>ลดทันที 15 % เมื่อ ซื้อเมนูไอศกรีม และครีเอชั่น_Herb icecream</p>	<p><u>การส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>มีการส่งเสริมการ ขาย โดยลดราคาให้ สำหรับนักเรียน/ นักศึกษา และรวม กับบริษัทอื่นๆ</p> <p><u>ส่วนลด(Discounts)</u></p> <p>ตามช่วงเทศกาล ต่างๆจะมีการลด ราคาเพื่อเป็นการ กระตุ้นยอดขาย</p> <p><u>ส่วนลดการค้า</u> <u>(Trade Discounts)</u></p> <p>ลดทันที 20 % เมื่อ ซื้อเมนูไอศกรีม และครีเอชั่น</p>	<p><u>การส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>มีการส่งเสริมการ ขาย โดยจัดทริปบิน ไปฝรั่งเศสภายใต้ชื่อ กิจกรรม “Destination me time in France with H?agen-Dazs”</p> <p><u>ส่วนลด (Discounts)</u></p> <p>ตามช่วงเทศกาล ต่างๆจะมีการลด ราคาเพื่อเป็นการ กระตุ้นยอดขาย</p> <p><u>ส่วนลดการค้า(Trade Discounts)</u></p> <p>ลดทันที 15 % เมื่อ ซื้อเมนูไอศกรีม และครีเอชั่น</p>	<p><u>การส่งเสริมการ ขาย (Promotion)</u></p> <p>แลกซื้อกระเป๋ เก็บความเย็นใน ราคา 79 บาท เมื่อซื้อ 2 ควอท</p> <p><u>ส่วนลด</u> <u>(Discounts)</u></p> <p>เป็นการลดราคา ในแต่ละเดือน เพื่อกระตุ้นความ ต้องการของลูกค้า และยอดขาย</p> <p><u>ส่วนลดการค้า</u> <u>(Trade Discounts)</u></p> <p>เป็นการ เปรียบเทียบ ไอศกรีมทั้ง 2 ยี่ห้อ สังเกตได้ว่า Swensen’s ถูก กว่าอีกยี่ห้อเยอะ มาก</p>
--	---	---	---	--

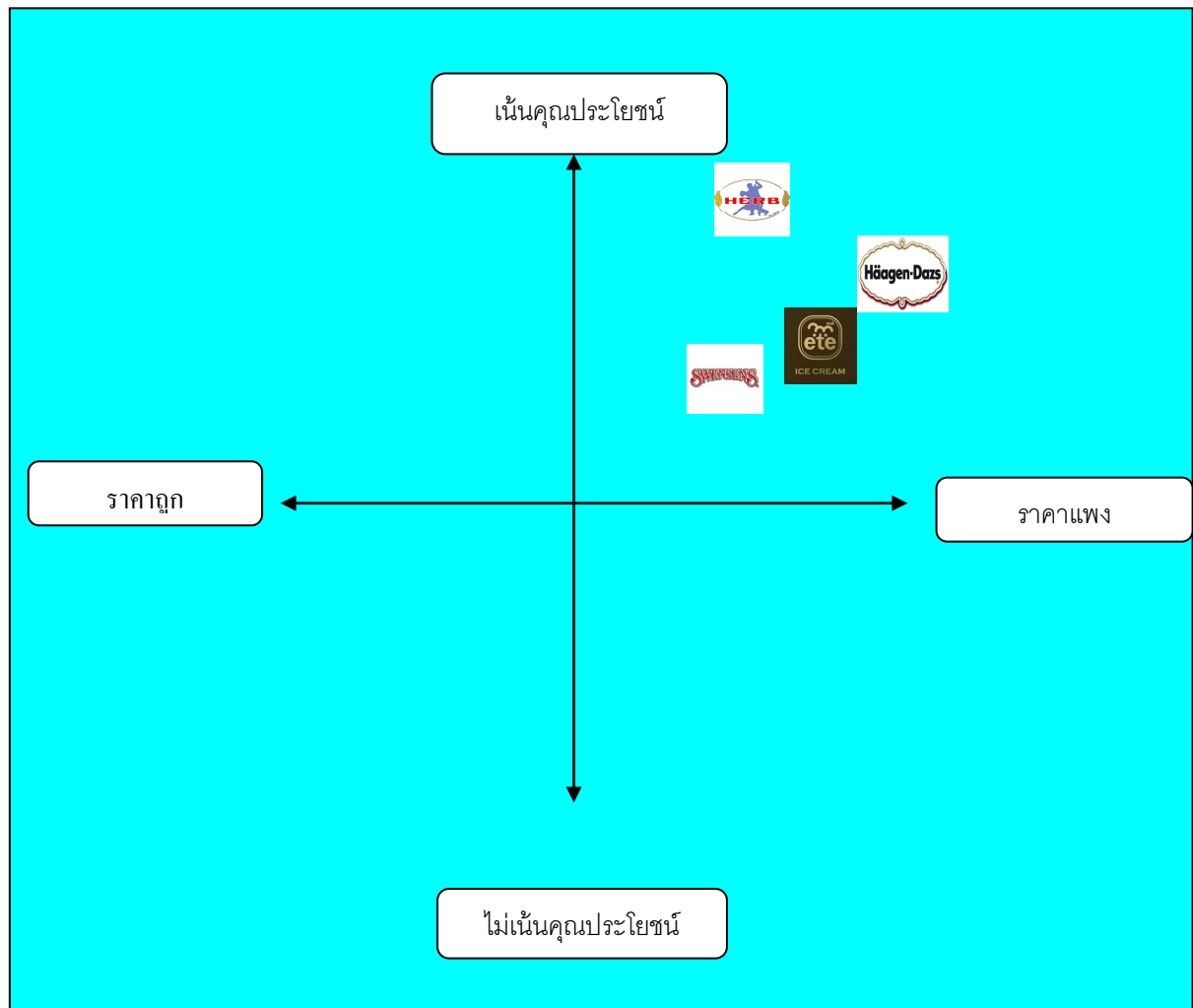
<p>4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Advertising - Publicity - Personal Selling - Sales Promotion - Direct Marketing 	<p><u>การโฆษณา</u> (Advertising)</p> <p>-สื่อทางโทรทัศน์ เน้นฟรีเซ็นเตอร์</p> <p>ดาราวัยรุ่นและดาราเด็กที่เป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นและเด็ก</p> <p>ออกอากาศเวลาประมาณ 1ทุ่ม-4ทุ่มครึ่ง</p> <p>-ป้ายโฆษณาตามสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายอยู่ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน/มหาวิทยาลัย เป็นต้น</p> <p>-สื่อทางนิตยสาร เน้นนิตยสารที่กลุ่มเป้าหมายเลือกอ่าน เช่น I-like , Cawaii , Ray เป็นต้น</p>	<p><u>การโฆษณา</u> (Advertising)</p> <p>เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณาตามถนน</p> <p>เส้นทางหลัก</p> <p><u>การประชาสัมพันธ์</u> (Publicity)</p> <p>เอเต้ ร่วมจัดงานสมมนาโดยจัดบูทสาธิตการทำไอศกรีม</p> <p><u>การขายโดยใช้พนักงานขาย</u> (Personal Selling)</p> <p>โดยพนักงานขายจะเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้า ดูแลกลุ่มลูกค้าเก่า และเปิดลูกค้าใหม่</p> <p><u>การส่งเสริมการขาย</u> (Sales Promotion)</p> <p>จะมีการจัด</p>	<p><u>- การโฆษณา</u> (Advertising)</p> <p>เป็นสื่อโทรทัศน์ จะใช้ฟรีเซ็นเตอร์ที่เป็นวัยกลางคนและกำลังเป็นที่นิยม</p> <p><u>การประชาสัมพันธ์</u> (Publicity)</p> <p>ฮาเก้น-ดาสได้ร่วมจัดกิจกรรม ‘Haagen-Dazs Caramel Master Class’</p> <p><u>การขายโดยใช้พนักงานขาย</u> (Personal Selling)</p> <p>พนักงานขายจะทำหน้าที่เสนอขายสินค้าให้กับลูกค้า ดูแลกลุ่มลูกค้าเก่า และเปิดลูกค้าใหม่</p> <p><u>การส่งเสริมการขาย</u> (Sales Promotion)</p>	<p><u>การโฆษณา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - การโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นที่ได้รับความนิยมและทำให้ Swensen’s เป็นที่รู้จักทั่วประเทศ - การโฆษณาในรูปแบบป้ายโฆษณา ซึ่งพบเห็นได้ที่ถนนสายหลัก ป้ายโฆษณาเหล่านี้จะตั้ง ณ จุดที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ง่าย มักจะตั้งป้ายโฆษณาที่โล่งแจ้ง
--	---	--	--	---

	<p><u>การประชาสัมพันธ์ (Publicity)</u> -ตั้งบูธตามสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายอยู่ เช่น ตามห้างสรรพสินค้า -ตั้งบูธตามโรงเรียน/มหาวิทยาลัย โดยมี การให้กลุ่มเป้าหมายร่วมทำกิจกรรมด้วย -ใบปลิว/โบชัวร์ แจกจ่ายตามห้างสรรพสินค้า โรงเรียน/มหาวิทยาลัย</p> <p><u>การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)</u> จะมีการใช้พนักงานขายเสนอขายสินค้าต่างๆให้กับลูกค้า ดูแลกลุ่มลูกค้าเก่า และเปิดลูกค้าใหม่</p>	<p>โปรโมชั่นต่างๆเพิ่ม เป็นการดึงดูดลูกค้าเพิ่มมากขึ้น</p> <p><u>ตลาดทางตรง (Direct Marketing)</u> เป็นการเลือกซื้อสินค้าทาง อินเทอร์เน็ต และทางเว็บไซต์มีสินค้าพร้อมส่งให้กับลูกค้าทันทีเมื่อลูกค้าทำการโอนเงินค่าสินค้าเรียบร้อยแล้ว และจะมีการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าโดยการส่งทางไปรษณีย์ เช่น http://www.cpfreshmartshop.com/th/products/</p>	<p>จะมีการจัดโปรโมชั่นต่างๆเพิ่ม เป็นการดึงดูดลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เช่นมี การจัดแคมเปญ โปรโมชั่นพิเศษสุด “Destination Me-Time in France”</p> <p><u>ตลาดทางตรง (Direct Marketing)</u> เป็นการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ สินค้าพร้อมส่งให้ลูกค้าทันทีและชำระเงินเมื่อบริการนั้นไปถึงและยังมี บริการทาง อินเทอร์เน็ต ซึ่งนั่นก็คือทางเฟสบุ๊ค: www.facebook.com/HaagenDazsThai</p>	<p><u>การประชาสัมพันธ์</u> “สเวนเซ่นส์ช่วยผู้ประสบภัยช่วงวิกฤตอุทกภัย โดยให้สามารถนำขวดเปล่ามาเติมน้ำดื่มฟรีที่สเวนเซ่นส์ทุกสาขา”</p> <p><u>การส่งเสริมการขาย</u> กิจกรรมทางการตลาด เพื่อมอบโชคให้กับลูกค้าที่ชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ตั้งแต่ 300 บาทขึ้นไป ด้วยการมอบแพ็คเกจทัวร์ประเทศอังกฤษทั้ง</p>
--	--	---	---	---

	<p><u>การส่งเสริมการขาย</u></p> <p><u>(Sales Promotion)</u></p> <p>จะมีการจัด โปรโมชั่นต่างๆเพิ่ม เพื่อเป็นการดึงดูด ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เช่นเทศกาลวาเลน ไทน์จะมีการจัด กิจกรรมพิเศษ สำหรับคู่รักใดที่มา ทานไอศกรีมที่ร้าน รับทันทีส่วนลด20 %</p> <p><u>ตลาดทางตรง</u></p> <p><u>(Direct Marketing</u></p> <p>มีการเลือกซื้อสินค้า ทางอินเทอร์เน็ต และทางเว็บไซต์มี สินค้าพร้อมส่ง ให้กับลูกค้าทันทีเมื่อ ลูกค้าทำการโอนเงิน ค่าสินค้าเรียบร้อยแล้ว แล้ว และจะมีการ ขนส่งสินค้าให้ลูกค้า</p>			<p>ครอบครัว</p> <p><u>การส่งเสริมการ</u> <u>ขายโดยผ่าน</u> <u>ตัวแทนจำหน่าย</u></p> <p>Swensen'sมี ตัวแทนจำหน่าย ซึ่งตัวแทน จำหน่ายนั้นคือ pizza company ซึ่ง เพิ่มความ สะดวกสบายใน การเลือกซื้อของ ลูกค้า</p> <p><u>ตลาดทางตรง</u></p> <p><u>(Direct</u> <u>Marketing)</u></p> <p>เป็นการเลือกซื้อ สินค้าทาง อินเทอร์เน็ต และ ทางเว็บไซต์มี สินค้าพร้อมส่ง ให้กับลูกค้าทันที</p>
--	---	--	--	---

	<p>โดยการส่งทางไปรษณีย์</p>			<p>เมื่อลูกค้าทำการโอนเงินค่าสินค้าเรียบร้อยแล้ว จะมีการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าโดยการส่งทางไปรษณีย์ เป็นต้นเว็บไซต์ ตัวอย่างเช่น</p> <p>http://www.swensens1112.com/swensens/</p>
--	-----------------------------	--	--	---

Positioning เกิดจากผลเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น



Herb icecream



Swesen



Ete(เอเต้)



ฮาเกน-ดาซส์

วิเคราะห์ 5 M

<div style="text-align: center;"> <div>5'M</div> <div>4'P</div> </div>	Man (คน)	Money (เงิน)	Materials(วัสดุ อุปกรณ์)	Management (การจัดการ)	Marketing (การตลาด)
Product - Brand - Colour - Design - Package - Style - Warranty - Service -Product line	<u>Brand</u> มีผู้ชำนาญการ ในเรื่องการ คิดค้นออกแบบ แปรนธ์และ สร้างตัว ผลิตภัณฑ์ <u>Colour</u> มีผู้เชี่ยวชาญ ตกแต่งสีของ ผลิตภัณฑ์ให้ ดึงดูดลูกค้า <u>Design</u> มีนักออกแบบ ผลิตภัณฑ์ สำหรับไอศกรีม โดยเฉพาะ <u>Package</u> มีพนักงานที่ ได้รับการ ฝึกอบรมให้คอย ดูแลเรื่องของ	<u>Brand</u> มีเงินทุนในการ สร้างแบรนด์ให้ เจริญเติบโตและ เป็นที่รู้จัก <u>Colour</u> มีเงินทุนในการ จ้างผู้เชี่ยวชาญมา ออกแบบสีสัน ของผลิตภัณฑ์ให้ น่าสนใจ <u>Design</u> มีเงินทุนในการ จ้างผู้เชี่ยวชาญมา ออกแบบ ผลิตภัณฑ์สินค้า <u>Package</u> มีเงินทุนในการ จ้างผู้เชี่ยวชาญ มาออกแบบ ผลิตภัณฑ์ให้ ดึงดูดลูกค้า	<u>Brand</u> Herb icecream ไอศกรีมเป็นแบ รนด์ที่จะใช้ วัตถุดิบที่มี คุณภาพ <u>Design</u> กิจการจะใช้วัสดุ ให้ตรงตาม ผลิตภัณฑ์ที่ ต้องการ คือเน้นที่ คุณประโยชน์ <u>Package</u> กิจการจะใช้วัสดุ ที่ปลอดภัยพิษ ไม่เป็นพิษต่อ ธรรมชาติ โดยจะ ใช้เป็นถ้วย กระดาษแทนถ้วย โฟม <u>Warranty</u> วัตถุดิบในการทำ ไอศกรีมจะใช้	<u>Colour</u> กิจการมีการ จัดการในการใช้สี ให้เหมาะสมกับ ตัวผลิตภัณฑ์ <u>Design</u> กิจการมีระบบการ ออกแบบที่ได้ มาตรฐานและมี คุณภาพ <u>Package</u> กิจการมีระบบการ จัดการกับบรรจุ ภัณฑ์เพื่อให้ได้มา ซึ่งมาตรฐานและ คุณภาพ <u>Service</u> -บริษัทมีระบบ การจัดการควบคุม ภายในอย่าง ต่อเนื่อง	

	<p>บรรจุกัณฑ์</p> <p><u>Style</u></p> <p>มีผู้เชี่ยวชาญเรื่องของการออกแบบ</p> <p><u>Warranty</u></p> <p>มีผู้เชี่ยวชาญด้านมาตรฐานคุณภาพ</p> <p><u>Service</u></p> <p>มีพนักงานหรือตัวแทนบริษัทพร้อมให้บริการ</p> <p><u>Product line</u></p> <p>มีผู้เชี่ยวชาญในการสร้างสายผลิตภัณฑ์ออกมาเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด</p>	<p><u>Warranty</u></p> <p>มีเงินทุนในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับได้</p> <p>มาตรฐานระดับสากลโลก</p> <p><u>Service</u></p> <p>มีเงินทุนเพื่อการบริการพร้อมให้บริการแก่ลูกค้า</p> <p><u>Product line</u></p> <p>มีเงินลงทุนสร้างสายผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด</p>	<p>วัตถุดิบที่มีคุณภาพได้รับมาตรฐานการรับรองจากหน่วยงานของรัฐ</p> <p><u>Service</u></p> <p>กิจการมีระบบการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ</p> <p><u>Product line</u></p> <p>กิจการมีวัตถุดิบหลักในการทำไอศกรีมเป็นของตัวเอง คือ นมสด</p>	<p>-บริษัทสามารถที่จะพัฒนาบุคคลที่มีความสามารถเข้ามาทำงานให้กับองค์กรได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม</p> <p><u>Warranty</u></p> <p>บริษัทมีระบบการควบคุมคุณภาพที่เชื่อถือได้</p> <p><u>Product line</u></p> <p>กิจการมีไร้สมุนไพรในการทำวัตถุดิบหลักคือนมสด เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการผลิต</p>	
--	--	--	--	---	--

Place	<u>Transportation</u>	<u>Transportation</u>	<u>Transportation</u>	<u>Transportation</u>	
- Transportation	มีพนักงานดูแล	มีเงินทุนในการ	กิจการจะมีการ	กิจการมีระบบการ	
- Storage	ในการขนส่ง	ขนส่งสินค้าด้วย	ขนส่งวัตถุดิบ	จัดส่งวัตถุดิบและ	
- Inventory	<u>Storage</u>	ผู้คอนเทนเนอร์	และผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์แบบ	
- Wholesalers	มีพนักงานรักษา	<u>Storage</u>	โดยใช้รถคอน	just in time	
- Retailers	ความปลอดภัย	มีเงินทุนในการ	เทนเนอร์ควบคุม	<u>Storage</u>	
	ดูแลสถานที่เก็บ	สร้างสถานที่	อุณหภูมิ เพื่อที่จะ	กิจการมีระบบการ	
	สินค้า	จัดเก็บและ	รักษาคุณภาพ	จัดเก็บสินค้าที่ได้	
	<u>Inventory</u>	ห้องควบคุม	ของวัสดุได้	มาตรฐานเพื่อ	
	มีพนักงานรักษา	อุณหภูมิของ	<u>Storage</u>	รักษาคุณภาพของ	
	ความปลอดภัย	สินค้าให้มี	ในการจัดเก็บ	ไอศกรีม	
	ดูแลสินค้าที่เก็บ	คุณภาพมากที่สุด	วัสดุต่างๆกิจการ	<u>Inventory</u>	
	ไว้ในคลังสินค้า	<u>Inventory</u>	จะมีสถานที่ที่มี	กิจการจะมีการ	
	<u>Wholesalers</u>	มีเงินทุนในการ	การควบคุม	คำนวณ ณ จุด	
	มีพนักงาน	สำรองสินค้าไว้	อุณหภูมิเพื่อ	สั่งซื้อวัตถุดิบ	
	ประสานงาน	ในคลังสินค้าเพื่อ	รักษาคุณภาพ	เพื่อให้พอดี	
	เพื่อจัดจำหน่าย	แก้ปัญหาสินค้า	ของวัสดุ	จำนวนที่จะนำไป	
	ให้แก่ผู้ค้าส่ง	ขาดตลาด	<u>Inventory</u>	ผลิต	
	<u>Retailers</u>	<u>Wholesalers</u>	กิจการจะมี	<u>Retailers</u>	
	มีพนักงาน	มีเงินทุนสำหรับ	คลังสินค้า	กิจการมีช่องทาง	
	ประสานงานให้	ผู้ค้าส่ง ที่ซื้อ	สำหรับเก็บ	การจัดจำหน่าย	
	เพื่อจัดจำหน่าย	สินค้าจำนวน	วัตถุดิบ เพื่อให้	สำหรับผู้ค้าปลีก	
	ให้แก่ผู้ค้าปลีก	มากๆ	การผลิต	เพื่อเป็นการ	
		<u>Retailers</u>	ดำเนินการไป	กระจายสินค้าได้	
		มีเงินทุนสำหรับ	อย่างต่อเนื่อง	เร็วขึ้น	
		ผู้ค้าปลีกที่ซื้อ			
		จำนวนไม่มาก			

			<u>Wholesalers</u> กิจการจะมีการ สั่งซื้อวัตถุดิบที่ ใช้เป็นส่วนผสม ในการทำ ไอศกรีมจากผู้ค้า ส่ง		
Price -Basic price - Quantity Discounts -Promotion -Discounts - Trade Discounts	<u>Basic Price</u> มีผู้เชี่ยวชาญใน การหาวัตถุดิบ ในการผลิต เพื่อให้มีต้นทุน ต่ำแต่สินค้านั้น ยังคงประโยชน์ ไว้ <u>Quantity</u> <u>Discounts</u> มีฟรีเซเตอร์ใน การโฆษณา สินค้าให้ซื้อแบบ เป็นควอท	<u>Basic Price</u> มีเงินทุนในสร้าง ผลิตภัณฑ์ให้มี ต้นทุนต่ำและมี กำไร <u>Quantity</u> <u>Discounts</u> มีเงินทุนในการ สร้างผลิตภัณฑ์ ให้มีต้นทุนต่ำ ผลิตได้จำนวน มาก	<u>Basic Price</u> กิจการจะใช้ วัตถุดิบในการทำ ไอศกรีมที่ราคา ไม่สูงมาก <u>Quantity</u> <u>Discounts</u> ในการสั่งซื้อ วัตถุดิบแต่ละครั้ง กิจการจะสั่งเป็น จำนวนมากเพราะ จะถูกกว่าการสั่ง จำนวนน้อยๆ หลายๆครั้ง	<u>Basic Price</u> ในการตั้งราคา กิจการจะมีการ คำนวณต้นทุน และกำไรในการ ขาย <u>Quantity</u> <u>Discounts</u> กิจการจะมีการ คำนวณต้นทุน และกำไรในการ ขายหากลูกค้ามี การซื้อในจำนวน มาก	

	<p><u>Promotion</u></p> <p>มีนักการตลาดที่เป็นผู้เชี่ยวชาญนำเสนอการขายในรูปแบบต่างๆ ให้เป็นที่น่าสนใจแก่ลูกค้า</p> <p><u>Discounts</u></p> <p>มีพรินเตอร์ในการโปรโมทสินค้า</p>	<p><u>Promotion</u></p> <p>มีเงินทุนในการโฆษณาสินค้าในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายและดึงดูดใจลูกค้า</p> <p><u>Discounts</u></p> <p>มีเงินทุนสำรองเพียงพอเนื่องจากการลดราคาสินค้าเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย</p>	<p><u>Promotion</u></p> <p>กิจการมีวัสดุต่างๆที่จะใช้ในการส่งเสริมการตลาดเช่น ใบปลิว/โบชัวร์</p> <p><u>Discounts</u></p> <p>กิจการมีวัสดุต่างๆพร้อมที่จะให้ในการจัดเทศกาลต่างๆ หรือ จัดโปรโมชั่นต่างๆ</p>	<p><u>Promotion</u></p> <p>กิจการจะมีหน่วยงานสำหรับการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะเช่น ฝ่ายการตลาด</p> <p><u>Discounts</u></p> <p>การให้ส่วนลดจะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบอยู่ เช่น ฝ่ายการตลาด</p>	
<p>Promotion</p> <p>- Advertising</p> <p>- Publicity</p> <p>-Personal Selling</p> <p>-Sales Promotion</p> <p>-Direct Marketing</p>	<p><u>Advertising</u></p> <p>มีพนักงานที่มีหน้าที่เป็นบรรณาธิการสื่อ มีหน้าที่ในการออกแบบโฆษณาสินค้า และมีนักการตลาดคอยประสานงาน</p>	<p><u>Advertising</u></p> <p>มีเงินทุนในการสร้างสื่อโฆษณาเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์</p> <p><u>Publicity</u></p> <p>มีเงินทุนในการจัดกิจกรรม เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์</p>	<p><u>Advertising</u></p> <p>ในการโฆษณาจะมีการบอกส่วนผสมของวัตถุดิบในการทำไอศกรีมด้วย เพื่อให้ลูกค้าได้มั่นใจในตัวสินค้าของเรา</p>	<p><u>Advertising</u></p> <p>การโฆษณาสินค้ากิจการจะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบอยู่เช่น ฝ่ายการตลาด</p> <p><u>Publicity</u></p> <p>กิจการจะมีหน่วยงานที่คอยดูแลเรื่องการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี</p>	

	<p><u>Publicity</u> มีการจัดตั้ง โครงการต่างๆ เพื่อเป็นภาพ ลักษณ์ที่ดีให้กับ ตัวสินค้า</p> <p><u>Personal Selling</u> มีการจัด ฝึกอบรมให้กับ พนักงานเพื่อให้ พนักงานมีความ เข้าใจในสินค้า และสร้างความ น่าเชื่อถือให้กับ ลูกค้าด้วย</p> <p><u>Sales Promotion</u> มีนักการตลาด นำเสนอรูปแบบ การขายในตลาด ให้เป็นที่ดึงดูด ใจ</p>	<p><u>Personal Selling</u> มีเงินทุนในการ จ้างพนักงานออก บูธและแนะนำ สินค้าให้กับ ลูกค้า</p> <p><u>Sales Promotion</u> มีเงินทุนในการ จัดทำของ สมนาคุณและจัด โปรโมชั่นต่างๆ เพื่อกระตุ้น ยอดขายให้กับ ผลิตภัณฑ์</p> <p><u>Direct Marketing</u> มีเงินทุนในการ จ้างผู้เชี่ยวชาญที่ สามารถสร้าง เว็บไซต์ทาง อินเทอร์เน็ต เพื่อ เพิ่มช่องทางการ จำหน่าย</p>	<p><u>Publicity</u> กิจการมีวัสดุ ต่างๆพร้อมใน การ ประชาสัมพันธ์ หรือทำกิจกรรม ต่างๆ</p> <p><u>Personal Selling</u> กิจการมีวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ พร้อมสำหรับการ ออกบูธของ พนักงานขาย</p>	<p>ให้กับแบรนด์</p> <p><u>Personal Selling</u> กิจการจะมีการ ฝึกอบรมพนักงาน ที่ทำหน้าในการ ขายเพื่อให้มีความ เชี่ยวชาญและ ชำนาญ</p> <p><u>Sales Promotion</u> ในจัดโปรโมชั่น ต่างๆจะมี หน่วยงานต่างๆ คอยดูแลอยู่</p> <p><u>Direct Marketing</u> สำหรับตลาด ทางตรงกิจการจะ มีการเปิดให้มีการ สั่งซื้อโดยผ่านทาง เว็บไซต์</p>	
--	---	---	--	--	--

	<p><u>Direct</u></p> <p><u>Marketing</u></p> <p>มีผู้เชี่ยวชาญที่ สามารถสร้าง เว็บไซต์ทาง อินเทอร์เน็ตเพื่อ เพิ่มช่องทางการ จำหน่ายอีกทาง หนึ่ง</p>				
--	---	--	--	--	--

ผลเปรียบเทียบคู่แข่งชั้น กับความพร้อมของกิจการ ตกลงทำ 4’P ดังต่อไปนี้

4’P	Herb ice cream
1. Product (ผลิตภัณฑ์)	<p><u>ยี่ห้อ (Brand)</u></p> <p>สร้างแบรนด์ให้ขึ้นชื่อในเรื่องของไอศกรีมที่ได้รับ คุณประโยชน์จากสมุนไพร</p> <p><u>การรับประกัน (Warranty)</u></p> <p>สร้างผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากสำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยา</p> <p><u>สไตล์ (Style)</u></p> <p>สร้างแบรนด์ไอศกรีมโดยที่เน้นที่คุณประโยชน์</p> <p><u>บริการ (Service)</u></p> <p>การบริการจะมีคุณภาพเป็นหลักและมีมาตรฐานอย่างเท่า เทียมกับลูกค้าทุกคน</p> <p><u>สี (Colour)</u></p> <p>สีจะมีการเปลี่ยนไปตามรสชาติต่างๆ เช่น รสอัญชัน เป็นสีม่วง</p> <p><u>การออกแบบ (Design)</u></p> <p>มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย แปลกใหม่</p> <p><u>บรรจุภัณฑ์ (Package)</u></p> <p>มีหลากหลายรูปแบบและหลายขนาดให้ผู้บริโภคได้เลือกสรร มากมาย</p>

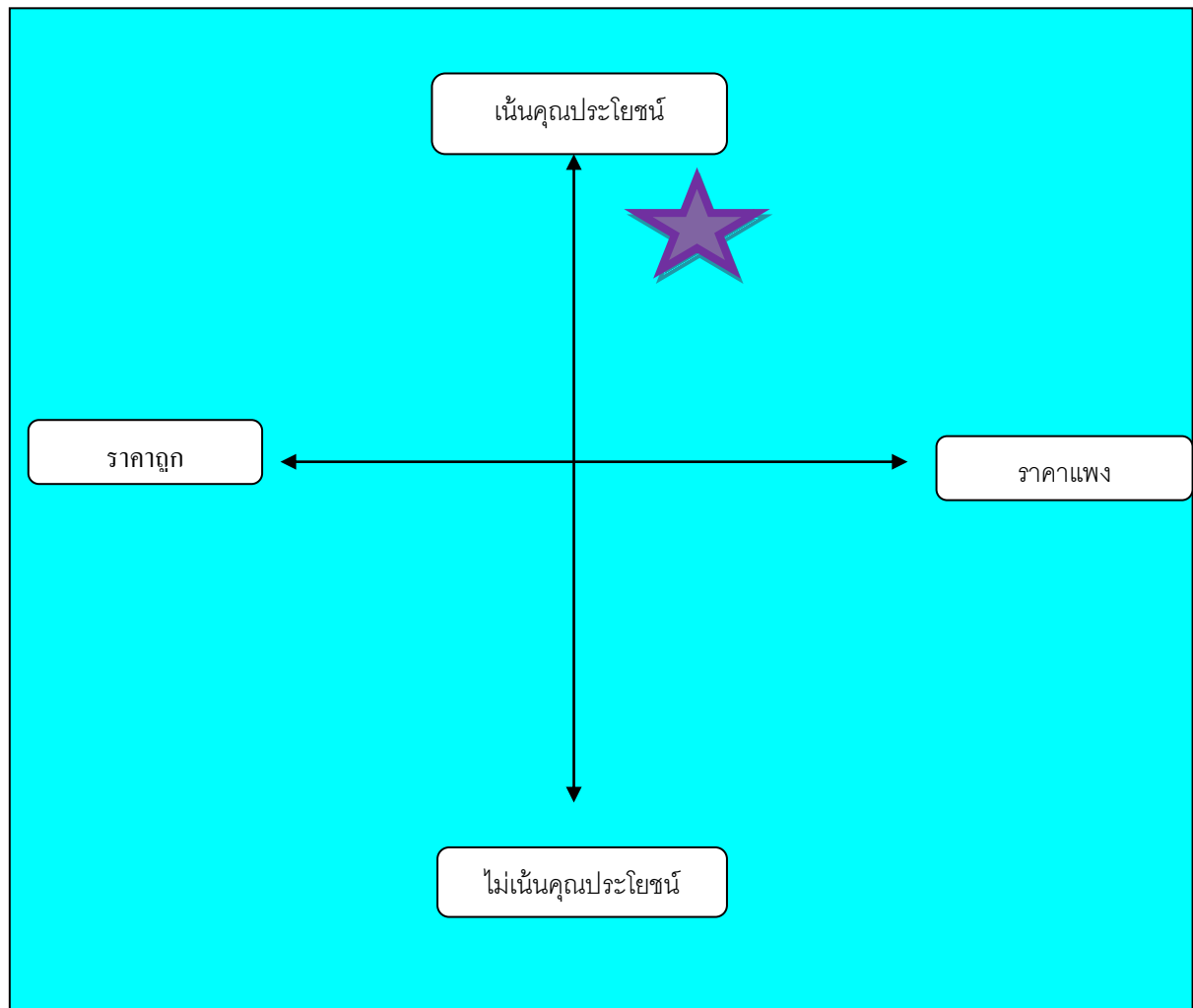
	<p><u>สายผลิตภัณฑ์ (Product line)</u></p> <p>มีการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมาให้หลากหลาย และมีหลายรูปแบบเพื่อให้ลูกค้าได้มีทางเลือกในการเลือกซื้อ</p> <ul style="list-style-type: none"> -แบบสตูป - ขายปลีกแบบถ้วย 450 กรัม - ขายปลีกแบบถ้วย 85 กรัม
--	--

<p>2. Price</p> <p>(ราคา)</p>	<p><u>ราคาพื้นฐาน (Basic Price)</u></p> <p>การสร้างผลิตภัณฑ์จะมีต้นทุนต่ำ และมีกำไรในการขาย ราคาจะถูกกว่าของคู่แข่งขั้นทั่วไป แบ่งเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> - ราคาสุทธิปละ 39 บาท - ราคาถ้วยเล็ก 40 บาท - ราคาถ้วยใหญ่ 169 บาท <p><u>ส่วนลดจำนวน (Quantity Discounts)</u></p> <p>มีการจัดการขายสินค้าแบบซื้อครบ 5 ถ้วยรับฟรี 1 ถ้วย เพื่อให้ประหยัดกว่าซื้อน้อยชิ้น</p> <p><u>การส่งเสริมการขาย (Promotion)</u></p> <p>มีการโปรโมทสินค้าตามเทศกาลต่างๆหรือตามแหล่ง กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย และจูงใจลูกค้า</p> <p><u>ส่วนลด (Discounts)</u></p> <p>ในบางโอกาสมีการลดราคาสินค้า ถ้าไรอาจน้อยกว่าเดิม แข่งขัน แต่เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าและตัดโอกาสของ</p> <p><u>ส่วนลดการค้า (Trade Discounts)</u></p> <p>ในบางโอกาสมีการลดราคาสินค้าให้มีราคาต่ำกว่าคู่แข่ง เล็กน้อย เพื่อให้มีข้อเปรียบเทียบให้ลูกค้าตัดสินใจ</p>
---	--

<p>3. Place (สถานที่)</p>	<p><u>การขนส่ง (Transportation)</u></p> <p>มีการขนส่งโดยรถคอนเทนเนอร์ควบคุมอุณหภูมิเพื่อรักษาคุณภาพของไอศกรีม</p> <p><u>การเก็บรักษา (Storage)</u></p> <p>มีการจัดเก็บในสถานที่ที่ควบคุมอุณหภูมิ เพื่อรักษาคุณภาพของไอศกรีม</p> <p><u>สินค้าคงคลัง (Inventory)</u></p> <p>มีการสต็อกสินค้าไว้ในคลังเก็บสินค้าเพื่อเก็บรักษาไอศกรีมและกระจายสินค้าไปยังสถานที่ต่างๆ</p> <p><u>ผู้ค้าส่ง (Wholesalers)</u></p> <p>มีการนำสินค้าไปขายส่งตามร้านอาหารและร้านค้าทั่วไป</p> <p><u>ผู้ค้าปลีก (Retailers)</u></p> <p>มีการขายปลีกให้กับห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ร้านอาหาร และร้านค้าทั่วไป</p>
---	--

<p>4. Promotion (การส่งเสริมการขาย)</p>	<p><u>การโฆษณา (Advertising)</u></p> <p>- สื่อป้ายโฆษณา ตามสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายอยู่ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน/มหาวิทยาลัย</p> <p>- สื่อทางโทรทัศน์ เน้นฟรีเซ็นเตอร์ดาราวัยรุ่นและดาราเด็กที่เป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นและเด็ก</p> <p><u>ประชาสัมพันธ์ (Publicity)</u></p> <p>มีการจัดกิจกรรมต่างเพื่อสังคมเพื่อเป็นการคืนกำไรให้กับสังคม และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกิจการด้วย</p> <p><u>การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)</u></p> <p>มีการใช้พนักงานขายเสนอขายสินค้าต่างๆให้กับลูกค้า ดูแลกลุ่มลูกค้าเก่า และเปิดลูกค้าใหม่</p> <p><u>การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)</u></p> <p>จะมีการจัดโปร โมชั่นต่างๆหรือจัดกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆ เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าเพิ่มมากขึ้น</p> <p><u>ตลาดทางตรง (Direct Marketing)</u></p> <p>มีการเพิ่มช่องทางในการสั่งซื้อก็คือ ทางอินเทอร์เน็ตโดยให้ลูกค้าเลือกซื้อและให้มีการ โอนเงิน</p>
--	---

Positioning ตามความพร้อมของกิจการ



Product (ผลิตภัณฑ์)

1.Brand (ตราผลิตภัณฑ์)



ลักษณะของสินค้าเรา(จุดเด่น)

- สินค้ามีคุณภาพสูง สมุนไพรสกัด 100% ราคาสูง และปราศจากสารเคมี

ผลิตภัณฑ์ (Product) : ไอศกรีมสมุนไพรสกัด 100%

รสชาติแรกที่วางตลาด: ไอศกรีมอัญชันสกัด 100%

คุณประโยชน์ที่ได้รับ : ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระและช่วยชะลอวัย

ตราสินค้า: Herb ice-cream ไอศกรีมสมุนไพร

ในปัจจุบันนี้ผู้คนส่วนใหญ่หันมาใส่ใจในสุขภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการรับประทาน ผู้คนส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญมาก จึงต้องการรับประทานแต่อาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และอาหารที่ปราศจากสารเคมี

ข้อเสียของไอศกรีม คือ ไอศกรีมเป็นของหวานอย่างหนึ่ง ที่มีส่วนผสมของนมหรือ ผลิตภัณฑ์จากนม น้ำตาล และวัตถุเคมีที่ใช้ในการปรุงแต่งกลิ่น รส โดยไม่เติมสารอื่นๆ นอกเหนือจากส่วนผสมหลักซึ่งไม่ได้มีคุณประโยชน์ในการรับประทาน จึงทำให้ผู้ที่ใส่ใจใน สุขภาพไม่ค่อยรับประทานไอศกรีมกัน

ความแตกต่างในตัวสินค้า: Herb ice cream รสอัญชัน เป็นไอศกรีมที่มีความแตกต่างจากไอศกรีมอื่นๆ คือ อัญชันของเราจะสกัด 100% ซึ่งคุณประโยชน์ที่จะได้รับก็จะมีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ และมีสารแอนโทไซยานิน มีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ เสริมภูมิคุ้มกัน ช่วยเพิ่มความสามารถในการมองเห็น เนื่องจากดอกอัญชัญมีสารที่จะไปเพิ่มการไหลเวียนในหลอดเลือดเล็กๆ เช่น หลอดเลือดส่วนปลายทำให้กล้ามเนื้อที่ทำงานเกี่ยวกับการมองเห็นแข็งแรงขึ้น และความสามารถของสารแอนโทไซยานินในดอกอัญชัญยังเพิ่มประสิทธิภาพของดวงตาเช่น ตาเสื่อมจากโรคเบาหวาน โรคต้อหิน โรคต้อกระจก และ ทำให้เลือดไปเลี้ยงรากผมมากขึ้น ซึ่งคุณประโยชน์เหล่านี้จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ใส่ใจในเรื่องของสุขภาพเป็นอย่างมาก ในขณะที่เดียวกันไอศกรีมทั่วไปจะให้แค่ความอร่อยอย่างเดียวโดยไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องของคุณประโยชน์เหมือนของเรา

ตำแหน่งสินค้า: Herb ice cream รสอัญชันของเราที่ได้กล่าวไว้ตั้งแต่ข้างต้นแล้วว่าแล้วใช้สมุนไพรเป็นส่วนผสมในตัวผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคสนใจได้เลยว่าจะได้รับคุณประโยชน์จากการรับประทานอย่างแน่นอน

ส่วนประกอบที่สำคัญ: อัญชัน

เส้นสีทองที่ใช้ แสดงถึงคุณภาพของ
สินค้าในระดับสูง

รูปใบไม้สีทองทั้ง 2 ข้าง สมุนไพรมี
คุณภาพในระดับสูง



สีตัวอักษรสีแดง แสดงถึง คุณภาพของ
สินค้าในระดับสูง

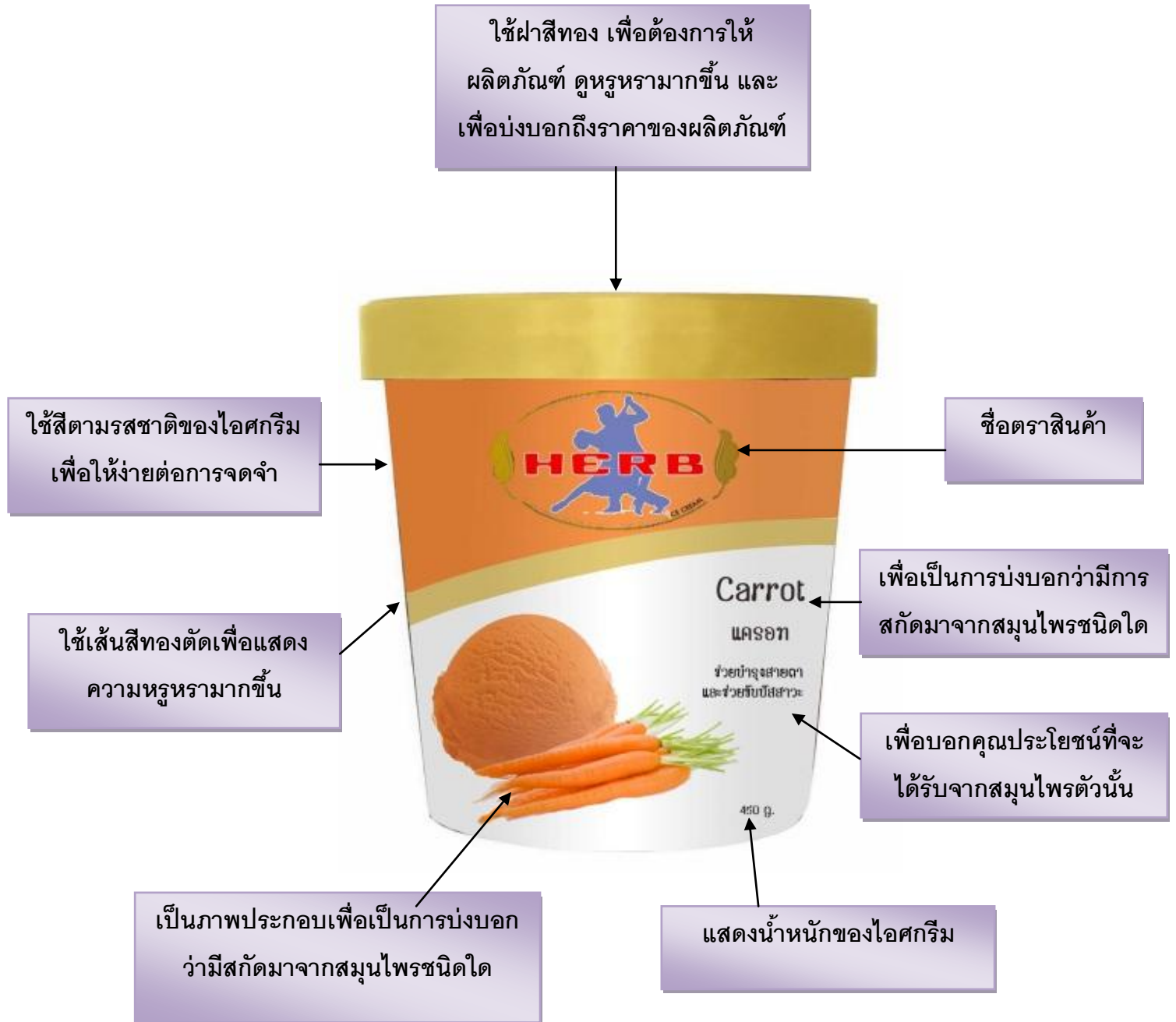
รูปไอศกรีม แสดงถึง ผลิตภัณฑ์ที่เรา
ทำนั่นคือ ไอศกรีม

รูปผู้หญิงและผู้ชายแสดงถึง คุณประโยชน์ที่จะได้รับ
โดยผู้หญิงจะแทนถึงความงามและผู้ชายแทนถึง
ความแข็งแรง

Product



ผลิตภัณฑ์ตัวแรกที่จะออกจำหน่าย : ไอศกรีมสมุนไพร รสแครอท



สโตนแกน

“มากคุณประโยชน์ ไร้โทษ ลดโรคร้าย”



2.การรับประกัน (Warranty)

สำหรับวัตถุดิบหลักของเราคือสมุนไพรมาใช้เป็นส่วนผสมสำคัญในการทำไอศกรีม เพื่อให้ได้รับคุณประโยชน์จากสมุนไพร ดังนั้นเพื่อให้แน่ใจว่าผู้บริโภคจะได้รับคุณประโยชน์จากสมุนไพรอย่างแน่นอน เราจึงให้ความสำคัญในการเก็บสมุนไพร เพราะหากเก็บรักษาไม่ดี อาจเกิดการขึ้นรา มีหนอน หรือ เกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะของสี กลิ่น ทำให้ยาสมุนไพรเสื่อมคุณภาพลงได้ ทำให้เกิดไม่ออกฤทธิ์ในการบำบัดรักษา สูญเสียฤทธิ์ของยาไปเลย ด้วยเหตุนี้เอง จะต้องมีการเก็บรักษาที่ดีเพื่อประกันคุณภาพและฤทธิ์การรักษาของสมุนไพรนั้น เช่น จะต้องเก็บไว้ในสถานที่ ที่ต้อง แห้ง เย็น และมีการถ่ายเทอากาศที่ดี



“สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา” (Food and Drug Administration) เป็นส่วนราชการในระดับกรม ของประเทศไทย สังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีหน้าที่ในการดำเนินงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ปกป้องและคุ้มครองสุขภาพประชาชนจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ซึ่งผลิตภัณฑ์สุขภาพ ส่วนใหญ่มักจะหมายถึง อาหาร ยา เวชภัณฑ์ และเครื่องสำอางค์) โดยผลิตภัณฑ์สุขภาพเหล่านั้นต้องมีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัย มีการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องด้วยข้อมูลวิชาการที่มีหลักฐาน เชื่อถือได้และมีความเหมาะสม เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยและสมประโยชน์



"มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม" หมายถึงข้อกำหนดทางวิชาการที่ สำนักงาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม(สมอ.)ได้กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตในการผลิต สินค้าให้มีคุณภาพในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุดโดยจัดทำออกมาเป็นเอกสารและ จัดพิมพ์เป็นเล่ม ภายในมอก.แต่ละเล่มประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์ นั้นๆ เช่น เกณฑ์ทางเทคนิค คุณสมบัติที่สำคัญ ประสิทธิภาพของการนำไปใช้งาน คุณภาพของ วัตถุดิบนำมาผลิต และวิธีการทดสอบ เป็นต้น



Good Manufacturing Practice เรียกว่า GMP คือการปฏิบัติที่ดีในการผลิตอาหาร เป็นระบบประกันคุณภาพที่มีการปฏิบัติในการผลิตอาหาร เพื่อให้ เกิดความปลอดภัย และมั่นใจ ต่อการบริโภค หลักการของ GMP จึงครอบคลุมตั้งแต่สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ โครงสร้างอาคาร ระบบการผลิตที่ดี มีความปลอดภัย และมีคุณภาพ ได้มาตรฐานทุกขั้นตอน นับตั้งแต่เริ่มต้นวางแผนการผลิต ระบบควบคุมตั้งแต่วัตถุดิบระหว่างการผลิต ผลิตภัณฑ์ สำเร็จรูป การจัดเก็บ การควบคุมคุณภาพ และการขนส่งจนถึงผู้บริโภค มีระบบบันทึกข้อมูล ตรวจสอบและติดตามผลคุณภาพผลิตภัณฑ์รวมถึงระบบการจัดการที่ดีในเรื่องสุขอนามัย (Sanitation และ Hygiene)

3.สไตล์ (Style)

ไอศกรีมสมุนไพร Herb Ice Cream มีจุดเด่นตรงที่เน้นความมีคุณประโยชน์ เมื่อรับประทานแล้ว จะได้คุณประโยชน์จากผักและผลไม้ ดอกไม้ และพืชประเภทหัวใต้ดิน ที่ให้คุณค่าต่อสุขภาพ ไม่มีส่วนผสมของสารเคมีและวัตถุกันเสีย เพื่อสุขภาพของผู้บริโภค และมีคุณภาพในระดับสูง



4. บริการ (Service)

1. บริษัทมีนโยบายในการรักษาคุณภาพประโยชน์ของสินค้าให้คงคุณค่าไว้เมื่อถึงมือผู้บริโภค โดยจะคำนึงถึงการจัดส่งสินค้าเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งแบ่งได้ 2 อย่าง

จัดส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง

แบบร้านค้าส่ง จะขนส่งโดยใช้รถตู้คอนเทนเนอร์รีเฟอร์ (ห้องเย็น) เพื่อเก็บรักษาไอศกรีมให้อยู่ในสภาพเดิมไม่ละลายเมื่อถึงมือผู้บริโภค และคงคุณค่าของไอศกรีม โดยภายในตู้คอนเทนเนอร์จะปรับอุณหภูมิไว้ที่ -20 ถึง -23 องศา โดยเราจะกระจายสินค้าไปยังห้างสรรพสินค้าต่างๆ

แบบร้านค้าปลีก จะขนส่งโดยใช้รถมอเตอร์ไซด์ที่มีตู้แช่ (Freezer) สำหรับบรรทุกไอศกรีมไปส่งยังร้านค้าย่อยต่างๆ เพื่อให้มีความสะดวกรวดเร็วในการขนส่ง และสามารถเข้าถึงยังร้านค้าที่รถขนาดใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงได้ โดยอุณหภูมิในตู้จะอยู่ที่ -20 ถึง -23 องศา

จัดส่งให้กับลูกค้า

ในกรณีที่ลูกค้าสั่งสินค้าออนไลน์/ ใช้บริการเดลิเวอรี่/ สั่งสินค้ากลับบ้าน ทางบริษัทจะมีแพ็คเกจโดยเฉพาะเพื่อที่จะสามารถกักเก็บความเย็นของไอศกรีมให้คงคุณภาพประโยชน์และคุณค่าไว้ โดยในตัวแพ็คเกจทางบริษัทจะใช้ถูเก็บความเย็นและจะใส่น้ำแข็งไคร้ไอซ์จำนวน 5 ก้อน ซึ่งจะทำให้ไอศกรีมสามารถอยู่ได้นาน 1 ชั่วโมง หรือถ้าหากต้องใช้เวลาในการเดินทางที่นานกว่า 1 ชั่วโมง อาจจะเพิ่มน้ำแข็งไคร้ไอซ์ตามความเหมาะสม

2. บริษัทมีนโยบายเน้นการบริการต่อผู้บริโภคเป็นหลัก จึงมีการนำพนักงานทุกคนไปฝึกอบรมในเรื่องการแต่งกายและการบริการ ก่อนที่จะบริการลูกค้าทุกคน

3. บริษัทมีนโยบายในเรื่องการทำตลาดออนไลน์ จึงมีการให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ผ่านทางเว็บไซต์ของเราคือ www.herbicecream.com เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ไม่สะดวกที่จะเดินทางมาซื้อ

4. บริษัทมีนโยบายในเข้าถึงลูกค้า โดยมีการเพิ่มสาขาขึ้นเรื่อยๆและนอกจากนี้ยังได้ใช้ในเรื่องของ Socail network ให้เป็นประโยชน์ นั่นก็คือ Facebook เพราะเป็น Socail network ที่ได้รับความสนใจจากคนทั่วโลก ทางบริษัทจึงได้สร้าง [www.facebook.com/ herbicecream](http://www.facebook.com/herbicecream) เพื่อเป็นตัวกระจายข่าวสารต่างๆของทางบริษัทให้ลูกค้าได้ทราบ

5. บริษัทมีนโยบายที่จะรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า จึงได้เปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเข้ามาเสนอหรือติชมได้ผ่านทางเว็บไซต์ www.herbicecream.com ,[www.facebook.com/ herbicecream](http://www.facebook.com/herbicecream) หรือทางเบอร์ 02-4789596-8

6. บริษัทมีนโยบายในการทำเคลิเวอรี่ คือมีการจัดส่งตรงถึงบ้าน เพียงโทรมาที่เบอร์ 1819 ก็จะมีการจัดส่งไอศกรีมให้ถึงมือคุณ

5.สี (Colour)

ผลิตภัณฑ์จะใช้สีด้วยภาพสมุนไพร และสีของกล่องไอศกรีมจะเปลี่ยนสีไปตามรสชาติต่างๆของไอศกรีม



รสชาติดอกชบา ใช้สีบานเย็น



รสชาติดอกบีทรูท ใช้สีเลือดหมู



รสชาติน้ำชงชา ใช้สีเหลือง



รสชาติดอกมันฝรั่ง ใช้สีเนื้อเข้



รสชาติดอกกระเจี๊ยบแดง ใช้สีแดงน้ำตาล



รสชาติดอกแครอท ใช้สีส้ม



รสชาติดอกผงชา ใช้สีน้ำตาล



รสชาติดอกอัญชัน ใช้สีม่วง



รสชาติดอกมะเขือเทศ ใช้สีแดง

6.การออกแบบ (Design)

เน้นสมุนไพรที่สกัด 100% ทำให้ได้รับคุณประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นเป็นหลายเท่าและยังคงความเป็นธรรมชาติและคุณประโยชน์ไว้โดยที่ไม่ใช้วัตถุกันเสียเพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค

เน้นความหรูหราในการคัดสรรวัสดุในการทำผลิตภัณฑ์โดยที่มีฝาสีทองเพื่อบ่งบอกถึงคุณภาพระดับสูง



7.บรรจุภัณฑ์ (Package)

วัสดุ ผลิตด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร อาหารเกรดไม่เยื่อบริสุทธิ์กระดาษเคลือบ

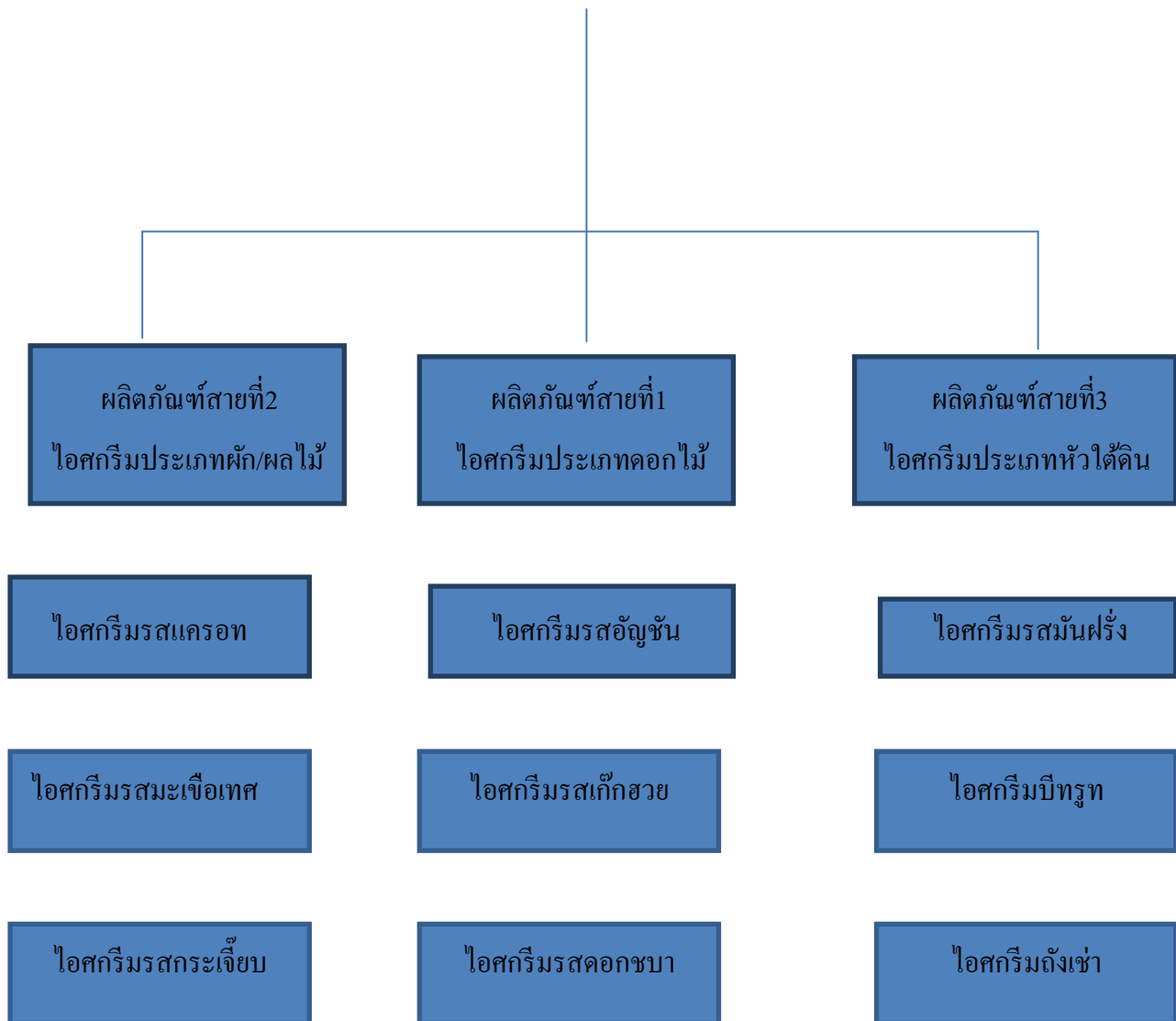
คุณลักษณะ

1. คุณภาพการพิมพ์ที่เหนือกว่า
2. ป้องกันการรั่วไหล
3. ความชื้นที่ดีเยี่ยมของ
4. ทนต่ออุณหภูมิต่ำ
5. ความมั่นคงแข็งแรง
6. เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมการพิมพ์เฟล็กโซและใช้กรดการพิมพ์สูงสุด

ได้รับการรับรอง : ผ่าน fda, sgs, ifgb, มาตรฐานและได้รับใบรับรองของ iso9001



8.สายผลิตภัณฑ์ (Product line)



ผลิตภัณฑ์สายที่1

ไอศกรีมประเภทดอกไม้

1. ไอศกรีมรสดอกอัญชันสกัด 100%



เป็นผลิตภัณฑ์ตัวแรกที่วางจำหน่าย เนื่องจาก ไอศกรีมรสอัญชันนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ค่อยมีคนทำซึ่งปัจจุบันมีการนำสมุนไพรมาทำน้อยมากโดยคุณประโยชน์ที่ได้รับคือจะเป็น เครื่องดื่มดับกระหาย มีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ มีสารแอนโทไซยานิน มีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ เสริมภูมิคุ้มกันต้านทานช่วยเพิ่ม

ความสามารถในการมองเห็น เนื่องจากดอกอัญชันมีสารที่จะไปเพิ่มการไหลเวียนในหลอดเลือดเล็กๆ เช่น หลอดเลือดส่วนปลายทำให้กลไกที่ทำงานเกี่ยวกับการมองเห็นแข็งแรงขึ้น และความสามารถของสารแอนโทไซยานินในดอกอัญชันยังเพิ่มประสิทธิภาพของดวงตาเช่น ตาเสื่อมจากโรคเบาหวาน โรคต้อหิน โรคต้อกระจก และ ทำให้เลือดไปเลี้ยงรากผมมากขึ้น



2. ไอศกรีมรสดอกเก็กฮวยสกัด 100%

จุดเด่นของ ไอศกรีมรสดอกเก็กฮวยสกัด 100% คือ เป็นดอกไม้ที่ทุกคนรู้จักกันคืออยู่แล้วเมื่อทำมาทำเป็นไอศกรีม ยิ่งทำให้เกิดความแปลกใหม่ขึ้นและสรรพคุณก็มีมากไม่แพ้ รสอื่นๆมีคุณประโยชน์ดังนี้ เป็นยาเย็น คับพิษร้อน แก้อ่อน ใน ในตำราการแพทย์แผนจีน ช่วยในระบายและย่อยอาหาร ช่วยขยายหลอดเลือดแดงใหญ่ที่เลี้ยงหัวใจ ช่วยป้องกันโรคหลอดเลือดต่าง ๆ เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเส้นเลือดตีบ และโรคหัวใจได้ ช่วยจัดสารพิษให้ออกจากร่างกาย ช่วยดูดซับสารก่อมะเร็งและจุลินทรีย์ต่าง ๆ อาการปวดเนื่องจากเส้นเลือดหัวใจตีบตันแก้โรคโกโนเรีย ปวดศีรษะ เป็นยาเจริญอาหาร ช่วยระบบย่อยและการขับถ่ายในร่างกายให้ดีขึ้น เป็นยาขับลมในลำไส้ บำรุงประสาทและสายตา แก้อาการปวด โรคเกี่ยวกับต่อมเหงื่อ วัณโรค ไบและลำต้นใช้เป็นยาทาภายนอกแก้แผลน้ำร้อนลวกและโรคผิวหนังแก้อาหารซ้ำวม



3. ไอศกรีมรสดอกชบาสด 100%



จุดเด่น คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีใครทำและเพื่อให้ผู้บริโภคได้ลองเหมาะสำหรับสุขภาพสตรีเป็นอย่างยิ่ง ช่วยฟอกโลหิต บำรุงจิตใจให้เข้มแข็ง บำรุงผิวพรรณ นอกจากนี้ยังช่วยรักษาและบรรเทาโรคเกี่ยวกับไต และโรคเกี่ยวกับระบบสืบพันธุ์ของผู้หญิง เช่น เสี่ยงเลือดประจำเดือนมากเกินไป ประจำเดือนมาไม่สม่ำเสมอ รวมทั้งปัญหาเรื่อง

ระดูขาว เปลือกต้นชบาใช้รักษาโรคผิวหนังที่เกิดจากเชื้อรา เช่น ส่องกงฟุต ใบชบาหรือฐานดอกใช้แก้แผลไฟไหม้น้ำร้อนลวก น้ำเมือกจากใบจะช่วยรักษาแผลได้เป็นอย่างดี ทั้งยังบำรุงเส้นผมให้ดกดำเป็นเงางาม นอกจากนี้ยางดอกยังสามารถนำมาเป็นยาขัดรองเท้าให้แวววาวได้



ผลิตภัณฑ์สายที่2

ไอศกรีมประเภทผัก/ผลไม้

1. ไอศกรีมรสแครอทสกัด 100%



เนื่องจากผลิตภัณฑ์ตัวแรกได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคที่ดีทำให้ออกผลิตภัณฑ์ตัวที่2ขึ้นเป็นประเภทที่ทำมาจากผักผลไม้สกัด ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกได้ว่าชอบแบบไหน คุณสมบัติที่จะได้รับภายในหัวแครอทมีสารเริ่มต้นของวิตามินเอสูง คือ แคโรทีน (carotene) ซึ่งมีสีส้ม เมื่อเข้าไปในร่างกายแล้วจะไปเปลี่ยนเป็นวิตามินเอ มีประโยชน์บำรุงสายตาโดยเฉพาะ โรคตาฟาง ช่วยขับปัสสาวะเนื่องจากมีเกลือโปแตสเซียมในปริมาณสูง ช่วยย่อยอาหาร รักษาท้องให้ปกติ น้ำคั้นจากหัวแครอทผสมน้ำมะนาวทาผิวหน้าเป็นยาบำรุงผิว ลบรอยเหี่ยวย่นบนใบหน้าได้ดีหัวแครอท นำมาทำประโยชน์ ในอาหารหลายชนิด ประกอบ ด้วยสารเริ่มต้น ของวิตามินเอ ช่วยบำรุงสายตาหัวแครอทให้สีส้มที่ปลอดภัยหัวแครอทประกอบด้วยเกลือโปแตสเซียม ช่วยขับปัสสาวะ หัวแครอทประกอบด้วยน้ำมันหอมระเหยมีฤทธิ์ขับพยาธิไส้เดือน ช่วยย่อยอาหาร รักษาท้องให้ปกติ ในด้านเสริมสวย น้ำคั้นหัวแครอทผสมมะนาว ทาผิวหน้า เป็นยาบำรุงผิว ลบรอยเหี่ยวย่นบนใบหน้า



2. ไอศกรีมรสมะเขือเทศสด 100%

รสมะเขือเทศสด 100% จะทำให้ผู้บริโภคได้รับ
คุณประโยชน์ คือ ทำให้มีผิวขาว ใส ดูขาวอมชมพู แก้มแดงๆ
ใสๆ แนะนำให้ทาน มะเขือเทศ เพราะมีสารอาหารที่บำรุงผิว
มาก มะเขือเทศจะมีสารจำพวก แคโรทีนอยด์ เป็นพืชชนิด
หนึ่งที่ถูกนำไปด้วยคุณค่าทางอาหาร วิตามินซี วิตามินเอ โปแตสเซียม ฟอสฟอรัส แมกนีเซียม
และวิตามินหลายชนิด เช่น วิตามิน บี1 บี2 วิตามินเค มะเขือเทศมีสารที่สามารถยับยั้งการ
เจริญเติบโตของเชื้อรา ดังนั้นจึงใช้ในโรคที่เกี่ยวกับเชื้อราในช่องปากได้ช่วยบำรุงผิว ลดริ้วรอย
รักษาสิว สิวตามผิว ช่วยทำให้ผิวเต่งตึง จะใช้น้ำมะเขือเทศทาพอก
หน้า หรือใช้มะเขือเทศสุกฝานบางๆ ปะบนใบหน้าแล้วล้าง
ออกด้วยน้ำสะอาด จะช่วยให้ผิวหน้าอ่อนนุ่ม มีฤทธิ์ขับ
ปัสสาวะ จึงสามารถใช้ลดอาการความดันเลือดสูงได้บำรุง
สายตา เนื่องจากมีวิตามินเอสูงนั่นเองการกินมะเขือเทศลด
อัตราเสี่ยงในการเกิดมะเร็งต่อมลูกหมาก



2. ไอศกรีมรสกระเจี๊ยบสกัด 100%

จุดเด่นของไอศกรีมรสกระเจี๊ยบสกัด 100% ก็คือ เมื่อรับประทานเข้าไปนั้นจะทำให้ผู้บริโภคได้รับ คุณประโยชน์หลายอย่างดังต่อไปนี้ ช่วยลดความดันโลหิต และช่วยในการขับปัสสาวะ อีกทั้งยังทำให้กล้ามเนื้อหดตัว ทำให้กล้ามเนื้อเรียบคลายตัว และช่วยในการลดการเคลื่อนไหวของลำไส้ ช่วยในการต้านเชื้อแบคทีเรีย และต้านเชื้อรา ซึ่งเป็นอันตรายและเป็นพิษต่อเซลล์มะเร็งสามารถขับน้ำดี และยังเป็นยาระบาย และช่วยลดการอักเสบ อีกทั้งยังช่วยในการต้านไวรัสริบ ป้องกันไข้หวัดใหญ่ได้ โปลิโอ ต้านยีสต์ ฤทธิ์ก่อกลายพันธุ์ ฤทธิ์เหมือนฮอร์โมนเอสโตรเจนและปรับระดับภูมิคุ้มกัน เพิ่มกรดยูริกในปัสสาวะ เพิ่มความเป็นกรดของปัสสาวะ



สายผลิตภัณฑ์ที่ 3

ไอศกรีมประเภทหัวใต้ดิน

1. ไอศกรีมรสมันฝรั่งสกัด 100%

เหมาะกับผู้บริโภคที่ชอบความแปลกใหม่และรักสุขภาพ

ป้องกันมะเร็งได้ มันฝรั่งสามารถใช้แทนธัญพืชและก็ใช้เป็นผักได้ด้วย โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เราต้องการมันฝรั่งและนม ไม่พร้อมมันเนย ก็เพียงพอกับสารอาหารทั้งหมดที่ร่างกายต้องการ เพราะฉะนั้นผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการต่างชาติ บางคนจึงยกให้มันฝรั่งเป็นหนึ่งในสิบของอาหารที่ดีที่สุดเมื่อร่างกายขาดวิตามินบี 2 จะเป็นการเพิ่มสารก่อเกิดมะเร็งในร่างกายให้เข้มข้น นอกจากนี้วิตามิน บี 6 เมื่อเข้าสู่ร่างกายจะกลายเป็นตัวช่วยเอนไซม์ จะเกิดบทบาทอันสำคัญในกระบวนการหมุนเวียนสาร โปรตีน ถ้าขาดวิตามินบี 6 ก็จะกระทบต่อภูมิคุ้มกันของเซลล์และของเหลวในร่างกาย จนทำให้เกิดเป็นมะเร็ง มีการวิจัย ที่เห็นว่าหากเพิ่มวิตามินบี 6 ให้เพียงพอ จะมีประสิทธิภาพในการยับยั้งการเกิดมะเร็ง กระเพาะปัสสาวะ นอกจากนี้สรรพคุณของมันฝรั่งยังอุดมไปด้วย เซลลูโลส สามารถป้องกันโรคมะเร็งบางอย่างในลำไส้ใหญ่ได้ นี่เป็นเพราะว่า เซลลูโลส ช่วยกระตุ้นให้ลำไส้บีบตัว เป็นการย่นเวลาที่อุจจาระของเสียในร่างกายจะตกค้างอยู่ในลำไส้ตรง และ เพิ่มปริมาณอุจจาระให้มากขึ้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นผลดีต่อการป้องกันโรคมะเร็งในลำไส้ใหญ่



2. ไอศกรีมรสบีทรูทสด 100%



จุดเด่น คือ ช่วยรักษาสิวหรือผู้ที่มัน้ำเหลืองไม่ดีโดยการนำ หัวบีทรูท ไปใช้เป็นโภชนาบำบัดช่วยในการรักษาผู้ที่เป็นสิวนชนิดมีหนอง หรือสิวกักเสบ น้ำเหลืองเสียได้เด็ดขาด นัก จะช่วยบำบัดอาการสิวกักเสบหรือน้ำเหลืองเสียได้ แต่ต้องทำกินบ่อยๆ ไม่ต้องทำกินประจำหรือกินเรื่อยๆ ใจเย็นๆ จะสังเกตเห็นว่าสิวกักเสบหรือน้ำเหลืองเสีย จะค่อยๆดีขึ้น

และหายได้ มีโปแตสเซียมลดความเสี่ยงของโรคมะเร็ง บำรุงเลือด บำรุงไต ดองน้ำดี เป็นอาหารล้างพิษ มีสารชื่อ “เบทานิน” ช่วยรักษามะเร็งระยะแรกเริ่ม





3. ใอศกริมรสถึงเช่าสกด 100%



จุดเด่น คือ ช่วยรักษาได้สารพัดโรคแต่มีราคาที่สูง
มากต่อกิโลกรัมโดยจะช่วยให้เรื่องระบบทางเดิน


หายใจ อาการไอ ถุงลมโป่งพอง หลอดลมอักเสบ ทำ

ให้การทำงานของไตดีขึ้น ทำให้ร่างกายสดชื่น ความจำดีขึ้น ลดระดับน้ำตาลในเลือด ลดความ
ดันโลหิต ลดการอักเสบต่อต้านมะเร็ง เพิ่มภูมิคุ้มกันทางของร่างกาย ต่อต้านอนุมูลอิสระ และ
ชะลอความชราได้ช่วยในด้านอารมณ์ ช่วยระงับประสาท ทำให้จิตใจสงบ ลดอาการหงุดหงิด
ง่ายช่วยเพิ่มความจำ ป้องกันโรคความจำเสื่อม ช่วยลดการตายของเซลล์ในสมองช่วยบำรุงหลอดเลือด
เลือด ช่วยบำรุงปอด ช่วยบรรเทาอาการเจ็บหน้าอก ช่วยในเรื่องระบบทางเดินหายใจ แก้อาการ
ไอเรื้อรัง รักษาถุงลมโป่งพอง ช่วยบำบัดโรคหลอดลมอักเสบเรื้อรัง ช่วยบรรเทาและรักษา
อาการของโรคหอบหืด ช่วยแก้อาการโรค ถุงลมโป่งพองหรือ
อาการผิดปกติในระบบปอดและหัวใจ ช่วยละลายเสมหะ หาย
อาการเลือดออกทางเสมหะเชื่อว่ามันช่วยรักษามะเร็ง ช่วย
ต่อต้านเซลล์มะเร็งและลดการแพร่กระจายของเซลล์มะเร็งได้
ช่วยลดความดันโลหิต อาการใจสั่น หัวใจเต้นเร็วช่วยลดระดับ
น้ำตาลในเลือด ช่วยให้ร่างกายของผู้ป่วยเบาหวานไวต่อ
อินซูลินมากขึ้น



Price

PLC	สินค้าของเรา	คู่แข่ง	หมายเหตุ
			
1) ขึ้นแนะนำ สินค้า หรือบริการเข้าสู่ ตลาด	<p>ทางบริษัทได้เปิดตัว ไอศกรีมสมุนไพร สกัด 100% ออกมา เป็นตัวแรก นั่นก็คือ ไอศกรีมรสอัญชัน สกัด100% ในราคา 239 บาท ซึ่งออกมา เพื่อเอาใจสำหรับ ลูกค้าที่ใส่ใจในเรื่อง สุขภาพเป็นพิเศษ เพราะไอศกรีมของ เราไม่ได้มีแค่ความ อร่อยอย่างเดียวแต่ ยังจะได้รับ คุณประโยชน์ มากมายของ สมุนไพรไปอีกด้วย โดยได้มีการทำ ตลาดทั้งการสร้าง แบรนด์ให้เป็นที่ รู้จักโดยการโฆษณา</p>	<p>เมื่อเอ่ยถึงไอศกรีม เพื่อสุขภาพก็มีอยู่ ไม่กี่ยี่ห้อแต่ที่รู้จักกัน ดีก็คือ ไอศกรีมยี่ห้อ “กัสโต้” ซึ่งเป็น ไอศกรีมเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะหลาย ๆ คนคงสงสัยว่าจะเป็น เว้นเสียแต่ว่าจะเป็น พวกสุขภาพนิยม และคงไม่มีใครคิดว่า ไอศกรีมที่ทำมาจาก ผัก ผลไม้ สมุนไพร และดอกไม้จะมีส่วน แบ่งตลาดของ ไอศกรีม Premium ให้ได้ 5% ด้วยกลยุทธ์ ที่ได้เปรียบคู่แข่ง ด้วยสินค้าที่แตกต่าง กลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ ในการทำการตลาด</p>	<p>การที่ทางบริษัทเราได้ตั้งราคาที่สูงกว่าคู่แข่งได้ เพราะ ว่าไอศกรีมสมุนไพร100%ของเรา มีกระบวนการผลิตที่พิถีพิถันทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่วัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการสกัดนั้น เราได้รับมาจาก” ชุมชนบึงดง” ซึ่งเป็นชุมชนที่ทางบริษัทได้เข้าไปให้การสนับสนุนแบบครบวงจร ผ่านการแลกเปลี่ยนความรู้ การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับวิธีการและกระบวนการต่างๆ ในการผลิต ตลอดจนการให้การสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็นในการเพิ่มคุณภาพของสินค้า การสร้างตลาดรองรับผลผลิต และรับซื้อในราคาที่เป็นธรรม ซึ่งจะช่วยยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกในกลุ่มได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน</p> <p>โดยสมุนไพรที่เก็บได้จะนำมา</p>

	<p>ประชาสัมพันธุ์ ผลิตภัณฑ์ตาม สถานที่ต่างๆและได้ มีการให้ผู้บริโภคได้ ทดลองชิมสินค้า ก่อนนำออกสู่ตลาด</p>	<p>คือ พยายามสร้าง Brand “กัสโต้”ให้ เกิดขึ้นให้ได้มี เป้าหมายในการทำ ให้ผู้บริโภครับรู้ถึง ความเป็นผู้นำ ใน ตลาดไอศกรีม สมุนไพร โดยจะมี การจัดทำ Menu ให้แก่ร้านอาหาร เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำ ตราสินค้าของเราได้ นอกจากนั้นจะมีการ จัดทำ ที่คั่นหนังสือ สำหรับการขายปลีก เพื่อเป็นการให้ ความรู้กับผู้บริโภค ให้รับรู้ถึงความ แตกต่างของไอศกรีม กัสโต้ เน้นเรื่องของ คุณประโยชน์ของ สุขภาพร่างกาย</p>	<p>ล้าง หั่นและอบ ในโรงเรือน ควบคุมอุณหภูมิ 45-65 องศาโดย ใช้แสงแดด หลังจากได้ที่แล้วไว้ ในคลังสมุนไพรเตรียมนำส่ง ให้กับบริษัท จากนั้น เมื่อได้ วัตถุดิบตามต้องการแล้วจึงนำเข้า สู่กระบวนการสกัดการสกัดหลาย วิธีใช้ตัวทำละลายอินทรีย์บาง วิธีใช้ความร้อนสูงในการสกัด ก่อให้เกิดความเป็นพิษผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อมจากการตกค้าง ของตัวทำละลายอินทรีย์ หรือเกิด การสลายตัวของสารสำคัญ เนื่องจากการใช้ความร้อนสูง เพื่อแก้ปัญหาเหล่านี้ทางบริษัทจึง ใช้เทคนิคการสกัดที่เป็นมิตรต่อ มนุษย์และสิ่งแวดล้อม นั่นก็คือ การสกัดโดยใช้เครื่อง สกัด Supercritical Fluid Extraction หรือ SFE</p> 
--	--	--	---

<p>2) ^{ขึ้น} ^{เจริญเติบโต}</p>	<p>จากเดิมทางบริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์มาแล้ว 1 รส คือรสอัญชัน ซึ่งในขั้นนี้ทางบริษัทก็ได้มีการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ไปอีกเพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า ซึ่งจะเพิ่มมาอีก 8 รสชาติ ประกอบไปด้วย รสเก๊กฮวย และรสชา ซึ่ง 2 รสนี้จะอยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกับรสอัญชันก็คือประเภท ดอก ราคายู่ 239 ส่วนประเภทต่อไปคือ ประเภทผัก ผลไม้ประกอบไปด้วยรสแครอท รสมะเขือเทศ รสกระเจี๊ยบซึ่งออกมาเพื่อเอาใจผู้ที่ชอบทานผัก ผลไม้ ราคาที่ 219 บาท ประเภทสุดท้าย คือ หัวใต้ดินเป็น</p>	<p>กัสดูได้มุ่งมั่นของเราที่จะมุ่งมั่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และคำนึงถึงคุณประโยชน์ให้มากที่สุดให้แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพทั้งของผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต การกระจายสินค้า ตลอดจนความปลอดภัย และรสชาติกลมกล่อมของผลิตภัณฑ์ของเรา</p>	<p>ในขั้นนี้เราจะเห็นได้ว่าบริษัทได้ขยายสายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นและราคาของแต่ละสายผลิตภัณฑ์จะแตกต่างกัน เนื่องจากในแต่ละสายจะมีต้นทุนการผลิตที่แตกต่างกัน อย่างเช่น ประเภทของผักผลไม้จะมีราคาถูกที่สุด เพราะเป็นวัตถุดิบที่มีราคาถูกสามารถหาได้ง่าย ส่วนในประเภทของหัวใต้ดินจะมีราคาสูงที่สุดเนื่องจากวัตถุดิบที่นำมาใช้นั้นมีราคาที่สูงกว่าวัตถุดิบตัวอื่นๆ ซึ่งวัตถุดิบบางตัวได้มีการนำเข้ามาจากต่างประเทศ เช่น ถั่งเช่า ได้นำเข้ามาจากประเทศจีน</p>
--	--	---	---

	<p>ประเภทที่มี คุณประโยชน์มาก ไม่ว่าจะเป็นรสมัน ฝรั่ง รสปีทูลส หรือ รสถึงเช่า ราคาของ ประเภทนี้จะราคา สูงกว่าประเภทอื่น เนื่องจากวัตถุดิบ นำเข้ามาจาก ต่างประเทศ ราคา อยู่ที่ 259 บาท</p>		
<p>3) ชั้น เจริญเติบโต เต็มที่</p>	<p>ทางบริษัทมีการ วางแผนการตลาด ใหม่มีการเพิ่มเป็น ไอศกรีมถ้วยเล็ก ออกมาสำหรับ ผู้บริโภคที่มีกำลัง ทรัพย์น้อยหรือไม่ ต้องการทานเยอะ เกินไป มีราคาอยู่ที่ 59 บาทและได้มีการ เปลี่ยน กลุ่มเป้าหมายหลัก นั่นคือเปลี่ยนจาก กลุ่มผู้ที่รักสุขภาพ มาเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ เพราะผู้สูงอายุจะมี ความจงรักภักดีต่อ</p>	<p>ก๊สได้มีการออก ผลิตภัณฑ์รสชาติ ใหม่ๆ แต่ยังคงเน้น ความแปลกใหม่ไม่ เคยได้ลองที่ไหนมา ก่อนโดยการนำ สมุนไพร ผักผลไม้ ดอกไม้แปลกๆมา จัดทำเป็นสูตรใหม่ที่มี คุณภาพดียิ่งขึ้นเพื่อ เป็นการดึงดูดลูกค้า อีกทั้งยังมีการ ส่งเสริมการขาย โดย มีการ ลด แลก แจก แถม ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตามสถานที่เช่น ตาม ร้านสะดวกซื้อ</p>	<p>การออกผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นถ้วย เล็กก็เพราะเนื่องจากจะได้เจาะ กลุ่มลูกค้าที่มีทุนทรัพย์น้อยและ ไม่ต้องการที่จะรับประทานมาก หรืออาจมีการเพิ่มคุณประโยชน์ ให้มากกว่าเดิม เช่น เพิ่มวิตามิน ต่างๆเป็นต้น เพื่อสร้างความ แปลกใหม่และประโยชน์ที่ เพิ่มขึ้นให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ให้ แตกต่างจากคู่แข่ง อีกทั้งการ ส่งเสริมการขาย ทางบริษัทมีการ ลงทุนใช้งบประมาณที่มากขึ้น มี การลด แลก แจก แถม จัด กิจกรรมให้ผู้บริโภคร่วมสนุก เพื่อเป็นการรักษาผู้บริโภคเดิมให้ มีความจงรักภักดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ และเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่</p>

	<p>ตราสินค้ามากกว่า กลุ่มวัยรุ่น เนื่องจาก ในปัจจุบันผู้สูงอายุ จะไม่ค่อย รับประทาน ไอศกรีมเพราะว่ามี คอเลสเตอรอลและ ไขมันที่สูงทำให้ ส่งผลกระทบต่อ สุขภาพและที่สำคัญ กลุ่มเป้าหมายนี้มี กำลังการซื้อที่ มากกว่า ฉะนั้นการ เจาะกลุ่มผู้สูงอายุจะ ทำโดยการแนะนำ สินค้าที่มี คุณประโยชน์ต่อ ร่างกาย และเน้นที่ คุณประโยชน์ให้ มากที่สุดเพื่อ สุขภาพที่ดีของ ผู้บริโภคและเพิ่ม ความชัดเจนของ สรรพคุณของ สมุนไพรต่างๆ และ ยังส่งเสริมการขาย โดยการแจกสินค้า ให้ชิมฟรีตาม</p>		<p>ให้มากขึ้น</p>
--	--	--	-------------------

	<p>สถานที่ต่างๆมาก ขึ้น แจกของแถม เมื่อซื้อสินค้าครบ ตามกำหนด เพื่อเป็น การรักษากลุ่มลูกค้า เดิมไว้ และเพิ่มกลุ่ม ลูกค้าใหม่ให้มากขึ้น</p>		
<p>4) ขึ้นटकตำหรือ ถดถอย</p>	<p>ทางบริษัทมีการใช้ ข้อมูลการขายใน รอบปี มาคำนวณ เพื่อตัดผลิตภัณฑ์ บางตัวออกที่มียอด การจำหน่ายไม่ถึง เป้าออก เพื่อเป็น การรักษาผลิตภัณฑ์ ตัวที่มียอดขายคงที่ เอาไว้ อีกทั้งทาง บริษัทยังมีการหา สินค้า มาทดแทนที่ มีความแตกต่างจาก สินค้าที่ตัดออกไป เช่น เปลี่ยนเป็น มากส์หน้าสมุนไพร เป็นต้น</p>	<p>กัสโตได้มีการตัดสินค้า บางตัวออกจากสาย ผลิตภัณฑ์ เพราะ เนื่องจากยอดขายไม่ ถึงเป้าที่กำหนด โดยทางกัสโตได้รับ ผลกระทบเล็กน้อย เช่น ตักรส โหระพา กับรสมะกรูดออก อีกทั้งผลิตภัณฑ์ก็มี หลายรสชาติ แต่ทาง บริษัทก็มีการพัฒนา ผลิตภัณฑ์รสใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>ในขั้นนี้ทางบริษัทได้มีการตัดรส มันฝรั่งออกเพราะขายได้น้อย ที่สุด โดยได้มีการออกผลิตภัณฑ์ ใหม่นั้นก็คือมากส์หน้าสมุนไพร เพราะการที่มียอดขายไม่ถึงเป้าถือ เป็นการช่วยรักษา ผลิตภัณฑ์ที่ยัง อยู่ให้คงอยู่ต่อไป แต่ทางบริษัทก็ ควรมีการพัฒนาสินค้าออกมา อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการรองรับ ผลิตภัณฑ์ตัวอื่นเมื่อถึงขั้นटकตำ หรือถดถอย จะทำให้บริษัทสาม รถดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่น</p>

ราคาขายปลีก

<p>สินค้าเรา</p> 	<p>ราคา</p>	<p>คู่แข่ง (ก๊สโต้)</p> 	<p>ราคา</p>	<p>ความแตกต่าง ทางด้านราคา ระหว่างสินค้า ของเรา และ สินค้าคู่แข่ง (ก๊สโต้)</p>
<p>ไอศกรีมประเภท ดอกไม้</p> <p>1. ไอศกรีมรสอัญชัน สกัด 100%</p> 	<p>239 บาท</p>	<p>1. ไอศกรีมรสมะนาว (400 กรัม)</p> 	<p>199 บาท</p>	<p>ไอศกรีมประเภท ดอกไม้จะมีราคา อยู่ที่ 239 บาทซึ่ง จะมีราคาสูงกว่า คู่แข่งเพราะ ดอกไม้ของเรา ต้องคงความสด เอาไว้ตลอดเวลา เพื่อรักษา คุณสมบัติให้ ได้มากที่สุด</p>

<p>2.ไอศกรีมรสเก็กฮวย</p> <p>สกัด 100%</p> 	<p>239 บาท</p>	<p>2.ไอศกรีมรสรัมเรซิน</p> <p>(400 กรัม)</p> 	<p>199 บาท</p>	
<p>3. ไอศกรีมรสดอกชบา</p> <p>สกัด 100%</p> 		<p>3.ไอศกรีมรสใบเตย</p> <p>(400 กรัม)</p> 	<p>199 บาท</p>	

<p>ไอศกรีมประเภทผักและผลไม้</p> <p>1.ไอศกรีมรสแครอท</p> <p>สกัด 100%</p> 	<p>219 บาท</p>	<p>4.ไอศกรีมรสรวมมิตร (400 กรัม)</p> 	<p>199 บาท</p>	<p>ประเภทผักและผลไม้ราคาอยู่ที่ 219 บาท ราคาจะถูกกว่าประเภทดอกไม้นี้เนื่องจากคู่แข่งอื่น ๆ ก็มีรสชาติคล้ายๆ แบบนี้เช่นกัน และวัตถุดิบประเภทนี้มีราคาไม่สูงมากนักแต่ของเราเป็นแบบสกัด 100% ทำให้</p>
<p>2.ไอศกรีมรสมะเขือเทศ</p> <p>สกัด 100%</p> 		<p>5.ไอศกรีมรสกาแฟ (400 กรัม)</p> 	<p>199 บาท</p>	<p>มีความแตกต่างจากคู่แข่งจึงสามารถตั้งราคาได้สูงกว่าคู่แข่ง</p>

<p>3. ไอศกรีมรสกระเจี๊ยบ</p> <p>สกัด 100%</p> 	219 บาท	<p>6.ไอศกรีมรสมะพร้าวอ่อน</p> <p>(400 กรัม)</p> 	199 บาท	
<p>ไอศกรีมประเภทหัวใต้ดิน</p> <p>1. ไอศกรีมรสมันฝรั่ง</p> <p>สกัด 100%</p> 	259 บาท	<p>7.ไอศกรีมรสมะม่วง</p> <p>(400 กรัม)</p> 	199 บาท	<p>ประเภทสุดท้ายคือประเภทหัวใต้ดินมีราคาอยู่ที่ 259 บาท</p> <p>ประเภทนี้จะมีราคาสูงที่สุดเนื่องจากวัตถุดิบต่าง ๆ นั้นมีการนำเข้าจากต่างประเทศและก็ยังไม่มีคู่แข่งรายใดทำจึงทำให้ยิ่งสร้างความแตกต่างออกไปอีกเพื่อให้ผู้บริโภคยอมที่จะจ่ายเพื่อให้ได้</p>
<p>2. ไอศกรีมรสบีทรูท</p> <p>สกัด 100%</p> 		<p>8.ไอศกรีมรสเผือก</p> <p>(400 กรัม)</p> 	199 บาท	

<p>3. ไอศกรีมรสดั้งเดิม สกัด 100%</p> 	<p>259 บาท</p>	<p>9. ไอศกรีมรสตรอเบอรี่ (400 กรัม)</p> 	<p>199 บาท</p> <p>สุขภาพที่ดีและ อยากรับรู้ความ แตกต่างที่จะ ได้รับจาก ผลิตภัณฑ์และทำ ให้มีความ จรรักษ์ที่ดีต่อ ผลิตภัณฑ์ทำให้ ภาพลักษณ์ของ Herb icecream มี ภาพลักษณ์ที่ หรูหรามากกว่า และ มีคุณภาพที่ ดีมากกว่า</p>
---	----------------	--	---

Quantity Discount(ส่วนลดปริมาณ)

ส่วนลดปริมาณ คือ ส่วนลดที่กิจการจะจูงใจให้ลูกค้าสั่งซื้อในปริมาณมาก อาจจะซื้อ
 ยอดใหญ่ ทำให้ลูกค้าซื้อเป็นจำนวนมาก เพื่จูงใจให้ลูกค้าซื้อซ้ำๆจนกลายเป็นลูกค้าประจำ
 ส่วนแบ่งตลาดก็จะมากขึ้น

สินค้าเรา		คู่แข่งกัน (ก๊สโต้)		เปรียบเทียบส่วนลด ปริมาณของสินค้าเรา (Herb icecream) กับ คู่แข่งกัน (ก๊สโต้)
				
ส่วนลดปริมาณ แบบสะสม : ใช้ กับลูกค้าประจำ	ส่วนลดประมาณ แบบไม่สะสม : ใช้กับลูกค้าที่ไม่ ใช้ประจำ	ส่วนลดปริมาณ แบบสะสม : ใช้ กับลูกค้าประจำ	ส่วนลดปริมาณ แบบไม่สะสม : ใช้กับลูกค้า ประจำ	สินค้าของเรา Herb icecream มีข้อ ได้เปรียบจากคู่แข่ง กัน ก๊สโต้ คือ ก๊สโต้ไม่มีส่วนลด ปริมาณแบบไม่ สะสม ซึ่งสินค้าของ เรามี คือ ซื้อ 2 ควอทลดเหลือ 450 บาท จาก 478 บาท
ซื้อครบ 5ควอท ภายใน 1 เดือน รับทันที กิ๊ฟวอย เชอร์มูลค่า 100 บาท	ซื้อ 2ควอท ลด เหลือ 450 บาท จาก 478 บาท	ซื้อครบ 7ควอท ภายใน 1 เดือน รับทันที กิ๊ฟวอย เชอร์มูลค่า 80 บาท	_____	
ซื้อครบ 10ควอท ภายใน 1 เดือน รับทันที กิ๊ฟวอย เชอร์มูลค่า 250 บาท		ซื้อครบ 12ควอท ภายใน 1 เดือน รับทันที กิ๊ฟวอย เชอร์จากฟูจิ (Fuji) มูลค่า 200 บาท		

ส่วนลดเงินสด

เป็นจำนวนเงินที่นำไปหักออกจากราคาที่กำหนดไว้เพื่อเป็นค่าตอบแทนให้แก่พ่อค้าคนกลางหรือซื้อประเภทต่าง ๆ มีเงื่อนไขในการชำระเงิน ดังนี้

1. ร้านค้าปลีกได้รับส่วนลดในอัตราดังนี้

- ถ้าซื้อสินค้าทุกชนิดในยอดรวม 500-900 บาท จะรับส่วนลด $n/30$
- ถ้าซื้อสินค้าทุกชนิดในยอดรวม 901-1,200 บาท จะได้รับส่วนลด $2/10, n/30$
- ถ้าซื้อสินค้าทุกชนิดในยอดรวม 1,201-3,000 บาท จะได้รับส่วนลด $2/10, n/45$

สินค้าเรา			คู่แข่งชั้น(กัสโต้)		เปรียบเทียบส่วนลด เงินสดของสินค้าเรา (Herb icecream) กับคู่แข่งชั้น (กัสโต้)
					
ไอศกรีม สมุนไพร Herb icecream ทุกระชาติ	เงื่อนไขส่วนลดเงินสด		ไอศกรีม ทุกระชาติ (กัสโต้)	<hr/>	สินค้าของเรา Herb icecream มีข้อได้เปรียบจากคู่แข่งชั้น กัสโต้ คือ กัสโต้ไม่มีส่วนลดเงินสด ซึ่งสินค้าของเรามี
	500-900 (บาท)	3 ควาท			
	$n/30$				
	901-1,200 (บาท)	5 ควาท			
	$2/10, n/30$				
	1,201-3,000 (บาท)	7 ควาท ขึ้นไป			
	$2/10, n/45$				

2. ร้านค้าส่งได้รับส่วนลดในอัตราดังนี้

- ถ้าซื้อสินค้าทุกชนิดในยอดรวม **1,500-3,500 บาท** จะได้รับส่วนลด **3/10 , n/30**
- ถ้าซื้อสินค้าทุกชนิดในยอดรวม **3,501-4,500 บาท** จะได้รับส่วนลด **3/10 , n/45**
- ถ้าซื้อสินค้าทุกชนิดในยอดรวม **4,501-5,500 บาท** จะได้รับส่วนลด **2/EOM, N/60**


สินค้าเรา			คู่แข่งกัน(ก๊สโต้)	เปรียบเทียบส่วนลด เงินสดของสินค้าเรา (Herb icecream) กับคู่แข่งกัน (ก๊สโต้)
ไอศกรีม สมุนไพร Herb icecream ทุกรสชาติ	เงื่อนไขส่วนลดเงินสด		ไอศกรีม ทุกร รสชาติ (ก๊สโต้)	สินค้าของเราHerb icecreamมีข้อ ได้เปรียบจากคู่แข่งกัน ก๊สโต้คือ ก๊สโต้ไม่มี ส่วนลดเงินสด ซึ่ง สินค้าของเรามี
	1,500-3,500 (บาท) 3/10,n/30	10 ควอท		
	3,501-4,500(บาท) 3/10,n/45	15ควอท		
	4,501-5,500(บาท) 2/EOM, N/60	30ควอท ขึ้นไป		



Trade Discount (ส่วนลดการค้า)

ส่วนลดการค้า คือ ส่วนลดที่ผู้ผลิตมอบให้แก่คนกลางเพื่อเป็นผลตอบแทนในการทำหน้าที่ของคนกลางในการช่วยกระจายสินค้า ไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย

การให้ส่วนการค้าแก่พ่อค้าคนกลางทางบริษัทได้กำหนดเงื่อนไขการให้ส่วนลดไว้ดังนี้

สินค้าเรา		คู่แข่งชั้น (ก๊สโต้)		เปรียบเทียบส่วนลด เงินสดของสินค้าเรา (Herb icecream) กับ คู่แข่งชั้น (ก๊สโต้)
				
ร้านค้าปลีกจะ ได้รับส่วนลด	ร้านค้าส่งจะได้รับ ส่วนลด	ร้านค้าปลีกจะ ได้รับส่วนลด	ร้านค้าส่งจะ ได้รับส่วนลด	สินค้าของเรา Herb icecream มีข้อ ได้เปรียบจากคู่แข่ง ชั้น ก๊สโต้ คือ ก๊สโต้ไม่มีส่วนลด การค้าประเภทร้าน ส่ง ซึ่งสินค้าของเรา มี
ไอศกรีมสมุนไพร ทุกรสชาติ 4%	ไอศกรีมสมุนไพร ทุกรสชาติ 6 %	ไอศกรีมเฉพาะ รสเผือก รสรัมเรซิ่น รสม่วง 5 %	_____	

การทำให้พ่อค้าคนกลางชนะคนอื่น ๆ มีการแจกแจงส่วนลดแก่ผู้บริโภคร เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจในตัวสินค้า และเพื่อให้ผู้บริโภคนำอุปสงค์ไปซื้อสินค้ากับพ่อค้าคนกลาง
พ่อค้าคนกลางกับช่วงเวลาที่ยังอยู่ในช่วงตกต่ำเปลี่ยนตำแหน่งสินค้าให้ เพื่อให้สินค้ากลับเข้ามาในวงจร เช่นจากกลุ่มเป้าหมายทุกเพศทุกวัยที่สนใจสุขภาพจากนั้นออกสินค้าตัวใหม่และขายในราคาส่งที่ต่ำลง แต่ให้พ่อค้าคนกลางขายให้แก่ผู้บริโภคในราคาเท่าเดิม จากนั้น ก็เพิ่มโปรโมชั่นเป็น ข้อเสนอผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ 2 ชิ้นจะแถมผลิตภัณฑ์ตัวเก่า 1 ชิ้น เพื่อเป็นการระบายสินค้าเก่าออก

การรับคืนสินค้าเมื่อขายไม่ได้จะรับคืนสินค้าในราคาครึ่งหนึ่งของราคาขายส่ง เพราะจะเป็นการลดภาระพ่อค้าคนกลาง

การจัดการสินค้าที่รับคืน นำสินค้าที่รับคืนออกขายด้วยตัวเอง โดยมีโปรโมชั่น ซื้อ 1 แถม 1 เพื่อให้ได้ต้นทุนกลับคืนมา

สถานที่ (Place)

1. การขนส่ง (Transportation)

จัดส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง

- ทางบริษัทจะใช้ระบบโลจิสติกส์คือการขนส่งทางถนน จะขนส่งโดยใช้รถตู้คอนเทนเนอร์รีเฟอ (ห้องเย็น) เพื่อเก็บรักษาไอศกรีมให้อยู่ในสภาพเดิมไม่ละลายเมื่อถึงมือผู้บริโภค และคงคุณค่าของไอศกรีม โดยภายในตู้คอนเทนเนอร์จะปรับอุณหภูมิไว้ที่ -20 ถึง -23 องศา โดยเราจะกระจายสินค้าไปยังห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่างๆ



รถตู้คอนเทนเนอร์รีเฟอ (ห้องเย็น) คืออะไร

- เป็นตู้สินค้าประเภทที่มีเครื่องปรับอากาศ มีการปรับอุณหภูมิในตัว ซึ่งทำตามมาตรฐาน ต้องสามารถปรับอุณหภูมิได้อย่างน้อย -18 องศาเซลเซียส โดยเครื่องทำความเย็นนี้อาจจะติดอยู่กับตู้ หรือมีปลั๊กใช้กระแสไฟฟ้าเสียบจากนอกตู้ ซึ่งจะต้องมีที่วัดอุณหภูมิแสดงให้เห็นสถานะของอุณหภูมิของตู้สินค้า

- ทางบริษัทมีการขนส่งทางถนน โดยใช้รถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์รีเฟอ (ห้องเย็น) ที่มีการควบคุมอุณหภูมิเพื่อรักษาคุณภาพของไอศกรีม เพื่อคงไว้ของคุณประโยชน์ การใช้รถบรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ในการขนส่ง เป็นการกระจายสินค้าไปสู่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำอย่างมีประสิทธิภาพ



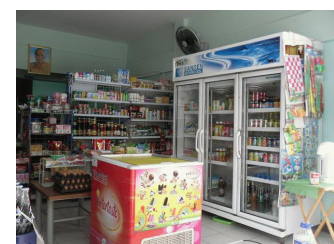
- และการขนส่งอีกทางหนึ่งคือ การขนส่งโดยใช้รถมอเตอร์ไซด์ที่มีตู้แช่ (Freezer) สำหรับบรรจุไอศกรีมไปส่งยังร้านค้าย่อยต่างๆ เพื่อให้มีความสะดวกรวดเร็วในการขนส่ง และสามารถเข้าถึงยังร้านค้าที่รถขนาดใหญ่ไม่สามารถเข้าถึงได้ โดยอุณหภูมิในตู้จะอยู่ที่ -20 ถึง -23 องศา



ร้านสะดวกซื้อ



ร้านขายของชำ



ตู้แช่ (Freezer) คืออะไร

- เป็นตู้แช่แข็งควบคุมอุณหภูมิตั้งแต่ **-18 องศาเซลเซียส** ขึ้นไป มีการควบคุมการทำงานด้วยระบบไมโครโพรเซสเซอร์ (Microprocessor) ผ่านหน้าจอ LED มีฉนวนกันความร้อนที่ผลิตจากเทคโนโลยีฉนวนสุญญากาศ (Vacuum Insulation Panels; VIP) โดยรอบตู้ เพื่อช่วยเพิ่มพื้นที่การใช้งานและลดการถ่ายเทอุณหภูมิภายในตู้และสภาพแวดล้อม

จัดส่งให้กับลูกค้า

ในกรณีที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าออนไลน์/ ใช้บริการเดลิเวอรี่/ สั่งสินค้ากลับบ้าน ทางบริษัทจะมีแพ็คเกจโดยเฉพาะเพื่อที่จะสามารถกักเก็บความเย็นของไอศกรีมให้คงคุณภาพประโยชน์และคุณค่าไว้ โดยในตัวแพ็คเกจทางบริษัทจะใช้ถูเก็บความเย็นและจะใส่น้ำแข็งทรายไอซ์จำนวน 5 ก้อน ซึ่งจะทำให้ไอศกรีมสามารถอยู่ได้นาน 1 ชั่วโมง หรือถ้าหากต้องใช้เวลาในการเดินทางที่นานกว่า 1 ชั่วโมง อาจจะเพิ่มน้ำแข็งทรายไอซ์ตามความเหมาะสม



ความรู้เพิ่มเติมของน้ำแข็งทรายไอซ์

น้ำแข็งแห้งมีความเย็นของตัวเองลบ 98 องศา คือเย็นจัดจนกลายเป็นความร้อน ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ด้วยมือเปล่า หรือสัมผัสได้โดยไม่สวมถุงมือ หรือมีภาชนะรองรับ การเก็บรักษานั้น ต้องจำกัดในปริมาณจำเพาะ เช่นในกล่องโฟมที่มีขนาดพอดีกับจำนวนที่จะเก็บรักษา อย่าให้กล่องใหญ่เกินไป และต้องไม่ให้อยู่ใกล้ความร้อน และแสงแดด อย่าปล่อยให้ลมผ่าน ซึ่งจะทำให้ น้ำแข็งแห้งระเหิดไปอย่างรวดเร็ว

น้ำแข็งแห้งแตกต่างจากน้ำแข็งธรรมดาทั่วไปคือ มีอุณหภูมิเย็นจัดถึง -79°C ในขณะที่น้ำแข็งธรรมดาทั่วไปมีอุณหภูมิประมาณ 0°C ที่อุณหภูมิห้องน้ำแข็งแห้งจะระเหิดกลายเป็นก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์โดยไม่หลอมละลายเป็นของเหลวเหมือนน้ำแข็งธรรมดาทั่วไป จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมเราจึงเรียก "น้ำแข็งแห้ง" น้ำแข็งแห้งให้ความเย็นมากกว่าน้ำแข็งธรรมดาทั่วไปถึง 2 หรือ 3 เท่าเมื่อเทียบโดยน้ำหนักหรือปริมาตรที่เท่ากัน

ประโยชน์ของน้ำแข็งแห้ง

น้ำแข็งแห้งถูกนำมาใช้ประโยชน์หลาย ๆ ด้าน เช่น ในอุตสาหกรรมอาหารประเภทไอศกรีม นม เบเกอรี่ ไข่กรอก และเนื้อสัตว์ เพื่อถนอมอาหารในขั้นตอนการผลิตหรือในการขนส่งหรือเก็บอาหารสำหรับเสิร์ฟบนเครื่องบิน ใช้ในการขนส่งเวชภัณฑ์ใช้ในการทำความสะอาเครื่องจักร แบบหล่อหรือแม่พิมพ์ หรือใช้ในการบดเย็นวัสดุสังเคราะห์ที่แตกยาก นอกจากนี้ยังใช้ในการทำหมอกควัน ในการแสดงต่าง ๆ และอาจใช้ผสมในเครื่องดื่มเพื่อให้เกิดฟองปุด และให้เกิดความเย็น เป็นต้น

2. การเก็บรักษา (Storage)

- ทางบริษัทจะคลังสินค้าเป็นของตนเอง เพื่อความสะดวกต่อการขนส่งในการจัดเก็บสินค้า โดยมีวิธีการจัดเก็บสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ



วิธีการจัดเก็บสินค้า

- วิธีการจัดเก็บวัตถุดิบหลัก คือการจัดเก็บสมุนไพร จะใช้การจัดเก็บแบบแห้งโดยเก็บสมุนไพรไว้ในตู้กันความชื้น เพื่อป้องกันไม่ให้สมุนไพรนั้นโดนความชื้น จะเก็บไว้ในที่อุณหภูมิคงที่ พื้นลมและแสงแดด เพื่อคงคุณภาพประโยชน์ของสมุนไพร



- ภายในคลังสินค้าจะมีตู้คอนเทนเนอร์แอร์ (ห้องเย็น) จัดเก็บไอศกรีมเพื่อรักษาคุณภาพของไอศกรีมไว้ให้คุณประโยชน์ของไอศกรีม มีประสิทธิภาพคงเดิม



3. สินค้าคงคลัง (Inventory)

บริษัทจะใช้ระบบมาตรฐาน WMS ในการจัดการคลังสินค้า

ระบบ WMS ที่ดีจะถูกออกแบบเพื่อให้สามารถรองรับการบริหารจัดการ ทุกกิจกรรมภายในคลังสินค้าประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะคลังสินค้าในศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่ของกิจการค้าส่ง ค้าปลีก อีกทั้งยังต้องสามารถดัดแปลงเพื่อเชื่อมโยงกับระบบการวางแผนทรัพยากรของ ธุรกิจ (Enterprise resource planning: ERP) อื่น ๆ ที่หน่วยงานหรือองค์กรมีอยู่ ในบางครั้งเพื่อลดความสับสน จึงมีการเรียกระบบ WMS ที่สนับสนุนระบบ ERP ว่า Warehouse-focused ERP system มาตรฐานของการวางระบบ WMS ที่สำคัญจะต้องประกอบด้วยส่วนประกอบทุกส่วนในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน โดยจะต้องประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การสร้างระบบเครือข่ายและการเชื่อมโยงข้อมูลภายใน (Data network flow) โดยศึกษาว่าผู้เกี่ยวข้องในระบบหรือ ผู้ใช้ใน Supply network มีองค์กรอะไรบ้าง

2. การรับสินค้า (Receiving) การรับสินค้าเป็นขั้นตอนที่กระทำต่อเนื่องมาจากการจัดซื้อ ซึ่งถูกจัดทำเป็น ฐานข้อมูลการสั่งซื้อ ระบบการรับสินค้าจะใช้ข้อมูลการสั่งซื้อ เป็นข้อมูลการนำเข้า (Input data)

3. การเก็บสินค้า (Put-away) ฐานข้อมูลจะมีการตรวจสอบขนาดของพื้นที่และชั้นเก็บของต่าง ๆ ว่ามีขนาดและน้ำหนักเท่าไร เพียงพอต่อสินค้าที่จะนำมาเก็บหรือไม่ และจำแนกประเภทของสินค้าไปเก็บไว้ในพื้นที่ที่เหมาะสมหรือตามเงื่อนไขที่ต้องการแล้วทำการบันทึกลงในระบบฐานข้อมูลในระบบการควบคุมสินค้าคงคลัง ต่อจากนั้นระบบจะทำการกำหนดลำดับงานและเส้นทางในการจัดเก็บสินค้าที่เหมาะสม

4.หยิบสินค้า (Order picking) เมื่อคลังสินค้าได้รับใบสั่งสินค้าจากลูกค้า (Order) เจ้าหน้าที่คลังสินค้าจะต้องออกไปหยิบสินค้าที่กำหนดไว้ตามคำสั่งซื้อ สินค้าอาจอยู่กระจายในพื้นที่ต่าง ๆ หลังจากหยิบแล้วจะนำกลับมาที่จุดรับของหรือจุดส่งของ โปรแกรมจะทำการประมวลผลข้อมูลจากฐานข้อมูลและจัดเรียงลำดับก่อนหลังการหยิบ สินค้าตามเงื่อนไขที่กำหนด

5. การตรวจสอบยอดสินค้า (Cycle count) ผู้ใช้ในคลังสินค้าสามารถทำการตรวจนับสินค้าเฉพาะบางส่วนหรือตามที่ต้องการ ภายในช่วงเวลาที่กำหนดโดยอาศัยการประมวลผลจากฐานข้อมูลแบบ Real time หรือสามารถตรวจนับในขณะที่กำลังปฏิบัติงานอยู่ โดยที่ระบบ Cycle count สามารถเชื่อมต่อกับระบบ Mobile network ซึ่งจะทำให้การตรวจนับสินค้ามีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

6. การควบคุมสินค้าคงคลัง (Inventory control) ถือได้ว่าเป็นหัวใจในการบริหารจัดการคลังสินค้าโดยการทำงานเชื่อมต่อกับระบบอื่น ๆ ควบคุมและตรวจเช็คการไหลเวียนของสินค้าภายในคลัง ซึ่งทำให้กิจกรรมภายในคลังสินค้าเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

7. **Mobile network** ระบบ Mobile network อนุญาตให้ผู้ใช้หรือผู้เกี่ยวข้องเฉพาะสามารถติดต่อส่งผ่านข้อมูลเชื่อมต่อ ระหว่างอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ภายในคลังสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีไร้สาย เช่น เครื่องอ่านบาร์โค้ดแบบพกพา (Portable barcode) หรือ PDA นอกจากนี้ยังช่วยสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ภายในคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย



4. ผู้ค้าส่ง (Wholesalers)

- ทางบริษัทมีการส่งสินค้าให้กับห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่างๆ โดยใช้ตู้แช่เย็นแบบทรงสูงที่สามารถเก็บรักษาไอศกรีมในอุณหภูมิ -20- ถึง -23 องศา เพื่อเก็บรักษาไอศกรีมให้อยู่ในสภาพเดิมไม่ละลายเมื่อถึงมือผู้บริโภค และคงคุณค่าของไอศกรีม

ซึ่งการที่บริษัทเลือกใช้ตู้แช่เย็นแบบแรงสูงก็เพื่อที่จะแสดงถึงความหรูหราและทันสมัยดูมีระดับทำให้สินค้าดูมีราคามากขึ้นและยังทำให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากตู้ทรงสูงจะมีความโดดเด่นมากกว่าตู้แบบนอน



ตู้แช่เย็นของ “Herb Ice cream”



ตู้แช่เย็นของ “Wall's”

ความแตกต่างระหว่างตู้แช่ไอศกรีมทรงสูง และตู้แช่ไอศกรีมแนวนอน

โดยทั่วไปแล้ว ตู้แช่ไอศกรีมจะมี 2 ลักษณะใหญ่ๆ ก็คือทรงสูงและทรงแนวนอน ทั้ง 2 ทรงนี้มีความแตกต่างกันโดยตู้แช่ไอศกรีมแนวนอน จะไม่สามารถวางตู้โชว์ไอศกรีมในพื้นที่ไม่มีแอร์ได้ ถึงจะมีแอร์คุณภาพของไอศกรีมก็จะลดลง เนื่องจากจะทำให้มีน้ำแข็งเกาะมากกว่าปกติ และทำให้เกิดหมอกติดบริเวณกระจก และอากาศชื้นภายนอก ทำให้มีน้ำแข็งเกาะชั้นบนของไอศกรีมได้ ร้านไอศกรีมที่มีระดับสูงจึงไม่นิยมนำเอาตู้แช่ไอศกรีมทรงแนวนอนมาใช้ในการบริการ แต่ถ้าหากจำเป็นต้องใช้ในพื้นที่ที่ไม่มีแอร์ (Open Air) ควรใช้งานตู้ไม่เกิน 8 ชั่วโมง และพื้นที่นั้นอากาศไม่ร้อนมาก หากอยากหลีกเลี่ยงปัญหาดังกล่าวควรใช้เป็นตู้สต็อกหรือตู้ทรงสูงดีกว่า ตู้สต็อกหรือตู้ทรงสูงที่เป็นกระจกด้านหน้าจะสามารถรักษาอุณหภูมิภายในตู้ได้มากกว่า เนื่องจากระบบควบคุมอุณหภูมิภายใน มีประสิทธิภาพที่สูงมาก และยังเห็นไอศกรีมได้ชัดเจน สังเกตได้ว่าตู้สต็อกหรือตู้ทรงสูงจะไม่มีน้ำแข็งเกาะภายในตู้หรือตัวไอศกรีมเลย จากข้อความดังกล่าวจึงสรุปได้ว่า ตู้แช่ไอศกรีมแบบตู้สต็อกหรือตู้ทรงสูงจะมีประสิทธิภาพสูงกว่าตู้แช่ไอศกรีมแนวนอน



-ทางบริษัทมีจากจัดบูธแสดงสินค้า โดยส่วนใหญ่จะตั้งตามทางเดินหรือตามบันไดเลื่อนในห้างสรรพสินค้า ต่างๆ ซึ่งบูธของเราจะใช้สีทองและสีแดงเป็นหลักเพื่อแสดงถึงความหรูหรา มีระดับ และใช้โลโก้เพื่อแสดงสัญลักษณ์ว่าเป็นของใคร ทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ทันทีที่มองแค่โลโก้ โดยในบูธก็จะมีพนักงานขายคอยนำเสนอสินค้าให้กับผู้บริโภค บอกถึงสรรพคุณของสินค้าแต่ละชนิด และพนักงานขายยังคอยช่วยตอบข้อสงสัยที่ผู้บริโภคอยากทราบอีกด้วย



-ทางบริษัทจะจัดส่งให้ห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สยามพารากอน เซ็นทรัล เดอะมอลล์ หรือ MBK เป็นต้น



แบบร้านค้าปลีก

ทางบริษัทมีการเปิดร้านค้าปลีกเป็นของตนเองเพื่อที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆของทางบริษัทได้โดยตรง เช่น ไอศกรีมรสอัญชัน ไอศกรีมรสดอกชบา ไอศกรีมรสดั่งเช่า เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้กว้างมากขึ้น ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกในการเดินทางมาซื้อสินค้าได้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย

การตั้งร้านค้าปลีก จะต้องคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของร้าน ควรจะตั้งให้อยู่กับกลุ่มเป้าหมายของบริษัท ยกตัวอย่างเช่น สยามพารากอน สุขุมวิท สีลม เป็นต้น โดยลักษณะการตกแต่งร้านจะต้องมีความหรูหราเพื่อบ่งบอกถึงราคาสูงของผลิตภัณฑ์ แต่ก็ต้องสื่อถึงสุขภาพที่ดี ดูให้สบายตา สบายใจ

หน้าร้าน

หน้าร้านจะมีโลโก้ของบริษัทที่เด่นชัดเพื่อให้ลูกค้าได้สามารถมองเห็นได้ง่าย และจะเน้นสีทองและสีแดงเพื่อแสดงถึงความระดับมีราคาสูง



ภายในร้าน

ภายในร้านจะมีการตกแต่งร้านคล้ายกับแนวสปาจะให้ความรู้สึกเสมือนกับได้รับความรู้สึกผ่อนคลาย เมื่อเข้ามาในร้าน และภายในร้านยังมีน้ำหอมสมุนไพรสดจืดเพื่อให้ความรู้สึกอบอวลไปด้วยสมุนไพร และคุณประโยชน์ที่จะได้รับจากไอศกรีมของเรากลับไปอีกด้วย



การส่งเสริมการขาย (Promotion)

1. การโฆษณา (Advertising)

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle)

1) ขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ (Product Introduction)

กลยุทธ์ของการส่งเสริมการขายโดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาและการทำให้ผู้บริโภคตระหนักและได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่กำลังออกสู่ตลาดและสายตาของผู้บริโภค โดยทราบถึงคุณสมบัติ ประโยชน์ ความเป็นธรรมชาติ และบริการที่เสนอขายว่ารับประทานไปแล้วจะเป็นอย่างไร

- การโฆษณาช่วงแนะนำขั้นที่1

เป็นการโฆษณาเพื่อเน้นให้ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าและลักษณะของผลิตภัณฑ์ของเรา เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ของเรามากขึ้น โดยมีการส่งเสริมการขายโดยใช้ฟรีเซ็นเตอร์เป็นคาราคัง เนื่องจากในสมัยนี้ไม่ว่าจะเป็นคาราหรือนักร้อง ย่อมมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของกลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างมากและผลิตภัณฑ์ของเรานั้นกลุ่มเป้าหมายของคนที่กำลังสนใจในเรื่องของสุขภาพหรือหันมาดูแลตนเองมากขึ้น การนำคาราชื่อดังอย่าง “คริส หอวัง” เป็นฟรีเซ็นเตอร์ เนื่องจาก คริส เป็นคนที่รักสุขภาพเป็นอย่างมากทำให้มีผิวพรรณเนียนใน เปล่งปลั่ง เพราะเธอมักจะรับประทานอาหารชีวจิต รวมถึงสมุนไพรต่างๆทุกวัน และยังออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอเมื่อร่างกายได้ขับเหงื่อออกมาจะทำให้ร่างกายช่วยฟอกสิ่งตกค้างหรือสิ่งมีพิษออกจากร่างกายและเธอเองยังเป็นสาวไฮโซชื่อดังที่ใส่ใจกับสุขภาพของตนเองและ ณ ตอนนี้ไม่มีใครที่บอกว่าไม่รู้จักจึงทำให้ Herb icecreamเลือก คริส หอวัง ซึ่งตรงกับ Positioning ของเรามากที่สุดการที่มีคาราชื่อดังมาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ให้นั้นย่อมถือว่าเป็นการประกันคุณภาพไปในตัวอีกชั้นหนึ่ง



- การโฆษณาช่วงแนะนำขั้นที่2

เป็นการโฆษณาเพื่อที่เน้นให้ผู้บริโภคนั้นรับรู้ถึงรายละเอียดของตัวผลิตภัณฑ์ของเราว่ามีสรรพคุณอะไรบ้าง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างไรบ้าง และเหมาะสมกับผู้บริโภคในด้านอะไรบ้าง อาทิเช่น ไอศกรีมรสอัญชันสด 100% ที่มีสรรพคุณคือ เป็นเครื่องดื่มดับกระหาย มีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ มีสารแอนโทไซยานิน มีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ เสริมภูมิคุ้มกันต้านทานช่วยเพิ่มความสามารถในการมองเห็น เนื่องจากดอกอัญชันมีสารที่จะไปเพิ่มการไหลเวียนในหลอดเลือดเล็กๆ โดยทั่วไปแล้วไอศกรีมสมุนไพรทั่วไปอาจมีส่วนผสมของสมุนไพรน้อยเพราะส่วนมากจะเป็นส่วนผสมอย่างอื่นมากกว่าเมื่อรับประทานเข้าไปแล้วอาจทำให้ผู้บริโภคมีโรคตามมา แต่ผลิตภัณฑ์ของเราเน้นความเป็นธรรมชาติโดยการมีสมุนไพรเข้มข้นและไม่ใส่วัตถุกันเสีย



ไอศกรีมสมุนไพรสกัด 100%



รู้ไหม ?

หลายคนอาจจะคิดว่าความเย็นนั้นไม่ได้มีประโยชน์อะไร
แต่รู้ไหมว่าความเย็นนั้นสามารถกระตุ้นสมองส่วนกลางให้เกิดการหลั่ง
สาร "เอนเคฟาลิน" (Enkephalin) และ "เอนดอร์ฟิน" (Endorphin)
ออกมาซึ่งเป็นสารที่ทำให้ร่างกายรู้สึกสบาย

เกร็ดสาระ

การกินสมุนไพรที่มีความเย็นนั้น
นอกจากจะทำให้ร่างกายรู้สึกผ่อนคลาย
แล้วยังช่วยทำให้ร่างกาย
ไม่ดูดซึมสารที่ก่อมะเร็ง
และจุลินทรีย์อีกด้วย



2) ขั้นตลาดเจริญเติบโต (Market Growth)

ขั้นนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายที่จะให้รู้ถึงประเภทของผลิตภัณฑ์ในสายผลิตภัณฑ์เรานั้นมีอะไรบ้าง โดยเน้นโฆษณาเกี่ยวกับตราสินค้าให้มากขึ้นเพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รู้จัก

- การโฆษณาช่วงเติบโตขั้นที่1

เป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มากขึ้น โดยการออกรสชาติใหม่ๆ ย่อมทำให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจในการใช้สินค้ามากกว่าเดิม โดยเฉพาะลูกค้ารายเก่าก็จะได้รับรู้ถึงสินค้าตัวใหม่ได้รวดเร็ว เนื่องจากมีการสนใจอย่างต่อเนื่องแล้วยังสร้างลูกค้าใหม่ได้ด้วยการบอกต่อกัน ในเรื่องของการประสบความสำเร็จในสินค้าตัวแรกอีกทั้งยังบอกถึงสรรพคุณแต่ละตัวได้อย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกใช้งานได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม



- การโฆษณาช่วงเติบโตขั้นที่ 2

ในช่วงนี้จะเป็นช่วงที่เริ่มมีคู่แข่งมากขึ้นทั้งที่เป็นคู่แข่งที่มีการผลิตสินค้าที่มีความคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์ของเราแต่มีข้อแตกต่างกัน โดยการโฆษณาขั้นนี้เราจะสร้างความแตกต่างให้มากกว่าคู่แข่งโดยการโจมตีคู่แข่งด้วยการใช้คำพูดที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เน้นความเป็นธรรมชาติ

HERB ICE CREAM

ไอศกรีมที่ได้มากกว่า ไอศกรีมทั่วไป

ไอศกรีมสมุนไพรสด 100 % รสอันชื่น

เอนโดรฟิน
ช่วยให้ร่างกายผ่อนคลาย

แทนนิน
ช่วยป้องกันมะเร็ง

แอนโธไซยานิน
ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระ

แคโรทีน
ช่วยในการมองเห็น

ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระ
ช่วยป้องกันโรคหลอดเลือดต่างๆ
แคลอรีต่ำ
บำรุงสมอง
บำรุงผิวพรรณ

www.HERBICECREAM.COM

-Herb icecreamเน้นประโยชน์ที่สามารถได้มากกว่า
ไอศกรีมธรรมดาทั่วไปโดยแก้ذبกระหาย
แล้วยังรักษาสุขภาพอีกด้วย

- Swensensเน้นประโยชน์ในด้านเดียวคือ
ความรู้สึกสดชื่นที่ได้จากความเย็นเท่านั้น แต่ไม่มี
ประโยชน์



3) ขั้นตลาดอิมตัว (Market Maturity)

ทางบริษัทจะต้องทำงานเป็นอย่างหนัก โดยส่งเสริมตัวแทนการขายให้กับตัวแทนจำหน่าย หาวีธีต่างๆ ยื่นข้อเสนอเพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายยังคงจงรักภักดีต่อบริษัท ทั้งนี้การส่งเสริมการขายต่อผู้บริโภค ทางบริษัทก็ต้องคำนึงเป็นพิเศษ ใส่ใจและทุ่มเทให้มาก และสิ่งสำคัญที่สุดคือการรักษาสวนแบ่งตลาดไว้ เพื่อดำเนินธุรกิจต่อไป

- การโฆษณาช่วงอิมตัวขั้นที่1

ทางบริษัทจะเริ่มกลยุทธ์ใหม่ โดยจะมีการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายใหม่ จากกลุ่มเป้าหมายเดิมคือวัยเด็กและวัยทำงาน มาเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ คือกลุ่มผู้ใหญ่หรือกลุ่มที่กำลังเข้าสู่ผู้สูงอายุ จากความคิดแต่ก่อนของผู้ใหญ่ส่วนมากจะคิดว่า ไอศกรีมเป็นขนมประเภทหนึ่งที่ไม่ดีมีประโยชน์ มีแค่ความหวานซึ่งให้โทษ ถ้ารับประทานเกินความจำเป็น แต่ไอศกรีม HERB ซึ่งเป็นไอศกรีมสมุนไพร นอกจากยังมีรสชาติที่อร่อยและโดดเด่น ยังมีคุณประโยชน์มากมายให้เลือกคัดสรรได้ถึง 9 รสชาติ หลายสรรพคุณ ไอศกรีม HERB ได้ฟังทะลายนความคิดของผู้ใหญ่กลุ่มนั้นที่เห็นไอศกรีมให้โทษต่อร่างกาย ได้กลับมารับประทานไอศกรีมและชื่นชอบได้ เพราะไอศกรีมของบริษัทมีคุณประโยชน์ที่สูง เนื่องจากสกัดจากสมุนไพร 100% การโฆษณาจึงจะเน้นไปทางผู้ใหญ่เพื่อที่จะได้ให้กลุ่มเป้าหมายรายอื่นได้ทราบถึงคุณประโยชน์ได้ชัดเจนมากขึ้นโดยใช้นักแสดง, พิธีกร กิตติมศักดิ์ คือคุณมยุรา เสวตศิลา เป็นนักแสดง, พิธีกรชื่อดังที่รักสุขภาพมาก ซึ่งทุกคนทราบดีว่าคุณมยุรา เสวตศิลา เป็นผู้ที่ดูแลสุขภาพได้ดีมาก ไม่ว่าจะผ่านไปกี่ปีก็ยังคงสวยเหมือนเดิม และยังมีอิทธิพลต่อผู้ใหญ่วัยเดียวกัน ทางบริษัทจึงเลือกคุณคุณมยุรา เสวตศิลา เป็นฟรีเซ็นเตอร์

"ร่ายอย่างเราก็ทานได้"



ไอศกรีมสมุนไพรสกัด 100%

ช่วยลดความเสี่ยงของโรคหลอดเลือดอุดตัน
สาเหตุของการเกิดโรคหัวใจและอัมพาต



นักแสดง/พิธีกร มยุรา เศวตศิลา

คอเลสเตอรอลต่ำ

- การโฆษณาช่วงอิมตัวขั้นที่2

เป็นการโฆษณาเพื่อที่จะระบายสินค้าที่ค้างอยู่ในสต็อกออกไปให้หมด เพราะถ้าหากยังคงค้างสินค้าไว้ในสต็อกไว้ ก็จะยากต่อการขายได้ สินค้าของบริษัทจะมีระยะเวลาของตัวคุณประโยชน์ อาจทำให้คุณประโยชน์ต่ำลงและอาจทำให้ยอดขายตกได้ ซึ่งในการขายแต่ละครั้งจะไม่เหมือนกันบางวันที่ออกจำหน่ายก็หมด บางวันก็เหลือ จึงต้องนำออกไปจำหน่ายในวันถัดไป ทางบริษัทจึงเล็งเห็นว่าการระบายสินค้าในช่วงนี้จะไม่นั้นผลกำไรแต่จะเน้นทางวิธีการ “เพียงส่งรหัสได้ฝ่าไอศกรีมทุกรสชาติ เพื่อส่งรหัสชิงโชคลุ้นรับทองคำแท่งหนัก 10 บาท ทุกสัปดาห์ ผ่านทางรายการ คลับสุขภาพ ทางช่อง 7 จักรวาลทุกวันอังคาร ตั้งแต่วันที่ 30 มิถุนายน 2557 ถึง 31 กรกฎาคม 2557”



รหัสสวาราย
ลุ้นทองคำแท่งหนัก **10** บาท ทุกสัปดาห์
30 มิถุนายน - 31 กรกฎาคม 2557

HERB ICE CREAM

ไอศกรีมสกดสมุนไพร 100% ทุกรสชาติ

Aunchun
อัญชัน
ส่วนผสมจากธรรมชาติ
และรสอร่อย
450 g.

จักรวาลทุกวันอังคาร เวลา 16.15-16.30 น.

คลับสุขภาพ



4) ขั้้นยอคขายตกต่ำ (Sales Decline)

ขั้้นนี้การขายต่างๆจะตกต่ำลงอย่างถาวร ดังนั้นจะต้องตั้งตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่อีกครั้ง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์กลับมาอยู่ในวงโคจรใหม่ เพื่อให้มียอดขายเพิ่มขึ้น หรือ มีโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม

- โฆษณาช่วงตกต่ำขั้้นที่ 1

เป็นขั้้นที่บริษัทจะเลือกตัดผลิตภัณฑ์รสรชาติที่มียอดขายน้อยออก เพราะเป็นการยี้ดอายุ รสรชาติอื่นไว้ อีกทั้งลดค่าใช้จ่ายในการผลิต จึงทำการจัดโปรโมชั่นให้กับสินค้าโดยวิธี “เมื่อ ลูกค้าซื้อ ไอศกรีมรสมันฝรั่ง จำนวน 4 ควอท จะได้รับฟรี ครีมมาร์คหน้าสมุนไพรสกัด 100% ในขนาดทดลอง ปริมาณ 10 กรัม โดยมีส่วนผสมจากดอกอัญชัน ซึ่งเป็นสินค้าตัวใหม่ที่กำลัง เติบโตในภายใต้แบรนด์เดิม”

SPECIAL

HERB ICE CREAM

เมื่อซื้อไอศกรีมสมุนไพร รสมันฝรั่ง ครบ 4 ถ้วย

รับกับก็! ครีมมาร์คหน้าสมุนไพร สกัดอัญชัน

ในขนาดทดลอง 10 กรัม

NEW

Potato
มันฝรั่ง
ส่วนผสมจากอัญชัน

WWW.HERBICECREAM.COM

- โฆษณช่วงตกต่ำขั้นที่ 2

ทางบริษัทไม่จำเป็นต้องขายทอดกิจการและไม่ต้องการเป็นพันธมิตรร่วมกับกิจการอื่น เนื่องจากมีความมั่นคง เงินทุนหนาแน่นมากพอที่จะหาสินค้าอื่นมาเพื่อทดแทนสินค้าที่ตัดออกจากสายผลิตภัณฑ์ นั่นคือ“ครีมมาร์คหน้า อัญชันสกัด 100%” ที่เลือกเพราะสินค้าตัวนี้สามารถใช้วัตถุดิบและเครื่องจักรเดิมในการผลิตได้ การดัดแปลงมาเป็นครีมมาร์คหน้า อัญชันสกัด 100%ทำให้ผู้บริโภคที่ละเลยการดูแลสุขภาพของใบหน้า ตระหนักถึงเรื่องเอาใจใส่ดูแลผิวหน้ามากขึ้น จึงทำให้ผู้บริโภคเหล่านั้น หันมาใช้ครีมมาร์คหน้าอัญชันสกัด100% การโฆษณาจะเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่แต่งหน้าเป็นประจำ แต่รักษาสุขภาพใบหน้า ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคที่แต่งหน้าบ่อยๆ จะเลือกสรรครีมบำรุงหน้ากันมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ของเราจึงถือโอกาสนี้ ได้ทดลองการออกแบบสินค้าทดแทนเพื่อให้ผู้บริโภคสังเกตเห็นความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้บริโภคกล้าทดลองบริโภคผลิตภัณฑ์ เพราะมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของตัวสินค้าเดิมอยู่



HERB ICE CREAM

ครีมมาร์คหน้าสมุนไพร อัญชัน

รู้สึกได้ทันทีในครั้งแรกที่ใช้

ช่วยให้ผิวหน้ากระจ่างใส

ลดริ้วรอย และจุดด่างดำ

NEW

WWW.HERBICECREAM.COM

2. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle)

1) ขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ (Product Introduction)

- การประชาสัมพันธ์ช่วงแนะนำขั้นที่ 1 และ 2

มีการจัดเสวนาเชิงวิชาการเรื่องสุขภาพกับการใช้สมุนไพรมาเป็นส่วนผสมหลักของไอศกรีม โดยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพและสมุนไพรมาพูดถึงคุณประโยชน์จากสมุนไพรที่จะได้รับจากไอศกรีมของเรา โดยมีการขึ้นจอด้วยภาพโลโก้เราเป็นผู้สนับสนุน เพื่อให้คนเข้าใจว่าสินค้าของเราเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพโดยเป็นการประชาสัมพันธ์ในทางอ้อม



โดยแพทย์หญิง ดร.วรรณ สิริโกชนา ผู้เชี่ยวชาญด้านสมุนไพร มาพูดถึงเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของสมุนไพรที่มีผลต่อสุขภาพ



โดยสถานที่ที่จัดเสวนาคือที่ อิมแพค เมืองทองธานี วันพุธที่ 21 - วันอาทิตย์ที่ 25 พฤษภาคม 2557 โดยผู้ที่เข้าฟังการเสวนาส่วนใหญ่ก็จะเป็นพวกคนวัยทำงานที่รักสุขภาพในย่านใจการเมือง ซึ่งตรงกับ โพธิ์ชั้นนี้ของเรา โดยในช่วงพักเบรกก็จะมีแจกสินค้าให้รับประทานเป็นอาหารว่าง โดยที่แจกจริงๆแล้วไม่ได้ต้องการหวังผลอะไร แต่เป็นนัยแอบแฝง โดยจริงๆหวังผลเนื่องมาจากพอเริ่มฟังแล้วเกิดรู้ว่าสมุนไพรดี ก็ทำให้มีความคิดอยากใช้สินค้าของเรา

2) ชั้นตลาดเจริญเติบโต (Market Growth)

- การประชาสัมพันธ์ช่วงเติบโตขั้นที่ 1

มีการจัดโครงการ สนับสนุนด้านกีฬาให้กับโรงเรียนอัสสัมชัญ ชื่อโครงการ “Futsal Champions” เป็นกิจกรรมการเสริมสร้างทางด้านกีฬาเพื่อสนับสนุนให้นักเรียนมีร่างกายแข็งแรง สุขภาพดี และเพื่อสร้างภาพลักษณ์และให้คนรู้จักสินค้ามากขึ้น โดยในขณะที่จัดกิจกรรมหรือเล่นกีฬานั้นจะมีการติดป้ายตรา ยี่ห้อ Herb icecream เพื่อเป็นการโฆษณาทางด้านทางประโยชน์เพื่อสังคมของผลิตภัณฑ์





การที่บริษัทเราได้เลือกจัดกิจกรรมนี้ขึ้นมาก็เพราะทางบริษัทของเราได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของสุขภาพเป็นสำคัญ โดยเลือกโรงเรียนอัสสัมชัญก็เพราะเป็นโรงเรียนเอกชน ซึ่งตรงกับโพธิ์ชั้นนี้ของเรา



สำหรับทีมที่ชนะในกิจกรรมนี้ก็จะได้รับของสัมมนาคุณจากทางบริษัทด้วย โดยจะเป็นกระเช้าผลิตภัณฑ์ไอศกรีมสมุนไพรสกัด 100 % ทุกรสชาติ

- การประชาสัมพันธ์ช่วงเดิโตขั้นที่ 2

ในช่วงนี้บริษัทได้เข้าไปเป็นสปอนเซอร์ให้กับการประกวดไทยซูเปอร์โมเดล เพราะการประกวดไทยซูเปอร์โมเดล เป็นการประกวดเพื่อเฟ้นหานางแบบ โดยเน้นที่รูปร่างเป็นสำคัญ ซึ่งตรงกับ Positioning ของเรานอกจากนั้นการประกวดไทยซูเปอร์โมเดลยังมีความน่าสนใจเยอะมากซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นคนระดับสูง ซึ่งตรงกับกลุ่มเป้าหมายของเรา ซึ่งเป็นการขยายช่องทางอีกทางหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้ารู้จักยี่ห้อของเรามากยิ่งขึ้น โดยมีการทำเป็นป้ายตรายี่ห้อของเรานบนเวที ชุดของผู้เข้าแข่งขัน ด้วยว่าได้เป็นสปอนเซอร์ให้กับการประกวด เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทางบริษัทของเราอีกด้วย ทำให้ผู้ที่ได้ชม ได้ทราบว่าในการประกวดไทยซูเปอร์โมเดลนี้บริษัทได้มีส่วนช่วยให้การสนับสนุนด้วย



ขณะทำการประกวด



การมอบรางวัลให้กับผู้ชนะเลิศ

สำหรับผู้ชนะเลิศในการประกวดนี้ทางบริษัทได้มีการมอบเงินรางวัล เป็นจำนวน 100,000 บาท พร้อมของสัมมนาคุณเป็นกระเช้าผลิตภัณฑ์ไอศกรีมสมุนไพรสกัด 100 % ทุกรสชาติ และยังได้ร่วมเซ็นสัญญาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ให้กับบริษัทของเราอีกเป็นระยะเวลา 1 ปี

3) ขั้นตลาดอิมตัว (Market Maturity)

- การประชาสัมพันธ์ช่วงอิมตัวขั้นที่ 1

ในช่วงนี้ทางบริษัทได้มีการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายใหม่มาเป็นผู้สูงอายุมีการจัดโครงการ “Herb โยคะเพื่อสุขภาพ” โดยมีการจัดการออกกำลังกายโดยการเล่นโยคะเพื่อสุขภาพ ในทุกๆ เย็นที่ หมู่บ้าน ลัดดาวัลย์ ซึ่งจะมีห้องสำหรับเล่นโยคะโดยตรง ซึ่งจะมีครูฝึกที่มีความเชี่ยวชาญในด้านโยคะไปสอนให้ นอกจากนั้นยังมีไอศกรีมสมุนไพรสด 100% สูตรคอเลสเตอรอลต่ำ ซึ่งมีส่วนช่วยในการลดความเสี่ยงของโรคหลอดเลือดอุดตัน สาเหตุของการเกิดโรคหัวใจ และอัมพาต เหมาะสำหรับผู้สูงอายุให้ได้ทางฟรีอีกด้วย โดยทางบริษัทเป็นผู้ออกเงินทุนสนับสนุน เพื่อส่งเสริมอีกทั้งยังตอบใจทางด้านสุขภาพของตัวสินค้าต่อผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้า โดยบริษัทเป็นสปอนเซอร์ในกับโครงการนี้





ที่บริษัทเลือกทำโครงการนี้ก็เพราะกลุ่มเป้าหมายใหม่ของเราเป็นผู้สูงอายุ ซึ่งส่วนใหญ่จะไม่ค่อยสะดวกที่จะออกไปร่วมกิจกรรมข้างนอก เราจึงเลือกจัดโครงการตามหมู่บ้านเพื่อความสะดวกของลูกค้าด้วย และที่เลือกหมู่บ้านลัดดาวัลย์นั้น ก็เพราะเป็นหมู่บ้านที่มีระดับสูงซึ่งตรงกับโพสิชันนิ่งของเรา

- การประชาสัมพันธ์ช่วงอิมตัวขั้นที่ 2

จะมีการนำสินค้าไปแจกตามสาธารณะต่างๆ ที่มีการออกกำลังกาย และจะเน้นสถานที่ที่มีคนออกกำลังกายเยอะ เช่น สวนลุมพินีวัน เพื่อให้คนที่ได้มาออกกำลังกายทดลองสินค้า นอกจากนั้นยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้บริษัทอีกด้วย การใช้วิธีนี้ถ้าสังเกตโดยภาพรวมภายนอกอาจไม่หวังผลตอบแทน แต่ผลแอบแฝงที่ตามมาคือ เมื่อคนที่มาออกกำลังกายได้รับประทานไอศกรีมแล้วเกิดพอใจ ก็จะไปบอกต่อๆ กันให้ซื้อ เพราะบุคคลเหล่านี้จะรักสุขภาพ เมื่อมีคนใดคนหนึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ เขาก็จะซื้อตามๆ กัน

มีการนำผลิตภัณฑ์ไอศกรีมสมุนไพร ยี่ห้อ Herb ไปแจกให้กับบุคคลทั่วไปที่มาออกกำลังกายที่สาธารณะ เพราะบุคคลเหล่านี้ต้องการสิ่งที่มีประโยชน์เป็นธรรมชาติมากที่สุดเข้าสู่ร่างกาย ซึ่งตรงกับโพสิชั่นนิงคือคุณประโยชน์สูง ทางบริษัทเลือกเป็นสถานที่ใหญ่ เพื่อจะกระจายข่าวออกไปได้เร็ว ผลิตภัณฑ์ก็จะเป็นที่รู้จักเร็วมากขึ้น เมื่อได้ทดลองแล้วรู้สึกชื่นชอบในตัวผลิตภัณฑ์เพราะมีคุณประโยชน์สูงมาก



4) ขั้้นยอขายตกต่ำ (Sales Decline)

- การประชาสัมพันธ์ช่วงตกต่ำขั้นที่ 1

ในช่วงนี้ทางบริษัทได้มีโครงการ “Give Good Herb” คือได้เข้าไปให้เงินทุนสนับสนุนอุปกรณ์การศึกษา เครื่องมือวิจัย ให้กับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะวิทยาศาสตร์ สาขาคหกรรมศาสตร์- อาหารและโภชนา เพื่อเป็นการสนับสนุนให้นักศึกษาได้ทำการวิจัยต่างๆ เพื่อเวลาผ่านไปทางบริษัทก็จะมีการรับตัวนักศึกษากลุ่มนี้เข้ามาทำงานในบริษัทด้วย เพื่อให้นักศึกษากลุ่มนี้ได้นำความรู้ต่างๆมาพัฒนาสินค้าของบริษัทต่อไปซึ่งเป็นการได้ประโยชน์ทางอ้อมด้วย



- การประชาสัมพันธ์ช่วงตกต่ำขั้นที่ 2

มีการจัดเสวนานำเสนอสินค้าตัวใหม่ของบริษัท โดยมีหัวข้อที่ว่า “ครีมมาร์คหน้ากับสมุนไพร” โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านครีมและสมุนไพรมาพูดถึงคุณประโยชน์จากสมุนไพรโดยมีการขึ้นจอด้วยภาพโลโก้เราเป็นผู้สนับสนุน เพื่อให้คนได้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ของทางบริษัท และได้เข้าใจว่าผลิตภัณฑ์ของเราเป็นประโยชน์ต่อใบหน้าอย่างไร และมีการแจกสินค้าให้ผู้ร่วมงานได้ทดลอง เป็นการหวังผลตอบแทนทางอ้อมในตัวสินค้า



โดยมีการจัดเสวนาเรื่อง ครีมมาร์คหน้ากับสมุนไพร โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสมุนไพร คือ ดร.พรทิพย์ สิริโรจน์ และผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนัง คือ ดร.วิทย์พร ไพบูลย์ มาให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรที่นำมาใช้กับครีมมาร์คหน้า ว่ามีประโยชน์อย่างไร

3.การส่งเสริมการขาย

1) ขั้นตอนแนะนำผลิตภัณฑ์ (Product Introduction)

- การส่งเสริมการขายช่วงแนะนำขั้นที่1

บริษัทได้จัดทำใบโบชัวร์ร่วมกับร้านค้าปลีกชั้นนำ คือ บิ๊กซี ทุกสาขา โดยได้นำไปวางหน้าทางเข้าห้างสรรพสินค้าเพื่อให้ลูกค้าที่กำลังจะเดินเข้าห้างเห็นและหยิบไปอ่านได้ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าของเราและเมื่อซื้อสินค้าในบิ๊กซีครบ 100 บาท ได้รับ แสตมป์ 1 ดวงมูลค่า 1 บาทถ้าสะสมแสตมป์ครบ 500 ดวง รับที่นั่งเก็บของฟรีได้และสะสมครบ 1,000 ดวง รับโต๊ะปิกนิกฟรีได้ 1 ชุด ตั้งแต่ 1 – 31กรกฎาคม พ.ศ. 2557



Big C
SUPERCENTER

สะสม
แลกกับของแถม
แจกฟรี!

ซื้อครบ 100.- รับ 1 ดวง
(มูลค่า 1 บาท)

• ใช้แทนเงินสด • สะสมแลกของพรีเมียม • ทำบุญ

500 ดวง

ซื้อครบ 500 บาท รับ 1 ชิ้น
มูลค่า 500 บาท

ขนาด กว้าง : 40x30x25 cm

ขนาดยาวของลิ้น 13 ซม. 56

1000 ดวง

ซื้อครบ 1,000 บาท รับ 1 ชุด
มูลค่า 1,000 บาท

ขนาดโต๊ะ กว้าง : 80x30x10.2 cm
ขนาดโต๊ะ กว้าง : 25x10x10 cm

สินค้าที่มีจำนวนจำกัด

จำนวนสินค้าที่มีจำนวนจำกัด

จำนวนสินค้าที่มีจำนวนจำกัด

จำนวนสินค้าที่มีจำนวนจำกัด

Big C
SUPERCENTER

สะสม
แลกกับของแถม
แจกฟรี!

ซื้อครบ 100.- รับ 1 ดวง
(มูลค่า 1 บาท)

• ใช้แทนเงินสด • สะสมแลกของพรีเมียม • ทำบุญ

รับ 12 ดวง

ซื้อครบ 120 บาท รับ 12 ดวง

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

เนสกาแฟ เรด คัพ 200 กรัม / คอปปี้แมค 200 กรัม (ชนิดใดก็ได้)

2 ชิ้น 50.-

สินค้าของบริษัทเราได้มีการร่วมกับทางบิกซีนั่นก็คือ เมื่อซื้อสินค้าของเรานั้น
คือ Herb icecream 1 ควอท ในราคาปกติ 239 บาท รับทันทีแถมปี 12 ดวง

ประโยชน์จากที่ในการจัดส่งเสริมการขายนี้ทำให้ลูกค้าที่อยากได้สแตมป์มีความต้องการที่อยากซื้อสินค้ามากขึ้นเนื่องจากมีสแตมป์เป็นแรงจูงใจเนื่องจากสินค้าของเราเมื่อซื้อจะได้สแตมป์ 12 ดวงซึ่งมากที่สุดในการจัดส่งเสริมการขายครั้งนี้

- การส่งเสริมการขายช่วงแนะนำขั้นที่2

บริษัทได้จัดทำใบโบชัวร์ร่วมกับร้านค้าปลีกชั้นนำ คือ บิ๊กซี ทุกสาขา โดยได้นำไปวางหน้าทางเข้าห้างสรรพสินค้าเพื่อให้ลูกค้าที่กำลังจะเดินเข้าห้างเห็นและหยิบไปอ่านได้ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าของเรา





รับคูปองคืนเงิน 10- รับ 2 ใบ



เกาะไม้น้ำเชื่อม ตราสามกษัตริย์
20 ขวด/บottle **1 กระป๋อง 71.-**



ไอศกรีมเค็มเค็ม 35 กรัม
(ทุกรสชาติ) **2 ถ้วย 36.-**



เนสกาแฟ 2 in 1 45 กรัม **2 ถ้วย 82.-**



ไอโรว์ดีเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 5 ขวด
(ทุกรสชาติ) **1 แพคเกจ 40.-**



คาโจนเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 45 กรัม **1 ถ้วย 45.-**



สมุนไพรเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 50 กรัม **1 ถ้วย 55.-**



ไอศกรีมสมุนไพร 100%
Herb Icecream 1 ถ้วย 100 กรัม ราคา 239 บาท
(ทุกรสชาติ)



ไอศกรีมเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 37 กรัม
(ทุกรสชาติ) **1 ถ้วย 40.-**



ไอศกรีม 57 กรัม
(ทุกรสชาติ) **2 ถ้วย 40.-**



น้ำเลมอนเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 39 กรัม (ทุกรสชาติ) **1 ถ้วย 39.-**



นมสดรสชาตเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 2 ลิตร **1 ขวด 89.50**



ไอศกรีมเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 180 กรัม (ทุกรสชาติ) **2 แพคเกจ 76.-**



ไอศกรีม 100% 200 กรัม
2 ถ้วย 36.-
(ทุกรสชาติ)



ไอศกรีม (ทุกรสชาติ) **1 ถ้วย 60.-**



ไอศกรีม (ทุกรสชาติ) **2 ถ้วย 55.-**



ชาเขียว 500 มล.
(ทุกรสชาติ) **2 ขวด 40.-**



นมสดรสชาตเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 100 มล. **1 ขวด 32.-**



ไอศกรีมเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 50 กรัม
1 ถ้วย 32./29.-



ไอศกรีมเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 15 มล.
(ทุกรสชาติ) **2 ถ้วย 20.-**



ไอศกรีมเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 10.1
1 ถ้วย 39.-



ไอศกรีมเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 10.1
1 ถ้วย 39.-



ไอศกรีมเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 270 กรัม /
กาน้ำชา 250 กรัม **1 ถ้วย 30.-**



ไอศกรีมเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 120 กรัม
1 ถ้วย 39.-



ไอศกรีมเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 550 มล.
(ทุกรสชาติ) **2 ถ้วย 34.-**



ไอศกรีมเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 850 มล. **1 ถ้วย 40.-**



ไอศกรีมเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 900 มล. **1 ขวด 47.-**



ไอศกรีมเนเจอร์ซีเรียลรสช็อคโกแลต 500 มล. **1 ขวด 46.-**

เมื่อซื้อสินค้าของทางบริษัทที่ร่วมรายการอยู่กับบิกซีนั่นคือ Herb icecream 1 ขวด รับทันทีคูปองคืนเงิน 2 ใบ มูลค่าใบละ 10 บาทซึ่งมูลค่าสูงที่สุด ซึ่งสามารถใช้แทนเงินสดและสามารถซื้อสินค้าชนิดอื่นได้ซึ่งการทำส่งเสริมการขายในครั้งนี้อย่างทำให้ได้ลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นมาด้วยและลูกค้าเก่าก็ยังคงมีความจงรักภักดีต่อสินค้าอยู่เนื่องจากมีคูปองเป็นสิ่งที่สนใจ

2) ขั้นตอนตลาดเจริญเติบโต (Market Growth)

- การส่งเสริมการขายช่วงเติบโตขั้นที่1

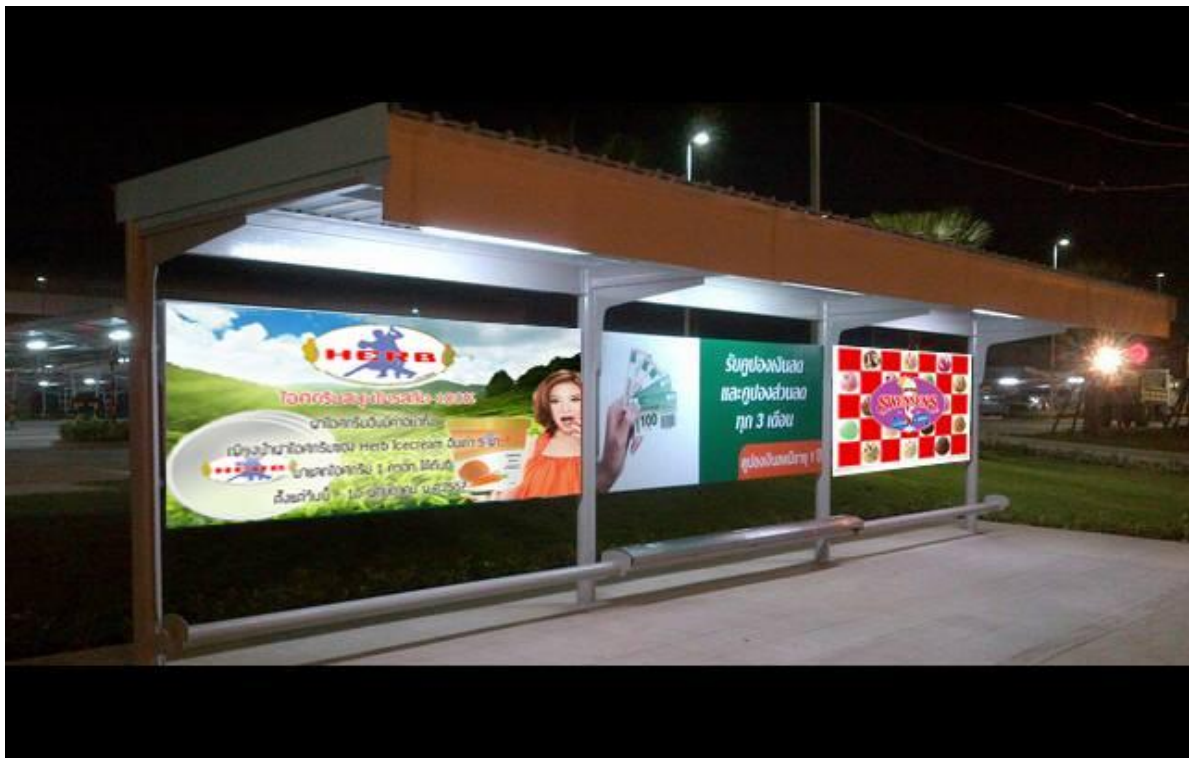
บริษัทของเราได้จัดทำโปสเตอร์โดยการนำโลโก้และรูปของผลิตภัณฑ์ของ Herb icecream ทุกรสชาติไปติดที่รถเมล์ เพื่อเป็นการแสดงถึงความหลากหลายของ ผลิตภัณฑ์ และสำหรับลูกค้าที่ขึ้นรถเมล์ที่มีโปสเตอร์ของเราติดอยู่เพียงโชว์บัตร สมาชิกให้กับกระเป๋าก็จะได้รับส่วนลดมูลค่า 10 บาท ตั้งแต่วันนี้ – 15 กรกฎาคม

2557



- การส่งเสริมการขายช่วงเดบิตครั้งที่2

ในช่วงนี้มีการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ของเรากับคู่แข่งให้เห็นถึงข้อดีที่เราดีกว่าคู่แข่ง เช่น การตีป้ายโฆษณาที่ใกล้กับคู่แข่งและในป้ายโฆษณาของเราจะมีการจัดส่งเสริมการขายนี้ คือเพียงนำฝาไอศกรีมอันเก่าของ Herb icecream 5 ฝานำมาแลกไอศกรีมได้ 1 คอท ได้ทันที





ในการจัดการส่งเสริมการขายครั้งนี้ทำให้ลูกค้าได้เกิดการเปรียบเทียบระหว่างสินค้าของเราที่มีการจัดการส่งเสริมการขายกับของกลุ่มแข่งขันที่ไม่ได้มีการจัดส่งเสริมการขายอะไรเลย ทำให้เราได้เปรียบที่จะทำให้คนที่เดินผ่านไปมาเกิดความสนใจมาซื้อสินค้าของเรามากกว่าของกลุ่มแข่งขันที่ไม่มีการส่งเสริมการขาย

3) ขั้นตอนตลาดอิ่มตัว (Market Maturity)

- ส่งเสริมการขายช่วงอิ่มตัวขั้นที่ 1

เราได้มีการเปลี่ยนลูกค้ากลุ่มใหม่เป็นกลุ่มลูกค้าวัยผู้ใหญ่ถึงผู้สูงอายุ ทางบริษัทจึงมีกิจกรรมพิเศษร่วมกับ [Fitness First](#) ให้ร่วมสนุกกันโดย เมื่อท่านซื้อไอศกรีมสมุนไพร Herb ครบ 3 ควาท จะได้รับคูปองส่วนลดสำหรับค่าสมัครสมาชิก Fitness First 10 % การที่บริษัททำกิจกรรมร่วมกับ Fitness First เราจะได้รับผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย โดยทาง Fitness First จะได้ลูกค้าเพิ่มขึ้น เป็นลูกค้ากลุ่มใหม่เป็นสมาชิก ส่วนทางบริษัทเราก็จะได้กำไรจากการขายไอศกรีมและยอดขายเพิ่มมากขึ้น



นำคูปองส่วนลดสำหรับค่าสมัครสมาชิก Fitness First 10 % มายื่นหน้าเคาท์เตอร์ของ Fitness First ใช้ได้ทุกสาขา เพื่อใช้เป็นส่วนลดในการสมัครสมาชิก



ป้ายจัดโปร โมชั่น



คูปองส่วนลดร่วมกับ [Fitness First](#)

- ส่งเสริมการขายช่วงอิมตัวขั้นที่ 2

ขั้นนี้เป็นขั้นที่ทางบริษัทได้มีการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นกลุ่มลูกค้าวัยผู้ใหญ่ถึงผู้สูงอายุ บริษัทมีการส่งเสริมการขายอีกช่องทางหนึ่ง คือการร่วมชิงโชคลุ้นรับทองคำ จาก นิตยสารสุขภาพดี เพียงตัดชิ้นส่วนชิงโชคในนิตยสาร และส่งชิ้นส่วนชิงโชคมาเพื่อลุ้นรับทองคำแท่งหนัก 10 บาท ทุกสัปดาห์ ผ่านทางรายการ คลับสุขภาพ ทางช่อง 7 จักรวรรดิทุกวันอังคาร ตั้งแต่วันที่ 30 มิถุนายน 2557 ถึง 31 กรกฎาคม 2557 ส่งมาที่ตู้ ปณ. 998/1 ซอยร่วมศิริมิตร (พหลโยธิน 18/1) ถ.พหลโยธิน แขวงจอมพล เขตจตุจักร กทม. 10900 ให้จ่ายหน้าซองว่า รายการคลับสุขภาพ บริษัทเลือกนิตยสารสุขภาพ เพราะเป็นนิตยสารที่คนรักสุขภาพนิยมนำอ่านกัน เนื้อหาด้านในของนิตยสารจะเกี่ยวกับสุขภาพทั้งหมด เพราะเหตุนี้ทางบริษัทจึงได้เลือกนิตยสารสุขภาพในการส่งเสริมการขาย



หน้าปกนิตยสาร “สุขภาพดี”

การที่เลือกใส่ชิ้นส่วนชิงโชคในคอลัมน์นี้ เนื่องจากเป็นคอลัมน์เกี่ยวเคล็ดลับ
 สุขภาพดีของนิตยสารเล่มนั้น ซึ่งลูกค้าสามารถตัดชิ้นส่วนชิงโชคได้ตามรอยปะ



ภายในนิตยสาร

ลุ้นทองคำแท่งหนัก 10 บาท ทุกสัปดาห์
 30 มิถุนายน - 31 กรกฎาคม 2557

HERB

เพียงส่งชิ้นส่วน
 ส่งมากี่คู่ ปก. 998/1 ซอยรามคำแหงมิตร (บ.พลโยธิน 18/1)
 ถนนพลโยธิน แขวงจอมพล เขตจตุจักร กทม. 10900
 ให้จ่ายหน้าซองว่า รายการคั่นสุขภาพ

ไอศกรีมสดสมุนไพร 100% ทุกรสชาติ

Aunchun
 อัญชัน

ชมรางวัลทุกคืนอังคาร เวลา 18.15-18.30 น.

สุขภาพ

4) ขั้้นยอคขายตกต่ำ (Sales Decline)

-การส่งเสริมการขายขั้้นตกต่ำช่วงที่ 1 และ 2

ในช่วงนี้ทางบริษัทมีการเพิ่มการส่งเสริมการขายอีกช่องทางหนึ่ง นั่นก็คือทางเว็บไซต์ คือกิจกรรม “เซะแล้วเซะ” โดยการให้ลูกค้าซื้อไอศกรีมสมุนไพรสมันฝรั่ง และถ่ายรูปคู่กับสินค้า แล้วนำมาแชร์ผ่าน Facebook และ Instagram พร้อมบรรยายความอร่อย สำหรับ Facebook แชร์ผ่านทางเว็บ www.facebook.com/herbicecream สำหรับ Instagram ใส่ Hash Tag คำว่า # herbicecream เพียงเท่านี้ก็มีสิทธิ์ลุ้นรับฟรีครีมมาร์คหน้าสมุนไพรสมันฝรั่ง ในขนาดทดลอง ปริมาณ 10 กรัม สัปดาห์ละ 5 รางวัล ร่วมสนุกกันได้ตั้งแต่วันที่ 1 ถึง 30 กันยายน 2557 นำรูปที่แชร์มาขึ้นให้กับพนักงานหน้าเคาท์เตอร์เพื่อรับสิทธิพิเศษ ประกาศรายชื่อผู้โชคดีทุกสัปดาห์ผ่านทางเว็บไซต์ทางบริษัทที่ www.herbicecream.com





ตัวอย่างลูกค้าที่ร่วมสนุกกับกิจกรรมของเราผ่านทางอินสตาแกรม

4.การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling)

เทคนิคการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) คือการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ขายสินค้าและลูกค้าผู้คาดหวังการขายโดยใช้พนักงานขายนี้เป็นการสื่อสารแบบ 2 ทางโดยเน้นในการใช้ความสามารถเฉพาะตัวของพนักงานขายทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของกิจการได้

ประเภทของพนักงานขาย

ตำแหน่งงานหรือรูปแบบของตัวแทนขาย (Sales representatives) หรือพนักงานขายอาจเป็นได้หลากหลาย ซึ่งในที่นี้อาจแบ่งประเภทของพนักงานขายได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. **ผู้ส่งมอบ (Deliverer)** ทำหน้าที่ในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ เช่น พนักงานส่งพิซซ่า นม หนังสือพิมพ์ เป็นต้น
2. **ผู้รับคำสั่งซื้อ (Order taker)** ทำหน้าที่ในการรับคำสั่งซื้อภายใน (Inside order taker) จากลูกค้า เช่น พนักงานขายเครื่องสำอางที่เคาน์เตอร์เครื่องสำอางภายในห้างสรรพสินค้าที่คอยรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าที่เดินเข้ามาซื้อ หรืออาจทำหน้าที่ในการรับคำสั่งซื้อภายนอก (Outside order taker) จากลูกค้า
3. **ผู้เผยแพร่ (Missionary)** ทำหน้าที่ในการสร้างความนิยม (Goodwill) ในตัวผลิตภัณฑ์ของบริษัท หรือทำหน้าที่ในการให้ความรู้ (Educate) ในตัวผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยพนักงานขายประเภทนี้ไม่ได้คาดหวังจะรับคำสั่งซื้อโดยตรง แต่เป็นเพียงพนักงานขายที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ให้ข้อมูล คำแนะนำ หรือความช่วยเหลือเกี่ยวกับการใช้สินค้า
4. **ผู้ให้คำปรึกษาด้านเทคนิค (Technician)** หน้าที่หลักคือการให้ความรู้ด้านเทคนิคของผลิตภัณฑ์ เช่น วิศวกรขาย หรือพนักงานขายทางวิศวกรรมซึ่งเป็นที่ปรึกษาให้กับบริษัทของลูกค้าคอยแนะนำและให้คำปรึกษาทางด้านเทคนิคของผลิตภัณฑ์
5. **ผู้สร้างสรรคความต้องการ (Demand creator)** ทำหน้าที่ในการสร้างการขายของผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ เช่น เครื่องใช้ บ้าน หรืออุปกรณ์ทางอุตสาหกรรม เป็นต้น

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle)

1) ขั้นตอนนำผลิตภัณฑ์ (Product Introduction)

- การขายโดยพนักงานขายช่วงแนะนำขั้นที่ 1 และ 2

ในขั้นนี้ทางบริษัทใช้การแนะนำสินค้าโดยใช้กลยุทธ์แบบผลักเป็นการจัดการส่งเสริมการขายผ่านทางช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภค และเป็นการโปรโมทสินค้าเพื่อให้ลูกค้าจดจำตราสินค้าของเราได้ ทำให้ผู้บริโภคยอมรับในผลิตภัณฑ์มากขึ้นกว่าเดิมและให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงตัวผลิตภัณฑ์ โดยในขั้นนี้ผู้บริโภคยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์นี้ดีพอ ซึ่งสินค้าของเราเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้ามากยิ่งขึ้น จึงได้มีการแนะนำสินค้าตามสถานที่ต่างๆ เช่น ห้างเซ็นทรัล โดยได้ใช้ฟรีเซ็นเตอร์ คือ “คริส หอวัง” เป็นผู้ประชาสัมพันธ์ พร้อมกับตัวมาสคอต เดินแจกสินค้าทดลองให้กับบุคคลทั่วไปได้ทดลองชิม อีกทั้งยังมีพนักงานขายคอยให้ข้อมูลของตัวสินค้า คุณสมบัติต่างๆที่จะได้รับจากการรับประทานไอศกรีมของเรา นอกจากนี้ยังได้บอกถึงเกร็ดสาระที่ผู้บริโภคหลายๆคนอาจจะยังไม่ทราบ นั่นคือ การที่เราทานความเย็นเข้าไปนั้นสามารถกระตุ้นสมองส่วนกลางทำให้หลังสาร “เอ็นเคีฟาลิน” และ “เอ็นเดอร์ฟิน” ออกมาซึ่งเป็นสารที่ทำให้ร่างกายรู้สึกสบาย





โดยจะมีตัวมาสคอตของบริษัทเป็นตัวเดินนำขบวนพร้อมกับมีฟรีเซนเตอร์ คือ คริส หอวัง คอยเดินแจกสินค้าให้กับผู้ที่เดินผ่านไปผ่านมา โดยหลังขบวนก็จะมีพนักงานคอยให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า



โดยสถานที่ที่เราเลือกก็จะ ตรงกับโพสิชันนิ่งของเราด้วย เนื่องจากเป็นย่านที่มีกลุ่มคนในระดับมีฐานะเดินผ่านไปผ่านมา

ชั้นตลาดเจริญเติบโต (Market Growth)

- การขายโดยพนักงานขายช่วงเจริญเติบโตขั้นที่ 1

ในขั้นนี้ทางบริษัทได้เลือกใช้กลยุทธ์แบบดึงเป็นกลยุทธ์ที่กระตุ้นความต้องการของลูกค้า นั่นก็คือ การทำให้เกิดความรู้สึกอยากทดลองสินค้า และอยากที่จะรู้จักตัวภาพลักษณ์ของสินค้าด้วย โดยบริษัทจึงได้ส่งพนักงานขายที่มีความเชี่ยวชาญออกไปยังจุดต่างๆ เพื่อให้สินค้ากระจายออกไปอย่างทั่วถึง เพื่อให้ผู้บริโภคเริ่มที่จะรู้จักสินค้าและยอมรับมากขึ้น ซึ่งพนักงานขายก็ต้องให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดีหากลูกค้าเกิดความไม่มั่นใจในการซื้อสินค้า นอกจากนี้ยังได้มีการแจกให้ลูกค้าได้ลองชิมรสชาติต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้ลองสินค้าตัวอื่นๆ บ้าง นอกจากตัวที่ลูกค้าเคยรับประทาน เพื่อลูกค้าเกิดถูกใจแล้วหันมาซื้อสินค้ารสชาติอื่นๆ นอกจากรสชาติเดิมด้วย



โดยจะมีพนักงานในบูธคอยแจกสินค้ารสชาติต่างๆ ให้แก่ผู้ที่ได้เดินผ่านไปมาได้ทดลองชิม และจะคอยให้ข้อมูลสินค้าเพิ่มเติมด้วย

- การขายโดยพนักงานขายช่วงเจริญเติบโตขั้นที่ 2

ในช่วงนี้เป็นช่วงที่ต้องโจมตีคู่แข่งทางบริษัทจึงได้มีการทำ Reviwe เปรียบเทียบระหว่างคนที่รับประทานไอศกรีม Herb icecream กับคนที่รับประทานไอศกรีมทั่วไปว่าหลังจากทานไอศกรีมไปแล้วใครจะมีไขมันในร่างกายมากกว่ากันโดยจะใช้เครื่องมือวัดไขมันในร่างกายเป็นเครื่องทดสอบ ซึ่งจะมีพนักงานคอยอธิบายข้อมูลต่างๆให้ผู้บริโภคได้ทราบและได้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างไอศกรีมของเราและของคู่แข่ง

การที่บริษัทได้ทำ Reviwe เปรียบเทียบกับไอศกรีมทั่วไปก็เพราะในปัจจุบันนี้ผู้ผลิตไอศกรีมส่วนใหญ่ได้มีการนำไขมันที่เลือกจากโรงฆ่าสัตว์มาใช้เป็นส่วนผสมในไอศกรีมซึ่งไขมันจากสัตว์นั้นมีจำนวนของไขมันอิ่มตัวที่สูง เป็นไขมันชั้นเลวที่หากบริโภคไปมากๆ จะก่อให้เกิดโรคอ้วนและไขมันอุดตันในเส้นเลือดได้ ทางบริษัทจึงอยากทำการเปรียบเทียบให้ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจนว่าการรับประทานไอศกรีมทั่วไปจะทำให้ได้รับปริมาณไขมันที่สูงกว่าไอศกรีมของเราซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อร่างกายได้

โดยปกติค่าไขมันปกติที่ควรอยู่ในร่างกายของคนเราจะอยู่ที่

- 18-28% สำหรับผู้หญิง
- 10-20% สำหรับผู้ชาย

แต่หากค่าไขมันสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ อาจส่งผลกระทบต่อร่างกายได้ไม่ว่าจะก่อให้เกิดโรคอ้วนหรือมีไขมันอุดตันในเส้นเลือดได้

เครื่องมือวัดไขมันในร่างกาย





ภายในบูธจะมีพนักงานคอยอธิบายถึงความแตกต่างถึงผลของการรับประทานไอศกรีมของเรากับไอศกรีมทั่วไปและมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าเพิ่มเติม นอกจากนี้ก็ยังมีกิจกรรมให้ได้ร่วมสนุกกัน โดยการตอบคำถาม ซึ่งจะมีของรางวัลแจกให้ คือ กระเช้าไอศกรีมทุกรสชาติ



จากการทำ Reviwe เปรียบเทียบของคนที่ได้รับประทานไอศกรีม Herb icecream กับคนที่
 รับประทานไอศกรีมทั่วไป โดยทำการวัดไขมันในร่างกาย ปรากฏว่า คนที่ได้รับประทาน
 ไอศกรีม Herb icecream มีค่าไขมันในร่างกาย 25% ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ดีไม่ส่งผลกระทบต่อ
 ร่างกาย ในขณะที่คนที่รับประทานไอศกรีมทั่วไป มีค่าไขมันสูงถึง 38 % ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่
 กำหนดไว้จะทำให้ส่งผลกระทบต่างๆต่อร่างกายไม่ว่าจะเป็น โรคอ้วนหรือไขมันอุดตันในเส้น
 เลือด

3) ขั้นตอนตลาดอิมมัตู (Market Maturity)

- การขายโดยพนักงานขายช่วงอิมมัตูขั้นที่ 1

ในช่วงนี้ทางบริษัทจะมีการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายใหม่ จากกลุ่มเป้าหมายเดิมคือวัยทำงาน มาเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ คือกลุ่มผู้สูงอายุหรือกลุ่มที่กำลังเข้าสู่ผู้สูงอายุ ดังนั้นทางบริษัทจึงได้มีการสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยจะเน้นไปยังสถานที่ที่ออกกำลังกาย สวนสาธารณะ ที่สวนลุมพินี ซึ่งเป็นสถานที่ที่ผู้สูงอายุหรือผู้สูงอายุไปออกกำลังกายกันมากที่สุด โดยจะมีสินค้าทดลองทั้งหมด 3 สูตร คือ 1.สูตรแคลอรีต่ำ 2.แคลเซียม 3.วิตามินA นำไปให้แก่กลุ่มเป้าหมายใหม่ได้ชิม และพนักงานจะทำการแจกแบบสอบถามเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายใหม่เลือกสินค้าที่ตนเองชื่นชอบ หลังจากได้รับข้อมูลจากการสำรวจแล้ว ทางบริษัทจะนำข้อมูลไปทำการวิจัยต่อไปเพื่อที่จะทำผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายใหม่ของเรา



โดยจะมีสินค้าทดลองทั้งหมด 3 สูตร คือ 1.สูตรแคลอรีต่ำ 2.แคลเซียม 3.วิตามินA นำไปให้แก่กลุ่มเป้าหมายใหม่ได้ชิม และพนักงานจะทำการแจกแบบสอบถามให้เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายใหม่เลือกสินค้าที่ตนเองชื่นชอบ

- การขายโดยพนักงานขายช่วงอิมตัวชั้นที่ 2

ในช่วงนี้ทางบริษัทจะนำพนักงานขายออกไปยังห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่างๆ โดยจำหน่ายสินค้าไอศกรีมสมุนไพรทุกรสชาติ ซึ่งในการจำหน่ายครั้งนี้ ทางบริษัทได้จัดทำโปรโมชั่น “ซื้อคู่ถูกกว่า” คือ ซื้อ 2 ควอท หรือ แพ็คคู่ ราคา 399 บาท จากปกติราคา 469 บาท เพื่อเป็นการกระตุ้นที่ลูกค้าซื้อสินค้าในปริมาณที่มากกว่าเดิม



ทางบริษัทจะเน้นกลุ่มเป้าหมายไปทางคนมีระดับ เพราะสินค้าของเรามีราคาที่สูง
ห้างสรรพสินค้าชั้นนำที่เลือกไว้คือ สยาม พารากอน ซึ่งเป็นสถานที่คนรวยเดินมากที่สุด และ
กลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้สามารถที่จะซื้อสินค้าได้โดยไม่ต้องตระหนกอะไรมากเพราะมีทุนทรัพย์สูง

4) ขั้้นยอดขายตกต่ำ (Sales Decline)

- การขายโดยพนักงานขายช่วงตกต่ำขั้นที่ 1

ในขั้นนี้ทางบริษัทต้องการจะตัดสายผลิตภัณฑ์ออกหนึ่งสาย คือจะทำการสำรวจข้อมูล
โดยใช้พนักงาน แผนกสอบถามข้อมูล ซึ่งจะทำการสำรวจข้อมูลกลุ่มลูกค้าของทางบริษัทโดยจะ
โทรศัพท์หาลูกค้าเพื่อสอบถามข้อมูลว่าไอศกรีมรสชาติใด ที่ชื่นชอบมากที่สุด และเพราะสาเหตุ
ใดถึงชอบไอศกรีมรสชาตินี้ หลังจากที่ได้ผลสำรวจจากการสอบถามผ่านทางพนักงานแผนก
สอบถามข้อมูลแล้ว ก็จะนำข้อมูลเหล่านั้นไปให้กับแผนกวิจัยและพัฒนาสินค้า ไปวิเคราะห์ว่า
ทางบริษัทควรที่จะตัดสายสินค้าตัวไหนออก การตัดสายผลิตภัณฑ์นั้น จะเป็นประโยชน์ต่อ
กิจการ เพราะสินค้าที่กำลังจะพัฒนาสามารถใช้วัตถุดิบและเครื่องจักรเดิมในการผลิตได้ และยัง
สามารถลดค่าใช้จ่ายในการผลิตได้อีกด้วย



- การขายโดยพนักงานขายช่วงตกต่ำขั้นที่ 2

บริษัทได้มีการนำสินค้าตัวใหม่มาทดแทนสินค้าที่ได้ถูกตัดออกไป โดยบริษัทได้เปิดตัวสินค้าตัวใหม่ นั่นก็คือ “ครีมมาร์คหน้าสมุนไพร ผสมอัญชัน” การที่จะทำให้ลูกค้ารายใหม่และรายเก่าได้ทราบถึงข้อมูลของครีมมาร์คหน้าสมุนไพร ผสมอัญชัน ทางบริษัทจะมีพนักงาน ประจำบูธคอยให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและคำแนะนำต่างๆแก่ลูกค้า ภายในบูธก็จะมีการแจกครีมมาร์คหน้าสมุนไพร ผสมอัญชันให้กับลูกค้าได้ทดลองใช้กัน การที่บริษัทได้เลือกเปิดตัวสินค้าตัวนี้เพื่อให้ลูกค้าได้หันมาสนใจสุขภาพใบหน้าของตนเองและยังทำให้ลูกค้าได้เห็นถึงความก้าวหน้าของบริษัทที่มีคุณภาพมากขึ้น ลูกค้าก็จะกล้าทดลองสินค้าตัวใหม่ เพราะมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของตัวสินค้าเดิม



5. การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

- การตลาดทางตรงช่วงแนะนำขั้นที่ 1

ทางบริษัทได้ทำการแนะนำสินค้าผ่านทางสื่อทางโทรทัศน์เพราะจะทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักสินค้าของเรามากขึ้นได้ทำการตลาดทางตรงโดยผ่านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 รายการแจ๋ว ช่วงสุขภาพแจ๋วและพิธีกรจะพูดเกี่ยวกับไอศกรีมสมุนไพรของทางบริษัท มีการแนะนำสินค้าตราสินค้าและรูปร่างของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบอกถึงคุณประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ โดยมีช่วงนาทิตอง คือ โทรสั่งซื้อไอศกรีมสมุนไพรผ่านทางรายการภายใน 20 นาที ครบ 3 ควาท ลดทันที เหลือเพียง 600 บาท จากเดิมในราคา 717 บาท มีบริการจัดส่งสินค้าให้ฟรี และยังมีช่องทางการติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ www.Herbicecream.com และทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ www.facebook.com/Herbicecream ทางอีเมล herb_icecream@hotmail.com หรือ call center 1819



- การตลาดทางตรงช่วงแนะนำขั้นที่ 2

ในขั้นนี้ทางบริษัทเราใช้การแนะนำสินค้าผ่านทางเว็บไซต์สุขภาพคือ

<http://www.samunpai.com> ซึ่งจะเป็นป๊อปอัพในเว็บไซค์ซึ่งจะมีรายละเอียดและข้อมูลต่างๆเช่น รายละเอียดความรู้เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้นคือการรับประทานสมุนไพรที่มีความเย็นนั้นนอกจากจะช่วยทำให้ร่างกายรู้สึกสดชื่นและผ่อนคลายแล้วยังช่วยทำให้ร่างกายไม่ดูซึมสารก่อมะเร็งและจุลินทรีย์อีกด้วย เป็นการนำเกร็ดความรู้สู่ผู้บริโภคให้ได้รับรู้ และอีกทั้งยังมีช่องทางการติดต่อสอบถาม ได้แก่ ทาง www.Herbicecream.com หรือ ทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ www.facebook.com/Herbicecream ทางอีเมล์ herb_icecream@hotmail.com หรือ ทาง call center 1819



- ตลาดทางตรงชั้นเจริญเติบโตขั้นที่ 1

ในขั้นนี้จะทำการตลาดทางตรงผ่านการเปิดเฟสบุ๊คแพนเพจ Herb icecream บนเฟสบุ๊ค เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นวัยรุ่นและกลุ่มคนวัยทำงานได้อย่างเต็มที่ มีพนักงานคอยควบคุม เฟสบุ๊คตลอดทั้งวันเพื่อสามารถโต้ตอบและรับฟังคำติชมของลูกค้าได้ โดยในแพนเพจจะประกอบด้วยเนื้อหาและรูปทั้ง 9 รสชาติที่เกี่ยวกับคุณประโยชน์แต่ละรสชาติของ Herb icecream ให้ความหลากหลายคุณค่าทางโภชนาการเป็นอย่างมากซึ่งการรับประกันสมุนไพรที่มีความเป็นนั้่นนอกจากจะทำให้สดชื่นและผ่อนคลายแล้วยังช่วยให้ร่างกายไม่ดูดซึมสารก่อมะเร็งและจุลินทรีย์อีกด้วยด้วยการนำเกร็ดความรู้สู่ผู้บริโภค อีกทั้งลูกค้ายังสามารถพูดคุยโต้ตอบทางแพนเพจได้ทันทีอีกด้วย



- ตลาดทางตรงชั้นเจริญเติบโตขั้นที่ 2

Herb icecream มีช่องทางให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้ผ่านทางเว็บไซต์ www.Herbicecream.com ซึ่งภายในเว็บไซต์มีการบอกวิธีการสั่งซื้อไว้เรียบร้อยแล้ว เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้าคือเป็นแบบ delivery ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาและยังสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับทางผู้บริโภคได้โดยตรง ซึ่งจะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ห่ออื่นคือ ที่จะรับคำติชมได้เพียงอย่างเดียว แต่ทาง Herb icecream เห็นความสำคัญของลูกค้าจึงเปิดช่องทางนี้ได้เพื่อให้ลูกค้าติชมเพื่อที่จะได้แก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างตรงจุด และสามารถสอบถามข้อมูลสำหรับสินค้าได้ที่ www.herbicecream.com , www.facebook.com/herbicecream หรือ herb_icecream@hotmail.com หรือ Call Center 1819

Webpage Screenshot

The screenshot shows the Herb Ice Cream website. At the top, there is a navigation bar with links: "เกี่ยวกับเรา | ติดต่อเรา", "หน้าหลัก", "โปรโมชั่นออนไลน์", "เมนูออนไลน์", "ตรวจสอบออเดอร์", and "เลือกภาษา : TH EN". Below the navigation bar, there is a large promotional banner for "Aunchun" (อันชุน) flavor. The banner features a large image of an ice cream cup and a smaller image of a product box. Text on the banner includes "กลับมาสร้างสีสันอีกครั้งในช่วงซัมเมอร์นี้" (Come back to create color again in the summer), "ความพิถีพิถันในการผสมผสานเนื้อมะม่วงอกร่องทองแท้ๆ เข้ากับเนื้อไอศกรีมคุณภาพเยี่ยมระดับ "World Class" ให้กลิ่นหอมของมะม่วงที่ไม่เหมือนใคร" (The meticulous combination of genuine gold mango pulp with high-quality "World Class" ice cream to create a unique mango scent), and "รสชาติหวานนุ่มละมุนลิ้น เฉากลิ้นหอมระรวยไอศกรีมมะม่วงอกร่องทองแท้ๆ สีสันสดใสทั้งส่วนผสมและบรรจุภัณฑ์" (Sweet, soft, and smooth taste, refreshing the palate with the scent of genuine gold mango ice cream, vibrant colors in both ingredients and packaging). Below the banner, there is a table of products and prices:

1	2	3
1 คอตก ราคา	2 คอตก ราคา	3 คอตก ราคา
165.-	285.- (ปกติ 390.-)	395.- (ปกติ 495.-)

สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก Fan Club Card

1	2	3
1 คอตก ราคา	2 คอตก ราคา	3 คอตก ราคา
165.-	259.-	359.-

วันนี้ ถึง 30 เมษายน 2555

On the left side of the page, there is a sidebar with a "ขั้นตอนการสั่งซื้อ" (Ordering Process) section with 4 steps: 1. เลือกเมนูออนไลน์ (Select online menu), 2. เลือกสถานที่จัดส่งสินค้า (Select delivery location), 3. ตรวจสอบรายการสินค้าและราคาส่ง (Check items and prices), and 4. กรอกข้อมูลในการจัดส่งสินค้า (Fill in delivery information). Below this, there is a "ตรวจสอบพื้นที่ให้บริการจัดส่ง" (Check delivery service area) section with a search bar and a "ยืนยัน" (Confirm) button. At the bottom, there is a "ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน" (Download app) section with a "GO!" button and a "ลงทะเบียนรับชมรายการ" (Register to watch program) section with a "GO!" button. The footer of the page includes the "1112" logo and the text "Copyright © Sweenen's Thailand 2011. All Right Reserved."

3) ขั้นตลาดอิ่มตัว (Market Maturity)

- ตลาดทางตรงช่วงอิ่มตัวขั้นที่ 1

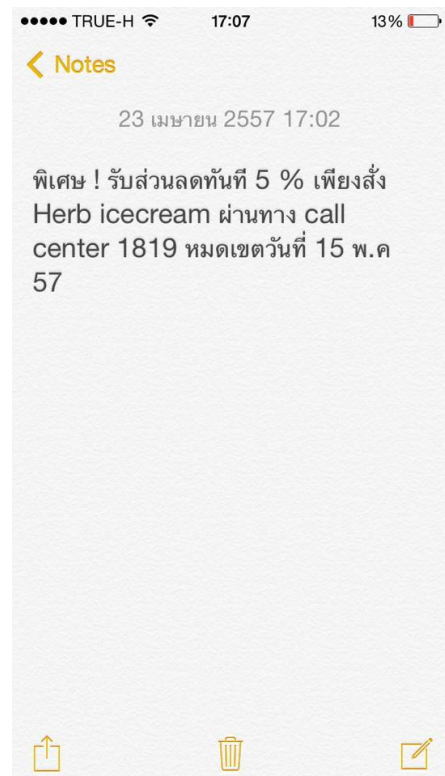
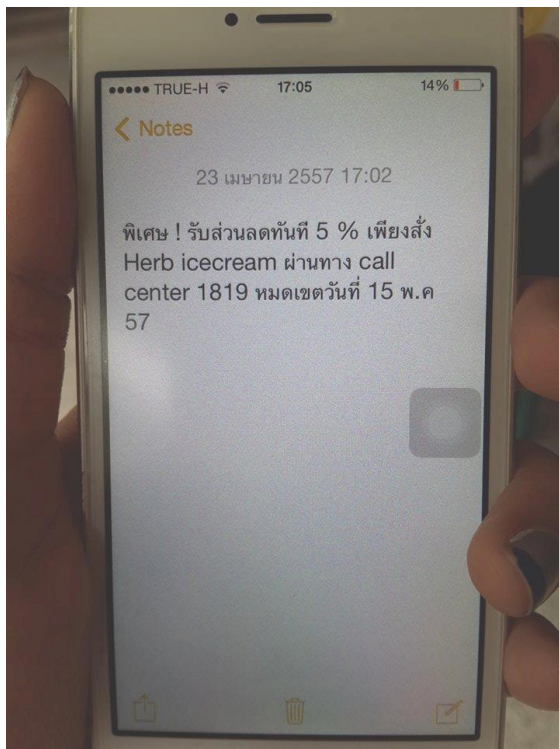
ในขั้นนี้ได้มีการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นกลุ่มลูกค้าวัยผู้ใหญ่ถึงผู้สูงอายุ ซึ่งวัยผู้ใหญ่ถึงผู้สูงอายุ เป็นวัยที่เริ่มหันมาสนใจ ดูแลสุขภาพตนเองมากขึ้น ทางบริษัทจึงได้ทำการตลาดทางตรงผ่านทางไปรษณีย์โดยการจัดส่ง แค็ตตาล็อก ให้กับลูกค้าถึงบ้านโดยตรง ลูกค้าที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ถึงผู้สูงอายุจะเริ่มไม่ชอบการออกจากบ้านไปซื้อเอง ทางบริษัทจึงหาทางออกเพื่อความสะดวกสบายให้กับลูกค้าโดยจะจัดส่งแค็ตตาล็อกสินค้าของทางบริษัทให้ลูกค้าได้เลือกซื้อถึงบ้าน และลูกค้าท่านใดสั่งซื้อสินค้าผ่านทางแค็ตตาล็อกจะได้รับส่วนลด 5% และจัดส่งสินค้าให้ฟรี แต่ถ้าลูกค้าซื้อสินค้าผ่านทางหน้าร้าน จะไม่ได้รับส่วนลดจากการซื้อสินค้า สามารถสอบถามข้อมูลได้ที่ Call Center 1819



จัดส่งผ่านทางไปรษณีย์ไทย

- ตลาดทางตรงช่วงอัมตวัขึ้นที่ 2

ในขั้นนี้ทางบริษัทจะมีการส่ง SMS ให้กับลูกค้าที่สมัครสมาชิกกับทางบริษัท เพื่อบอกลูกค้าได้ทราบถึงข้อมูลข่าวสารและสิทธิพิเศษต่างๆ และถ้าลูกค้าท่านใดสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง Call Center 1819 จะได้รับส่วนลด 5% และจะจัดส่งสินค้าฟรี สิทธิพิเศษใช้ได้ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม 2557 โดยทีมงานคอยรับออเดอร์จากลูกค้าที่โทรมาสั่งซื้อและคอยให้ข้อมูลสำหรับสินค้าต่างๆแก่ลูกค้า



4) ขั้้นยอคขายตกต่ำ (Sales Decline)

- ตลาดทางตรงช่วงตกต่ำขั้นที่ 1

ขั้นนี้เป็้นขั้นที่บริษัทจะเลือกตัดสินค้ารสชาติที่มียอดขายน้อยออก เพราะเป็นการยี้ดอายุ รสชาติอื่นไว้ อีกทั้งลดค่าใช้จ่ายในการผลิต จึงได้ทำการ โปรโมทสินค้าตัวใหม่คือครีมมาร์ค หน้า โดยการท้าโบชัวร์ “เมื่อลูกค้าซื้อ ไอศกรีมรสมันฝรั่ง จำนวน 4 ควอท จะได้รับฟรี ครีม มาร์คหน้าสมุนไพรผสมอัญชัน ในขนาดทดลอง ปริมาณ 10 กรัม” จำหน่ายที่ BIG C Supercenter ครีมมาร์คหน้าสมุนไพรผสมอัญชัน จะมีส่วนผสมจากดอกอัญชันช่วยต่อต้าน อนุมูลอิสระ ช่วยในการชะลอวัยและร้วยรอยเห้งวัย สินค้าตัวนี้เป็้นสินค้าตัวใหม่ที่กำลังเติบโต ในภายได้แบรนต์เดิม สอบถามข้อมูลสำหรับสินค้าได้ที่ www.herbicecream.com , www.facebook.com/herbicecream หรือ herb_icecream@hotmail.com หรือ Call Center 1819



SPECIAL

HERB ICE CREAM

Big C

หาซื้อได้แล้ววันนี้ ที่ **Big C** ทุกสาขา
เมื่อซื้อไอศกรีมสมุนไพร ผสมมันฝรั่ง ครบ 4 ถ้วย

รับทันที! ครีมมาร์คหน้าสมุนไพร ผสมอัญชัน
ในขนาดทดลอง 10 กรัม

NEW

สอบถามขอเพิ่มเติมได้ที่
WWW.HERBICECREAM.COM
WWW.FACEBOOK.COM/HERBICECREAM
หรือ HERB_ICECREAM@HOTMAIL.COM
หรือ CALL CENTER 1819

- ตลาดทางตรงช่วงตกต่ำขั้นที่ 2

ในขั้นนี้บริษัทจะทำการเปิดตัวสินค้าตัวใหม่ ครีมมาร์คหน้าสมุนไพร ผสมอัญชัน ได้ทำการแนะนำสินค้าผ่านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 รายการ Sisterday ช่วงท้ายรายการ รายการนี้เป็นรายการเกี่ยวกับผู้หญิง ความสวยความงาม เป็นรายการที่มีความนิยมสูง มีกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงวัยผู้ใหญ่ ทางบริษัทจึงเลือกการรายการนี้ในการเปิดตัวสินค้าตัวใหม่ ครีมมาร์คหน้าสมุนไพร ผสมอัญชัน เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักตัวสินค้า ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ของสินค้า ภายในรายการ พิธีกรจะบอกคุณประโยชน์ของครีมมาร์คหน้า ผสมอัญชัน จะทำการทดลองสินค้าให้ลูกค้าดูและเสนอเงื่อนไขว่า “เมื่อท่านสั่งซื้อครีมมาร์คหน้าสมุนไพร ผสมอัญชัน ขนาด 50 กรัม ราคากระปุกละ 1,200 บาท ครบ 2 กระปุก ถ้าโทรมาสั่งซื้อภายใน 20 นาทีนี้ จะได้รับฟรีครีมมาร์คหน้าสมุนไพร ผสมอัญชัน ขนาดทดลอง ปริมาณ 10 กรัม มูลค่า 400 บาท 1 กระปุก โทรมาเลยที่ 02-429-3769” ทางบริษัทจึงถือโอกาสนี้ได้ทดลองการออกแบบสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคสังเกตเห็นความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้บริโภคกล้าทดลองบริโภคผลิตภัณฑ์ เพราะมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของตัวสินค้าเดิมอยู่ มีช่องทางการติดต่อ สอบถามข้อมูลสำหรับสินค้าได้ที่ www.herbicecream.com , www.facebook.com/herbicecream หรือ herb_icecream@hotmail.com หรือ Call Center 1819



SISTER DAY

ภายใน 20 นาทีนี้

ซื้อครีมมาร์คหน้าสมุนไพร ผสมอัญชัน

รับฟรีครีมมาร์คหน้าสมุนไพร ผสมอัญชัน ขนาดทดลอง

โทรมาเลย 02-429-3769

ครีมมาร์คหน้าสมุนไพร ผสมอัญชัน

รู้สึกได้ทันทีในครั้งแรกที่ใช้

ช่วยให้ผิวหน้ากระชับใส

ลดริ้วรอย และจุดด่างดำ

HERB