

เอกสารโครงการนวัตกรรม ประจำปี 2568 (ฉบับเต็ม)

ชื่อนวัตกรรม Project Essence Pods Self-Care 4.0

ประเภทนวัตกรรม

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

ผู้สร้างนวัตกรรม

1)ศิริภัสสร บุญเต็ม.....ตำแหน่ง.....Digital Marketing..... หน่วยงาน.....EF.....

สถานที่ติดต่อ 600/4 ม.11 ซ.8 ถ.สุขาภิบาล ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230

โทรศัพท์ 038-480145 ,038-480198

โทรศัพท์3CX 1603.....มือถือ (ต้องระบุ)..... 099-4955792.....

E-mail.....Siraphussorn_B@gmail.com.....

(**ต้องมีลายเซ็นทุกครั้ง**)

ลงชื่อ..........ผู้อนุมัติ

(.....คุณคุณภาพ ธนเกียรติกุล.....)

กรรมการผู้จัดการ หรือ ผู้รับมอบอำนาจ

กรุณาดูตรวจสอบสถานะโครงการนวัตกรรมของท่าน ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ.....

- | | |
|---|---|
| ☐ สิทธิบัตร เลขที่..... | ☐ อนุสิทธิบัตร เลขที่..... |
| ☐ รวบรวมสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร | ☒ ยังไม่ได้จดสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร |
| ☐ รางวัลอื่นๆ (ระบุ)..... | |

2. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยริเริ่มในบริษัทมาก่อนหรือไม่

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

3. สถานะของนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด

- | | |
|---|---|
| ☐ กำลังทดลองใช้ | ☒ ยังไม่วางตลาด |
| ☐ นำมาใช้จริง ตั้งแต่..... | ☐ วางตลาด ตั้งแต่..... |

บทคัดย่อ

ที่มา/ความสำคัญ/วัตถุประสงค์

ในปัจจุบันตลาดผลิตภัณฑ์อาบน้ำแบบดั้งเดิมมักเน้นที่ส่วนผสมเพื่อความสะอาดและกลิ่นหอมทั่วไป แต่ Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ขับเคลื่อนด้วย "ประสบการณ์ (Experience)" และ "สุขภาพจิต/ความรู้สึก (Wellness & Mental Health)" เริ่มมองหาผลิตภัณฑ์ที่มากกว่าแค่การทำความสะอาด ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ช่วยดูแลทั้งร่างกายและจิตใจ เป็นส่วนหนึ่งของการ "Self-Care Routine" ที่สามารถถ่ายทอดลงบนโซเชียลมีเดียได้

วัตถุประสงค์

1. เปลี่ยนภาพลักษณ์
2. เพิ่มยอดขาย: ดึงดูด Gen Z ให้เข้ามาทดลองและเปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์หลักของแบรนด์
3. สร้างความได้เปรียบ: สร้างจุดต่างด้าน Aesthetics และ Functional Benefits ที่คู่แข่งยังไม่มี

รายละเอียด (หลักคิด/วิธีการพัฒนา / ปรับปรุง)

โครงการนวัตกรรมใช้หลักคิด "The Daily Reset Vibe" เน้นว่าครีมอาบน้ำไม่ใช่แค่การชำระล้าง แต่เป็นการ "Reset" พลังงานและอารมณ์ในแต่ละวัน

- สร้างภาพลักษณ์ใหม่ "Shower Pods" (แคปซูลเจลใส/ก้อนอัดแน่นแบบพกพา): ในรูปแบบ Sustainable & Minimalist Packaging (บรรจุในกล่องกระดาษรีไซเคิล หรือถุงย่อยสลายได้)
- สูตรและกลิ่น: ใช้ Aromatherapy ที่ได้รับการวิจัยสำหรับ Relaxing: และเน้นส่วนผสมบำรุงผิวแบบ "Skinimalism" (ส่วนผสมน้อยแต่มาด้วยประสิทธิภาพ)
- การใช้งาน: 1 Pod ต่อ 1 ครั้งการอาบน้ำ: (ลดการใช้เกินปริมาณ, เหมาะกับการเดินทาง)
- กิจกรรมการตลาดสร้างสรรค์: Content Marketing (Authenticity & UGC) "My Shower Routine Vibe Check": จัดแคมเปญให้ Gen Z แชร์ "Shower Playlist" และวิธีการใช้ครีมอาบน้ำของเราเป็นส่วนหนึ่งของการบำบัดตัวเอง (Self-Therapy) บน TikTok/IG Reels
- Product Experience (Digital x Physical) AR Filter & Mini-Game: สร้าง AR Filter บน IG/TikTok ที่สามารถ "Scan Mood" แล้วแนะนำกลิ่นครีมอาบน้ำที่เหมาะสมกับอารมณ์นั้น (เช่น อารมณ์เหนื่อย -> กลิ่น Reset)

บทสรุป (ผลลัพธ์ที่ได้)

ผลจากการนำ Project Essence Pods Self-Care 4.0 มาใช้สามารถตอบโจทย์ด้าน อารมณ์ และ คุณค่าทางจริยธรรมของ Gen Z ควบคู่ไปกับการออกแบบที่ดึงดูดสายตาและพร้อมสำหรับการแชร์บนโลกออนไลน์ **สินค้า:** มีนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่รักษ์โลกและใช้งานง่ายกว่า (Pods) **แบรนด์:** ถูกวางตำแหน่งใหม่ให้เป็น "Wellness Brand" ที่ใส่ใจสุขภาพจิตของลูกค้า **การตลาด:** ได้รับ Organic Reach สูงจากการสร้าง Viral Challenge บน Social Media

- ความได้เปรียบในการแข่งขัน

Differentiator: รูปแบบ Pod ที่พกพาง่ายและรักษ์โลกสร้างความแตกต่างด้านนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์อย่างชัดเจน ทำให้คู่แข่งที่ยังใช้ขวดแบบเดิมดู Outdated ไปในทันที

Sustainability Premium: Gen Z พร้อมที่จะจ่ายในราคาสูงกว่าเล็กน้อยสำหรับผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

- การตลาดแบบ Viral ที่มีต้นทุนต่ำ

แคมเปญ #MyShowerMoodChallenge อาศัยความสามารถในการสร้างสรรค์ของผู้ใช้ ทำให้แบรนด์ไม่ต้องทุ่มงบประมาณในการผลิตโฆษณา แต่กลับได้เนื้อหาที่ดูจริงใจ (Authentic) และน่าเชื่อถือ ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงในการเข้าถึง Gen Z

คำสำคัญ Self-Care, Gen Z, Vibe, Sustainability, UGC (User-Generated Content)