

Rii™

Skincare
Cotton


U power
Digital Idea Challenge Season 6

U POWER
DIGITAL IDEA
CHALLENGE SEASON

6

AUGUST – NOVEMBER 2022



rii skincare cotton





MARKET REVIEW

ผู้หญิงต้องการสิ่งที่ดีที่สุด เพื่อการดูแลตัวเองโดยนึกถึงสิ่งที่เป็นธรรมชาติ และอ่อนโยนต่อผิว และไม่ทำร้ายผิว รีอิ เข้าใจถึงความต้องการ และความกังวลของผู้หญิงทุกคนและเข้าใจดีว่า แต่ละคน มีความชอบ รสนิยม ความพอใจแตกต่างกัน

รีอิ จึงเป็นแบรนด์สำคัญแบรนด์แรก ที่นำเอาความต้องการเหล่านี้มาผสมผสาน ออกแบบ จนเกิดเป็น รีอิ สกินแคร์ คอตตอน สำลีที่ผลิตจากวัตถุดิบจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ คือฝ้าย 100% เป็นสำลีสำหรับ เช็ดทำความสะอาด และดูแลผิวหน้าโดยเฉพาะ มีคุณสมบัติที่มีความหลากหลาย และโดดเด่นในแต่ละรุ่น ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการที่แตกต่าง





TARGET AUDIENCE

- กลุ่มเป้าหมายหลัก

นักเรียน นักศึกษา วัยทำงาน ที่เห็นความสำคัญของส่าสีเช็ดหน้า สนใจค้นคว้าหาข้อมูล เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจ การเลือกใช้สินค้าจะเลือกจากคุณภาพและคุณสมบัติของสินค้า เป็นสำคัญชอบใช้สินค้าดีในราคาเข้าถึงได้

- กลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เห็นความสำคัญของส่าสี ไม่มีความเข้าใจว่าส่าสีมีหลายประเภท หรือ เข้าใจว่าส่าสีแบบไหนก็เหมือนกัน





POSITIONING STRATEGY

- Rii มีความเป็น Professional ที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับสำลี สามารถดึงเอาคุณสมบัติที่ดีที่สุดของสำลีแต่ละประเภท จนมีสำลีที่หลากหลาย หลากสไตล์ ตอบโจทย์การใช้งานที่หลากหลาย ไม่ซ้ำใคร
- Rii มีบรรจุภัณฑ์ที่ความสวยงาม น่าดึงดูด เหมาะกับวัยรุ่น นักศึกษา และวัยทำงาน
- Rii มีคุณภาพสำลีระดับพรีเมียม จากการเลือกสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับโลก Cotton USA ใช้ฝ้ายบริสุทธิ์ 100%
- ผลิตด้วยนวัตกรรมการกักกอยไฟด้วยน้ำ (AquaCare) ปราศจากสารเคมี ไม่ก่อให้เกิดการระคายเคืองต่อผิวหนังอ่อนบาง
- Rii เป็นสินค้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นที่หนึ่ง โดยยึดถือแนวทาง Reduce Reuse Recycle และเป็นสินค้าที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ





KEY FINDINGS

- ลูกค้าที่ยังไม่เคยลองใช้ สำสิริ มาก่อนหน้านี้ จะรู้สึกอยากเปลี่ยนสำสิ ต้องการหาสำสิที่อ่อนโยน และเหมาะกับผิวหน้า
- ลูกค้าที่ใช้สำสิริ อยู่แล้ว ถึงจะหมดก็ยังคงอยากใช้ต่อ ไม่เปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่นซึ่งเมื่อ เปรียบเทียบกับแบรนด์คู่แข่งแล้ว Rii เป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดเมื่อเทียบกับแบรนด์อื่นคิด เป็น 64% ตรงนี้เป็นจุดที่แบรนด์ได้เปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่ง(อ้างอิงจากข้อมูลที่ได้สำรวจ มาจากแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง 225 คน)

เหตุผลที่เปลี่ยนสำสิ เพราะอะไร?

(100 Responses)

ใช้แล้วยุ่ง
ขาด

ขาดหน้า

ต้องการสำสิที่ทำความสะอาด
ผิวหน้าได้จริงและใช้แล้วไม่ตืดหน้า
ไม่เกิดการระคายเคือง

หาอันที่ใช้แล้วรู้สึกดี
กับหน้าที่สุด

ไม่สบายผิว
ขาดผิว

ลองใช้อะไรที่ดีกว่าคุณภาพ
เหมาะสมกับราคา

หาอันที่ใช้แล้วรู้สึกดี
กับหน้าที่สุด

เพราะอยากหาตัวที่เหมาะสม
กับหน้าไม่เสียดกับหน้า
จนเกินไป!

เพราะถ้าไม่ต่อเวลาเราใช้
จะมีความรู้สึกขาดผิว
หรือเกิดอาการแพ้จึง
เปลี่ยนค่ะ

คิดว่าการเลือกสำสิ สำคัญหรือไม่? พร้อมเหตุผล

(100 Responses)

สำคัญ
เพราะเสียดสี
กับหน้าเราทุกวัน

สำคัญถ้าเป็นบางเกินก็ยุ่งง่ายขาดผิว
หน้าเกินก็เจ็บเวลาเช็ดหรือต้องเก
ผลิตภัณฑ์ที่เยอะเพิ่มขึ้นกว่าเดิม

สำคัญ
เพราะถ้าสำสิไม่ดีจะขาดหน้า
เกิดการระคายเคือง หรือสิวขึ้น

สำคัญค่ะ?

เพราะสำสิบางตัวขาดหน้า
บางตัวสบายผิวประมาณนี้ค่ะ

สำคัญ เพราะถ้าหน้าไปก็จะเปลือง
ผลิตภัณฑ์ ถ้าผิวสำสิหยาบ
ไม่ออร์แกนิกก็ไม่ได้ ทั้งขาดผิวหน้า
ถึงทำให้เกิดการแพ้ก็ค่ะ

สำคัญ

เพราะถ้าผิวหยาบ
อาจขาดหน้า



Competitors



Sale and Distribution Channel

รีอิ มีจำหน่ายสินค้าใน Supermarket ชั้นนำ และร้านขายเครื่องสำอาง Beauty Store รวมถึงช่องทางการขาย Online สืบเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ที่ปัจจุบันการ online shopping ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด





PROBLEM / OPPORTUNITY

Problem

- สินค้ามีราคาค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับสำลีระดับทั่วไป
- ผู้บริโภคยังไม่เข้าใจ และไม่เห็นความสำคัญของสำลี
- ผู้บริโภคยังไม่เข้าใจและสับสนกับคุณสมบัติของสำลีแต่ละรุ่น
- การสื่อสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าหลากหลายรุ่น ยังไม่มีประสิทธิภาพ และยังไม่ถึง Target group

Opportunity

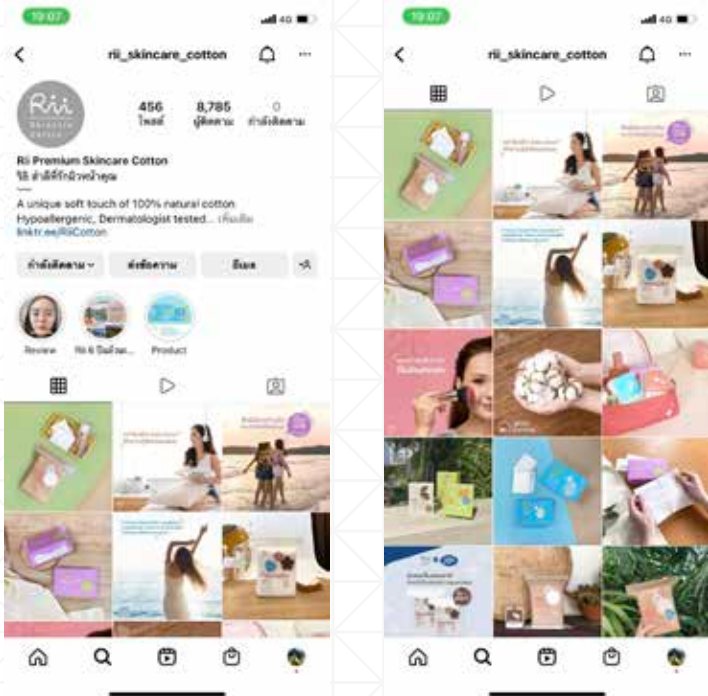
- ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์การใช้งานของกลุ่ม Target customer
- คุณภาพสินค้าระดับพรีเมียม ให้สัมผัสที่อ่อนโยนต่อ ผิวหน้า ไม่เป็นขุย และปราศจากสารเรืองแสงและปราศจากสารเคมีที่ก่อให้เกิดการระคายเคืองผิวหนัง
- วัตถุดิบจากธรรมชาติ 100 % มาตรฐาน Cotton USA
- ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้แนวทาง Reduce Reuse Recycle



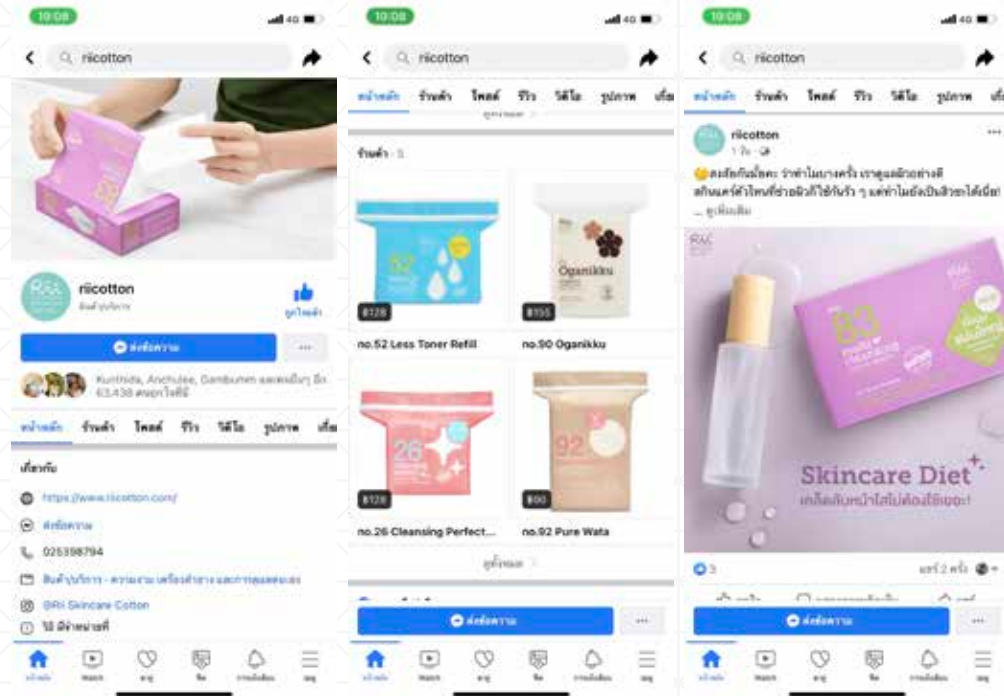
DIGITAL MARKETING & SELLING MARKETING CASE STUDY



rri_skincare_cotton



riicotton





ถูกใจ 432 คน

revieweraiwa Favorite skincare 2021 ที่มีประสิทธิภาพสุดที่รัก! ver. คนผิวแห้ง พาร์ทนี่คือของมีค่าจนเดี๋ยวทำน้ำ! โน้ตอนเหมือนเดิม เพิ่มเติมคือความรักที่มากขึ้น แอ่💖💖 เซฟได้เอจรั้วค่า

P.s ของแพรว ผิวมัน เป็นสิ่ว แพ้ฝ้า ตามมาเร็วขึ้นแน่นอน !!

Real Me Style สวดลิ้นบนบน

Follow

25 Feb

Report : เรื่องสำคัญกับผื่นขึ้นระคาย

ที่ต่อรีเพราะว่า มีลูกค้าบอกว่า ใ้หม่ฟ้าเอาสำลี มาใช้ไว้ที่หน้าและ เพราะลูกค้าก็บอกราย

คนที่เคยใช้น้ำส้วมและของ Ri เพราะนี่ผม คพิมไม่มากอะไรเห็นระคาย แบ่งกันไว้ เวลาที่ขึ้นค้ำ เวื่อนี้ ออกได้สำลีบอกได้เลยพริบตังไปให้พร้อม กัน

ปล. เพราะสำลีมีอีกบ้านคพิมแล้วจ้ะ ให้ทราบอีก สรวินระคาย ค่าลิ้นเดินทางค่า💖

#Keyคือสำลีมีผลและเซ็ชชองานมือ





cleansing perfect ✨

สำหรับคนที่ต้องการใคผิวให้สะอาดอย่างนุ่มนวล

สำหรับเนื้อแน่น นุ่ม

เก็บเครื่องสำอางได้ดี ไม่มีขุยกวนใจ

multi ✨ cleansing

สำหรับการเช็ดเครื่องสำอางหมดจดใบแผ่นเดียว วันที่แต่งหน้าจัด

แผ่นผ้าเนื้อบางแต่นุ่ม

เก็บเครื่องสำอางได้หมดจด

ความยืดหยุ่นสูงและซักได้



pure wata 🌸

สำหรับคนที่ผิวแพ้ง่าย ใช้ได้แม้กระทั่งผิวเด็กอ่อน

ไม่ผ่านการฟอกสี และใช้สารเคมี

ในกระบวนการผลิตน้อยที่สุด



Main Objective

“เผยผิวสวย สะอาดใส ด้วยสำลีหลากหลาย สไตล์ ด้วยรีอิ สกินแคร์คอตตอน สำลีที่รักผิวหน้าคุณ” ทำอย่างไรให้สำลีรีอิ เป็นสำลีที่กลุ่มนักเรียน-นักศึกษา นึกถึงและต้องการใช้มากที่สุดเมื่อต้องการทำความสะอาดหรือดูแลผิวหน้า ซึ่งกลุ่มนักเรียน-นักศึกษา เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มในการดูแลและสนใจความสวยความงามเพิ่มมากขึ้นอย่างชัดเจน

KPIs

การสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ และเข้าใจผลิตภัณฑ์หลากหลายของแบรนด์อย่างถูกต้อง Increase Brand Awareness
จนเกิดการความสนใจที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ Build Brand Engagement และ พร้อมจะบอกต่อ word of mouth
จนสามารถ Boost online sales via official online channel ด้วยแผนการตลาดที่มี Innovative idea

