



Meet our **COOKIE COACH™** tool—an interactive way to get answers to cookie questions.

Try It Out



นอกจากการทำวิจัยเพื่อหา Consumer Insights หรือแก้ pain point ของผู้บริโภคแล้ว การสร้างนวัตกรรม หรือหาไอเดียใหม่ ๆ เพื่อมาต่อยอดทางธุรกิจให้อยู่รอด และเติบโตได้ด้วยกลยุทธ์ใหม่ในหลายรูปแบบมีความจำเป็นในยุคดิจิทัล รวมทั้งผลกระทบของโควิด-19 นี้ ทำให้ธุรกิจต้องสร้างไอเดีย และโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ ได้อย่างน่าสนใจ.....

ในช่วงวิกฤตการณ์โควิด-19 แบบนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปแบบหลีกเลี่ยงไม่ได้ ธุรกิจก็ต้องปรับตัวให้เข้าใจและเข้าถึง.....หลาย ๆ แบบร้านค้ากลยุทธ์ไอเดียได้เยี่ยมในแบบต่าง ๆ ไฮเนเก้น ส่ง Heineken 0.0 lager แบบขวดที่ไร้แอลกอฮอล์ผ่านหน้าต่างบ้าน จากแคมเปญชื่อ “เซอร์ปริอาร์” ที่สร้างประสบการณ์ใหม่ให้ผู้บริโภคได้ โดยมีบริการ “ส่งถึงบ้าน” ที่หน้าต่าง หรือไม่ว่าที่ไหนที่คุณทำงานหรือ กำลังกักตัวอยู่

สินค้าประเภทอาหาร ดิลิเวอรี่ ของทานเล่น รวมทั้งเครื่องมือเทคโนโลยีในบ้านและนวัตกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย LAYS มันฝรั่ง เล่นกิมมิคโดยให้ลูกค้าโหลด App Crispy Subtitles เพื่อบันทึกเสียงทานมันฝรั่งกรอบๆ จากนั้นก็ปักอินกับ Google Chrome เมื่อมีการชมรายการในระหว่างที่เราทานมันฝรั่งอยู่ จะมีการตรวจจับเสียงของชิปกรอบ ๆ จากนั้นคำบรรยายหรือ subtitle จะเปิดขึ้นโดยอัตโนมัติในขณะที่ดูวิดีโอ เพื่อแก้ปัญหาเวลาที่ทานแล้วเสียงชิปดัง ๆ แล้วรบกวนการชมรายการ ตัวอย่างที่น่าสนใจอีกแบบคืออย่าง Walmart ได้ร่วมกับบริษัท Eko ทำวิดีโอแบบอินเทอร์แอคทีฟ ซีรีส์วิดีโอการทำอาหารแบบ Interactive + Delivery กับคนดัง สร้าง “Walmart Cookshop” ที่ผู้ชมสามารถซื้อผลิตภัณฑ์และส่วนผสมได้ในขณะรับชม Lives สดและเลือกสถานที่ของ Walmart ที่ใกล้ที่สุด โดยมีบริการการจัดส่งสินค้าให้ การใช้ AR (Augmented Reality) อย่าง Pizza Hut เปิดตัวเกม AR ด้วยกล่องบรรจุพิซซ่า PAC-MAN Pizza Hut ซึ่งแชร์เกม PAC-MAN และเปิดโอกาสให้แฟน ๆ ได้ลุ้นรับตุ้ม PAC-MAN ที่กำหนดเองได้กล่องพิซซ่า AR เป็นแบบลิมิเต็ดอิดชั่นสร้างประสบการณ์สำหรับผู้ชื่นชอบพิซซ่าสามารถเล่นเกมบนกล่องได้โดยตรงโดยใช้สมาร์ตโฟน



การใช้เทคโนโลยีมีแบบไม่สิ้นสุด Nestle ใช้ AI (Artificial Intelligence) ปัญญาประดิษฐ์ “Cookie Coach” มาช่วยสร้างประสบการณ์ที่นำติดต้นกับผู้บริโภคที่ขับเคลื่อนโดยปัญญาประดิษฐ์เพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับการทำคุกกี้ในรูปแบบต่างๆโดยเข้าไปที่ VeryBestBaking.com พบกับคุณครู คุกกี้คุกกี้ที่ให้คำตอบได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ โมเดลธุรกิจแบบ DIY Kits ก็ค่อนข้างเป็นที่นิยมในตอนนี้ ชุดพิซซ่าส่งพร้อมแบ่งและท็อปป์ลูกค้าเลือกเองตามต้องการ (Personalized Marketing) เพื่ออบเองที่บ้าน ทำให้ผู้บริโภคสามารถสร้างสรรค์พิซซ่าได้ด้วยตัวเอง โดยเลือกวัตถุดิบได้ ของจะสดใหม่และอร่อยตามแต่ละคนต้องการ



TMRS offers many other insights findings:

Visit : www.tmrs.or.th

Email : contact.tmrs@gmail.com



เรื่องของสิ่งแวดล้อม Recycle หรือ Food Waste ก็ยังเป็นที่ยอมรับสำหรับแบรนด์ที่มี DNA แบบนี้ IKEA สร้าง "ScrapsBook" ช่วยลดขยะของครัวในบ้านโครงการนี้เกิดขึ้นจากความร่วมมือของเซฟมีเออาชีพ 10 คน IKEA สามารถรวบรวมสูตรอาหารที่ทำจากของเหลือใช้โดยที่ตำราอาหารเล่มนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้คนมีความคิดสร้างสรรค์จากเศษวัตถุดิบของอาหาร

KitKat ใช้กระดาษห่ออาหารพลาสติกรีไซเคิล เพื่อช่วยลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกในชีวิตประจำวันถูกออกแบบมาเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ได้ บริการ Loop: ให้อุปกรณ์หมุนเวียนบรรจุภัณฑ์และซื้อภายใต้แนวคิดเอาบรรจุภัณฑ์นำกลับมาใช้งานใหม่โดยของส่งถึงบ้านเมื่อบริโภคสินค้าหมด ก็สามารถคืนบรรจุภัณฑ์เปล่าใส่กระเป๋า Loop แล้วเรียกใช้บริการ Loop เข้ามารับบรรจุภัณฑ์กลับการหากลยุทธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การทำ Collaboration ของแต่ละแบรนด์เพื่อขยายฐานลูกค้า รวมทั้งสร้างประสบการณ์ใหม่ (CX-Customer Experience) ด้วยการออกสินค้าพวก Limited Edition เช่น KFC ทำโปรโมชันแจกรองเท้าด้วยดีไซน์ของตัวเองสินค้าที่ขยายจากฐานแบรนด์เก่า เป็นสินค้าในไลน์ใหม่ เช่น ซอสศรีราชาที่เรารู้จักกันดีออกสินค้าใหม่เก๋เหมือนมาลายาซีซมพูที่มีรสเค็มและเผ็ดสินค้าที่ผสมผสานของ CBD มีมากมายในผลิตภัณฑ์ออกใหม่พวก อาหาร เครื่องดื่ม หรือขนมนอกจากความเข้าใจinsightsและความต้องการของผู้บริโภคในสถานการณ์ที่ทันสมัยและเข้ากับเหตุการณ์แล้วความไวในการ take action เป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง

นอกจากนี้สินค้าที่เป็นที่นิยมอีกอย่าง คือ สินค้าพวก Plant-Based products อย่าง Burger McPlant ของ McDonald ออกเมนูล่าสุดสำหรับผู้บริโภคที่กำลังมองหาทางเลือกเนื้อสัตว์ที่มีเพิ่มขึ้นรวมทั้งความต้องการของ Vegan หรือ พืชที่ให้โปรตีนชนิดต่างๆ รูปแบบเฉพาะตัว อย่าง M&M ที่สร้าง Motivation ผ่าน Messages ที่มาพร้อมกับการออกแบบแพ็คเกจใหม่ที่สวยงามแบ่งปันคำพูดให้กำลังใจที่แตกต่างกัน 28 แบบเป็นคำที่ให้พลังในการทำงานและมีชีวิตมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมต่อกับรหัสที่สามารถสแกนเพื่อค้นหาเพลย์ลิสต์เพลงใน Spotify ได้ด้วย



โมเดลแบบ Subscription การเป็นสมาชิก และส่งสินค้าให้ ยิ่งในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด -19 ร้านค้าปลีกและร้านอาหารเปิดการขายแบบสมาชิก Quince & Co.อาหารมิชลินขายโปรแกรมสมาชิกร้านอาหารมูลค่า 5,000 เหรียญต่อปี ซึ่งเป็นสมาชิกอาหารในครัวระดับพรีเมียมราคาแพงแต่กลุ่มเป้าหมายก็ยอมจ่าย Izzy Zero Waste Beauty เป็นแบรนด์ D2C เปิดรูปแบบธุรกิจแบบสมาชิก ออกมาสดคร่า Zero Waste ที่ใช้วัตถุดิบที่สะอาดจากพืชและมีประสิทธิภาพสูง

จะเห็นได้ว่านอกเหนือจากการซื้อออนไลน์การสมัครเป็นสมาชิกเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดของการซื้อสินค้า รวมทั้งความคิดเรื่องการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้ใหม่การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างนวัตกรรมสินค้า หรือส่งเสริมการขายความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคการตามเทรนด์ใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงตามพฤติกรรมและความสามารถในการสร้างกลยุทธ์และทำให้เร็วคุณเจอแล้วหรือยังว่าจะทำอะไรใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับธุรกิจของคุณบ้าง.....



TMRS offers many other insights findings:
 Visit : www.tmrs.or.th
 Email : contact.tmrs@gmail.com