

Coca-Cola ออกแบบ packaging ใหม่เพื่อดึงดูดผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น



Coca-Cola ออกแบบ packaging ใหม่เพื่อดึงดูดผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

Sources: Courtesy of The Coca-Cola Company

การรีเฟรชบรรจุภัณฑ์ล่าสุดของ Coca-Cola ที่พยายามปรับปรุงผลิตภัณฑ์โค้กเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งรวมไปถึงรสชาติใหม่ๆ อย่าง วานิลลา, เชอร์รี่ และ วานิลลากับเชอร์รี่ โดยมีเลือกทั้งแบบมีน้ำตาลและไม่มีน้ำตาล พร้อมรูปแบบใหม่เกี่ยวกับสีกระป๋องและโลโก้ โดยที่รูปแบบกระป๋องแบบสีโทนเดี่ยวก็น่าจะสอดคล้องกับรสชาติเดี่ยวนั้นๆ ในขณะที่สีที่ซ้อนกันจะหมายถึงสองรสชาติผสมกัน ในสหรัฐอเมริกา เวอร์ชันใหม่ของโค้กเชอร์รี่กระป๋องและขวดจะเป็นสีม่วงแดง โดยโลโก้ตัวอักษร Coca-Cola จะใช้เป็นสีขาว และโลโก้ Coca-Cola สีดำในเวอร์ชัน Zero Sugar กระป๋องและขวดโค้กสวานิลลาแบบใหม่จะเป็นสีครีม เป็นต้น

"แบรนด์ต้องการทำบรรจุภัณฑ์ Coca-Cola ให้ทันสมัยขึ้นและลดความซับซ้อน โดยผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันแต่สะอาดตาเพื่อช่วยให้ผู้บริโภคพบรสชาติที่ต้องการและเห็นได้ทันทีบนชั้นวาง" Natalia Suarez ผู้จัดการแบรนด์อาวุโสของ Coke Choice Portfolio บริษัท Coca-Cola's North หน่วยปฏิบัติการอเมริกาใต้กล่าวไว้ในแถลงการณ์ เมื่อหน้าร้อนปีที่แล้วแบรนด์ยังได้มีการเปิดตัวเฟสแรกของการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ โดยปรับปรุงรูปลักษณ์และรสชาติของ Coca-Cola Zero Sugar นอกจากการออกแบบกระป๋องใหม่แล้ว ยังมี concept **"Best Coke Ever?"** ถือเป็นแคมเปญแบบบูรณาการที่ได้ดำเนินการไปในหลากหลายช่องทาง ทั้งการโปรโมทแบบดั้งเดิมและแบบ digital รวมถึงตู้เย็นตัวอย่างที่สามารถปลดล็อกได้โดยใช้ QR code และในเดือนกันยายน 2021 ที่ผ่านมา Coca-Cola ยังได้เปลี่ยนแพลตฟอร์มเครื่องหมายการค้า Coke และเปิดตัว

แพลตฟอร์ม "Real Magic" เพื่อเน้นย้ำช่วงเวลาที่ไม่คาดคิดของการอยู่ร่วมกันระหว่างผู้คนในโลกที่เชื่อมต่อแม้จะมีความแตกต่างทางวัฒนธรรมกันก็ตาม

กลุ่มผลิตภัณฑ์รสชาติที่ปรับปรุงใหม่ซึ่งรวมถึง **โค้กัรชาติกาแฟ (Coca-Cola with Coffee)** จะถูกส่งตัวอย่างผ่านโซลูชันการจัดส่งด้วยหุ่นยนต์ นอกเหนือจากหุ่นยนต์ขับเคลื่อนอัตโนมัติในตลาดบางแห่งที่จัดส่งภายในเวลาไม่ถึงชั่วโมง ซึ่งผู้บริโภคสามารถรับกล่องผลิตภัณฑ์ใหม่ผ่านโปรแกรมการจัดส่งแบบ on-demand delivery program ภายในสามถึงเจ็ดวันทำการ และเมื่อปีที่แล้ว Coca-Cola ได้ร่วมมือกับ Walmart ในการส่งมอบชุดผลิตภัณฑ์ **โค้กัรชาติกาแฟ ผ่านการจัดส่งแบบ drone delivery** อีกด้วย



Courtesy of The Coca-Cola Company

หลังจากวางขายโค้กัรชาติกาแฟ อย่างเป็นทางการในสหรัฐฯ มาตั้งแต่เดือนมกราคม ล่าสุด Coca-Cola ก็ได้ประกาศวางขายรสชาติใหม่อย่าง 'มอคค่า' หรือ **Coca Cola with Coffee Mocha** ในเดือนกุมภาพันธ์ที่กำลังจะมาถึงนี้ โดยสิ่งที่ Coca-Cola ต้องการทำคือการเพิ่มโอกาสให้กับแบรนด์โค้กัให้เป็นเครื่องดื่มยามบ่าย ซึ่ง



Sources: <https://www.coca-colacompany.com/news/coca-cola-2022-brand-updates>

เป็นช่วงเวลาที่คุณต้องการดื่มกาแฟเพื่อเติมความสดชื่นให้ตัวเองตลอดการทำงานหรือการทำกิจกรรมต่างๆ เพราะแบรนด์ต้องการแข่งขันกับกาแฟในช่วงเวลาพักของผู้บริโภคเหล่านี้ แบรนด์ยังอธิบายเพิ่มว่า **โค้กัรชาติกาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ควรลอง** นอกจากนี้ยังย้ำว่า 88% ของผู้บริโภคที่ซื้อโค้กัรชาติกาแฟกล่าวว่าพวกเขาจะซื้อซ้ำอีกครั้ง

ทั้งนี้แบรนด์ Coca-Cola ยังอยู่เหนือการประมาณการของนักวิเคราะห์ในรายงานผลประกอบการประจำไตรมาสที่แล้ว ซึ่ง James Quincey ประธานและ CEO ของบริษัทกล่าวว่า การเติบโตนั้นมาจากภาวะการเปลี่ยนแปลงของบริษัทซึ่งมุ่งเน้นไปที่การตลาดแบบมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนการใช้นวัตกรรมที่ชาญฉลาดและเป็นระเบียบวินัย และทางบริษัทจะแจ้งผลประกอบการไตรมาสที่ 4 ปี 2021 ในวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2022



Anheuser-Busch

Courtesy of Anheuser-Busch

การ Refresh Brand ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่ของแบรนด์ผ่านการออกแบบโลโก้หรือ packaging โดยเฉพาะแบรนด์กลุ่ม CPG อื่นๆ ได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงต้นปี 2022 ด้วยการดีไซน์สิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากพวกเขา กำลังเตรียมพร้อมสำหรับปีที่ไม่แน่นอนที่อาจจะต้องเผชิญกับความท้าทายจากการระบาดใหญ่ของโควิดอีกครั้ง อย่างแบรนด์ **Anheuser-Busch** ก็ได้มีการอัปเดตโลโก้ใหม่ให้มีความพรีเมียมและตรงกับวัตถุประสงค์ของแบรนด์ที่พร้อมจะมองไปข้างหน้า ในขณะที่แบรนด์ **M&M** ก็กำลังปรับปรุงการสร้างแบรนด์เพื่อเน้นย้ำความครอบคลุมทั้งโฆษณา ร้านค้าปลีก การเปิดใช้งานแบรนด์ บุคลิกและรูปลักษณ์ของมาสคอตลูกกวาดที่มีมาช้านานของ M&M อีกด้วย



Courtesy of Mars, Incorporated



<https://www.youtube.com/watch?v=t-9kDscZrYI&t=73s>

- sources: - <https://www.coca-colacompany.com/news/coca-cola-2022-brand-updates>
- <https://www.marketingdive.com/news/coca-cola-refreshes-can-designs-to-highlight-flavor-portfolio/617370/>
- <https://www.marketingdive.com/news/what-a-raft-of-cpg-rebrands-portend-for-marketer-priorities-in-2022/617679/>