

AMARIN
Baby & Kids

MOM *ketting*

ถอดความคิด
สะกิดต่อมซื้อ
คุณแม่รุ่นใหม่

17 Jan 19

14.00 - 16.00 u.

@W-District



TARGETS

- **3,100 Hi-purchasing power Thai Moms**
- Mom with baby&kids (Pregnancy – 6 y/o)
- Middle & Upper Class
- Bangkok Metropolitan Region & Big cities
(Rayong, Chiangmai, Khon Kaen, Songkhla)



Methodology :

- On ground survey (F2F Intercept)
- Computer Program interview (CAPI)
- Questionnaire

Period :

- Jan - Dec 2018



**ถอดความคิด
สะกิดต่อมซื้อ
คุณแม่รุ่นใหม่**

- ลักษณะมนุษย์แม่ 2019
- สไตล์การเลี้ยงลูกมนุษย์แม่
- สื่อโดนใจมนุษย์แม่
- ปัจจัยการเลือกซื้อสินค้ามนุษย์แม่
- ผู้มีอิทธิพลต่อมนุษย์แม่
- สินค้าในดวงใจมนุษย์แม่



มมุษย์แม่
2019
เป็นอย่างไรบ้าง
?

46.5%

#แม่ก็คือแม่

แม่ทำทุกอย่างที่ดีที่สุดเพื่อลูก

41%

#แม่ลูกรักกัน

แม่ที่เน้นทำกิจกรรมร่วมกับลูก

45.7%

#แม่สาย ฟ.

แม่ที่เลี้ยงลูกอย่างอิสระสไตล์ฝรั่ง

34.9%

#แม่ฉลาดสร้าง

แม่ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของลูก



“แม่ตั้งครรภ์”

#มนุษย์แม่ปีสงสัย



“อยากรู้
อยากเห็น”

“ชอบดูรีวิว”

“เลือกสิ่ง
ที่ดีที่สุด”



“แม่ตั้งครรภ์”

#มนุษย์แม่ปีสงสัย



“อยากรู้อยากเห็น”

Marketing Key :

ข้อมูลเชิงลึก
ข้อมูลรอบด้าน
ของสินค้า

“ชอบดูรีวิว”

Easy Step
& Review

“เลือกสิ่งที่ดีที่สุด”

มาตรฐานสินค้า
และรางวัลที่ได้





"แม่ลูกเล็ก"

#มนุษย์แม่จอมจัดการ



"เวลาอยู่กับลูก
สำคัญที่สุด"

"ความสะดวก"

"ช่วงเวลาแห่ง
การใช้จ่าย"



"แม่ลูกเล็ก"

#มนุษย์แม่จอมจัดการ



"เวลาอยู่กับลูกสำคัญที่สุด"

"ความสะดวก"

"ช่วงเวลาแห่งการใช้จ่าย"

Marketing Key :

Platform ใกล้เคียง

สะดวกในการซื้อสินค้า
(One Stop Shopping)

“แม่ลูกโต”

#มนุษย์แม่CEO



“สนใจเรื่อง
EQ/IQ ลูก”

“ให้ความ
สำคัญกับ
คุณภาพสินค้า

“ลูกมีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจซื้อ”



“แม่ลูกโต”

#มนุษย์แม่CEO



“สนใจเรื่อง
EQ/IQ ลูก”

“ให้ความสำคัญกับ
คุณภาพสินค้า

“ลูกมีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจซื้อ”

Marketing Key :

ศักยภาพของลูกในอนาคต

ทำการตลาดทั้งกับแม่และลูก



สไตลการเลี้ยงลูกของ #มนุษย์แม่2019



“เลี้ยงลูกแข็งแรง
มีภูมิคุ้มกันที่ดี”

“เลี้ยงลูกเป็นคนดี
ของสังคม”

“เลี้ยงลูกให้เป็น
ตัวของตัวเอง
กล้าคิด กล้าทำ”

“เลี้ยงให้เติบโตสมวัย”

“เลี้ยงลูกให้เอาตัวรอดได้ แก้ปัญหาเป็น”



แม่ท้อง

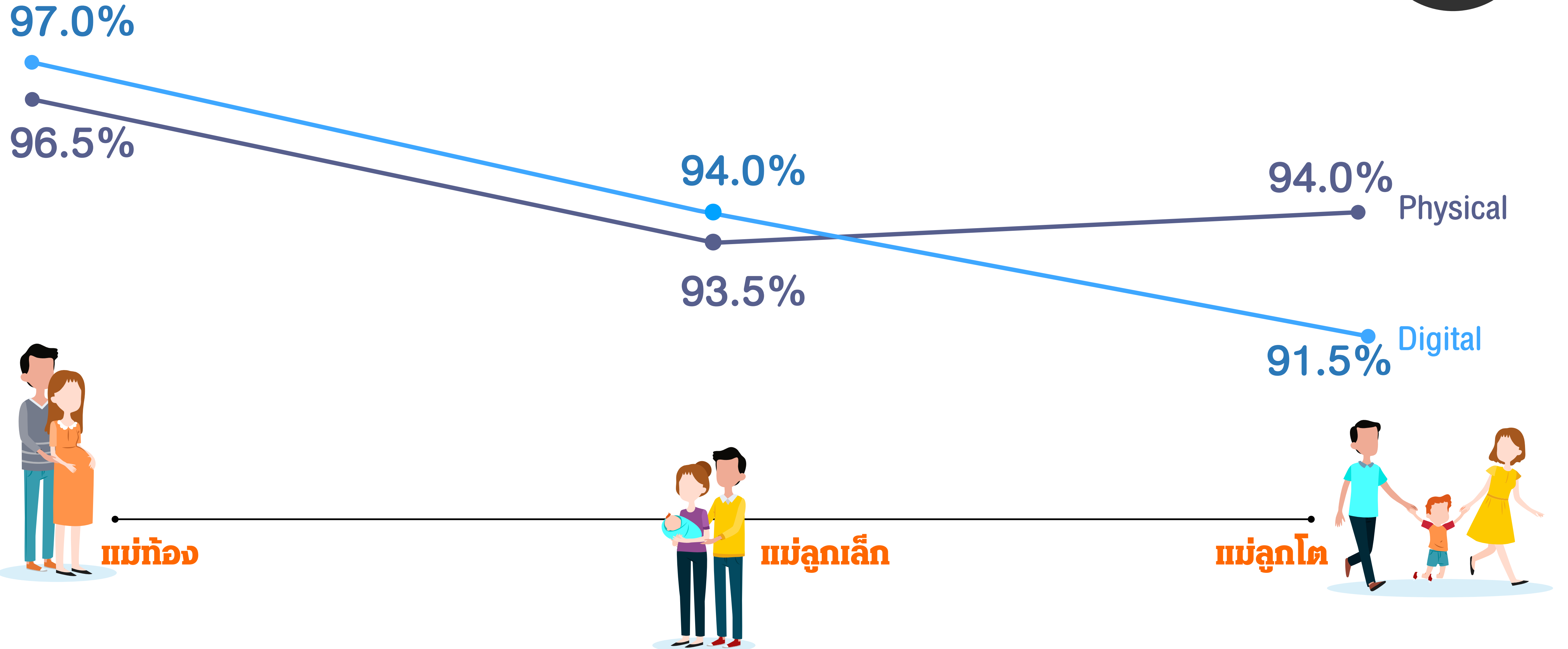


แม่ลูกเล็ก

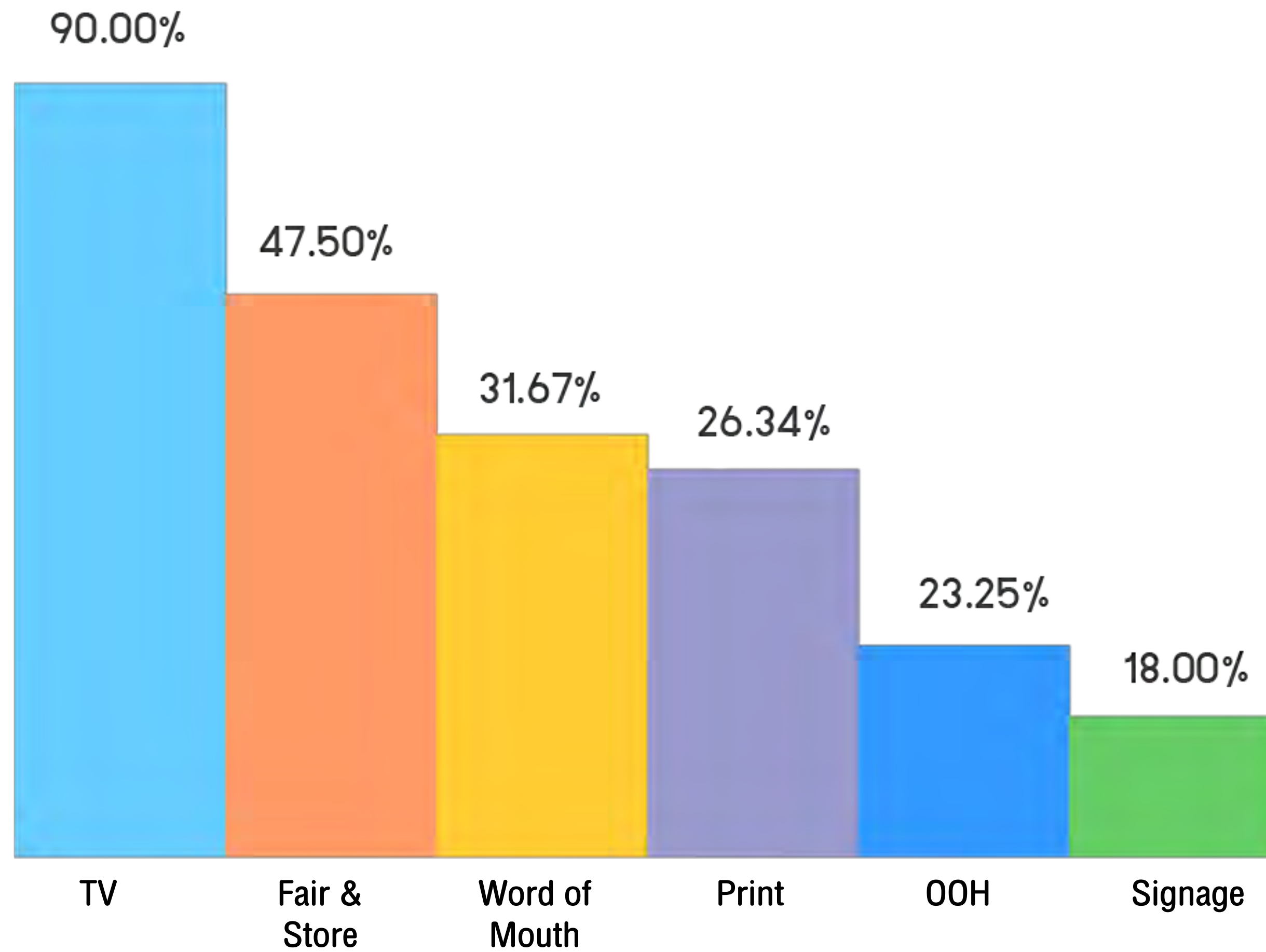


แม่ลูกโต

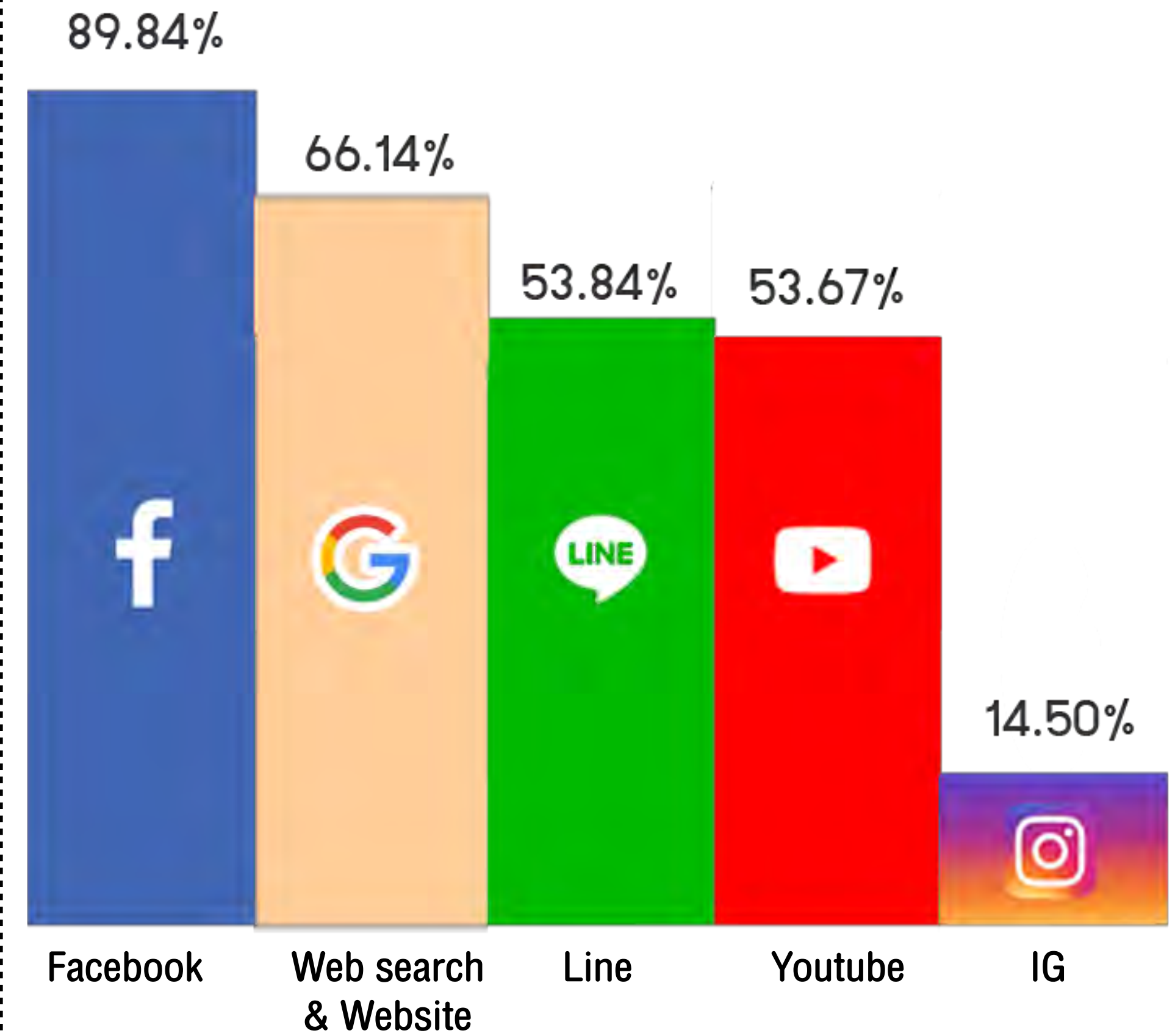
"PHYGITAL MOM" #มบุชย์แม่2019



"PHYGITAL MOM" #มยุขยันแม่2019

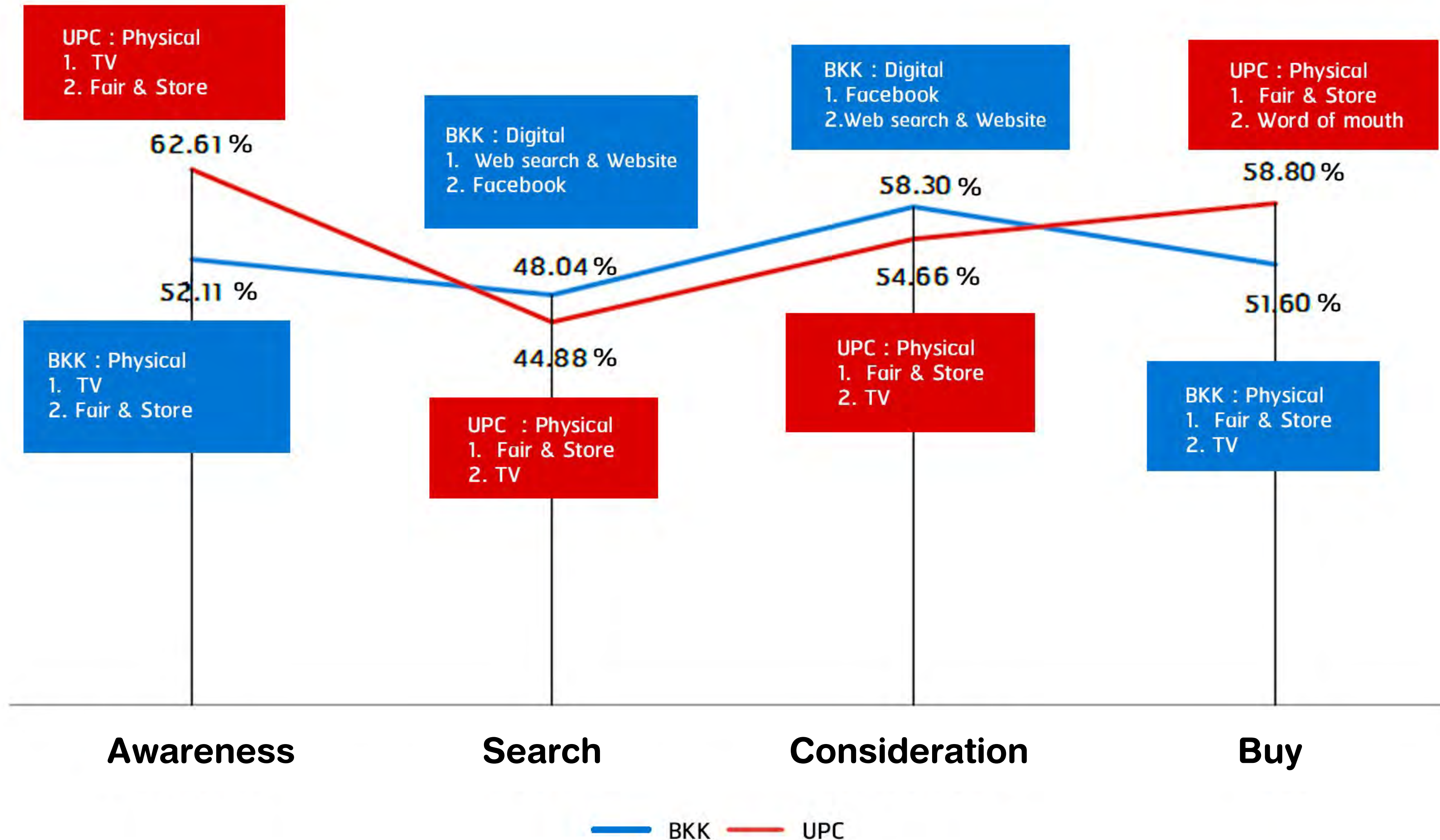


PHYSICAL

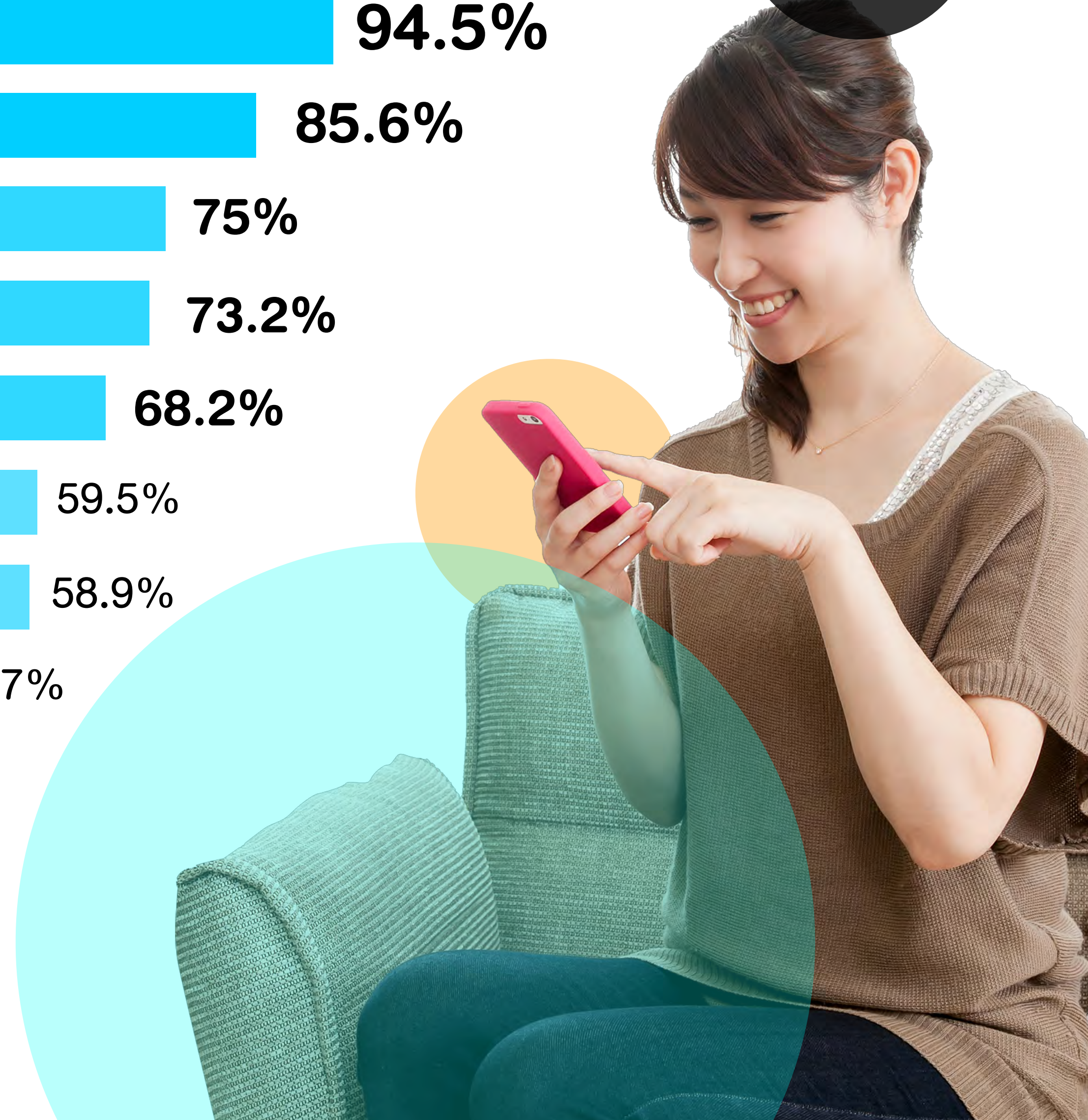
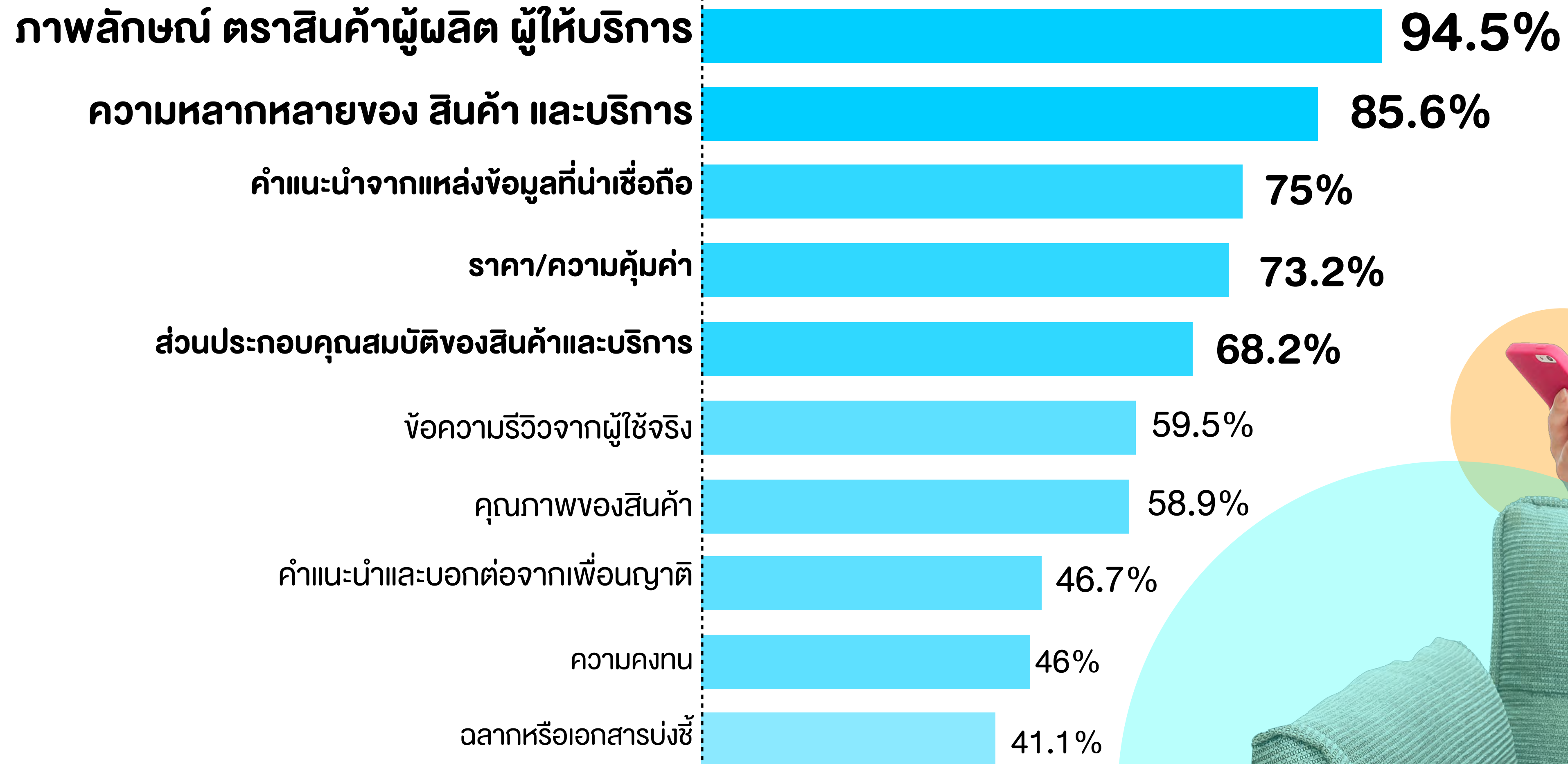


DIGITAL

"PHYGITAL MOM" #มยุรชย์แม่2019



“ปัจจัยเลือกซื้อสินค้า” #มมุษย์แม่2019



“ผู้มีอิทธิพลต่อ #มัมมี่แม่มะ2019”



79.7%

แหล่งข้อมูลการเลี้ยงลูกที่น่าเชื่อถือ

47%

เพื่อน/รีวิวจากผู้ใช้จริง

66.8%

ครอบครัว/ญาติ

12.2%

คนดัง/ดารา

39%

มัมมี่พ่อบ



“รู้จักบอกราคา เฉลี่ยดีไหม?”

#มนุษย์แม่2019

62.36%

Influencer

"TOP 5 สินค้าในดวงใจ" #มบุชย์แม่2019



แม่ท้อง

1. โรงพยาบาล คลินิก ฝากท้อง หมอสูติ
2. นมผงของแม่
3. ผ้าอ้อมสำเร็จรูป
4. นมพร้อมดื่ม UHT ของแม่
5. อุปกรณ์เกี่ยวกับการให้นม



แม่ลูกเล็ก

1. นมผงของลูก
2. นมพร้อมดื่ม UHT ของลูก
3. เครื่องแต่งกายสำหรับเด็ก เช่น เสื้อ กางเกง ถุงมือ
4. ผลิตภัณฑ์ดูแลเสื้อผ้าลูก
5. ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสำหรับเด็ก



แม่ลูกโต

1. นมพร้อมดื่ม UHT/พาสเจอร์ไรส์
2. โรงเรียน
3. เครื่องแต่งกายสำหรับเด็ก เช่น เสื้อ กางเกง
4. ผลิตภัณฑ์ดูแลเสื้อผ้าลูก
5. หนังสือสำหรับเด็ก



"Marketing Key"



แม่ท้อง



แม่ลูกเล็ก



แม่ลูกโต

Key Person

TRUSTED SOURCE & FAMILY-DAD & REAL USER

Key Product Concern

TRUSTED & VARIETY & BE RECOMMENDED

Key Media

PHYGITAL = PHYSICAL + DIGITAL

Key Essence

เลี้ยงลูกให้เอาตัวรอดได้ แก้ปัญหาเป็น

AMARIN

Baby & Kids

***We Are #1 OMNI MEDIA
for MOMs***



We Are #1
OMNI MEDIA
for MOMs



On Print
Magazine,
Pocketbook

#1 Rank in print
Market Share 95%

Online

Website, Facebook,
Line, Youtube

20.5 M./Month
Highest Organic
Growth +72%

AMARIN
Baby & Kids

22 M.
Reach/Month

On Ground

AMARIN
Baby & Kids Fair
& Activities

3.5 M./Year

ยอดขายหมุนเวียน
600 ล้านบาท/ปี

AMARIN
Baby & Kids
MOM
keting



Total Integrated Strategic Moves to be MOMs supporter



AMARIN
Baby & Kids

MOM *ketting*

ถอดความคิด
สะกิดต่อมซื้อ
คุณแม่รุ่นใหม่

นิตยสารคุณภาพ
ในเครืออมรินทร์

Organized by

activ
Amarin





THANK YOU