

สร้างแบรนด์ครีมตั้งแต่เริ่มต้น วางแผนอย่างไรให้พร้อมขาย

นำเสนอเมื่อ : 1 ต.ค. 2569



การเริ่มต้นเข้าสู่ธุรกิจความงามโดยเฉพาะการ "สร้างแบรนด์ครีมตั้งแต่เริ่มต้น" เป็นหนึ่งในโอกาสทางธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนและอัตรากำไร (Profit Margin) สูง แต่ทว่ากลางตลาดที่มีการแข่งขันตลอดเวลา การจะทำให้แบรนด์ใหม่ประสบความสำเร็จ บังคับตั้งแต่

เปิดตัว และพร้อมขายอย่างเป็นระบบ จำเป็นต้องมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่รัดกุม

หากคุณกำลังสงสัยว่า สร้างแบรนด์ครีมตั้งแต่เริ่มต้น วางแผนอย่างไรให้พร้อมขาย? บทความนี้ได้รวบรวมพิมพ์เขียว 6 ขั้นตอนสำคัญที่จะช่วยเปลี่ยนไอเดียให้กลายเป็นแบรนด์ครีมและ เซรั่มบำรุงผิว ที่ทำกำไรได้อย่างยั่งยืน

สำรวจตลาดและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Market Research & Target)

จุดเริ่มต้นแรกของการ สร้างแบรนด์ครีมตั้งแต่เริ่มต้น คือการศึกษาตลาดเพื่อมองหาช่องว่างทางการตลาด (Market Gap) ไม่แนะนำให้สร้างสินค้าที่ "เหมือนกับคนอื่นทุกอย่าง" แต่ต้องตอบได้ว่าสินค้าของเราช่วยแก้ปัญหาอะไรให้ใคร

- กำหนดกลุ่มลูกค้า (Buyer Persona): ครีมหรือเซรั่มบำรุงผิว ของคุณเหมาะกับใคร เช่น วัยรุ่นที่มีปัญหาสิว, คนวัยทำงานที่กังวลเรื่องริ้วรอย หรือกลุ่มคนที่ต้องการผิวขาวกระจ่างใส
- ศึกษาคู่แข่ง: ดูว่าแบรนด์อื่นวางตำแหน่งสินค้า (Positioning) อย่างไร ราคาเท่าไร และมีจุดเด่นตรงไหนที่เราสามารถเข้าไปเติมเต็มได้
- มองหาจุดขายที่โดดเด่น (USP - Unique Selling Proposition): ผลิตภัณฑ์ของคุณมีสารสกัด นวัตกรรม หรือเนื้อสัมผัสที่แตกต่างจากในท้องตลาดอย่างไร

คัดสรรสูตร พัฒนาผลิตภัณฑ์ และเลือกบรรจุภัณฑ์

เมื่อได้คอนเซปต์ชัดเจน ขั้นตอนถัดมาในการวางแผนสร้างแบรนด์ครีมให้พร้อมขาย คือกระบวนการคิดค้นสูตรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญหรือนักเคมี

- การเลือกสูตรผลิตภัณฑ์: คุณสามารถเลือกจากสูตรมาตรฐานของโรงงานผลิต หรือพัฒนาสูตรใหม่เฉพาะแบรนด์ ไม่ว่าจะเป็น ครีมกันแดด ครีมลดริ้วรอย หรือ เซรั่มบำรุงผิว สูตรเข้มข้น
- การทดสอบประสิทธิภาพ (Testing): ต้องมีการทดลองใช้จริง ตรวจสอบเนื้อสัมผัส กลิ่น และความเสถียรของสูตร เพื่อให้มั่นใจว่าปลอดภัย ไม่ก่อให้เกิดการแพ้
- การเลือกบรรจุภัณฑ์ (Packaging): บรรจุภัณฑ์ไม่ได้มีไว้แค่ความสวยงาม แต่ต้องปกป้องคุณภาพสินค้า เช่น หากทำ เซรั่มบำรุงผิว ที่มีส่วนผสมของวิตามินซี ควรเลือกใช้ขวดสุญญากาศ หรือขวดทึบแสงเพื่อป้องกันสารสกัดเสื่อมคุณภาพ

เลือกโรงงานผลิตที่ได้มาตรฐานสากล (OEM / ODM)

หนึ่งในขั้นตอนสำคัญของการสร้างแบรนด์ครีม คือการเลือกโรงงานผลิตที่มีมาตรฐานและมีความพร้อมในการดูแลกระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบ เพราะโรงงานไม่ได้มีหน้าที่เพียงผลิตสินค้าให้เสร็จตามจำนวนที่กำหนดเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญตั้งแต่การพัฒนาสูตร การคัดเลือกวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพ การเลือกบรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงการเตรียมสินค้าให้พร้อมสำหรับวางจำหน่าย

สำหรับผู้ที่ต้องการสร้างแบรนด์ครีม การเลือกโรงงาน OEM หรือ ODM

ที่เหมาะสมจึงควรพิจารณามากกว่าราคาในการผลิต

เพราะโรงงานที่มีระบบการทำงานที่ดีสามารถช่วยลดความผิดพลาดในกระบวนการผลิต และช่วยให้เจ้าของแบรนด์วางแผนการพัฒนาสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

OEM และ ODM แตกต่างกันอย่างไ?

ก่อนเลือกโรงงานสร้างแบรนด์ครีม ควรทำความเข้าใจรูปแบบการให้บริการของโรงงานแต่ละประเภท เพื่อเลือกแนวทางที่เหมาะสมกับความต้องการของแบรนด์

- **OEM (Original Equipment Manufacturer)** คือรูปแบบการผลิตสินค้าตามความต้องการของเจ้าของแบรนด์ โดยโรงงานมีหน้าที่ช่วยผลิตสินค้าให้เป็นไปตามสูตรหรือแนวทางที่ตกลงกัน เจ้าของแบรนด์สามารถนำสินค้าไปจำหน่ายภายใต้ชื่อและแบรนด์ของตนเอง
- **ODM (Original Design Manufacturer)** คือบริการที่โรงงานมีส่วนช่วยมากขึ้นในด้านการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การเลือกสูตร พัฒนาคอนเซปต์ ไปจนถึงการเตรียมผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับการนำไปสร้างแบรนด์

ผู้ที่เพิ่งเริ่มต้นสร้างแบรนด์ครีมอาจเลือกโรงงานที่ให้บริการแบบครบวงจร เพื่อให้สามารถรับคำแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น ขณะที่แบรนด์ที่มีคอนเซปต์และรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ชัดเจนอยู่แล้ว อาจเลือกแนวทางการผลิตที่ตอบโจทย์แผนธุรกิจของตนเองมากกว่า

โรงงานที่ดีควรช่วยดูแลอะไรบ้างในการสร้างแบรนด์ครีม?

สำหรับผู้เริ่มต้นสร้างแบรนด์ครีมนั้น
โรงงานที่ให้บริการครบวงจรสามารถช่วยลดความซับซ้อนของกระบวนการต่าง ๆ ได้
โดยบริการที่ควรพิจารณาอาจประกอบด้วย

- การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- การเลือกสูตรมาตรฐานหรือพัฒนาสูตรเฉพาะแบรนด์
- การจัดทำตัวอย่างผลิตภัณฑ์ก่อนผลิตจริง
- การคัดเลือกวัตถุดิบและสารสกัด
- การแนะนำบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสูตร
- การควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิต
- การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเตรียมเอกสารและการจัดแจ้งผลิตภัณฑ์
- การผลิตและตรวจสอบสินค้าก่อนส่งมอบ

การเลือกโรงงานที่สามารถดูแลหลายขั้นตอนได้ในทีเดียว ช่วยให้การประสานงานสะดวกขึ้น
โดยเฉพาะในการเริ่มต้นสร้างแบรนด์ครีมนั้น
จึงเหมาะเจ้าของแบรนด์มือใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตเครื่องสำอาง

ขั้นตอนการทำตัวอย่างสินค้าก่อนเข้าสู่การผลิตจริง

หนึ่งในขั้นตอนสำคัญของการสร้างแบรนด์ครีมนั้นที่ไม่ควรมองข้าม
คือการทำตัวอย่างผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตจริง
เพราะแม่เจ้าของแบรนด์จะมีไอเดียหรือคอนเซ็ปต์สินค้าที่ชัดเจนแล้ว
แต่ผลิตภัณฑ์จริงอาจมีรายละเอียดหลายด้านที่ต้องตรวจสอบ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อสัมผัส สี กลิ่น การซึมเข้าสู่ผิว
และคุณสมบัติที่ต้องการนำเสนอ

การทำตัวอย่างจึงเป็นขั้นตอนที่ช่วยให้เจ้าของแบรนด์สามารถเห็นภาพของสินค้าจริงก่อนตัดสินใจผลิตในจำนวนมาก
ลดความเสี่ยงในการได้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงกับความต้องการ
และยังเปิดโอกาสให้สามารถปรับรายละเอียดของสูตรได้ก่อนเริ่มผลิตจริง

โดยทั่วไป ขั้นตอนการทำตัวอย่างสินค้าสำหรับสร้างแบรนด์ครีม สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

- **แจ้งคอนเซ็ปต์และความต้องการของผลิตภัณฑ์** เช่น ต้องการครีมสำหรับผิวแห้ง ครีมเนื้อบางเบา หรือเซรั่มบำรุงผิวที่เน้นเรื่องความกระจ่างใส
- **เลือกสูตรและส่วนผสมที่เหมาะสม** ร่วมกับทีมพัฒนาสูตร เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายและจุดขายของแบรนด์
- **พัฒนาตัวอย่างผลิตภัณฑ์** เพื่อให้เจ้าของแบรนด์ได้ทดลองสัมผัส เนื้อผลิตภัณฑ์ สี และกลิ่นจริง
- **ทดลองใช้และส่ง Feedback** หากมีรายละเอียดที่ต้องการปรับ เช่น ต้องการให้เนื้อบางเบาขึ้น ซึมไวขึ้น หรือเปลี่ยนกลิ่น สามารถแจ้งเพื่อปรับตัวอย่างเพิ่มเติม
- **อนุมัติตัวอย่างก่อนผลิตจริง** เมื่อสูตรและคุณสมบัติเป็นไปตามความต้องการ จึงเข้าสู่ขั้นตอนถัดไปของการเตรียมผลิตสินค้า

การไม่รีบเข้าสู่การผลิตทันทีถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ที่ต้องการสร้างแบรนด์ครีมนั้น
เพราะการผลิตสินค้าในจำนวนมากโดยยังไม่ได้ตรวจสอบตัวอย่างอย่างละเอียด
อาจทำให้เกิดต้นทุนและความเสียหายที่แก้ไขได้ยากในภายหลัง
การใช้เวลาในขั้นตอนพัฒนาตัวอย่างจึงช่วยให้เจ้าของแบรนด์มั่นใจมากขึ้นว่าสินค้าที่ผลิตออกมาจะตรงกับคอนเซ็ปต์และพรมนำไปแข่งขันในตลาด

สูตรมาตรฐานกับสูตรพัฒนาเฉพาะแบรนด์ ต่างกันอย่างไร?

อีกหนึ่งคำถามที่ผู้เริ่มต้นสร้างแบรนด์ครีมนั้นมักสงสัย คือควรเลือกใช้สูตรมาตรฐานของโรงงาน

หรือควรลงทุนพัฒนาสูตรเฉพาะสำหรับแบรนด์ของตัวเอง เพราะทั้งสองรูปแบบมีข้อดีที่แตกต่างกัน การเลือกจึงควรพิจารณาจากงบประมาณ ระยะเวลา จุดขายของสินค้า และเป้าหมายในการทำธุรกิจ

สูตรมาตรฐาน เหมาะกับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นได้รวดเร็ว

สูตรมาตรฐาน หรือ Ready Formula คือสูตรผลิตภัณฑ์ที่โรงงานมีการพัฒนาและเตรียมไว้แล้ว เจ้าของแบรนด์สามารถเลือกสูตรที่เหมาะสมกับคอนเซปต์ของสินค้า และนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของตัวเองได้

ข้อดีของสูตรมาตรฐานคือช่วยลดระยะเวลาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้ที่ต้องการสร้างแบรนด์ครีมสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้รวดเร็วกว่า รวมถึงอาจช่วยลดค่าใช้จ่ายในส่วนของการวิจัยและพัฒนาสูตรใหม่

สูตรประเภทนี้เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้นที่ต้องการทดสอบตลาด มีงบประมาณจำกัด หรือต้องการเปิดตัวสินค้าในระยะเวลาที่รวดเร็ว อย่างไรก็ตาม เจ้าของแบรนด์ควรศึกษารายละเอียดของสูตรและวางจุดขายให้ชัดเจน เพื่อให้สินค้าน่าสนใจและสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่นในตลาดได้

สูตรพัฒนาเฉพาะแบรนด์ เหมาะกับแบรนด์ที่ต้องการสร้างความแตกต่าง

สูตรพัฒนาเฉพาะแบรนด์ หรือ Custom Formula คือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นตามความต้องการและคอนเซปต์ของเจ้าของแบรนด์ โดยสามารถรวมวางแผนทางกับทีมวิจัยและพัฒนาสูตร เพื่อเลือกคุณสมบัติ เนื้อสัมผัส และส่วนผสมให้เหมาะกับภาพลักษณ์ของสินค้า

ข้อดีสำคัญคือช่วยให้การสร้างแบรนด์ครีมมีความแตกต่างมากขึ้น เช่น ต้องการเนื้อครีมที่ชุ่มชื้นเป็นพิเศษ ต้องการผสมสารสกัดเฉพาะกลุ่ม หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ Pain Point ของกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาสูตรเฉพาะแบรนด์อาจต้องใช้เวลาและงบประมาณมากกว่าสูตรมาตรฐาน เนื่องจากต้องผ่านขั้นตอนการพัฒนาตัวอย่าง ปรับสูตร และตรวจสอบรายละเอียดก่อนเข้าสู่การผลิตจริง

ควรเลือกสูตรแบบไหนสำหรับการสร้างแบรนด์ครีม?

ไม่มีคำตอบว่าสูตรแบบไหนดีที่สุดสำหรับทุกแบรนด์ เพราะการเลือกสูตรควรขึ้นอยู่กับเป้าหมายทางธุรกิจ หากต้องการเริ่มต้นอย่างรวดเร็วและควบคุมงบประมาณ สูตรมาตรฐานอาจเป็นทางเลือกที่เหมาะสม แต่หากต้องการสร้างจุดขายที่แตกต่าง มีแนวคิดผลิตภัณฑ์เฉพาะ หรือวางแผนสร้างแบรนด์ในระยะยาว สูตรพัฒนาเฉพาะแบรนด์อาจตอบโจทย์มากกว่า

สิ่งสำคัญคือก่อนตัดสินใจเลือกสูตร เจ้าของแบรนด์ควรวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า จุดขาย และตำแหน่งของสินค้าในตลาดให้ชัดเจน เพราะการสร้างแบรนด์ครีมที่ดีไม่ได้เริ่มต้นจากการเลือกสูตรที่ดูน่าสนใจที่สุดเพียงอย่างเดียว แต่ควรเลือกสูตรที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค และนำไปต่อยอดเป็นจุดแข็งของแบรนด์ได้จริง

สร้างแบรนด์ครีมแบรนด์ใหม่ควรวางแผน MOQ อย่างไร?

สำหรับผู้เพิ่งเริ่มต้นสร้างแบรนด์ครีม การเริ่มต้นด้วยจำนวนผลิตที่เหมาะสมอาจช่วยลดความเสี่ยงและทำให้บริหารธุรกิจได้ง่ายขึ้น โดยควรพิจารณาจากหลายปัจจัย เช่น

- งบประมาณที่สามารถลงทุนได้ ควรวางแผนให้ครอบคลุมทั้งค่าผลิตสินค้า บรรจุภัณฑ์ การออกแบบ การตลาด และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ
- ยอดขายที่คาดการณ์ได้ ประเมินว่าช่องทางการขายที่มีอยู่สามารถระบายสินค้าได้ประมาณเท่าไร

- อายุและการจัดเก็บสินค้า ควรวางแผนสต็อกให้เหมาะสมกับระยะเวลาการจำหน่าย
- แผนการตลาดหลังเปิดตัว หากมีแคมเปญหรือช่องทางจำหน่ายที่ชัดเจน อาจช่วยให้สามารถวางแผนจำนวนสินค้าได้แม่นยำมากขึ้น
- โอกาสในการผลิตซ้ำ ควรสอบถามระยะเวลาการผลิตและวางแผนรอบการสั่งผลิตล่วงหน้า เพื่อป้องกันสินค้าขาดสต็อก

MOQ ที่เหมาะสมช่วยให้บริหารต้นทุนและสต็อกได้ดีขึ้น

การวางแผน MOQ ที่ดีไม่ได้หมายถึงการเลือกจำนวนที่น้อยที่สุดหรือมากที่สุด แต่คือการเลือกจำนวนผลิตที่เหมาะสมกับสถานการณ์ของแบรนด์ หากผลิตน้อยเกินไป ต้นทุนต่อชิ้นอาจสูงขึ้นหรือสินค้าอาจไม่เพียงพอต่อความต้องการ แต่หากผลิตมากเกินไป ก็อาจเกิดปัญหาสต็อกค้างและเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ

ผู้ที่ต้องการสร้างแบรนด์ครีมจึงควรมอง MOQ เป็นส่วนหนึ่งของแผนธุรกิจ ไม่ใช่เพียงเงื่อนไขในการสั่งผลิตกับโรงงาน การวางแผนจำนวนสินค้าให้สัมพันธ์กับงบประมาณ กลุ่มเป้าหมาย และแผนการขาย จะช่วยให้สามารถควบคุมความเสี่ยงและบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วางระบบการขายและช่องทางการจัดจำหน่าย

ก่อนสินค้าผลิตเสร็จ ต้องวางโครงสร้างช่องทางการขายไว้ให้พร้อม เพื่อให้วันแรกที่สินค้าออกจากโรงงาน สามารถสร้างยอดขายได้ทันที

- ช่องทางออนไลน์ (Online Commerce): จัดตั้งหน้าร้านให้ครบถ้วน เช่น TikTok Shop, Shopee, Lazada, Facebook Page และ LINE Official Account
- การทำ Content Marketing: เตรียมภาพถ่ายสินค้า ภาพวีวการใช้ครีม หรือ เซรั่มบำรุงผิว รวมถึงคลิปวิดีโอสั้นลงบน TikTok และ Reels เพื่อสร้างการรับรู้ (Awareness) ล่วงหน้า
- ระบบหลังบ้าน: เตรียมระบบสต็อกสินค้า ระบบชำระเงิน และการจัดส่งให้พร้อม เพื่อรองรับออเดอร์อย่างไม่มีสะดุด



วางกลยุทธ์การตลาดและการสร้างแบรนด์ (Brand Awareness)

การสร้างแบรนด์ครีมให้ติดตลาดอย่างยั่งยืน ไม่ใช่แค่การขายสินค้า แต่คือการทำให้ผู้บริโภคไว้วางใจและเกิดการซื้อซ้ำ

- สร้าง Storytelling: เล่าเรื่องราวของแบรนด์ให้มีความน่าสนใจ เช่น ที่มาของสารสกัด ปัญหาที่เจ้าของแบรนด์เคยเจอแล้วตั้งใจทำ เซรั่มบำรุงผิว ตัวนี้ขึ้นมาเพื่อแก้ไข
- ใช้รีวิวจากผู้ใช้งานจริง (User Generated Content): ส่งสินค้าให้กลุ่มตัวอย่างหรือ Micro-Influencer ทดลองใช้เพื่อสร้างรีวิวที่น่าเชื่อถือ
- เน้นการซื้อซ้ำ (Customer Retention): จัดโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าเก่า หรือติดตามผลหลังการใช้ เพื่อให้เกิดการใช้ต่อเนื่องสม่ำเสมอ

สรุป วางแผนดี มีชัยไปกว่าครึ่ง

การสร้างแบรนด์ครีมตั้งแต่เริ่มต้น ให้ประสบความสำเร็จและทำกำไรได้สูง

ไม่ใช่เรื่องยากหากมีการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอน ตั้งแต่การวิเคราะห์ตลาด คัดสรรสูตร เซรั่มบำรุงผิว หรือครีมคุณภาพดี เลือกโรงงานผลิตที่ได้มาตรฐาน ไปจนถึงการวางระบบการขายและการตลาดที่ครอบคลุม

เมื่อคุณเตรียมความพร้อมในการสร้างแบรนด์ครีมทุกด้านอย่างรัดกุม
สินค้าของคุณก็พร้อมที่จะเปิดตัวสู่ตลาดอย่างมั่นใจ แข่งขันได้จริง และสร้างรายได้อย่างยั่งยืน