

เอกสารโครงการประกวดนวัตกรรมเครื่องสพพัฒน์ ประจำปี 2567 (ปีที่ 20) (ฉบับเต็ม)

ชื่อนวัตกรรม ...Shokubutsu Monogatari : Sustain leadership position By “True Leader Model”.

ประเภทนวัตกรรม

- ☐ Product ☐ Production ☐ System & Process ☒ Sales & Marketing
☐ Services & Personality ☐ ESG : Environment, Social & Governance
☐ Petty Award

บริษัทเจ้าของนวัตกรรม คือ.....ไลออน (ประเทศไทย) จำกัด.....

ผู้สร้างนวัตกรรม

- 1) ...ประเสริฐ สุรัตน์เมธากุล.....ตำแหน่ง.....Beauty & Baby Department Manager.....
- 2) ...ชัยกร เตชะสุกิจ.....ตำแหน่ง.....Group Product Manager.....
- 3)ธัญพร ภมรสุวรรณ.....ตำแหน่ง.....Product Manager Assistant.....

สถานที่ติดต่อ ...บริษัท ไลออน (ประเทศไทย) จำกัด.....

โทรศัพท์02-2940191.....มือถือ (ต้องระบุ).....095-2459916.....

E-mail.....prasert_s@lion.co.th.....

(**ต้องมีลายเซ็นทุกครั้ง**)

ลงชื่อ.....ผู้อนุมัติ

(.....ชาติ จันทรวิจิตร.....)

กรรมการผู้จัดการ

1. ต้องผ่านการตรวจสอบและอนุมัติจากผู้อำนวยการฝ่าย ผู้บริหารที่ได้รับมอบหมาย จึงจะถือว่า เอกสารชุดนั้นสมบูรณ์ สามารถเข้าประกวด “โครงการประกวดนวัตกรรมไอ.ซี.ซี.” ได้
2. เอกสารนวัตกรรม ควรพิมพ์ด้วย ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 points
3. ตั้งกั้นหน้ากระดาษ (ซ้าย) 3 ซม. และ (ขวา) 2 ซม. กั้นบน 3 ซม. และกั้นล่าง 2 ซม.
4. เนื้อหา + รูปภาพ ไม่เกิน 20 หน้า (ตั้งแต่หน้าแรกจนจบ) กระดาษ A4

กรุณาดูตรวจสอบสถานะโครงการนวัตกรรมของท่าน ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ.....

- ☐ สิทธิบัตร เลขที่..... ☐ อนุสิทธิบัตร เลขที่.....
- ☐ รออนุมัติสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร ☐ ยังไม่ได้จดสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร
- ☐ รางวัลอื่นๆ (ระบุ).....

สิ่งที่ต้องระบุ.....

กรณีที่ได้รับสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร :

ต้องระบุเลขที่และหมายเลข วัน/เดือน/ปีที่ได้รับให้ครบถ้วน พร้อมแนบหลักฐานสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร

กรณีที่รอสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร :

ต้องระบุเลขที่และหมายเลข วัน/เดือน/ปีที่ยื่นเอกสารขอสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร พร้อมแนบหลักฐานการยื่นขอ

2. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยริเริ่มในบริษัทมาก่อนหรือไม่

- ☐ มีการริเริ่มมาก่อน ☒ ไม่เคยริเริ่มมาก่อน
- ☐ นำมาพัฒนาต่อยอดมาจาก (กรุณาเลือกตอบ)
- ☐ นวัตกรรมเดิมของบริษัทที่เคยคิดค้นด้วยตนเอง (โปรดระบุ)
-
- ☐ นวัตกรรมที่มีการคิดค้นจากภายนอก (โปรดระบุ)
-

3. สถานะของนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด

- ☐ กำลังทดลองใช้ ☐ ยังไม่วางตลาด
- ☒ นำมาใช้จริง ตั้งแต่.....ปี 2022-2023..... ☐ วางตลาด ตั้งแต่.....

สิ่งที่ต้องระบุ.....

- หากยังไม่วางตลาดหรือกำลังทดลองใช้ ควรมีการกำหนดว่าจะเริ่มใช้จริงหรือวางตลาดในอนาคตหรือ/และหากมีเป้าหมายจะใช้จริงหรือวางตลาดควรระบุผลลัพธ์ ราคาขายและผลกำไรที่คาดว่าจะได้รับ
- หากนำมาใช้หรือวางตลาดควรระบุวัน / เดือน / ปี ที่เริ่มใช้

บทคัดย่อ

ที่มา/ความสำคัญ/วัตถุประสงค์

...Shokubutsu Monogatari คือแบรนด์สบู่เหลวอาบน้ำที่มียอดขายอันดับ 1 มาตั้งแต่ปี 2019 และเป็นอันดับ 1 มาต่อเนื่อง แต่ถึงแม้ SHOKUBUTSU จะเป็นอันดับ 1 แต่ก็มีประเด็นที่ควรกังวล 4 ประเด็น

1. Market Share ของ Shokubutsu ที่ห่างอันดับ 2 เพียงแค่ 1% และ Trend การขายมีช่วงที่ทั้งแพ้และชนะคู่แข่ง เป็นกราฟการขายที่สลับกันขึ้นลง ไม่ได้มีภาพของผู้ชนะที่ชัดเจน
2. จากการสำรวจ Brand Health Check ทั่วประเทศในปี 2020 พบว่า SHOKUBUTSU เป็นแบรนด์ที่มี TOP OF MIND มาเป็นแบรนด์อันดับ 2 (25%) รองจาก LUX ของ Unilever (41%)
3. SHOKUBUTSU MEN ซึ่งเป็นแบรนด์ที่แตกไลน์ไปในตลาดครีมอาบน้ำสำหรับผู้ชายยังมี Market Share เป็นอันดับ 2 โดยมี Brand Protex Men จากคอลเกตปาล์มโอลีฟ เป็นแบรนด์อันดับ 1
4. SHOKUBUTSU ยังพึ่งพิงการทำ Promotion ตามเทรนด์การแข่งขันทางการตลาดมากเกินไป

ทีมการตลาด SHOKUBUTSU จึงได้พัฒนา “SHOKUBUTSU True Leader Model” ขึ้นมา โดยมองว่าผู้นำทางการตลาดที่แท้จริงควรเป็นผู้นำใน 4 หัวข้อได้แก่ 1. เป็นผู้นำส่วนแบ่งทางการตลาด 2. เป็น TOP OF MIND BRAND 3. เป็นผู้นำเรื่องความใกล้ชิดกับลูกค้า 4. เป็นผู้นำเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม Shokubutsu ได้ใช้ Model นี้มาเป็นเข็มทิศในการทำกลยุทธ์ และแผนการตลาด ในปี 2022-2023 และได้ผลลัพธ์ดังนี้

1. Shokubutsu ยังคงมี Market Share เป็นอันดับ 1 ที่เติบโตสูงที่สุด โดยมี Market Share ที่เคยห่างจากอันดับ 2 เพียงแค่ 1% ในปี 2021 มาเป็นทิ้งห่างกัน 4% ในปี 2023
2. จากTrend การขายรายเดือน Shokubutsu เริ่มทิ้งห่างอันดับ 2 มากขึ้นเรื่อยๆ เป็นครั้งแรกที่ Nielsen ให้คำจำกัดความว่า Shokubutsu คือ “Clear Winner” ในตลาดครีมอาบน้ำ
3. SHOKUBUTSU MEN สามารถแซง Protex Men ขึ้นเป็นอันดับ 1 ในตลาด For Men
4. SHOKUBUTSU สามารถขึ้นมาเป็น TOP OF MIND BRAND อันดับ 1 ในตลาดครีมอาบน้ำ
5. การวัด Social Listening พบว่า Shokubutsu คือแบรนด์ที่มี Consumer Engagement สูงที่สุด
6. Shokubutsu ลด Virgin Plastic ในบรรจุภัณฑ์ และเป็นเจ้าแรกที่เปลี่ยนถุง Refill มาเป็น Mono Material ทำให้นำไป recycle ได้ ช่วยลดการใช้พลาสติกได้ถึง 42 ตันต่อปี.
7. นำแนวคิด Circular Economy มาใช้ด้วยการใช้การนำมะไฟจีนมาใช้ ทำให้เกษตรกรท้องถิ่นมีรายได้ มีงานทำ รวมทั้งทำให้ลูกค้าที่ซื้อ Shokubutsu ได้ช่วยเหลือเกษตรกรทางอ้อมและได้รับรางวัลเหรียญเงินจากการประกวดสิ่งประดิษฐ์นานาชาติ ครั้งที่ 48 ณ เมืองเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ในปี 2022

คำสำคัญShokubutsu / โขงุบสึ / ผู้นำตลาด / Brand Leader / True leader Model.....