



**ENTRÉE**  
ออด-เฮอร์

**PROTEIN  
SNACK**

U-Power Marketing Campaign Challenge 2025

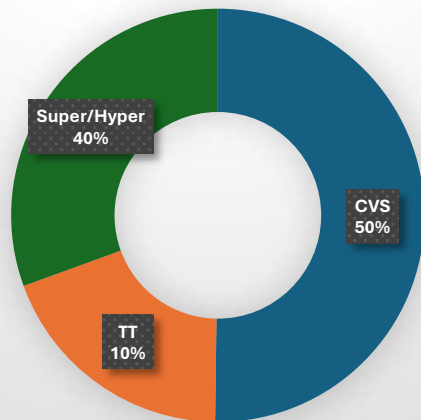


# MARKETING OVERVIEW

- ส่วนแบ่งตลาดขบเคี้ยวในไทย ปี 2019-2022

| ปี    | มูลค่า (MB) | %Growth |
|-------|-------------|---------|
| 2019  | ≈ 40,745    |         |
| *2020 | ≈ 38,739    | -4.9%   |
| 2021  | ≈ 41,700    | +7.1%   |
| 2022  | ≈ 43,948    | +5.1%   |

ENTRÉE Snack Contribution by Channel  
2024



ส่วนแบ่งตลาด  
MEAT SNACK 2022  
≈ 600 MB



**ENTRÉE is the No. 1 meat snack in market share.**

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่าในปี 2568

โดยเฉพาะกลุ่มจากสาหร่าย/เนื้อสัตว์ คาดว่า ยอดขายจะขยายตัวที่ **2.4%** >>มาจากแรงหนุนกระแสรักสุขภาพจากการบริโภค **โปรตีน**



Source : [https://media.settrade.com/settrade/Documents/2024/Dec/231224-K-Research-Snack-food.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://media.settrade.com/settrade/Documents/2024/Dec/231224-K-Research-Snack-food.pdf?utm_source=chatgpt.com)  
Healthy Snacking Trends for 2025 | Glanbia Nutritionals

## HEALTHY SNACKING TRENDS 2025

**Protein** is a top priority, with **56%** of consumers considering it essential in snacks.







# TARGET

## ★ Primary 15-24 Secondary 6-14

เด็กไทย (อายุ 6-14 ปี) ที่บริโภคขนมขบเคี้ยวเป็นประจำวัน เพิ่มขึ้นจาก **16.7%** ของกลุ่มในปี 2560 เป็น **23.3%** ในปี 2564 ส่วนวัยรุ่นไทย (15-24 ปี) ก็เพิ่มจาก 6.4% เป็น 7.5% ในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งสะท้อนว่าขนมขบเคี้ยวยังคงเป็นที่นิยมในกลุ่มเยาวชน โดยเฉพาะขนมรสจัดจ้านถูกปาก Gen Z (มีการสำรวจพบว่าคน Gen Z ที่ชอบขนมรสหวานจัด/เค็มจัดส่วนใหญ่มีอายุ 13-15 ปี) เนื่องจากประสาทรับรสยังไวต่อรสจัด ทำให้แบรนด์มักออกผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติจัดเอาใจวัยรุ่นกลุ่มนี้



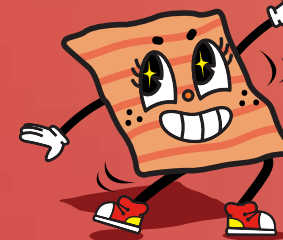


# BRAND ESSENCE

## สแน็กวัยทีน โปรตีนจัดหนัก รสชาติจัดเต็มทุกคำ Snack Pro-Teen Style High Protein, Big Flavor

ENTRÉE คือสแน็กทำจากเนื้อสัตว์สำหรับวัยทีนตัวจริง  
โปรตีนสูง รสจัดจ้าน ทำจากเนื้อสัตว์ เหมาะกับวัยรุ่นทุก  
สาย กินได้ทุกอารมณ์ ทุกโมเมนต์

ENTRÉE is the pro-teen snack —  
meat, high protein, bold flavor.  
Built for all teens it's the go-to snack for every  
mood, every moment.



**PROTEIN  
SNACK**



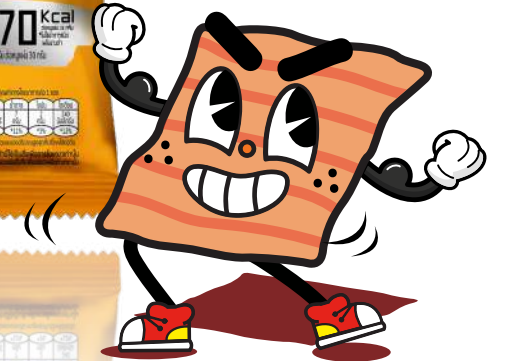




# OUR PRODUCTS

\*โจทย์สำหรับการแข่งขัน ทั้งหมด 3 รสชาติ

## CRISPY PORK FAMILY



# COMPETITORS



**FISH SNACK**



**SQUID SNACK**



**POTATO CHIPS**



# BRAND POSTIONING

Indulgence / เต็มเหนี่ยว

Strongรส  
เข้มข้น

Mild  
รสอ่อนโยน

|                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>    | <br>     | <br>   | <br> |
| <br> | <br> | <br> |                                                                                                                                                                             |

Health-Conscious / ใส่ใจสุขภาพ





# BRAND PERSONALITY

## ARCHETYPE :

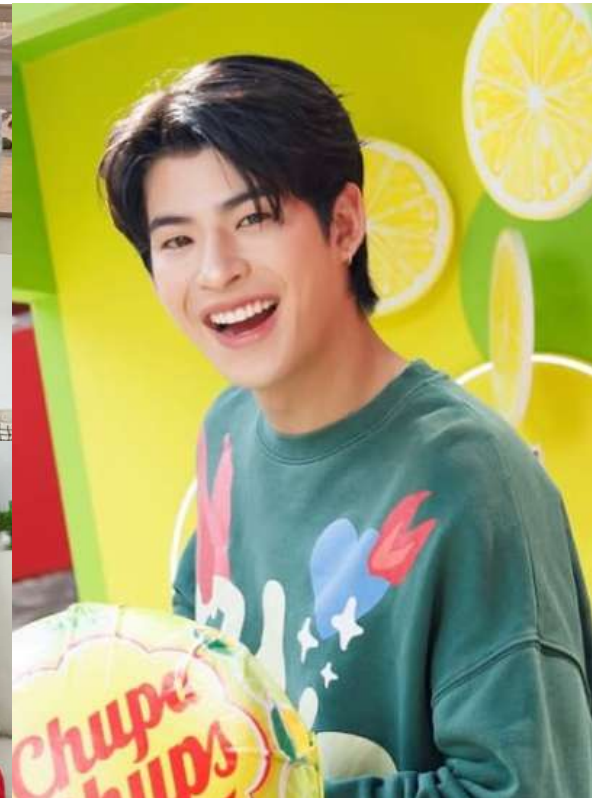
**HERO**

**JESTER**

**OUTLAW**

- โปรตีน 60%
- รสชาติเข้มข้นจัดจ้าน 30%
- แหกกฏไม่เหมือนใคร 10%

Active , Energetic , Bold ,  
Open , Limitless , Fun, Playful





# โจทย์ Challenge

## ปัญหา (Problem)

ผู้บริโภคยังไม่รู้จักแบรนด์ Entrée และ จุดขาย

## วัตถุประสงค์ (Objective)

- วางแผนการตลาดด้วยงบ 20,000 บาท เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ ENTRÉE, ตอกย้ำจุดขาย Protein Snack และกระตุ้นยอดขายในช่องทางที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- Long Plan 1 ปี ต่อยอดจากแผนเดิม ด้วยงบประมาณ 3 ล้านบาท

## แนวทางการวัดผล

- **Reach/Awareness :**  
*ยอด Campaign Impression or view รวม  $\geq 200,000$*
- **Sales Impact**  
ยอดขายจากแคมเปญ (ไม่จำกัดช่องทาง) ภายในระยะเวลา 1 เดือน



THANK YOU

