เริ่มต้นสร้างแบรนด์เซรั่มบำรุงผิวให้ขายดี ต้องรู้อะไรบ้าง?

นำเสนอเมื่อ : 28 ต.ค. 2569

เริ่มต้นสร้างแบรนด์เซรั่มบำรุงผิวให้ขายดี ต้องรู้อะไรบ้าง?

ในตลาดความงามที่มีการแข่งขันสูงขึ้นทุกวัน “เซรั่ม” ยังคงเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์สกินแคร์ที่ได้รับความนิยม เพราะสามารถพัฒนาให้ตอบโจทย์ปัญหาผิวได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นผิวแห้ง ผิวหมองคล้ำ ริ้วรอย รูขุมขน หรือผิวที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ ด้วยเหตุนี้การเริ่มต้น**สร้างแบรนด์เซรั่มบำรุงผิว** จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับคนที่อยากเข้าสู่ธุรกิจความงาม แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องยอมรับว่าตลาดเซรั่มมีการแข่งขันสูงมาก การมีสินค้าที่ดีเพียงอย่างเดียวจึงอาจไม่เพียงพอที่จะทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักและมียอดขายต่อเนื่อง

บทความนี้จะพาไปทำความเข้าใจตั้งแต่เหตุผลที่เซรั่มยังเป็นสินค้าที่น่าสนใจ วิธีวางแนวทางก่อนเริ่มสร้างแบรนด์ การพัฒนาสูตร ไปจนถึงปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้แบรนด์เซรั่มมีโอกาสเติบโตในตลาดได้อย่างมั่นคง

ทำไมการสร้างแบรนด์เซรั่มบำรุงผิว ยังเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ?

หนึ่งในเหตุผลที่เซรั่มบำรุงผิวยังได้รับความนิยม คือผู้บริโภคในปัจจุบันไม่ได้มองการดูแลผิวเพียงเรื่องความสวยงามเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับการดูแลผิวให้เหมาะกับปัญหาและสภาพผิวของตัวเองมากขึ้น

เซรั่มบำรุงผิวจึงสามารถตอบโจทย์ความต้องการได้หลายรูปแบบ และเปิดโอกาสให้เจ้าของแบรนด์เลือกสร้าง Positioning ที่แตกต่างกันได้ ตั้งแต่เซรั่มบำรุงผิวเน้นความชุ่มชื้น เซรั่มบำรุงผิวผิวกระจ่างใส ไปจนถึงสูตรสำหรับดูแลปัญหาผิวเฉพาะด้าน

1. เซรั่มบำรุงผิวตอบโจทย์การดูแลผิวที่หลากหลาย

เซรั่มบำรุงผิวสามารถพัฒนาได้หลายประเภท ทำให้เจ้าของแบรนด์สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน เช่น คนที่มีผิวแห้ง คนที่ต้องการดูแลผิวหมองคล้ำ คนที่มีปัญหาสิว หรือกลุ่มที่ต้องการดูแลผิวในเรื่องริ้วรอย

การมีโจทย์ที่ชัดเจนช่วยให้แบรนด์ไม่ได้แข่งขันด้วยการพูดว่า “เซรั่มบำรุงผิวของเราดี” เพียงอย่างเดียว แต่สามารถสื่อสารได้ว่าเซรั่มบำรุงผิวถูกออกแบบมาเพื่อใคร และตอบโจทย์อะไร

2. เป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าให้แบรนด์ได้

เซรั่มบำรุงผิวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมักคาดหวังเรื่องส่วนผสม คุณสมบัติ และเนื้อสัมผัส ทำให้แบรนด์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการเลือกสารบำรุง แนวคิดของสูตร บรรจุภัณฑ์ และภาพลักษณ์โดยรวม

ดังนั้นการตั้งราคาจึงไม่จำเป็นต้องแข่งขันด้วยราคาถูกที่สุด แต่สามารถสร้างความคุ้มค่าจากคุณภาพและจุดเด่นของผลิตภัณฑ์แทน

3. สร้างความแตกต่างได้หลายทาง

สิ่งที่น่าสนใจของการสร้างแบรนด์เซรั่มบำรุงผิว คือสามารถสร้างความแตกต่างได้มากกว่าหนึ่งรูปแบบ เช่น เลือกสารสำคัญที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาเนื้อสัมผัสเฉพาะ สร้าง Concept ของผลิตภัณฑ์ หรือออกแบบสูตรให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค

จุดสำคัญคือความแตกต่างนั้นควรเป็นสิ่งที่ลูกค้าเข้าใจได้ง่ายและมีเหตุผลว่าทำไมจึงควรเลือกผลิตภัณฑ์ของแบรนด

4. สามารถเริ่มต้นด้วยการรับผลิตแบบ OEM หรือ ODM

สำหรับคนที่ไม่ได้มีโรงงานหรือทีมพัฒนาสูตรเป็นของตัวเอง การเลือกใช้บริการรับผลิตเซรั่มบำรุงผิวแบบ OEM หรือ ODM ช่วยลดความยุ่งยากในการเริ่มต้นธุรกิจได้ เพราะสามารถมีผู้เชี่ยวชาญเข้ามาช่วยดูแลตั้งแต่การพัฒนาสูตร การผลิต ไปจนถึงขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการนำสินค้าออกสู่ตลาด

ทำให้เจ้าของแบรนด์สามารถให้ความสำคัญกับการวางกลยุทธ์แบรนด์ การตลาด และการสร้างฐานลูกค้าได้มากขึ้น

5. ต่อยอดจากเซรั่มบำรุงผิวไปสู่ผลิตภัณฑ์อื่นได้

เซรั่มบำรุงผิวสามารถเป็นจุดเริ่มต้นของแบรนด์สกินแคร์ได้ เมื่อแบรนด์เริ่มมีฐานลูกค้าแล้ว ก็สามารถต่อยอดไปยังผลิตภัณฑ์อื่นที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เช่น คลีนเซอร์ โทนเนอร์ มอยส์เจอไรเซอร์ ครีม หรือผลิตภัณฑ์ดูแลผิวเฉพาะด้าน

การวางแผนตั้งแต่ต้นจึงช่วยให้เซรั่มบำรุงผิวไม่ได้เป็นเพียงสินค้า 1 SKU

แต่สามารถกลายเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์หลักของแบรนด์ในระยะยาว

3 เทคนิคสร้างแบรนด์เซรั่มบำรุงผิวให้แตกต่างและแข่งขันได้

เมื่อรู้ว่าต้องการขายให้ใครและต้องการแก้ปัญหาอะไร ขั้นตอนต่อไปคือการสร้างความแตกต่าง เพราะตลาดเซรั่มบำรุงผิวในปัจจุบันมีตัวเลือกจำนวนมาก

เทคนิคที่ 1 เริ่มจากปัญหาของลูกค้า ไม่ใช่เริ่มจากสูตร

ก่อนเลือกสารสกัดหรือออกแบบเนื้อเซรั่มบำรุงผิว ลองถามก่อนว่า “ลูกค้ากำลังมองหาอะไร”

หากกลุ่มเป้าหมายต้องการเซรั่มบำรุงผิวสำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน เนื้อสัมผัสอาจต้องบางเบา ซึมง่าย และไม่ทิ้งความเหนอะหนะ แต่หากเป็นเซรั่มบำรุงผิวสำหรับคนที่มีผิวแห้งมาก ก็อาจให้ความสำคัญกับส่วนผสมที่ช่วยดูแลความชุ่มชื้นและ Skin Barrier มากขึ้น

ดังนั้นสูตรที่ดีไม่จำเป็นต้องเป็นสูตรที่ใส่ส่วนผสมจำนวนมาก แต่ควรเป็นสูตรที่ออกแบบมาให้เหมาะกับโจทย์ของสินค้าและผู้บริโภค

เทคนิคที่ 2 สร้างจุดขายที่ลูกค้าเข้าใจง่าย

จุดขายของเซรั่มบำรุงผิวควรตอบคำถามให้ได้ว่า “ทำไมลูกค้าต้องเลือกแบรนด์นี้”

จุดขายสามารถมาจากส่วนผสม เนื้อสัมผัส แนวคิดของสูตร กลุ่มเป้าหมาย หรือประสบการณ์ในการใช้ เช่น เซรั่มบำรุงผิวเนื้อบางเบาสำหรับคนผิวมัน เซรั่มบำรุงผิวที่เน้นความชุ่มชื้นสำหรับผิวแห้ง หรือสูตรที่ออกแบบมาเพื่อคนที่ต้องการดูแลผิวแบบเรียบง่าย

สิ่งสำคัญคืออย่าใส่จุดขายมากเกินไปจนผู้บริโภคจำไม่ได้ว่าสินค้าต้องการสื่ออะไร

เทคนิคที่ 3 วางแผนสูตรร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ

สูตรเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของแบรนด์ เพราะส่งผลทั้งต่อคุณภาพ ความรู้สึกขณะใช้ ความคงตัวของผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์ของสินค้า

การทำงานร่วมกับทีมพัฒนาสูตรที่มีความเชี่ยวชาญจึงช่วยให้เจ้าของแบรนด์สามารถนำแนวคิดที่มีมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมมากขึ้น โดยพิจารณาทั้งส่วนผสม ความเข้ากันได้ของสูตร เนื้อสัมผัส และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

เซรั่มบำรุงผิวสามารถตอบโจทย์ปัญหาผิวได้หลากหลาย

จุดเด่นของเซรั่มบำรุงผิว คือสามารถพัฒนาให้เหมาะกับความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น

- เซรั่มบำรุงผิวเติมความชุ่มชื้นสำหรับผิวแห้ง
- เซรั่มดูแลผิวหมองคล้ำ
- เซรั่มสำหรับผิวที่มีแนวโน้มเป็นสิวง่าย
- เซรั่มดูแลริ้วรอย
- เซรั่มบำรุงผิวสำหรับผิวแพ้ง่าย
- เซรั่มบำรุงผิวที่เน้นการดูแลรูขุมขน
- เซรั่มบำรุงผิวเฉพาะด้าน

ความหลากหลายนี้เปิดโอกาสให้ผู้สร้างแบรนด์เลือกตลาดเฉพาะกลุ่ม หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ชัดเจน

เซรั่มมีประเภทไหนบ้าง?

เซรั่มบำรุงผิวสามารถแบ่งตามวัตถุประสงค์ในการดูแลผิวได้หลายประเภท ซึ่งเจ้าของแบรนด์สามารถเลือกพัฒนาให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายของตัวเองได้

เซรั่มเติมความชุ่มชื้น

เหมาะสำหรับกลุ่มที่ต้องการดูแลผิวแห้งหรือผิวที่รู้สึกขาดความชุ่มชื้น โดยสามารถพัฒนาสูตรให้มีเนื้อสัมผัสหลากหลาย ตั้งแต่เนื้อบางเบาไปจนถึงเนื้อที่ให้ความรู้สึกเคลือบผิวมากขึ้น

เซรั่มผิวกระจ่างใส

เป็นอีกกลุ่มที่ได้รับความสนใจสูง โดยสามารถออกแบบสูตรให้เน้นการดูแลผิวที่ดูหมองคล้ำและสีผิวดูไม่สม่ำเสมอ พร้อมเลือกส่วนผสมที่เหมาะกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์

เซรั่มสำหรับผิวที่มีแนวโน้มเป็นสิว

สามารถพัฒนาให้เหมาะกับผู้บริโภคที่ต้องการดูแลผิวมันหรือผิวที่มีแนวโน้มเกิดสิว

โดยควรให้ความสำคัญกับเนื้อสัมผัสที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย
และเลือกส่วนผสมให้สอดคล้องกับแนวทางของผลิตภัณฑ์

เซรั่ม Anti-Aging

เน้นการดูแลผิวที่มีสัญญาณแห่งวัย เช่น ความยืดหยุ่นและริ้วรอย
โดยสามารถสร้างจุดขายผ่านส่วนผสมและ Concept ของสูตรได้หลากหลาย

เซรั่มสำหรับผิวแพ้ง่าย

กลุ่มนี้ต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบสูตรอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะเรื่องส่วนผสม เนื้อสัมผัส และสิ่งที่ต้องการหลีกเลี่ยง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

เซรั่มดูแลเฉพาะจุด

เป็นเซรั่มที่เน้นโจทย์เฉพาะ เช่น การดูแลฝ้า กระ จุดด่างดำ หรือปัญหาผิวบางประเภท
โดยการสื่อสารควรอยู่บนพื้นฐานของคุณสมบัติผลิตภัณฑ์และข้อกำหนดด้านการโฆษณาเครื่องสำอาง

การพัฒนาสูตรเซรั่มให้แตกต่าง ทำได้อย่างไร?

การพัฒนาสูตรเซรั่มไม่จำเป็นต้องเริ่มจากศูนย์ทุกครั้ง เพราะแต่ละแบรนด์มีงบประมาณ เป้าหมาย และแนวทางที่แตกต่างกัน

พัฒนาจากสูตรที่มีอยู่แล้ว

หากเจ้าของแบรนด์มีแนวคิดหรือสูตรที่ต้องการอยู่แล้ว สามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาต่อยอด
เพื่อปรับให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายและแนวทางของแบรนด์มากขึ้น

ปรับสูตรมาตรฐานให้เป็นเอกลักษณ์

สำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นได้ง่ายขึ้น สามารถเลือกสูตรมาตรฐานที่มีแนวทางตรงกับตลาด
แล้วนำมาปรับรายละเอียดบางส่วน เช่น เนื้อสัมผัส ส่วนผสม หรือ Concept เพื่อสร้างความเป็นแบรนด์มากขึ้น

พัฒนาสูตรโดยอ้างอิงตลาด

การดูสินค้าที่ได้รับความนิยมในตลาดช่วยให้เห็นแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค
แต่ไม่ได้หมายความว่าจะต้องลอกเลียนแบบสินค้าเหล่านั้น
สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนาเป็นแนวทางใหม่ที่เหมาะกับแบรนด์ได้

พัฒนาสูตรใหม่ทั้งหมด

สำหรับแบรนด์ที่ต้องการสร้างความแตกต่างในระยะยาว สามารถพัฒนาสูตรใหม่ตั้งแต่ต้น โดยวาง Concept ส่วนผสม เนื้อสัมผัส และประสบการณ์การใช้ให้สอดคล้องกัน

แนวทางนี้เหมาะกับแบรนด์ที่ต้องการสร้าง Product Identity
ที่ชัดเจนและมีเรื่องราวของผลิตภัณฑ์เป็นของตัวเอง

ความลับของแบรนด์เซรั่มที่ขายได้จริง

หากมองแบรนด์เซรั่มที่ประสบความสำเร็จ สิ่งที่อยู่เบื้องหลังไม่ได้มีเพียงสูตรที่ดี
แต่เป็นการวางองค์ประกอบหลายด้านให้ทำงานไปในทิศทางเดียวกัน

- **เข้าใจลูกค้าก่อนพัฒนาสินค้า**
  แบรนด์ที่รู้ว่ากำลังขายให้ใครจะสามารถพัฒนาสินค้าและสื่อสารได้ตรงกลุ่มมากกว่า

เพราะทุกองค์ประกอบตั้งแต่สูตร ราคา บรรจุภัณฑ์ ไปจนถึง Content สามารถออกแบบให้สอดคล้องกับลูกค้าได้

- **มีจุดขายที่ชัด**
ลูกค้าไม่ควรต้องใช้เวลานานในการทำความเข้าใจว่าเซรั่มของแบรนด์มีจุดเด่นอะไร ยิ่งสามารถสื่อสารประโยชน์และ Concept ของสินค้าได้ง่ายเท่าไร ก็ยิ่งช่วยให้แบรนด์ถูกจดจำได้ง่ายขึ้น
- **ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสูตร** การตลาดอาจช่วยให้ลูกค้ารู้จักสินค้า แต่คุณภาพและประสบการณ์การใช้มีส่วนสำคัญต่อการซื้อซ้ำ หากสินค้าใช้งานได้ดี เนื้อสัมผัสเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย และตอบโจทย์ที่แบรนด์สื่อสารไว้ ก็มีโอกาสสร้างความเชื่อมั่นในระยะยาว
- **เตรียมแบรนด์ให้พร้อมก่อนเปิดขาย** การเปิดตัวสินค้าไม่ควรเริ่มจากวันที่สินค้าผลิตเสร็จ แต่ควรเตรียมทั้ง Brand Identity บรรจุภัณฑ์ ช่องทางขาย Content และแผนการตลาดไว้ล่วงหน้า เมื่อสินค้าเข้าสู่ตลาดแล้ว แบรนด์จะสามารถสื่อสารได้อย่างต่อเนื่องและไม่เสียโอกาสจากการมีสินค้าพร้อมขายแต่ยังไม่มีแผนการตลาดรองรับ
- **มองแบรนด์ให้ไกลกว่าสินค้าชิ้นแรก** เซรั่มอาจเป็นสินค้าเริ่มต้น แต่ไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าชิ้นเดียวของแบรนด์ หากสินค้าแรกสร้างฐานลูกค้าได้ดี สามารถต่อยอดไปยังผลิตภัณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้าง Brand Ecosystem และเพิ่มโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ

สรุป สร้างแบรนด์เซรั่มอย่างไรให้ขายได้จริง?

การสร้างแบรนด์เซรั่มในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ไม่ได้หมายความว่าต้องมีสูตรที่ซับซ้อนที่สุดหรือใช้งบประมาณสูงที่สุด แต่ควรเริ่มจากการเข้าใจลูกค้าให้ชัด รู้ว่าต้องการแก้ปัญหาอะไร และสามารถตอบคำถามได้ว่า “ทำไมลูกค้าต้องเลือกเซรั่มของเรา” จากนั้นจึงนำข้อมูลเหล่านี้มาพัฒนาสูตร กำหนดจุดขาย ออกแบบภาพลักษณ์ และวางแผนการตลาดให้ทุกองค์ประกอบสื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน

สำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นสร้างแบรนด์เซรั่ม การทำงานร่วมกับโรงงานรับผลิตที่มีความเชี่ยวชาญสามารถช่วยให้กระบวนการเริ่มต้นเป็นระบบมากขึ้น ตั้งแต่การเลือกแนวทางของสูตร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไปจนถึงการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่ตลาด