



วันที่ 31 กรกฎาคม – 6 สิงหาคม 2566

## Parle – G ขนมขบเคี้ยวยอดนิยม 11 ปีติดต่อกันในอินเดีย



ที่มาของภาพ Livemint.com

Parle – G แบรินด์ขนมปังกรอบและของขบเคี้ยวสัญชาติอินเดีย ได้รับการประเมินให้เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปี 2564 จากการทำแบบสำรวจของบริษัท Kantar บริษัทด้านข้อมูลเชิงลึกและที่ปรึกษาด้านธุรกิจ โดยวัดจากการเข้าถึงสินค้าของลูกค้า (Continuous Replenishment: CRP) ปริมาณการซื้อและความถี่ในการซื้อสินค้าภายในเวลา 1 ปี ซึ่งเป็นความนิยมติดต่อกันยาวนานถึง 11 ปี ตามมาด้วย แบรินด์ Amul บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากนม ช็อกโกแลต ขนมหวาน ไอศกรีม เบเกอรี่และอาหารว่าง แบรินด์ Clinic Plus บริษัทจำหน่ายแชมพู แบรินด์ Britannia บริษัทจำหน่ายเบเกอรี่ ผลิตภัณฑ์นม ขนมปังกรอบ ของว่างอื่นๆ และแบรินด์ Aavin บริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากนม ช็อกโกแลต ขนมหวาน ไอศกรีม

สินค้าที่ได้รับความนิยม 4 จาก 5 อันดับแรกคือสินค้าอาหารประเภทขนมปังกรอบ ขนมขบเคี้ยว และ 1 แบรินด์คือแชมพูสระผม ความโดดเด่นและจุดขายที่สำคัญของสินค้าทั้ง 5 แบรินด์ข้างต้น คือการเข้าถึงของลูกค้า สินค้าทั้ง 5 แบรินด์เป็นสินค้าที่มีจำหน่ายแทบจะในทุกห้างสรรพสินค้าและร้านค้าทั่วไปของอินเดีย มีขนาดบรรจุภัณฑ์ตั้งขนาดเล็กจนถึงบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ที่สามารถใช้ได้ทั้งครอบครัว ราคาเป็นมิตรต่อผู้บริโภคสำหรับสินค้าขนมหวาน ขนมขบเคี้ยว ตั้งแต่ 5 รูปี – 1,800 รูปี และ สำหรับผลิตภัณฑ์แชมพู 2 รูปี – 770 รูปี ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจึงเข้าถึงผู้ซื้ออินเดียในทุกระดับและครอบคลุมทุกพื้นที่

ผู้ประกอบการไทยอาจนำแนวทางดังกล่าวมาปรับใช้ร่วมกับผู้นำเข้าในการสร้างกลยุทธ์ด้านการตลาดและการจำหน่ายสินค้าไทย ให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงผู้ซื้อในอินเดียให้มากยิ่งขึ้น

ที่มา 1. Livemint.com: Parle remains the top FMCG brand in India: Report

2. thinkwithniche.com: Parle remains India's TOP FMCG Brand for 11<sup>th</sup> Year, Britannia Leads OOH Rankings

3. kantar.com: Brand footprint report, the new FMCG ranking, is out