

9
2007 C4

■ ดวงใจ จิตต์มงคล

CITANE en Provence) ฝรั่งเศส
อินนิสฟรี (Innisfree) เกาหลีใต้
หรือแครบทรี แอนด์ อีฟลิน
(crabtree&evelyn) อังกฤษ
เป็นต้น

ขั้นตอนของธุรกิจ
คือใช้นวัตกรรมมา
เพิ่มมูลค่าให้กับ
ผลิตภัณฑ์ ซึ่ง
จิตมาได้ นำ
ประสบการณ์ใน

ภาคการผลิตจากโรงงานบริษัท สเปเชียลตี อินโนเวชั่น เป็นผู้พัฒนา และคิดค้นสารสกัดจากสมุนไพรให้กับเจ้าของสินค้าดูแลผิวแบรนด์ต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศมาก่อน รวมถึงยังเป็นผู้แนะนำกระแส (เทรนด์) ความงามที่กำลังจะเกิดขึ้นให้กับเจ้าของสินค้าแคร่ โดยนำมาต่อยอดผลิตสินค้าสูตรใหม่ๆ ขึ้นมาทำตลาด

“มีนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยแม่
ฟ้าหลวงพบว่า มือของหญิงชาว
บ้านที่ทำงานในโรงงานกระดาษสา
จะมีความขาวใส อ่อนเยาว์กว่าหญิง
ชาวบ้านที่ทำ

อาชีพอื่น จึงได้ศึกษาและค้นพบ
สารสกัดจากปอสา หรือเปเปอร์มัล
เบอร์รี่ ซึ่งมีคุณสมบัติดังกล่าวแฝง
อยู่ทำให้เกิดความสนใจและนำมา
พัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่เป็น
แบรนด์ของตัวเองขึ้นมาเป็นครั้ง
แรก” จูตีมา เล่าถึงที่มาผลิตภัณฑ์
พร้อมเปิดตัวสินค้ารายการ
แรก คือ อมัล อินเทนซีฟ ไวท์เทน
นิง ซีรัม วางจำหน่ายราคา 1,280
บาท ขนาดบรรจุ 30 มล. โดยอนรรฆ
นาฏจะเข้ามารับผิดชอบในการทำ
ตลาดทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์
ควบคู่กันไป รวมถึงการนำสินค้า
เข้าไปวางจำหน่ายในช่องทางค้า
ปลีกพิเศษ (สเปเชียลตี้ สโตร์)
กลุ่มสินค้าสุขภาพและความงาม
รวมถึงการขยายการทำตลาด
ในต่างประเทศด้วย จับกลุ่ม
เป้าหมายหลักผู้หญิงวัย
18-35 ปี

“ในช่วงแรกของการ
ทำตลาดแบรนด์อมลนั้น
จะควบคู่ไปกับการให้



ฐิติมา มหาชัย