



MUJI

Orange juice & Orange candle



* แนะนำเข้าด้วย Destop
เว็บไซต์ muji.netlify.com

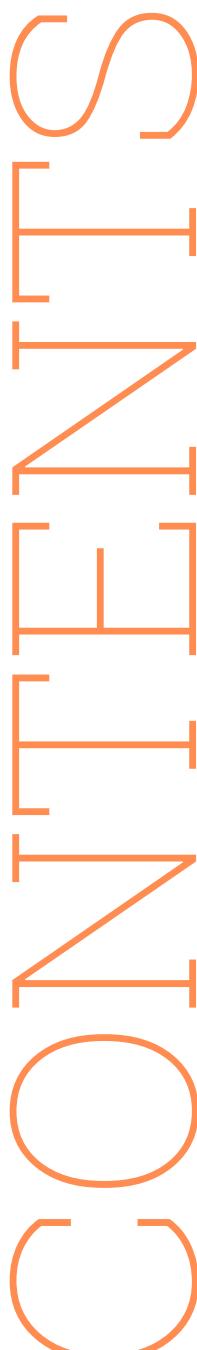
นายศุภวิชญ์ ใจแก้วมา

6606105428

BA. DBI (สาขานวัตกรรมดิจิทัล)

เสนอ
Mr. Ayooth Yooyen

หน้า



- | | |
|--|--|
| บกนำ 01. | |
| กี่ม่าและความสำคัญ 04. | |
| วิเคราะห์ตลาดของผลิตภัณฑ์ 04. | |
| พฤติกรรมของผู้บริโภค 06. | |
| ผลิตภัณฑ์ (Product) 06. | |
| ราคา (Price) 08. | |
| ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 08. | |
| การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 09. | |
| การมีคุณธรรมจริยะธรรมในผลิตภัณฑ์ 10.
ต่อสังคม | |
| เอกสารอ้างอิง 11. | |

บกนำ

1. สรรพคุณของส้ม

ส้ม ให้แคลเซียมและวิตามินดี แก่ร่างกาย มากพอๆ กับนม และแคลเซียมจะไปเสริมสร้างกระดูก แต่ถ้าไม่วิตามินดี ร่างกายจะไม่สามารถดูดซึมแคลเซียมจากอาหารได้ นอกจากนี้ส้มยังมีวิตามินซี ซึ่งจะช่วยเพิ่มกระบวนการดึงกล้าวอีกด้วย แต่พิงเข้าใจด้วยว่า กระดูกซีติกในส้ม อาจทำลายสารเคลือบฟันได้ จึงไม่ควรประยุกต์ภายนอกน้ำส้มหรือดื่มน้ำส้ม และมีสารฟลาโวนอยด์ ช่วยป้องกันการอักเสบ ช่วยป้องกันโรคหลอดเลือดหัวใจเต้น และป้องกันเลือดจับตัวเป็นก้อน ยิ่งไปกว่านั้นส้มยังช่วยป้องกันและรักษาเลือดออกตามไรฟัน และมีคุณสมบัติช่วยล้างพิษในร่างกาย (โรงพยาบาลสำโรงการแพทย์, 2556)



ประโยชน์ของส้มที่ช่วยในส่วนต่างๆ ของร่างกาย (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขต สมุทรสงคราม, 2564) ดังนี้



1. ผลไม้แก้กัดของผู้ชาย

ส้มเป็นหนึ่งในผลไม้แก้กัดของผู้ชาย ได้ เพราะมีไข้อาหารสูง ช่วยในระบบย่อยอาหารและการขับถ่าย โดยกินส้ม 1 ผลให้ญี่ปุ่นจะได้ไข่อาร 2.0 กรัม

2. กระตุ้นภูมิคุ้มกันร่างกาย

ด้วยความที่ส้มพกไว้ในตัวมีวิตามินซีมาไม่น้อย จึงทำให้ส้มจัดเป็นผลไม้กระตุ้นภูมิคุ้มกันร่างกาย ช่วยป้องกันอาการป่วยเบลิก ๆ ไปจนถึงอาการป่วยที่หนักหนาได้ เพราะเมื่อร่างกายมีภูมิคุ้มกันที่ดี เราก็จะป่วยยาก เชื้อโรคและไวรัสต่าง ๆ ก็มีโอกาสลงโลงเราได้น้อย



3. ปรับสมดุลระดับน้ำตาลในเลือด



น้ำตาลฟрукโตสในเนื้อส้มมีส่วนช่วยให้ระดับน้ำตาลในเลือดไม่พุ่งสูงหลังจากกินส้มเข้าไป อีกทั้งไฟเบอร์ในส้มยังช่วยให้ร่างกายควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดได้อีกด้วย จึงจัดว่าส้มเป็นผลไม้ช่วยคุ้มครองระดับน้ำตาลในเลือดอีกชนิดหนึ่ง

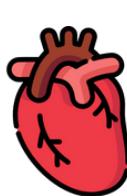


4. ช่วยลดความดันโลหิต

ส้มเป็นผลไม้ที่อุดมไปด้วยโพแทสเซียม และยังมีปริมาณโซเดียมค่อนข้างต่ำ จึงช่วยในกระบวนการไหลเวียนโลหิตได้ดี ทำให้ร่างกายควบคุมความดันโลหิตได้อย่างสมดุล และยังช่วยลดความดันเลือดในคนที่เป็นโรคความดันโลหิตสูง

5. ลดคอเลสเตอรอลในเลือด

ในเนื้อส้มเองก็ไม่มีคอเลสเตอรอล ขณะที่วิตามินซีและสารต้านอนุมูลอิสระก็มีในเนื้อส้มก็ยังมีส่วนช่วยลดคอเลสเตอรอลในเลือดได้ โดยสารต้านอนุมูลอิสระจะเข้าไปปักป้องหลอดเลือดไม่ให้ออนุมูลอิสระเข้ามาเกาะ และก่อให้เกิดไขมันพอกพูนไปเรื่อย ๆ จนก่อโรคไม่ติดต่อเรื้อรังอย่างโรคหลอดเลือดหัวใจ และโรคหัวใจ เป็นต้น

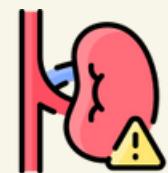


6. บำรุงหัวใจ

โพแทสเซียมในส้มดีอ่อนส่วนลำดับที่ช่วยให้หัวใจทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ในส้มยังมีวิตามิน และแร่ธาตุต่าง ๆ ที่ดีต่อการทำงานของหัวใจ ช่วยให้หัวใจเต้นในจังหวะปกติ และช่วยในการไหลเวียนของเลือดให้เป็นไปอย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น

7. ลดความเสี่ยงโรคนิ่วในไต

มีการศึกษาพบว่า น้ำส้ม มีส่วนช่วยลดการเกิดนิ่วในไต โดยโพแทสเซียมในส้มจะช่วยยับยั้งการเกิดนิ่วต่าง ๆ ในร่างกาย และช่วยให้นิ่วถูกขับถ่ายออกมากพร้อมของเสีย ลดความเสี่ยงโรคนิ่วในไตและนิ่วในอวัยวะอื่น ๆ ได้



8. ยับยั้งการเกิดแผลเปื่อย

การศึกษาในวารสาร American College of Nutrition พ布ว่า คนที่ร่างกายได้รับวิตามินซีสูงจะมีโอกาสเกิดแผลเปื่อยได้น้อยกว่าคนที่ร่างกายได้รับวิตามินซีไม่เพียงพอต่อความต้องการ และส้มก็เป็นผลไม้ที่มีวิตามินซีมากถึง 89% ของปริมาณที่ร่างกายควรได้รับต่อวัน

9. ลดความเสี่ยงโรคหลอดเลือดสมอง

อาการหลอดเลือดสมอง (Stroke) เกิดจากการกีดกันหลอดเลือดตีบ แต่ สำหรับผู้ที่ดื่มน้ำส้ม ความเสี่ยงต่อการเกิดอาการหลอดเลือดสมองลดลงได้ถึง 19% เมื่อเทียบกับอาสาสมัครที่กินผลไม้ในกลุ่มซึ่งลดลงถึง 2%





10. ป้องกันมะเร็ง

ในเนื้อสัมภาร์สารต้านอนุมูลอิสระประเภทฟลาโวนอยด์ค่อนข้างสูง ซึ่งเจ้าสารตัวนี้มีคุณสมบัติช่วยป้องกันการเกิดมะเร็งลำไส้ใหญ่ได้ อีกทั้งเนื้อสัมภาร์อุดมไปด้วยไฟเบอร์ก็ยังจะช่วยขับเอาของเสียที่ตกค้างอยู่ในลำไส้ออกมา จึงช่วยลดโอกาสเสี่ยงให้ความเร็วลดลง

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาพบว่า สารซิตรัสในส้มสามารถต้านการเกิดมะเร็งช่องปาก มะเร็งผิวหนัง มะเร็งปอด มะเร็งเต้านม และมะเร็งกระเพาะอาหารได้

11. ลดความเสี่ยงโรคจอประสาทตาเลื่อม

มีงานวิจัยที่เผยแพร่ว่า เพียงกินส้มวันละผลักซ์ช่วยลดโอกาสเกิดโรคจอประสาทตาเลื่อมได้ ลดความเสี่ยงโรคจอประสาทตาเลื่อมได้ถึง 60%



12. ส้มช่วยบำรุงผิว

สารต้านอนุมูลอิสระผ่านกับพลังแห่งวิตามินซีมีส่วนช่วยปกป้องเซลล์ผิวจากการถูกแสงแดดทำร้าย ปกป้องผิวจากมลพิษ ช่วยลดการเกิดริ้วรอย และช่วยบำรุงเซลล์ผิวให้แข็งแรง ทำให้ผิวดูกระชับตึงมากขึ้น เนื่องจากวิตามินซีเป็นสารตั้งต้นของคอลลาเจน

2. สรรพคุณของกลิ่นจากเปลือกส้ม

เปลือกของส้ม มีสารมหัศจรรย์อยู่มากมาย และหนึ่งในนั้นคือสาร Polymethoxylated Flavones (PMFs) และสาร D-Limonene ซึ่งช่วยลดคอเลสเทอโรล ปรับระดับน้ำตาลในเลือด และ กระบวนการกรองสารพิษของตับ นอกจากนี้จากการศึกษายังชี้ว่า เม็ดสีในส้มเขียวหวานจะช่วยลด คอเลสเทอโรลชนิดดี (LDL) โดยไม่ส่งผลกระทบต่อคอเลสเทอโรลชนิดดี (HDL) (สำหรับการแพทย์, โรงพยาบาล, 2556)

คลายเครียด กลิ่นซิตรัสในเปลือกส้ม ช่วยผ่อนคลายระบบประสาทของร่างกายได้ หนา กนำเสนอเปลือก ส้มมาคั้นให้น้ำมันหอมระ夷ในเปลือกส้มให้ลอกออก จากนั้นจะนำมาสูดตามเติมความสดชื่น หรือนำมา นวดแก้ปวดเมื่อยตามร่างกาย ช่วยให้นอนหลับได้สบายขึ้น และต้านเซลล์มะเร็ง เป็นตัวแครอฟท์กิน สารต้านอนุมูลอิสระในเปลือกส้ม สามารถเปลี่ยนเป็นวิตามินเอ ที่ช่วยกระตุ้นการทำงานของระบบภูมิคุ้มกันได้ สามารถปกป้องเซลล์จาก การถูกทำลาย ลดความเสี่ยงที่เซลล์ในร่างกายจะถูกทำลายเป็นเซลล์มะเร็งได้ (สรรพคุณเปลือกส้ม วิธีประรูป และการนำไปใช้ประโยชน์, 2565)



กี่มาและความสำคัญ

การทำผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้ เพราะเล็งเห็นถึงโอกาสในการทำการตลาดที่ดี โดยที่นำไปแล้วนำส้มคันเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ตอบต้องได้ด้วย คนที่ไม่ชอบความเผ็ดและเป็นที่รู้จัก กันอยู่แล้ว ทำให้การทำผลิตภัณฑ์นำส้ม คันนี้เป็นสิ่งน่าสนใจ จากการสืบค้นข้อมูล แล้วนำส้มคันยังเป็นที่ต้องการของตลาด และได้รับความนิยมอยู่ มากจากทุกช่วงวัย เพราะในสังคมปัจจุบันเทรนการดูแลสุขภาพ กำลังเป็นที่สนใจของคนหลากหลายกลุ่ม ซึ่งนำส้มคันก็ตอบโจทย์เหล่านี้ได้ก็ว่า ประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่ช่วยทำให้สุขภาพ แข็งแรงขึ้น

นอกจากนี้ การนำส้มคันก็จะเหลือการ ส้มและเปลือกส้มอีกมากมาย การที่จะนำส่วน นี้ไปก็จะเป็นการสร้างรายได้ ผู้จัดทำจึงเล็ง เห็นถึงโอกาสในการทำการตลาดที่เกี่ยวนหอม กลิ่นส้มจากส่วนเหลือใช้ เช่นนี้ เพื่อนำส่วนนี้ มาสร้างมูลค่าเพิ่มแทนที่จะทิ้งไป ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สำหรับผู้คนที่มีปัญหาเรื่องการนอนหลับ เพราะกลิ่น ของส้มยังช่วยให้ร่างกายผ่อนคลายที่สามารถ แก้ปัญหาการนอนหลับนี้ได้



วิเคราะห์ตลาด ของผลิตภัณฑ์

1. การสำรวจ (Survey Stage)

1.1. ผลสำรวจความต้องการนำผลไม้ในระดับห้องครัว

จากการสำรวจความต้องการนำส้มคันและเกี่ยนห้อมในตลาดแล้วนั้น ผลสำรวจนำส้มคันมี แนวโน้มที่มีความต้องการสูงกว่าเกี่ยนห้อม ซึ่งเกี่ยนห้อม เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนในการทำต่อและเป็นการใช้เวลาคุ้มที่เหลือใช้นำมาทำ ส่วนนี้ และจากการสำรวจจาก platform ต่างๆ เช่น Shoppee Lazada Tiktok เกี่ยนห้อมยังเป็นสินค้าที่มีความต้องการอยู่มาก เพราะได้รับความนิยมจากวัยรุ่น และเป็นการทำ การตลาดจากผู้ใช้อินเตอร์เน็ตที่กำลังให้เกี่ยนห้อมได้รับการมอง เห็นจากผู้คนในสมัยนี้อยู่มาก



1.2. ผลสำรวจความต้องการน้ำผลไม้ทั่วโลก (น้ำผลไม้ไทยมาแรง ขึ้นแท่นเบอร์ 2 วางขายมากสุดทั่วโลก, 2565)

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจรับประทานอาหารและเครื่องดื่มเพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางสุขภาพเพิ่มขึ้น น้ำผลไม้จึงเป็นสินค้านิยมที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคเพื่อเสริมสร้างสุขภาพและภูมิคุ้มกัน

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานข้อมูลบริษัทมินเทล (Mintel) ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยการตลาดระดับโลก โดยมินเทลได้ทำการสำรวจผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ทั่วโลก ในช่วงระยะเวลา 10 ปี (ปี 2555 - 2564) พบร่วมผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ที่ผลิตจากไทย มีการวางแผนนำเข้ามากเป็นอันดับ 2 ของโลก มีจำนวน 3,190 รายการ คิดเป็นร้อยละ 4.2 รองจากจีน ที่มีสินค้าน้ำผลไม้วางแผนนำเข้ามากที่สุดอันดับ 1 ของโลก มีจำนวน 3,628 รายการ คิดเป็นร้อยละ 4.78



ปัจจุบันไทยเป็นผู้ส่งออกน้ำผลไม้อันดับที่ 8 ของโลก ปี 2564 ไทยส่งออกน้ำผลไม้มูลค่า 640.98 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือ 20,189.03 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 14.31 ทั้งนี้ การส่งออกสินค้าน้ำผลไม้ถือเป็นกลไกที่มีส่วนสำคัญช่วยบริหารจัดการสินค้าเกษตร ป้องกันผลผลิตสินค้าเกษตรและผลไม้ล้นตลาด รวมทั้งเป็นการขยายมูลค่าการส่งออก และสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเพื่อจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

น้ำผลไม้เป็นสินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มของไทย ที่มีแนวโน้มดีและสามารถขยายมูลค่าการส่งออกได้ และยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร



2 การวิเคราะห์ (Analysis Stage)

จากข้อมูลที่ได้สำรวจมาพบว่าความต้องการของผลิตภัณฑ์ทั้งสองต่างก็ยังได้รับความต้องการอยู่ในตลาดปัจจุบัน ทั้งในระดับ Global และ Local แต่เกี่ยวนاحมอาจเป็นที่ต้องการเฉพาะกลุ่มน้ำส้มคั้นสืบต่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความต้องการเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในทุกๆ ปี แม้ในช่วงวิกฤติโควิด-19 น้ำส้มคั้นก็ยังได้รับความต้องการเพิ่มขึ้นเนื่องจากผู้คนในปัจจุบันหันมาดูแลสุขภาพตัวเองเพิ่มมากขึ้นจากการวิกฤติโควิด-19 ทำให้ผู้คนตระหนักรู้อันตรายจากการติดเชื้อ ซึ่งน้ำส้มคั้นก็เป็นของที่มีประโยชน์ในการช่วยสร้างภูมิคุ้มกันในร่างกายให้มีความแข็งแรงเพื่อป้องกันโรคภัยในอนาคต

3. การกำหนดโครงร่าง (Profiling Stage)

ส่วนตลาดของผลิตภัณฑ์จากสัมผัสของเรา มุ่งความเชี่ยวชาญรายส่วนตลาด (Selective Specialization) เพราะผลิตภัณฑ์ทั้งสองเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำมาจากสัมผัสจึงมุ่งความสนใจไปในตลาดของผลิตภัณฑ์ที่นำมาจากสัมผัสคือ เทียนหอมและน้ำส้มคั้น เพราะจากการวิเคราะห์แล้วน้ำส้มคั้นและเทียนหอมยังเป็นที่ต้องการของตลาดในปัจจุบัน ทำให้มองเห็นถึงโอกาสในการทำผลิตภัณฑ์ 2 อย่างนี้ ถึงแม้ว่าตลาดของทั้งสองผลิตภัณฑ์จะมีความแตกต่างกันอยู่ แต่ผลิตภัณฑ์เทียนหอมกลิ่นส้มเป็นการนำวัตถุดิบเหลือใช้มาเปลี่ยนให้เป็นผลิตภัณฑ์ชั้นในมี ซึ่งในตลาดเฉพาะกลุ่มเทียนหอมยังได้รับความนิยมอยู่เสมอในโลกออนไลน์



พิธีกรรมของผู้บริโภค

1. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีปัจจัยหลายอย่างในการตัดสินใจซื้อของลิ่งให้สิ่งหนึ่ง ทั้งปัจจัยในทางสังคม ทางวัฒนธรรม และปัจจัยส่วนบุคคล ขึ้นอยู่กับว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆเข้าใจในตลาดของตนเองมากน้อยเพียงใด

ผลิตภัณฑ์น้ำส้มคั้นและเทียนหอมเราตั้งใจมุ่งตลาดไปทางออนไลน์มากขึ้น เพราะในสังคมปัจจุบันสังคมผู้คนใช้เวลาส่วนมากอยู่ในสังคมออนไลน์มาก ทางเลือกการทำตลาดในออนไลน์จึงเป็นการทำตลาดที่เหมาะสมในปัจจุบัน

ผลิตภัณฑ์ (Product)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)



ประเภทของผลิตภัณฑ์ทั้งสองคือ ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ (Shopping Product) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องเปรียบเทียบคุณสมบัติต่างๆของผลิตภัณฑ์เพื่อตัดสินใจในการซื้อ

น้ำส้มคั้นออกแบบมาในรูปแบบขวดแก้ว มีความต้องการให้มีความกันลามยั่งยืนโดยสารตามการทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น ขวดแก้วมีลักษณะใส่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเห็นคุณภาพสินค้าภายในได้ชัดเจน และขวดแก้วยังสามารถนำกลับมาใช้เดิมได้เพื่อเป็นมิตรแก่สิ่งแวดล้อม

ผลิตภัณฑ์น้ำส้มคั้น Muji





เกี่ยนห้อมต้องการออกแบบอุปกรณ์ให้เข้ากับรูปแบบ Modern ให้มีความเป็นสมัยใหม่ เพราะกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยรุ่น และสามารถนำไปตกแต่งห้องได้

ผลิตภัณฑ์เกี่ยนห้อม Muji

2. ตราสินค้า (Brand)

โลโก้ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวัตถุดิบก็ใช้ทำ ผลิตภัณฑ์ทั้งสองคือ ส้ม ที่ออกแบบมาให้มีความเป็น Modern มีความทันสมัยที่สามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ทั้งสองได้อย่างดี และชื่อแบรนด์ Muji ที่ผวนมาจากชื่อส้มสายพันธุ์หนึ่งคือส้มยูสุ และชื่อนี้ก็มีความเปลกใหม่และเป็นชื่อกุ้งได้ง่าย มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว



3. ป้ายฉลาก (Label)

เป็นการบอกถึงรายละเอียดหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของสินค้าชิ้นนั้นๆ สามารถทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความสวยงามเพิ่มมากขึ้น และเป็นการโฆษณาสินค้านั้นไปในตัว ก็สามารถออกแบบมาให้เป็นรูปแบบที่น่าจดจำคล้ายคลิกกับการทำโลโก้



ป้ายฉลากเกี่ยนห้อมกลิ่นส้ม Muji



ป้ายฉลากน้ำส้มดัน Muji

ราคา (Price)



1. กลยุทธ์การตั้งราคา

ผลิตภัณฑ์ของเรานั้นต้องการเจาะกลุ่มตลาด การตลาดท้องถิ่น (Local Marketing) ก็มีคู่แข่งน้อยราย หรือกลุ่มลูกค้าขนาดเล็กไม่ใหญ่มากและตลาดออนไลน์ เพื่อเป็นการง่ายต่อการเริ่มนั่นเข้าสู่ตลาดนี้ กลยุทธ์การตั้งราคา ก็จะได้เหมาะสมต่อสภาพภูมิศาสตร์ของตลาดด้วย อาจมีการใช้ส่วนลดหรือโปรโมชั่น เพื่อสร้างการมองเห็นให้แก่ลูกค้า และการสนับสนุนในผลิตภัณฑ์ และสร้างพฤติกรรมการซื้อขาย

2. การตั้งราคา

การกำหนดราคาตามสภาพภูมิศาสตร์ (Geographical Pricing) โดยราคาของผลิตภัณฑ์ให้ อยู่ภายใต้ราคากลาง 40-70 บาท ในช่วงราคานี้เป็นราคากลางที่สัมคันต์ตามท้องตลาด เนื่องจากต้องการ เจาะกลุ่มตลาดภายนอกและกลุ่มตลาดออนไลน์ ราคาจึงต้องอยู่ในช่วงราคาที่ไม่แพงมาก การใช้ ส่วนลดและส่วนยอมให้ (Price Discount and Allowance) แก่ลูกค้า ยอมได้กำไรเล็กน้อย เพื่อเป็นการรักษาส่วนตลาดให้ลูกค้าสนับสนุน และเป็นการช่วยสร้างพฤติกรรมการซื้อขาย

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

1. ช่องทางจัดจำหน่ายน้ำส้มคัน Muji

เนื่องจากน้ำส้มคันเป็นผลิตภัณฑ์คันสต๊อกไม่มีวัตถุกันเสีย เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน่าเสียได้ด้วย (Perishable) ช่องทางการจัดจำหน่ายจะเป็นแบบออนไลน์ไซต์ หรือขายออนไลน์เฉพาะกลุ่มลูกค้าที่อยู่ภายนอกใน จังหวัดที่กำลังผลิตภัณฑ์เพื่อจ่ายต่อการขนส่ง และสามารถควบคุมมาตรฐานของสินค้าได้ การขายทางออนไลน์อาจเป็นการโพล ผ่านแพลตฟอร์ม เช่น Facebook หรือ Instagram ที่เป็นลูกค้าเฉพาะในพื้นที่หนึ่ง จะเป็นการจำหน่ายแบบ (B to C: Business to Consumer)



2. ช่องทางจัดจำหน่ายเกี่ยนของ Muji

เกี่ยนของเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน โดยจะมุ่งไปในตลาดการอ่อนไลน์ มากกว่า และจากที่ทำการสำรวจมาแล้วพบว่าเกี่ยนของได้รับความนิยมมากในตลาดออนไลน์ ตลาด อ่อนไลน์จะสามารถเติบโตได้ดีกว่าแบบบ่อนโซเชียล เช่น Shopee, Lazada, Tiktok และ Facebook และ หลายแพรตฟอร์มสามารถทำการโฆษณาได้ จะเป็นการจำหน่ายแบบ (B to C: Business to Consumer)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1. การโฆษณาจากแพรตฟอร์มออนไลน์



Tiktok เป็นการสร้างคลิปในการรีวิวตัวผลิตภัณฑ์ทั้งสอง เนื่องจาก Tiktok เป็นแพรตฟอร์มที่ ผู้คนใช้งานมากในปัจจุบัน และผู้คนสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย รวมถึงการตอกย้ำความทรงจำให้แก่ลูกค้า และ Tiktok สามารถทำการรีวิวจากผู้ใช้จริง หรือ Influencer ที่สามารถ Affiliate จากสินค้าได้ด้วย



Facebook เป็นเพจของแบรนด์ Muji ของเรายโดยเฉพาะมีไว้สำหรับโปรโมทผลิตภัณฑ์ทั้งสอง เพื่อสร้างตัวตนในโลกออนไลน์ให้มีความน่าเชื่อถือของแบรนด์ Muji ให้มีคนรู้จักมากขึ้น หรือเป็นการโพสต์ขายตัวผลิตภัณฑ์ผ่านกลุ่มการเพลบบุคกี่มีความเจาะจงผลิตภัณฑ์นั้นๆ



Instagram เป็นแพรตฟอร์มที่สามารถสร้างตัวตนที่หน้าเชื่อถือได้ เพื่อรายแพรตฟอร์มนี้ได้รับความนิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ การสร้างตัวตนของแบรนด์ไว้ในแพรตฟอร์มนี้ถือว่าช่วยส่งเสริมการตลาดได้เมื่อไหร่ก็ได้

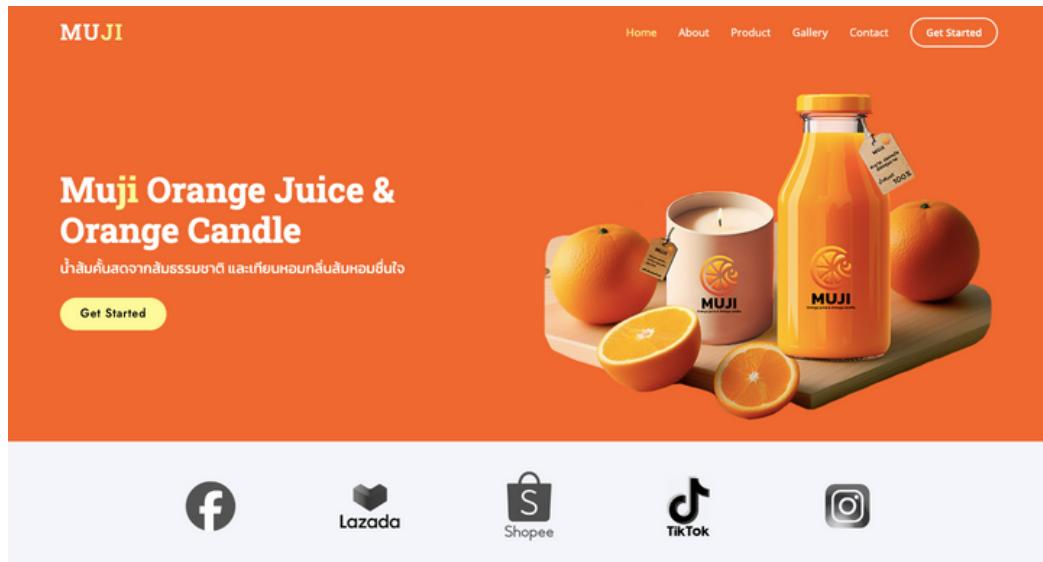


Shopee เป็นแพรตฟอร์มที่รวมร้านค้าออนไลน์จำนวนมากไว้ ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่ที่ซื้อของออนไลน์ เข้ามาซื้อใน Shopee มากมาย การทำการตลาดในช้อปปี้ เป็นสิ่งที่ต้องทำการตั้งแต่การขายแบบบ่อนไลน์ และสามารถทำ Affiliate

2. การโฆษณาผ่านเว็บไซต์

การทำเว็บไซต์เป็นของตัวแบรนด์เองจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ลิตรัตน์มากขึ้น โดยเว็บไซต์จะสามารถตอบกลับลิตรัตน์ทั้งสองได้เป็นอย่างดี และเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

<https://muji-orange.netlify.app>



ABOUT US

การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา-19 กำลังทำให้ความสนใจในสุขภาพเพิ่มขึ้น ปัจจุบันเริ่บเลิกกินเนื้อสัตว์และหันมาสู่อาหารที่มีประโยชน์และสุขภาพดีอย่างมาก ทางเราจึงนำผลิตภัณฑ์ MUJI Orange Juice และ MUJI Orange Candle ที่มีคุณค่าทาง營養และสุขภาพมาเสนอ ให้คุณได้ลองใช้สัมผัสถึงความอร่อยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของเรา

หากคุณต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติม โปรดติดต่อเราที่ [\[email protected\]](#) หรือ [\[phone number\]](#) ทางเรายินดีที่จะให้คำแนะนำและสนับสนุนคุณ

[Learn More](#)

PRODUCT ORANGE

ดื่มน้ำส้มมีประโยชน์ต่อร่างกายมากกว่าที่คิด Muji orange juice

น้ำส้มมีประโยชน์ต่อร่างกายมากที่สุดในโลก ไม่ว่าจะดื่มสดๆ หรือปรุง成汁 ก็ยังคงมีคุณค่าทาง營養และสุขภาพอยู่เสมอ ดื่มน้ำส้มจะช่วยให้ร่างกายแข็งแรง กระตุ้นภูมิคุ้มกัน และลดไขมันในร่างกาย

01 กระตุ้นภูมิคุ้มกันร่างกาย
ดื่มน้ำส้มจะกระตุ้นภูมิคุ้มกันให้แข็งแรง ช่วยป้องกันการติดเชื้อจากเชื้อโรคต่างๆ ได้ดี ดื่มน้ำส้มจะช่วยให้ร่างกายแข็งแรง กระตุ้นภูมิคุ้มกัน และลดไขมันในร่างกาย

02 ดีท็อกซ์ร่างกาย
ดื่มน้ำส้มจะช่วยขับสารพิษออกจากร่างกาย ลดการสะสมของไขมันในร่างกาย ช่วยลดน้ำหนัก และลดไขมันในร่างกาย

03 บำรุงผิวพรรณ
ดื่มน้ำส้มจะช่วยให้ผิวพรรณดีขึ้น ลดการเกิดริ้วรอย ช่วยให้ผิวพรรณเนียนนุ่ม ลดการเกิดสิว และลดการเกิดริ้วรอย

04 ช่วยในการนอนหลับ
ดื่มน้ำส้มจะช่วยให้การนอนหลับดีขึ้น ลดการเกิดอาการนอนไม่หลับ ช่วยให้ร่างกายได้พักผ่อน และฟื้นฟูพลังงาน



เข้าชมเว็บไซต์ได้ที่ Qr code นี้

PRODUCT ORANGE

ดื่มน้ำส้มมีประโยชน์ต่อร่างกายมากที่สุด Muji orange juice

น้ำส้มมีประโยชน์ต่อร่างกายมากที่สุดในโลก ไม่ว่าจะดื่มสดๆ หรือปรุง成汁 ก็ยังคงมีคุณค่าทาง營養และสุขภาพอยู่เสมอ ดื่มน้ำส้มจะช่วยให้ร่างกายแข็งแรง กระตุ้นภูมิคุ้มกัน และลดไขมันในร่างกาย

ดื่มน้ำส้มมีประโยชน์ต่อร่างกายมากที่สุด Muji orange candle

น้ำหอมที่มีกลิ่นหอมอันน่ารักๆ ของกลิ่นส้ม ช่วยให้ห้องดูสะอาดและหอม ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายและสงบ ช่วยให้หลับสนิทและหายใจดี

ดีไซน์มินิมอล
ด้วยดีไซน์ที่เรียบง่ายและน่ารัก สามารถจัดวางในห้องได้สะดวก ไม่佔地方 ช่วยให้ห้องดูสะอาดและสวยงาม

กลิ่นหอม
กลิ่นส้มที่หอมอร่อยและน่ารัก ช่วยให้ห้องดูสะอาดและหอม ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายและสงบ ช่วยให้หลับสนิทและหายใจดี

สีสันสดใส
ด้วยสีสันสดใสและน่ารัก สามารถจัดวางในห้องได้สะดวก ไม่佔地方 ช่วยให้ห้องดูสะอาดและสวยงาม

สำหรับเด็กๆ
ด้วยดีไซน์ที่เรียบง่ายและน่ารัก สามารถจัดวางในห้องได้สะดวก ไม่佔地方 ช่วยให้ห้องดูสะอาดและสวยงาม

การมีคุณธรรมจริยธรรมในผลิตภัณฑ์ต่อสังคม

การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำส้มคันและเทียนหอมกลิ่นส้มของแบรนด์ Muji เป็นการตั้งใจทำผลิตภัณฑ์ที่ควบคู่ไปกับการทำเพื่อสังคมเกษตรกรที่มีปัญหาเรื่องล้มค่าราไม่ดี เป็นการทำผลิตภัณฑ์จากสังคมสู่สังคมที่ไม่ได้แค่หวังแต่ผลกำไรเท่านั้น ในด้านของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ หรือ Green Marketing ในผลิตภัณฑ์เราใช้ทุกส่วนของส้มให้เกิดประโยชน์อย่างมากที่สุด ทั้งน้ำส้มและเปลือกส้มก็จะสามารถนำมารากเป็นผลิตภัณฑ์ได้ รวมไปถึงวัตถุที่อ่อนๆที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อไม่ใช้เกิดการสร้างขยะแก่สิ่งแวดล้อม



ເອກສາຣ້ອ້າງອີງ

ສໍາໂຮງການແພກຍົ, ໂຮງພຍາບາລ. (2556). **ປະໂຍບນໍຂອງສັນມ.** ສັບຄັນ 14 ກຸມພັນດີ 2566, ຈາກ : <http://www.samrong-hosp.com/> ຮາຊກັນຍາສູນນກາວ ວິທຍາເບຕສຸນກຮສົງຄຣາມ, ມາຫວິທຍາລ້າຍ. **12 ປະໂຍບນໍຂອງສັນມ ສຣພຄຸນມາກລັນ ກິນສັນມວນລະພລຍື່ງດີ.** ສັບຄັນ 14 ກຸມພັນດີ 2566, ຈາກ : <https://skm.ssru.ac.th/news/view/198209> **ສຣພຄຸນ ເປັນອັກສັນ ວິທີແປຣຽມ ແລະ ການນຳໄປໃຊ້ປະໂຍບນໍ.** (2565). ສັບຄັນ 19 ກຸມພັນດີ 2566, ຈາກ : <https://www.sgethai.com/article/ເນົາພລໄມ້ໄທຢັນມາແຮງ ຂຶ້ນແກ່ນເບວຣ໌ 2 ວາງຂາຍມາກສຸດກ່ຽວໂລກ>. (2565). ສັບຄັນ 21 ກຸມພັນດີ 2567, ຈາກ : <https://www.posttoday.com/business/678273>