

Grab
NEXT

รายงาน ไตรมาส อาหาร

รายงานฉบับนี้ถูกพัฒนาขึ้นตามความต้องการ
ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง

ประเทศไทย

2563/2564

ข้อมูลลงในชุดแซบ

100%

ข่าวล่ามาใหม่

100%

นวัตกรรมอันกลมกล่อม

100%

การลืมนรส

ความอร่อยในอนาคต



ถ้าคุณได้อ่านข้อความนี้ คุณน่าจะต้องทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หรือไม่ก็ตั้งใจที่จะริเริ่มเปิดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งนั่นหมายความว่า คุณก็คงทราบว่าความสัมพันธ์ของคนเรากับอาหารนั้นเปลี่ยนแปลงไปแล้ว ผู้คนอยู่บ้านมากขึ้น และออกไปกินข้าวนอกบ้านน้อยลง แต่ผู้คนก็ยังอยากกินอาหารอร่อยๆ อยู่ดี

สิ่งเหล่านี้ทำให้บริการการส่งอาหารกลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม เพราะฉะนั้นตอนนี้การส่งอาหารโดยวิธีที่ปลอดภัยและเชื่อถือได้ จึงสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารขนาดใหญ่หรือเล็ก

ร้านของคุณเป็นส่วนหนึ่งที่มีค่าต่อชุมชนกลุ่มธุรกิจของคุณ รายงานฉบับนี้จะแบ่งปันข้อมูลว่าอะไรคือก้าวต่อไปของธุรกิจอาหารในอนาคต เพื่อช่วยให้คุณพัฒนาและดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลเชิงลึก, แนวโน้ม, และข้อเสนอแนะเพื่อทำให้การส่งอาหารเป็นจุดแข็งของธุรกิจของคุณ อีกทั้งเรายังได้รวบรวมเคล็ดลับต่างๆ เพื่อให้คุณสามารถนำไปปฏิบัติได้ทันที เราหวังว่าคุณพร้อมที่ลุยไปด้วยกัน!

กินให้อร่อยนะ!

รายละเอียดส่วนผสม

หน้า

อาหารเรียก
น้ำย่อย

วิธีการที่ใช้ในการทำรายงาน 4

อาหารของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และ
ประเทศไทย 5

การเปลี่ยนแปลงของลูกค้าและธุรกิจอาหาร
และเครื่องดื่มที่เกิดขึ้นโดยโควิด-19 6

อาหาร
จานหลัก

โอกาสอันน่าลิ้มรสของบริการส่งอาหาร 8

เข้าใจภาพรวมของธุรกิจการส่งอาหารในประเทศไทย 9

คนไทยกินอะไรบ้างในแต่ละวัน 11

เพิ่มโอกาสทางธุรกิจกับอาหารเพื่อสุขภาพ 15

เอาชนะใจผู้ทำอาหารเองที่บ้าน 16



สูตรสำเร็จในการส่งอาหาร 17

7 วิธีให้คนสั่ง (และสั่งซ้ำ) จากร้านของคุณ 18



การเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา 20

โดดเด่นด้วยการตลาดดิจิทัล 21

ลดต้นทุนด้วย Cloud Kitchen 22

การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนั้นดีต่อธุรกิจ 23

การชำระเงินแบบดิจิทัลเป็นสิ่งที่ “ต้องมี” 24

อาหารหวาน

ขยายธุรกิจของคุณไปกับ GrabFood 25

ต้องใช้สูตรไหนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ 26

ปรุงสูตรความสำเร็จด้วยเครื่องมือต่างๆจาก GrabFood 29

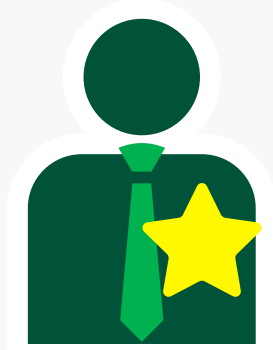
ทำไมควรร่วมงานกับ GrabFood 30

วิธีการที่ใช้ ในการทำรายงานฉบับนี้

The Grab Next: รายงานเทรนด์อาหาร ปี 2563/2564 ฉบับนี้อ้างอิงจากงานวิจัยโดย NielsenIQ และรวมไปถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจอาหาร, ผู้ประกอบการร้านอาหาร, แบบสำรวจจากผู้บริโภค, และกลุ่มเป้าหมาย รายงานฉบับนี้ยังมีข้อมูลเชิงลึกซึ่งได้มาจากฐานข้อมูลภายในของ Grab ในระหว่างปี 2562-2563 อีกด้วย



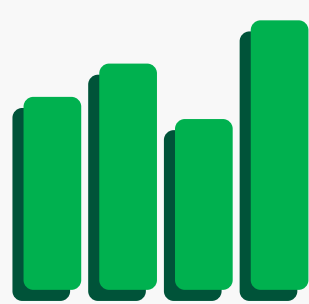
การวิจัยขั้นปฐมภูมิ*
(แบบสอบถามจากผู้บริโภค และ
บันทึกการบริโภค)



**การสัมภาษณ์ของ
ผู้เชี่ยวชาญ****



**ผู้บริโภคซึ่งเป็น
กลุ่มเป้าหมาย*****



**ฐานข้อมูลภายในของ
Grab**
(2562, 2563)



**ข้อมูลจากสังคม
ออนไลน์ต่างๆ**

***การวิจัยขั้นปฐมภูมิ:** จัดทำแบบออนไลน์ โดย NielsenIQ สำหรับ Grab ในประเทศ สิงคโปร์, มาเลเซีย, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, ไทย, และเวียดนาม โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่ 15 เมษายน จนถึง 10 พฤษภาคม 2564 จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดคือ 12,937 โดยรวมทั้งแบบสอบถามจากผู้บริโภคและบันทึกการบริโภค

****การสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ:** จัดทำโดย NielsenIQ สำหรับ Grab ในประเทศสิงคโปร์, มาเลเซีย, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, ไทย, และเวียดนาม โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่ 15 เมษายน จนถึง 10 พฤษภาคม 2564 จำนวนกลุ่มตัวอย่างการผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดคือ 14 คน โดยมี Key Opinion Leaders / KOLs (ผู้มีอิทธิพลทางความคิด), บล็อกเกอร์อาหาร, ผู้ชาย, และเซฟ

*****การสัมภาษณ์ผู้บริโภคเป้าหมายกลุ่มย่อย:** จัดทำโดย NielsenIQ สำหรับ Grab ในประเทศสิงคโปร์, มาเลเซีย, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, ไทย, และเวียดนาม เก็บข้อมูลตั้งแต่ 15 เมษายน จนถึง 10 พฤษภาคม 2564 จำนวนการผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดคือ 14 คน ซึ่งเป็นผู้บริโภคเป้าหมายกลุ่มย่อยทางออนไลน์

ข้อมูลรายงานของสิงคโปร์ฉบับนี้ได้รับมาจาก NielsenIQ และข้อมูลภายในของ Grab เว้นแต่จะระบุไว้เป็นอย่างอื่น สถิติทั้งหมดได้มาจากเมืองใหญ่ที่มีบริการส่งอาหาร ซึ่งไม่รวมพื้นที่ชนบท

วิธีการเก็บข้อมูลในสิงคโปร์ จัดทำโดย NielsenIQ:

- NielsenIQ การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 ท่าน (เมษายน-พฤษภาคม 2564)
- NielsenIQ ผู้บริโภคเป้าหมายกลุ่มย่อย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน (เมษายน-พฤษภาคม 2564)
- NielsenIQ บันทึกการบริโภค โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,097 (เมษายน-พฤษภาคม 2564)
- NielsenIQ แบบสอบถามผู้บริโภคทางออนไลน์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,000 คน ซึ่งเป็นผู้บริโภคอายุตั้งแต่ 18-50 ปีในประเทศไทย (เมษายน-พฤษภาคม 2564)

เอกสารอ้างอิงเพิ่มเติม:

1. (2563) ประชากรประเทศไทย (ข้อมูลจากกระทรวงแรงงาน สำนักงานสถิติแห่งชาติประจำประเทศไทย), ข้อมูลทั่วไป วันที่ 28 ก.ค. 2564 [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://boi.go.th/index.php?page=demographic>. (วันที่ค้นข้อมูล 3 มิ.ย. 2564)
2. Cheung, Elizabeth (2563) ประเทศไทยยืนยันผู้ติดเชื้อไวรัสอู่ฮั่นนอกประเทศจีนรายแรก". เซาท์ไชน่า มอร์นิง โฟสต์, 13 มกราคม [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.scmp.com/news/hong-kong/health-environment/article/3045902/wuhan-pneumonia-thailand-confirms-first-case> (วันที่ค้นข้อมูล 3 มิ.ย. 2564)

อาหารของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

อาหารท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดใน GrabFood



ภาพรวมของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นอย่างไร?

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยถึง 8.6% ของประชากรโลกนั้น เต็มไปด้วยความเป็นมาด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม และแน่นอนอาหาร เรื่องกินถือเป็นเรื่องใหญ่สำหรับภูมิภาคแห่งนี้ซึ่งส่งผลต่อธุรกิจการส่งอาหารเป็นอย่างมาก ในปี 2563 มูลค่าตลาดในการส่งอาหารของ 6 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้านบนประเมินอยู่ที่ประมาณ 9.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐหรือ 3.09 แสนล้านบาท¹

สาระน่ารู้:

ในขณะที่คนไทยส่วนมากชอบกินส้มตำ แต่ในปี 2563 อาหารที่ขายดีที่สุดในกรุงเทพมหานครคือข้าวหมูแดง!



มูลค่าตลาดการส่งอาหารในประเทศไทยอยู่ที่ประมาณ **2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐหรือ 6 หมื่นล้านบาท¹**

ผู้คนในประเทศไทยรักการกิน ซึ่งอาหารนั้นก็มิให้เลือกมากมายสำหรับประเทศที่มีประชากรถึง 69.6 ล้านคน ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร, ศูนย์อาหาร, ร้านอาหารข้างทาง, และตลาดกลางคืนจำนวนมาก อีกทั้งยังมีการผสมผสานอาหารหลายๆ ชาติ โดยได้รับอิทธิพลจากประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกด้วย

¹ การประมาณการของ Euromonitor International จากการค้นคว้าอ้างอิงและการสัมภาษณ์ด้านการค้ากับผู้นำตลาดและผู้ถือหุ้นที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอาหารปรุงสำเร็จ พฤษภาคม 2564

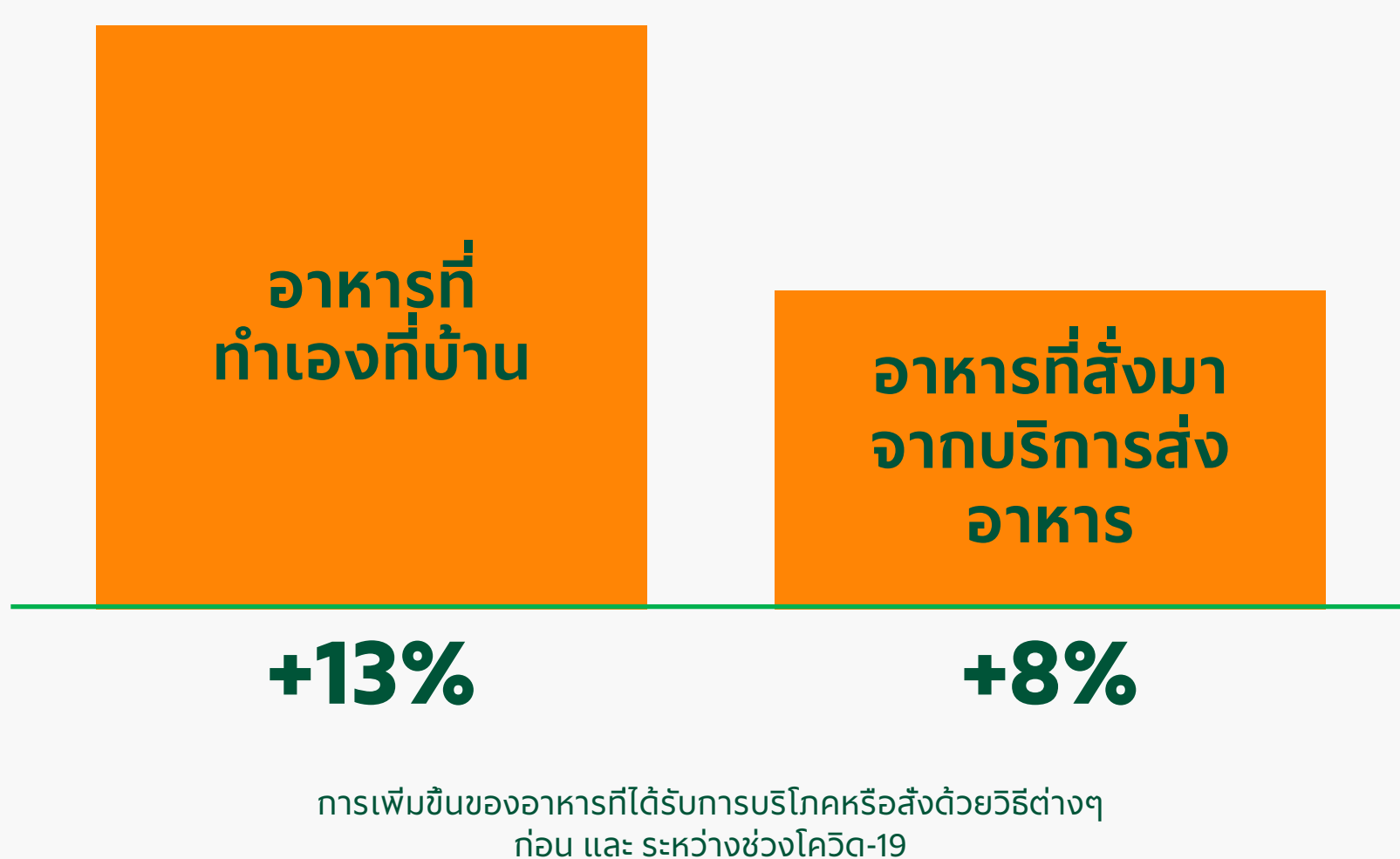


โควิด-19 ได้เปลี่ยนแปลงสถานที่ และวิธีการกินของพวกเขา

ในวันที่ 12 มกราคม 2563 ประเทศไทยเจอกับเคสโคโรนาไวรัสครั้งแรก ซึ่งนำไปสู่ระเบียบข้อบังคับและคำสั่งปิดที่ไม่เคยมีมาก่อน ด้วยระเบียบข้อบังคับต่างๆ ทำให้คนส่วนใหญ่หันมาใช้บริการส่งอาหารเพื่อเป็นหนทางที่ช่วยจัดการเรื่องอาหารของพวกเขา

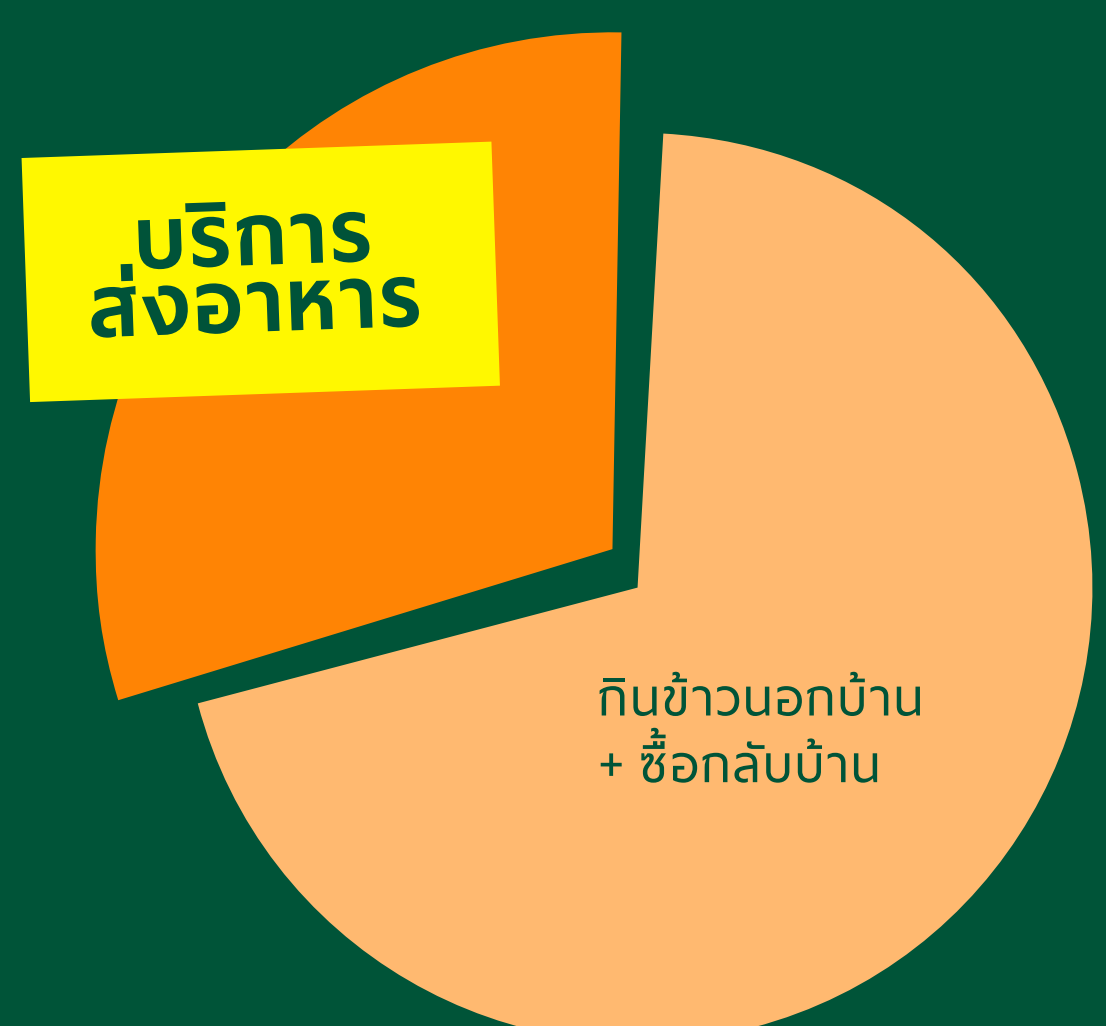
จำนวนผู้ใช้บริการรายเดือนอย่างต่อเนื่องของ Grab Food ในประเทศไทย มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากกว่า 3 เท่า ในปี 2563 เมื่อเทียบกับปี 2562

การทำอาหารเองที่บ้าน และจำนวนออเดอร์ของบริการส่งอาหารเพิ่มขึ้น



จำนวนของการสั่งซื้อที่มารับด้วยตนเองบน GrabFood ในประเทศไทย เพิ่มขึ้นกว่า **2 เท่า** ในปี 2563

48% ของอาหาร ในประเทศไทย เป็นการบริโภคผ่านการกินข้างนอกบ้าน การบริการส่งอาหาร หรือการซื้อกลับบ้าน ซึ่ง **1 ใน 3** ของจำนวนนั้นคือการสั่งผ่านบริการส่งอาหาร!

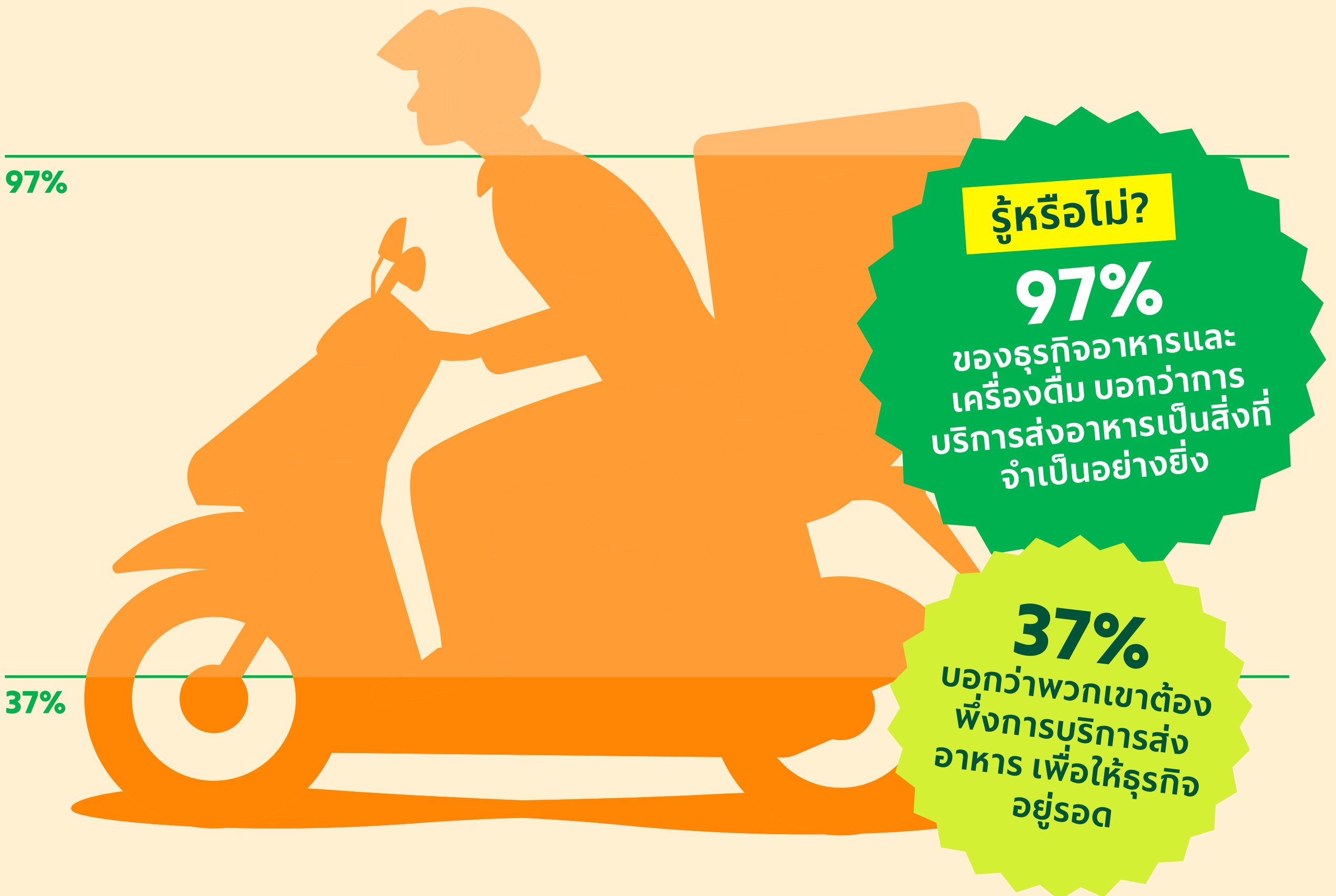
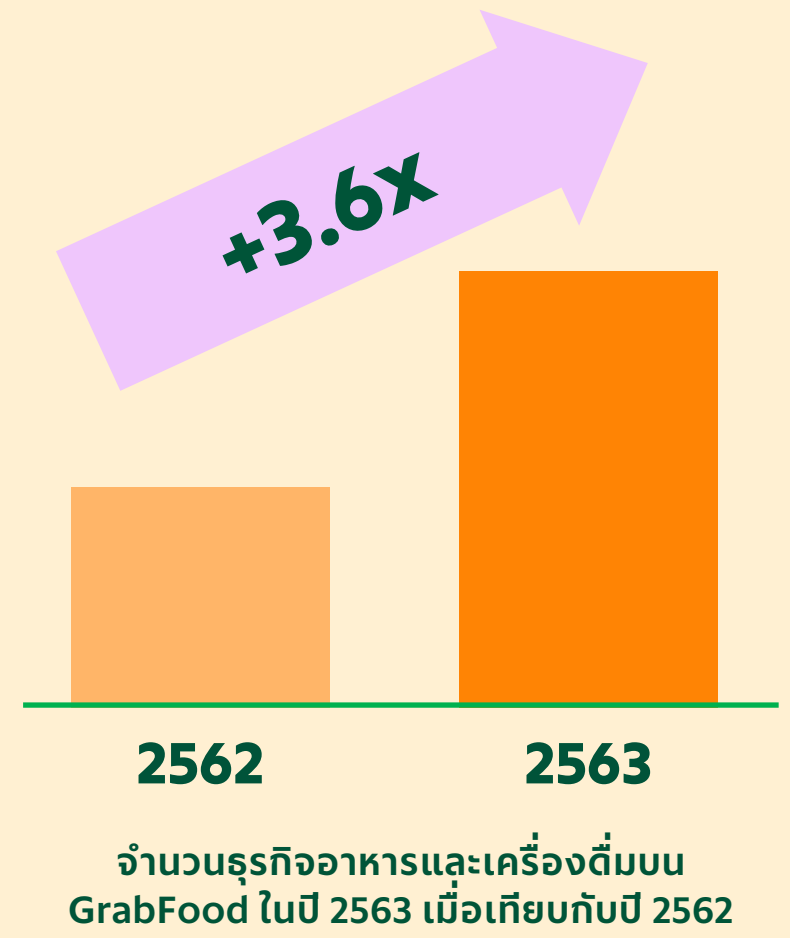


สัดส่วนของการกินอาหารที่ไม่ได้ทำที่บ้าน

ร้านอาหารและเครื่องดื่มตัดสินใจร่วมงานกับ GrabFood มากขึ้น

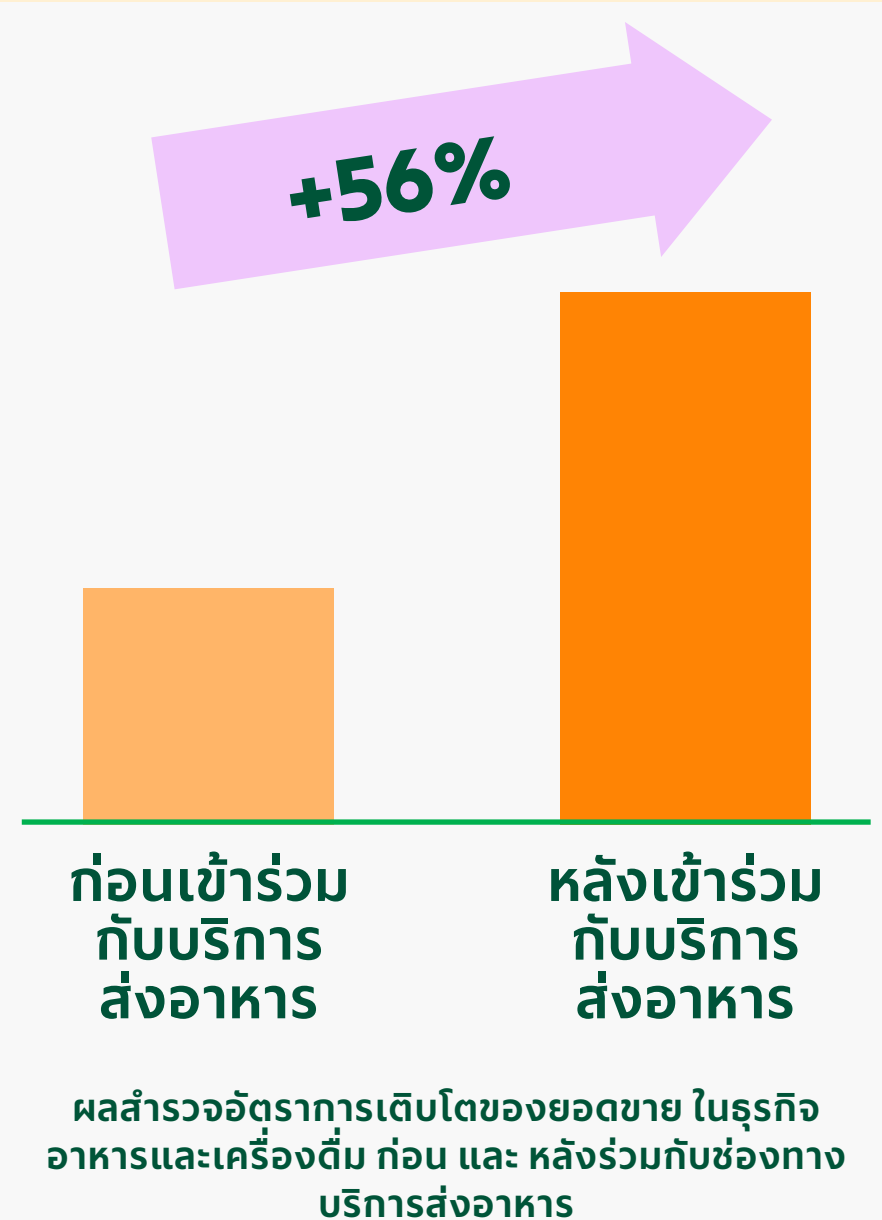
ยิ่งโรคโควิด-19ระบาดมากขึ้น คนยิ่งหันมาใช้ช่องทางบริการส่งอาหารมากขึ้น เนื่องจากธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมองเห็นแล้วว่าเป็นวิธีการที่จำเป็นในการรักษาและขยายธุรกิจในสถานการณ์ใหม่นี้

จำนวนธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทยที่ยังดำเนินการอยู่อย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้น 3.6 เท่า ในปี 2563 เมื่อเทียบกับปี 2562



ถึงแม้จะมีมาตรการห้ามนั่งกินในร้านในปี 2020 แต่ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่เข้าร่วมการขายผ่านบริการส่งอาหาร พบว่ามียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 56%²

บริการส่งอาหารดึงดูดทั้งจำนวนผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น จำนวนธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้น และรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับวงจรธุรกิจการทำร้านอาหาร



**โอกาส
อันน่าลิ้มรส**

ของบริการ

**ส่ง
อาหาร**

**คนเราต้องการอะไรจากบริการ
ส่งอาหาร? นี่คือวิธีการสร้างข้อเสนอ
ที่น่าดึงดูดให้แก่พวกเขา**

เข้าใจภาพรวมของ บริการส่งอาหารในประเทศไทย

ครอบครัวที่มีเด็กๆ อยู่ด้วย คือกลุ่มผู้บริโภคหลัก ในการใช้บริการส่งอาหาร

ครอบครัวรุ่นใหม่ชื่นชอบความสะดวกสบายของบริการส่งอาหาร เพราะไม่ต้องเตรียมอาหาร ไม่ต้องเก็บล้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวันธรรมดาที่แสนจะวุ่นวาย



ข้อมูลประชากรที่สำคัญของผู้ใช้บริการส่ง

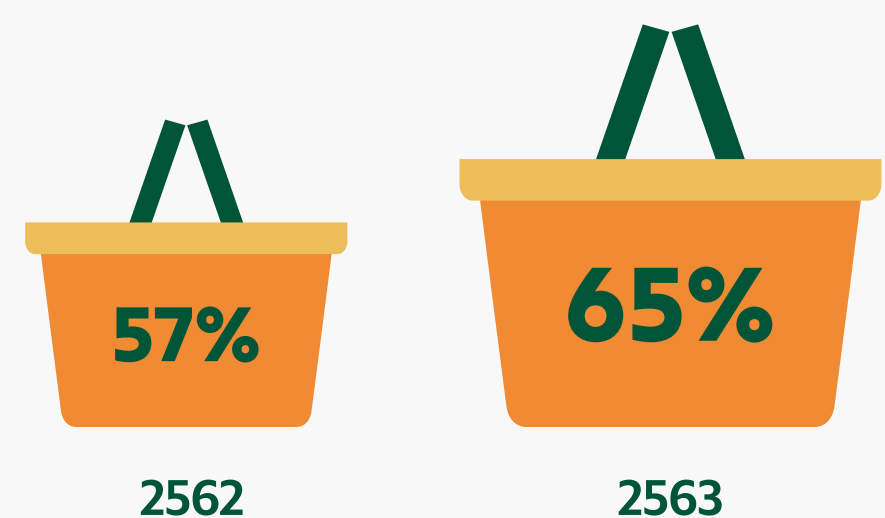
เหตุผลหลักในการสั่งอาหารผ่านบริการส่งอาหาร³

- 1 ตอบโจทย์อาหารที่ไม่สามารถทำได้
- 2 ไม่มีเวลาทำอาหารเอง
- 3 หลีกเลี่ยงการรอคิวที่ร้านอาหาร

มีปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้ง ที่เพิ่มขึ้นสำหรับแบ่งปันกันในครัวเรือน

ในช่วงเวลานี้ คนไทยพยายามหาตัวเลือกที่ประหยัดสำหรับทั้งครอบครัว ผู้บริโภคใช้จ่ายโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 127-160 บาทต่อคำสั่งซื้อ ซึ่งถือเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นมากที่สุดในปี 2563

มีคนจำนวนมากขึ้น ที่สั่งอาหารสำหรับครอบครัว⁴

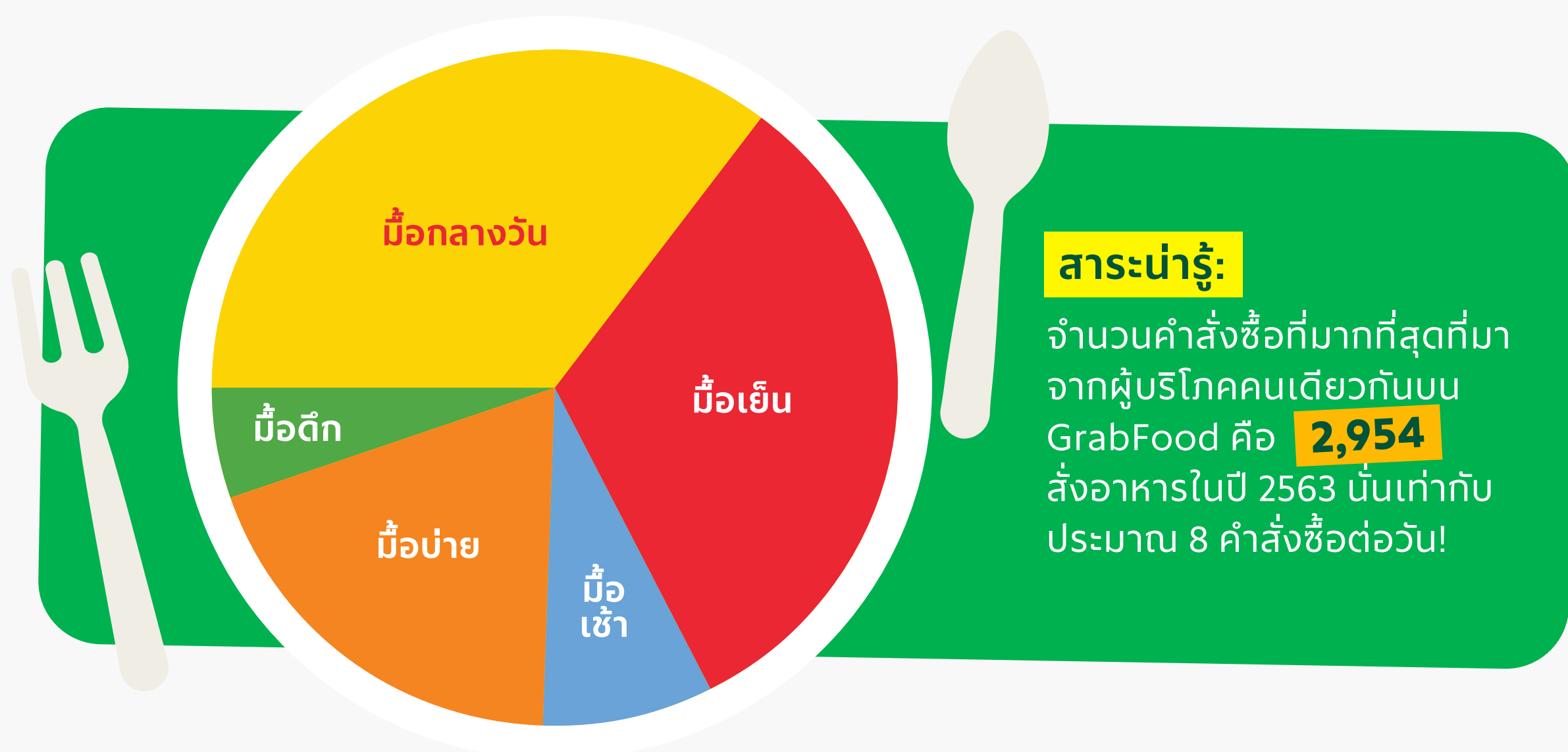


จำนวนผู้บริโภคที่สั่งอาหารแทนสมาชิกในครอบครัวในปี 2562 เทียบกับปี 2563

³ แบบสำรวจออนไลน์โดย Kantar จากผู้บริโภคที่ใช้บริการส่งอาหารจำนวน 1,250 รายในประเทศไทย ช่วงเดือน ก.ย. 2563 - มี.ค. 2564

⁴ แบบสำรวจออนไลน์จากผู้บริโภคที่ใช้ GrabFood 1,674 รายในประเทศไทย เดือนมี.ค. 2563

คำสั่งซื้อที่ถูกสั่งมากที่สุด คือ ช่วงมือเย็น มือกลางวัน และมือบ่าย



สัดส่วนคำสั่งซื้อของ GrabFood ในระหว่างวัน

สาระน่ารู้:

จำนวนคำสั่งซื้อที่มากที่สุดที่มาจากผู้บริโภคนับแต่เปิดตัวบน GrabFood คือ **2,954** สั่งอาหารในปี 2563 นั่นเท่ากับประมาณ 8 คำสั่งซื้อต่อวัน!

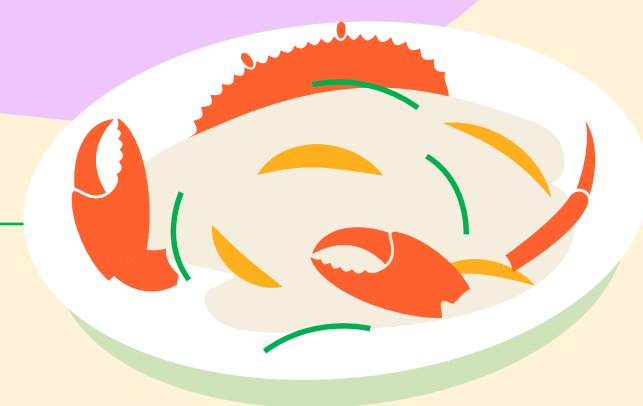
คนไทยค้นหาฟาสต์ฟู้ด ของหวาน อาหารประเภทข้าวและก๋วยเตี๋ยว

10 อันดับประเภทอาหาร ที่ถูกค้นหามากที่สุดบน GrabFood

ฟาสต์ฟู้ด	ก๋วยเตี๋ยว
ส้มตำ	ข้าวมันไก่
ของหวาน	หมู
ข้าว	โจ๊ก
พิซซ่า	เค้ก

สาระน่ารู้:

คำสั่งซื้อส้มตำ เพิ่มขึ้นถึง 3.6 เท่า ในปี 2563



รู้หรือไม่?

87%

ของผู้บริโภค (โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกลุ่มช่วงอายุระหว่าง 25-34 ปี) บอกว่าจะยังคงใช้บริการส่งอาหารต่อไปในอนาคต

สุดยอดเคล็ดลับ:

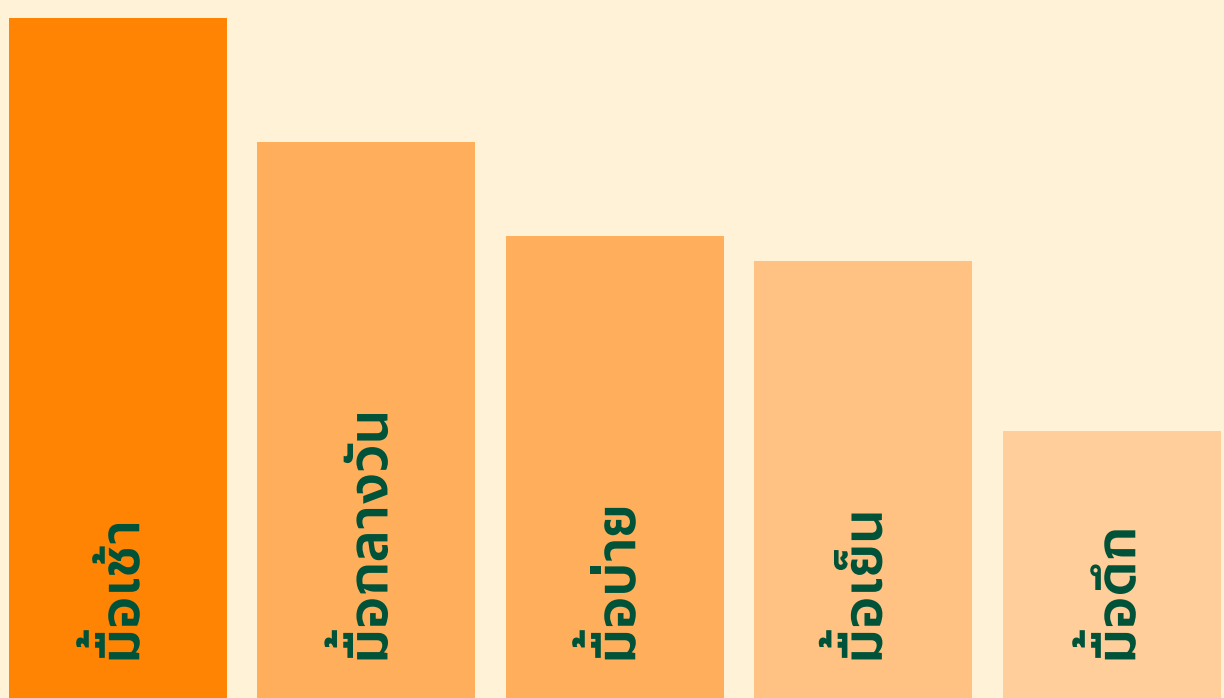
- จัดให้มีเมนูที่เหมาะสมกับเด็ก และชุดอาหารขนาดใหญ่ที่กินได้ทั้งครอบครัวในเมนูของคุณ สำหรับดึงดูดลูกค้าที่เป็นครอบครัวที่มีเด็กเล็ก
- นำเสนอเมนูที่หลากหลาย เพื่อให้ทั้งครอบครัวสามารถสั่งได้จากร้านของคุณ
- จับตามองแนวโน้มอาหารที่เข้ากับเมนูของคุณ และแนะนำเมนูนั้นๆ ในช่วงเวลาสั้นๆ หรือจัดให้เป็นเมนูตามเทศกาล สำหรับสินค้าที่กำลังได้รับความนิยม

คนไทยกินอะไรบ้าง ในแต่ละวัน?

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม การเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลาต่างๆของวันนั้นเป็นสิ่งสำคัญเพื่อที่จะสามารถหากกลยุทธ์ที่ถูกต้องในการดึงดูดผู้บริโภคใหม่ และรักษาผู้บริโภคปัจจุบันเอาไว้ด้วย

อาหารเช้า

มื้ออาหารที่มีการเติบโตสูงสุด



อัตราการเติบโตคำสั่งซื้อของ GrabFood ตามช่วงเวลามื้ออาหาร ในปี 2562 เทียบกับในปี 2563

84 บาท

งบประมาณของผู้บริโภคโดยเฉลี่ย สำหรับมื้อเช้าต่อคน



คำสั่งซื้ออาหารเช้าบน GrabFood ได้รับความนิยมสูงสุดในระหว่างช่วงเวลา 9.00 น. - 10.00 น. ในปี 2563

คนไทยชอบเริ่มต้นวันใหม่ ด้วยกาแฟเย็นหรือชาเขียวเย็น

กฎข้อระเบียบต่างๆ ส่งผลให้คนไทยเลือกใช้บริการส่งอาหารเพิ่มขึ้นโดยพวกเขาเลือกสั่งอาหารเช้าที่กินและเก็บล้างได้ง่ายๆ

สาระน่ารู้:

คำสั่งซื้อกาแฟและชา ในช่วงเช้า เพิ่มขึ้น 3.5 เท่า ในปี 2563



อาหารเช้าที่เป็นที่นิยมมากที่สุดบน GrabFood

อาหาร	เครื่องดื่ม
ข้าวมันไก่	เอสเปรสโซเย็น
ข้าวขาหมู	กาแฟดำเย็น
โจ๊กหมู	คาปูชิโน่เย็น
ข้าวผัด	ชาเขียวนมแพะปั่น
ต้มเลือดหมู	ชาเขียวเย็น
ข้าวหมูแดง	ชาเย็น
ส้มตำ	
ไข่ดาว	

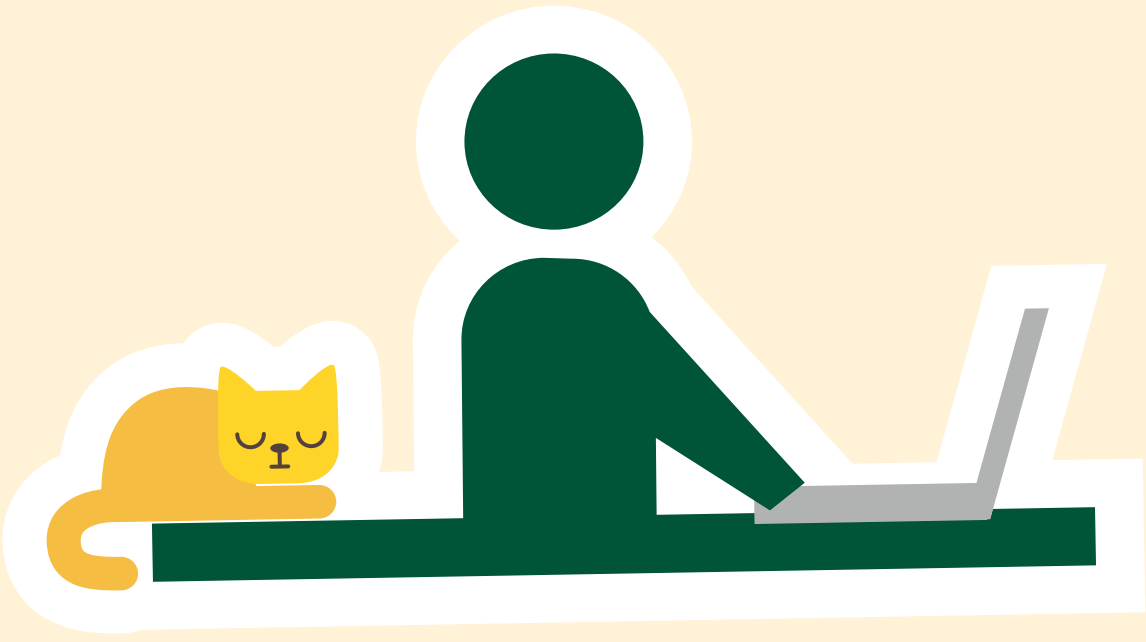
มื้อเช้าหมายถึงคำสั่งซื้อระหว่าง 05.00 น. - 10.00 น.

สุดยอดเคล็ดลับ:

- พิจารณาเปิดร้านก่อน 9.00 น. เพื่อรองรับความต้องการของมื้อเช้าที่เพิ่มมากขึ้น
- พยายามทำตัวเลือกมื้อเช้าให้ง่าย รวดเร็ว และไม่ยุ่งยาก
- พิจารณาเสนอเมนูให้ลูกค้าอย่างน้อย 1 เมนู ที่มีทั้งจานหลัก+ เครื่องดื่ม (ชา หรือกาแฟ)

มือกลางวัน

ในปี 2563 มือกลางวัน คือมือที่มีคำสั่งซื้อมากที่สุดส่วนมากจะเป็นมือที่กินด้วยกันมากกว่า 1 คน



คนไทยจำนวนมากขึ้นเลือกความสะดวกสบาย ของบริการส่งอาหารในช่วงกลางวัน เนื่องจากพวกเขายุ่งและต้องการหลีกเลี่ยงการเดินทางที่ไม่จำเป็น

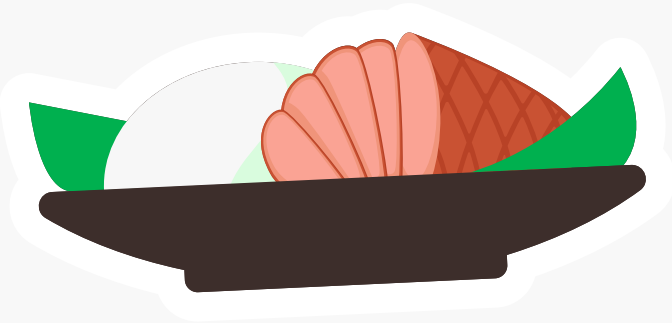
104 บาท

งบประมาณของผู้บริโภคโดยเฉลี่ย สำหรับมือกลางวันต่อคน

คำสั่งซื้ออาหารมือกลางวัน บน GrabFood ได้รับความนิยมสูงสุด ในระหว่างช่วงเวลา 11.00 น. - 12.00 น. ในปี 2563



คนไทยส่วน
มากชอบกิน
อาหารที่ง่าย
และสะดวกต่อการรับประทาน
ตอนกลางวัน เช่น หมูย่าง ข้าว
ผัด และสลัด



คนไทยจำนวนมากขึ้นเลือกความสะดวกสบาย ของบริการส่งอาหารในช่วงกลางวัน เนื่องจากพวกเขายุ่งและต้องการ หลีกเลี่ยงการเดินทางที่ไม่จำเป็น

อาหารกลางวันที่เป็นที่นิยม
มากที่สุดบน GrabFood

อาหาร	เครื่องดื่ม
ส้มตำ	ชานมไข่มุกไต้หวัน
ข้าวยำไก่แซ่บ	ชาเย็น
คอหมูย่าง	โกโก้เย็น
ข้าวผัด	ชาเขียวนม แพร่ปู้ชีโน่
ลาบหมู	เอสเปรสโซเย็น
ข้าวมันไก่	
ก๋วยเตี๋ยวต้มยำ	
ไข่ดาว	

มือกลางวันหมายถึงคำสั่งซื้อระหว่าง 10.00 น. - 14.00 น.

สาระน่ารู้:

คนไทยชอบอาหารที่มีส่วนผสมของหมู!
ในปี 2563 เฉพาะแค่ช่วงกลางวัน
อาหารมากกว่า 18 ล้านจาน
ที่ถูกสั่งนั้นเป็นอาหาร
มีส่วนผสมของหมู

สุดยอดเคล็ดลับ:

- จัดชุดอาหารกลางวันสำหรับ 2-3 คน ที่ราคาประมาณ 103-105 บาท
- เสนอเครื่องดื่มหวานๆเย็นๆหรือชานมควบคู่มาในชุดอาหารกลางวันด้วย
- ทำมืออาหารให้กินไม่ยุ่งยากและง่ายต่อการเก็บล้าง

มือเย็น

มือสบายๆ ซึ่งผู้บริโภคมักมีเวลาตี๋ด้า และใช้จ่ายเงินมากที่สุด



มือเย็นเป็นมือที่คนมักจะกินร่วมกับอีก **3-4 คน** โดยเฉลี่ย

แค่ 1 ใน 4 เท่านั้นที่สั่งมือเย็นผ่านบริการส่งอาหารมาทกินคนเดียว!

123 บาท

งบประมาณของผู้บริโภคโดยเฉลี่ยสำหรับมือเย็นต่อคน



คำสั่งซื้ออาหารมือเย็นบน GrabFood ได้รับความนิยมสูงสุดในระหว่าง ช่วงเวลา 18.00 น. - 19.00 น. ในปี 2563

คนไทยสั่งอาหารเพื่อมาแบ่งปันกัน ในช่วงมือเย็นด้วยยกตัวอย่างเช่น หมูย่าง อาหารจานผัด สลัดและไก่ทอด

ในขณะที่ความสะดวกสบายคือเหตุผลหลักในการสั่งมือกลางวัน แต่มือเย็นเป็นเรื่องของการใช้เวลาตี๋ด้าเพื่อความพึงพอใจ

ผู้บริโภคยินดีที่จะลองสิ่งใหม่ๆ และใช้จ่ายเงินมากขึ้นกับมือเย็น

อาหารเย็นที่เป็นที่นิยมมากที่สุดบน GrabFood

อาหาร	เครื่องดื่ม
ส้มตำปลาร้า	ชานมไข่มุกไต้หวัน
คอหมูย่าง	โทโก้เย็น
ลาบหมู	
ข้าวยำไก่แซ่บ	
ผัดหมูกรอบ	
ข้าวผัดหมู	
ยำหมูยอ	
โจ๊กหมู	

มือเย็นหมายถึงคำสั่งซื้อระหว่าง 17.00 น. - 22.00 น.



สุดยอดเคล็ดลับ:

- ไปรโมทชุดอาหารเย็นสำหรับครอบครัว
- ผู้บริโภคยินดีที่จะลองอาหารที่แตกต่างในมือเย็น ดังนั้นจึงเป็นเวลาที่ดีที่จะเสนอเมนูใหม่ๆ
- เตรียมตัวสำหรับยอดสั่งซื้อจำนวนมาก ที่จะเข้ามาตั้งแต่วเวลา 18.00 น.

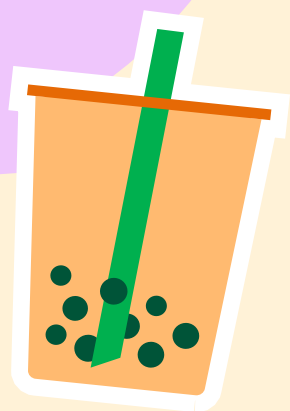
เพิ่มโอกาสในช่วงความต้องการ

มือบาย

คนไทยรักชานม

สาระน่ารู้:

ชานมไต้หวัน 1 แก้ว ถูกสั่ง
ทุกๆ 30 วินาทีระหว่างช่วง
มือบายในปี 2563!



79 บาท

งบประมาณโดยเฉลี่ย
สำหรับมือบายต่อคน

อาหารมือบายที่เป็นที่นิยมมากที่สุดบน GrabFood

อาหาร	เครื่องดื่ม
ส้มตำปลาร้า	ชานมไข่มุกไต้หวัน
คอหมูย่าง	โกโก้เย็น
ข้าวยำไก่แซ่บ	ชาเย็น
ลาบหมู	ชานมไข่มุกสีทอง
พิซซ่า	ชาเขียวนม
คาร์ตไข่	
ข้าวผัดหมู	
โดนัท	

มือบายหมายถึงคำสั่งซื้อระหว่าง 14.00 น. - 17.00

มือดึก

คนไทยรักการกินอาหาร
ท้องที่อันแสนอร่อยแม้
กระทั่งในตอนกลางคืน
อาหารที่มีเนื้อสัตว์เป็นส่วน
ผสม เช่น ผัดหมูกรอบ และ
คอหมูย่าง ก็ยังเป็นที่ยอดนิยม
ในมือดึก

74 บาท

งบประมาณโดยเฉลี่ย
สำหรับมือบายต่อคน

อาหารมือดึกที่เป็นที่นิยมมากที่สุดบน GrabFood

อาหาร	เครื่องดื่ม
ส้มตำปลาร้า	โกโก้เย็น
ผัดหมูกรอบ	ชานมไข่มุก
ข้าวยำไก่แซ่บ	ชาเย็น
คอหมูย่าง	เอสเปรสโซเย็น
ข้าวมันไก่	ชาเขียวนมปั่น
ลาบหมู	กาแฟดำเย็น
ไข่ดาว	ชาเขียว
ข้าวมันไก่ต้ม	

มือดึก หมายถึงคำสั่งซื้อระหว่าง 22.00 น. - 05.00 น.

สรุปเคล็ดลับ:

- อาหารมือดึก ลูกคามีแนวโน้มที่จะสั่งอาหารผ่านฟู้ดเดลิเวอรีมากกว่าที่จะออกไปซื้อด้วยตัวเอง
- ลูกค้ำที่จะกินอาหารมือดึก โดยสัดส่วนแล้วจะมีความกังวลเกี่ยวกับเมนูอาหารน้อยลง เรียกได้ว่าอยากกินตามใจปากมากกว่าจำนวนแคลอรี
- โปรโมชันในช่วงบาย (15.00-17.00 น.) ได้รับความนิยมในช่วงสุดสัปดาห์มากกว่าวันธรรมดา เพราะฉะนั้นถ้าคุณอยากจะเพิ่มยอดขายให้กับช่วงเวลาเหล่านี้ ควรจะเริ่มในช่วงสุดสัปดาห์

เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ กับอาหาร เพื่อสุขภาพ

ในปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงการคำนึงถึงอาหารที่กินเข้าไป คนไทย 7 ใน 10 ต้องการกินอาหารเพื่อสุขภาพ และจากสัดส่วนดังกล่าว 53% เติบโตที่จะจ่ายมากขึ้นสำหรับอาหารเพื่อสุขภาพ



7 ใน 10 ของผู้บริโภคต้องการกินอาหารเพื่อสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ

รู้หรือไม่?

ปริมาณของคำสั่งซื้ออาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเฉลี่ยต่อครั้งเพิ่มขึ้น

3.6 เท่า

ซึ่งมากกว่าปริมาณของคำสั่งซื้ออาหารทั่วไปโดยรวมของ GrabFood ถึง **25%**

เมื่อก้าวถึงอาหารสุขภาพ ผู้บริโภคจะนึกถึง...

61% ส่วนผสมออร์แกนิก/จากธรรมชาติ

46% การคำนวณสารอาหาร

42% การคำนวณแคลอรี

37% การเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน

35% อาหารที่ทำมาจากพืช (Plant Base)

33% อาหารย่อยง่าย

คำจำกัดความของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารสุขภาพ

อาหารสุขภาพที่ผู้บริโภคหลงรัก

สลัด



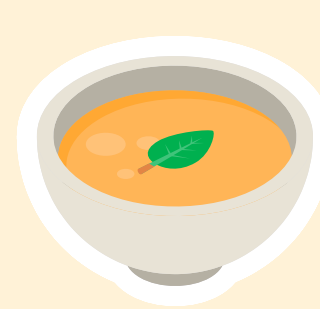
แซนวิช



สมูทตี้/น้ำผลไม้



ซุพ



ซูชิ



อาหารเพื่อสุขภาพที่ผู้บริโภคชื่นชอบ

สรุปเคล็ดลับ:

- ลองโปรโมทอาหารที่มีส่วนผสมออร์แกนิก/จากธรรมชาติ หรืออาหารที่มีปริมาณของเกลือ/น้ำตาล/ไขมันที่น้อยลง
- เพิ่มโอกาสทางการขายง่ายๆ เพียงใส่รายละเอียดของอาหาร พร้อมทั้งบรรยายถึงคุณค่าทางโภชนาการหรือแคลอรีของอาหารในจานนั้นๆ
- จัดชุดอาหารควบคู่กับสลัด แซนวิช หรือสมูทตี้/น้ำผลไม้ เนื่องจากผู้บริโภคจะ มองว่าเป็นอาหารชุดที่เน้นเรื่องสุขภาพ และเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น

เพิ่มฐานลูกค้าใหม่ๆของคุณ เราต้องชนะใจกลุ่มคนที่ชอบ ทำอาหารกินเองที่บ้าน

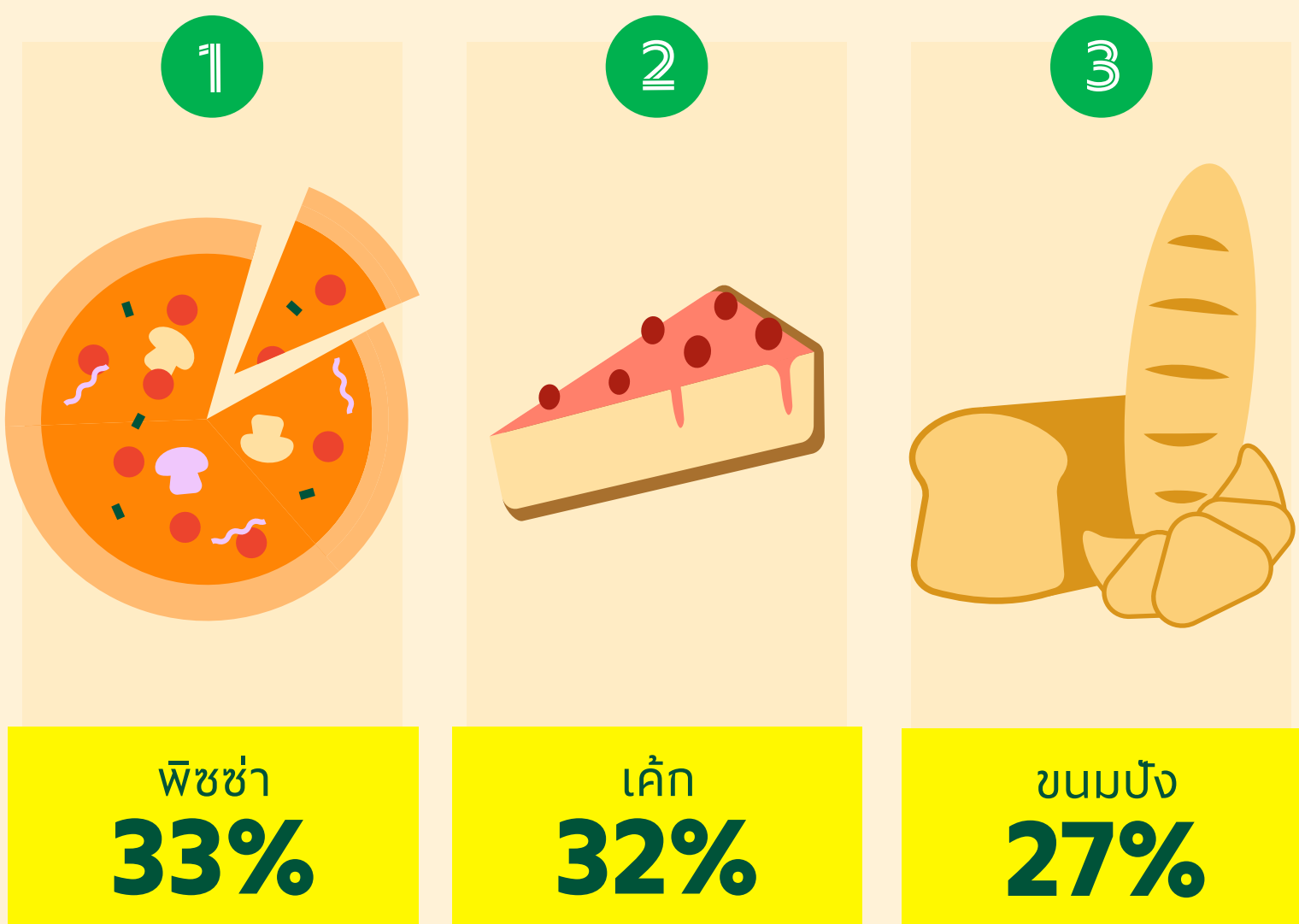


แม้จะมีกระแสการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ที่เพิ่มขึ้นแต่ในประเทศไทย
นั้นการทำอาหารเองที่บ้านยังคงเป็นวิธีที่นิยมมากที่สุด ใน
ประเทศไทยมีการทำอาหารที่บ้านถึง 40.9 ล้านมือต่อสัปดาห์!
ดังนั้นจึงถือว่าเป็นโอกาสที่ดีที่จะทำให้บริการส่งอาหารเป็นทางเลือก
ที่น่าสนใจมากขึ้นให้กับเหล่าพ่อครัวแม่ครัวที่บ้าน

เหล่าพ่อครัวแม่ครัวนั้นใส่ใจเรื่องวัตถุดิบต่างๆในอาหารของเขา
และกังวลเรื่องของ **ความสดใหม่** **คุณภาพของส่วนผสม** และ**วิธี
การปรุงที่ดีต่อสุขภาพ**ของแต่ละมือ.

พ่อครัวแม่ครัวทำอาหารให้
3-4 คน โดยเฉลี่ย

มีเมนูโปรดไหนบ้างที่ผู้บริโภค ไม่สามารถทำเองที่บ้าน?



ทำไม?

ใช้เวลานาน

ที่บ้านขาดอุปกรณ์ที่จำเป็น

ทำไม่เป็น

สาระน่ารู้:

กึ่งเค้กและพิซซ่า
ถูกค้นหา บน GrabFood
เกือบ 3 ล้านครั้ง
ในปี 2563!

สรุปเคล็ดลับ:

- นำเสนอสินค้าที่ผู้บริโภคชื่นชอบ แต่เป็นไปได้อย่างที่จะลองสูตรทำเองได้ที่บ้าน
- นำเสนอชุดส่วนผสมปรุงอาหารที่อร่อย และมีคุณภาพสูงที่ผู้บริโภคสามารถปรุงได้เองที่บ้านอย่างสบายๆ
- แบ่งปันเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดเตรียมอาหาร ระเบียบปฏิบัติช่วงโควิด-19 และคุณภาพวัตถุดิบประกอบอาหารเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ
- ถ้ามีรีวิวที่เยี่ยมยอดจากลูกค้า ก็ควรโพสต์ประกาศให้สาธารณชนได้รับรู้



สำหรับบริการส่งอาหาร

คุณมีวิธีทำให้คนหันมาสนใจ
มาลองร้านอาหารของคุณมากขึ้น
ได้อย่างไร?

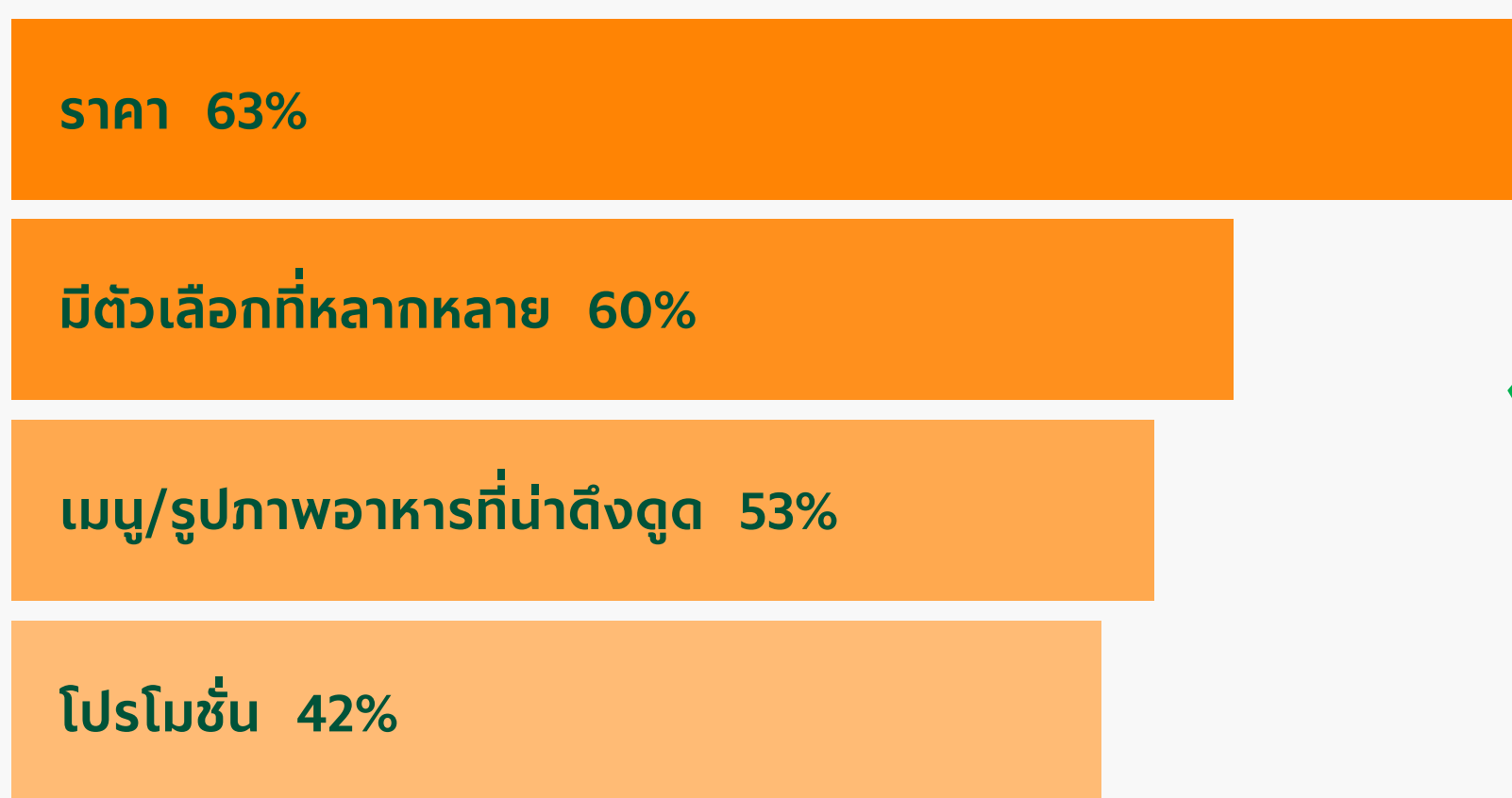
ปัญหาระดับชาติ: กินอะไรดี?

การทำให้ผู้บริโภคหันมาเลือกร้านอาหารของคุณ แทนอีกหลายสิบล้านร้านอาจเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก มาดูกันดีกว่าว่าผู้บริโภคใส่ใจเรื่องอะไรกันบ้าง พวกเขาตัดสินใจเลือกกินอย่างไรบ้าง?



อะไรคือปัจจัยหลักให้คนไทยลองร้านอาหารใหม่ๆ?

วิธีการทำการตลาด และกำหนดราคาอาหารของคุณเป็น



ปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม



7 วิธีให้คนสั่งอาหารจากคุณ (และกลับมาสั่งใหม่อีกครั้ง) บน GrabFood

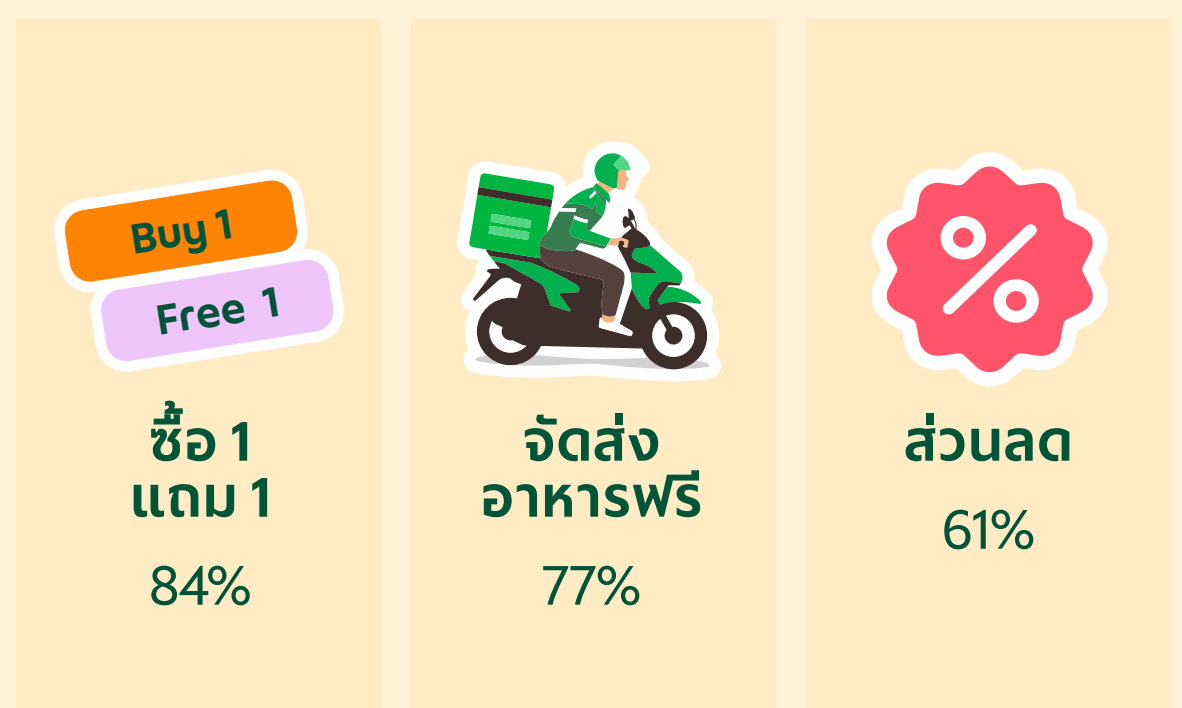
1 การกำหนดราคาที่เหมาะสม

- การลดราคาสินค้าสามารถชักจูงให้ผู้บริโภคซื้อมากขึ้น
- ใช้วิธีการจัดวางสินค้าในแต่ละหมวดหมู่ตามลำดับ (จากราคาจากต่ำไปสูง) เพื่อกระตุ้นให้ได้คำสั่งซื้อที่ใหญ่ขึ้น



2 การใช้โปรโมชั่นช่วยกระตุ้นความสนใจ

- เมื่อกล่าวถึงโปรต่างๆแล้ว ผู้บริโภค มักเลือกการจัดส่งฟรี ถ้าคุณมีงบประมาณทางการตลาดเหลือ แนะนำให้เข้าร่วมแคมเปญโปรโมชั่นดังกล่าว
- ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีโปรกับ GrabFood สามารถทำยอดขายเพิ่มขึ้นสูงสุดถึง 50%



โปรโมชั่น 3 ลำดับที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด

3

การจัดรวมเมนูชุดคอมโบที่ดี

- อาหารชุดคอมโบเป็นกลยุทธ์ที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าสามารถ**เพิ่มมูลค่าการสั่งซื้อ**ในแต่ละออเดอร์ได้ และขยายรายการสั่งซื้อได้ถึง **50%**
- รวมรายการอาหารที่เหมาะสมกับการจับคู่ร่วมกันเป็นคอมโบเพื่อกระตุ้นยอดขาย (เช่น จับคู่อาหารจานหลักกับໄໝ້ดาว เพราะเป็นเมนูขายดี!)

เมนูเสริม 3 รายการที่โปรดปรานของคนไทย

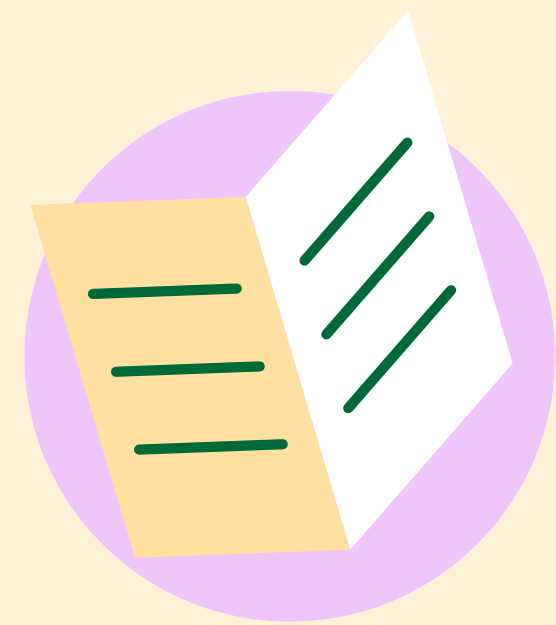
- 1 ของทานเล่น และเครื่องดื่ม
- 2 เครื่องดื่ม
- 3 ของหวาน



4

เมนูสิ้นกระชับ ตอบโจทย์ทุกช่วงเวลา

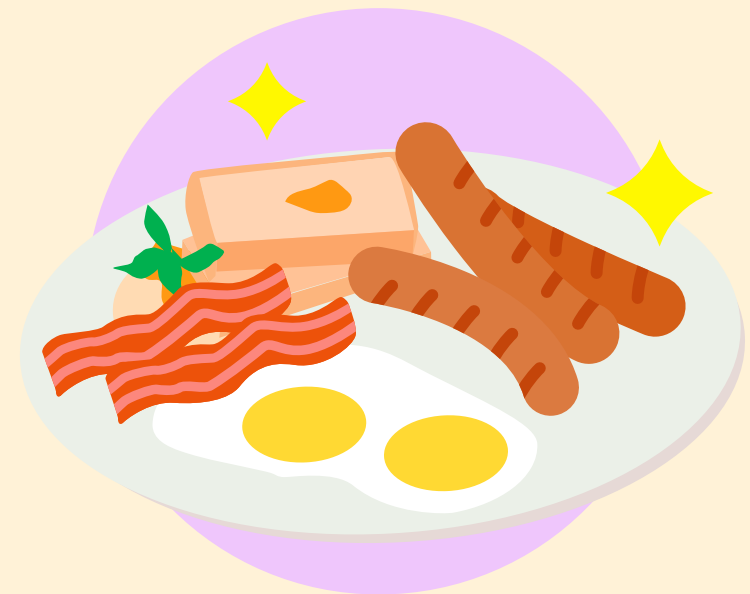
- จัดวางรายการอาหารสำคัญของคุณไว้ด้านบนเมนู เพราะรายการที่จัดวางด้านล่างมักจะขายได้น้อยกว่า
- ทำเมนูของคุณสั้นและควรเลือกรายการอาหารที่เหมาะสมสำหรับการขนส่งมาใส่ในเมนู



5

ทำให้อาหารน่ากิน

- รายการอาหารที่มีรูปประกอบมีการสั่งซื้อ **มากกว่า 2 เท่า** เมื่อเทียบกับรายการที่ไม่มีรูป!
- ร้านค้าที่มีรูปถ่ายมียอดขายเพิ่มขึ้นถึง **3 เท่า**



6

ทำให้ชื่ออาหารของคุณฟังดูน่าสนใจด้วย

- “ไก่ทอด” “ไก่ทอดกรอบ” หรือ “ไก่ทอดสูตรคุณย่า”?
- ใส่คำบรรยายอาหารชวนน้ำลายสอ เช่นคำว่า ‘กรอบ’ หรือ ‘นุ่ม’ ในชื่อเมนูสามารถ**เพิ่มยอดขายได้เฉลี่ยถึง 60%**!



7

จัดส่งอาหารแสนอร่อยให้ตรงเวลา และตรงตามที่ตั้งใจไว้

- เสนอรายการอาหารที่สะดวกต่อการเดินทางไปส่งได้และยังคงรสชาติดีเมื่อกินในอุณหภูมิห้อง
- ให้ตระหนักถึงจำนวนการสั่งซื้อที่เหมาะสมที่ทางร้านค้าสามารถรับไหวเพื่อให้มั่นใจว่าผู้บริโภครจะได้รับประสบการณ์ที่ยอดเยียมจากการสั่งซื้อ
- ผู้บริโภค **70%** ที่ประสบปัญหาไม่ว่าจะเรื่องความปลอดภัย หรือคุณภาพอาหารมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการร้านค้านั้นๆลดลง!



≥4.8

คะแนนจาก
ผู้บริโภค



≤20

ระยะเวลาจัดเตรียม
อาหารหลังจากมีการ
สั่งซื้อ



0%

เหตุการณ์เนื่องจาก
ความปลอดภัยหรือ
คุณภาพ/การถดถอย
เล็กน้อยเนื่องจาก
ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง

การคาดหวังความเป็นเลิศของผู้บริโภค GrabFood
ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

เวลาเปลี่ยน ธุรกิจอาหาร ก็ต้องเปลี่ยน



อนาคตของธุรกิจอาหารและ
เครื่องดื่มจะเป็นแบบไหน?
การทำความเข้าใจเทรนด์และนวัตกรรม
จะสามารถเป็นประโยชน์กับคุณได้



โดดเด่นด้วย การตลาดดิจิทัล

ทุกวันนี้คนที่คุ้นชินกับระบบดิจิทัลในประเทศไทยมักพบร้านอาหารใหม่ๆผ่านแอปบริการส่งอาหารต่างๆ การลงทุนกับแพลตฟอร์มดิจิทัลเหล่านี้จะช่วยให้คุณได้เข้าถึงคนได้มากขึ้น ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มยอดขายของกิจการของคุณได้ด้วย

76%

ของจำนวนผู้บริโภค
ค้นพบร้านอาหารใหม่
ผ่านแอปบริการ
ส่งอาหาร

รู้หรือไม่?

>50%

ของผู้ใช้ GrabFood ใช้
เมนูค้นหาเพื่อช่วยในการ
ตัดสินใจเลือก
อาหาร

คนไทยค้นหา
ร้านอาหารโดยเฉลี่ย
3.3 ร้านก่อนตัดสินใจ
สั่งซื้อผ่านแอป
GrabFood!



มีเจ้าของกิจการอาหารจำนวนมากที่ใช้ GrabAds เพื่อกระตุ้น ให้เกิดการรับรู้และการสั่งซื้อ



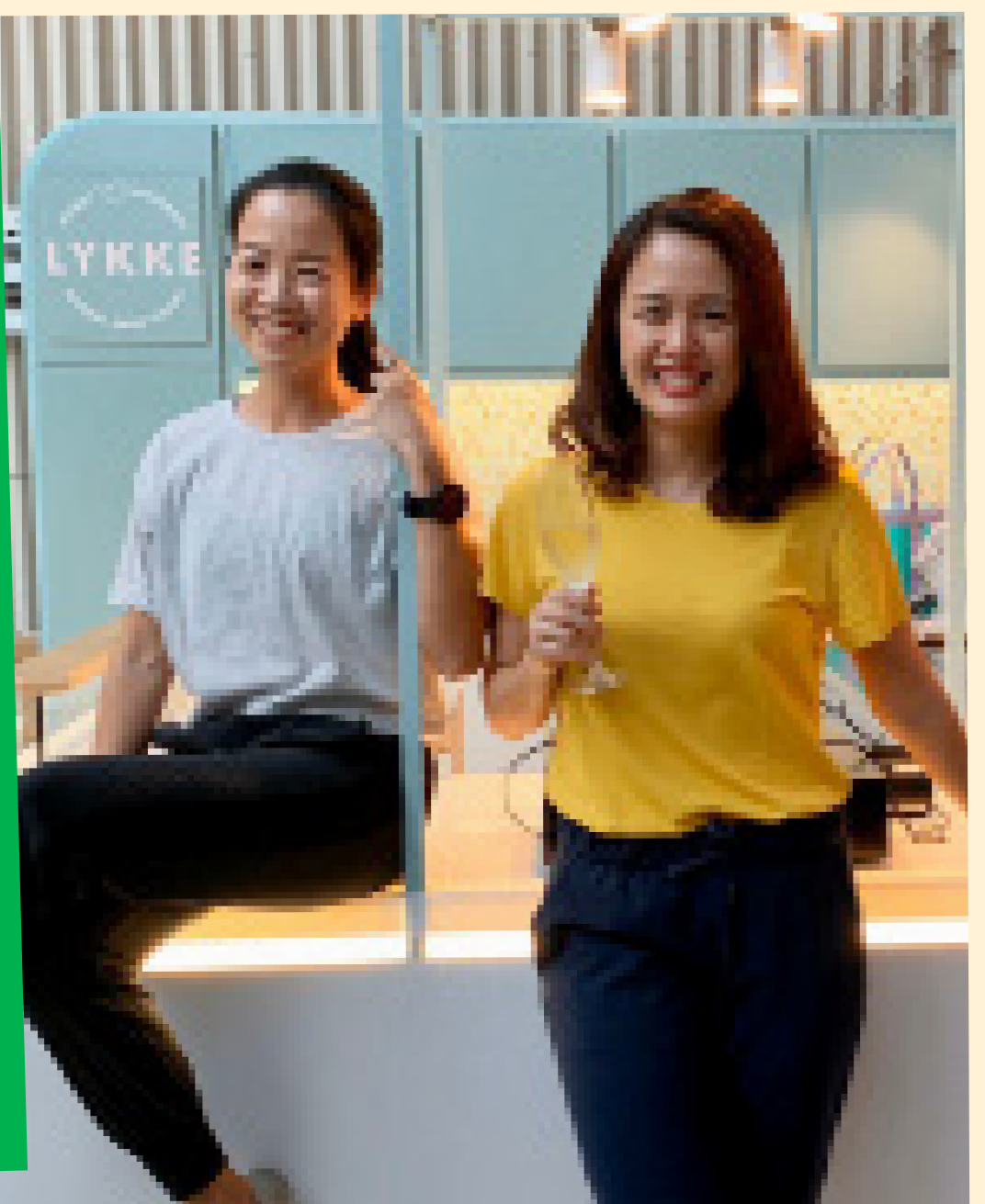
GrabAds ให้โอกาสธุรกิจขนาดเล็กที่อาจมีเวลาและงบประมาณที่จำกัดในการเข้าถึงผู้บริโภคใหม่ๆบน GrabFood แต่ด้วยความสามารถในการแสดงโฆษณาที่ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยอ้างอิงจากพฤติกรรมการค้นหาของผู้บริโภค เจ้าของกิจการสามารถใช้ง่ายด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถตรวจสอบประสิทธิภาพของแคมเปญเพื่อไว้พัฒนาแคมเปญในอนาคตได้อีกด้วย

- Margaret Chang, Regional Head of SMB, GrabAds

//

Grab มีฐานลูกค้าที่กว้างขวาง และเรารู้ว่าการทำโฆษณาบน Grab สามารถที่จะช่วยกระจายข่าวสารถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า ซึ่งผลตอบแทนที่ได้ถือว่าดีมาก ทำให้ยอดขายเฉลี่ยต่อวันของเราเพิ่มขึ้นถึง 3 เท่า!”

- Lynn, Khemika Jiwapornthip and Lilly, Kheminee Kiatsampan, Founders, Lykke Yogurt





การปรับขนาดธุรกิจ ด้วย *Cloud Kitchens*

Cloud kitchens เป็นที่ตั้งของธุรกิจอาหารและเครื่อง
ดื่มหลายๆเจ้าภายใต้พื้นที่เดียวกัน ซึ่งจะช่วยให้อาณา
กิจการเน้นความสนใจไปที่การส่งอาหารเดลิเวอรี่กับเครือ
ข่ายที่กว้างขวางของ GrabFood และดำเนินการจัดการ
เรื่องทั่วไปโดยไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน

มันคือการที่เจ้าของกิจการและผู้ บริโภคต่างได้ผลประโยชน์ทั้งคู่:

เจ้าของกิจการ

แนะนำอาหารที่หลากหลายและเข้าถึงพื้นที่ที่กว้างขึ้นเพื่อให้
ได้เปรียบในการแข่งขันด้วยต้นทุนที่ต่ำ

ผู้บริโภค

สามารถสั่งอาหารได้จากร้านที่ไม่ได้อยู่ในละแวกใกล้เคียง
ได้อย่างสะดวกสบาย

รู้หรือไม่?

Cloud Kitchen เช่น
GrabKitchen สามารถลด
ค่าใช้จ่ายล่วงหน้าของ
ธุรกิจอาหารและ
เครื่องดื่มได้

อีกทั้งยังสามารถ
ลดระยะเวลาการ
เปิดตัวร้านใหม่ได้
มากกว่าครึ่ง

วันนี้มีเจ้าท์เล็ก GrabKitchen มากกว่า 60 แห่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ Grab สามารถช่วยธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มให้มีการปรับตัวให้ทันความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว



ความสำเร็จของ GrabKitchen นั้นขึ้นอยู่กับความสามารถของเรา
ในการกลั่นกรองข้อมูลผู้บริโภค และช่วยธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
ในเรื่องแผนการการขยายธุรกิจ ขจัดความยุ่งยากในการบริหาร
ร้านอาหาร และเอื้ออำนวยให้พวกเขาสามารถจดจ่อกับสิ่งที่พวกเขา
ทำได้ดีที่สุด นั่นก็คือ การทำอาหารที่แสนอร่อย

– Demi Yu, Regional Head of GrabFood and GrabMart



การจัดส่งผ่าน GrabKitchen ได้ช่วยให้แบรนด์ Kouen เพิ่ม
ยอดขายได้ 20-30% และมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นมาก พร้อมทั้ง
ได้ช่วยให้เราบริหารร้านใหม่ได้โดยใช้พนักงานน้อยลง และใช้
งบประมาณน้อยลงในการขยายร้านไปในย่านใหม่

– ณริรพัฒน์ เลิศสิริประภา CEO, Kouen Premium Buffet





อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สามารถช่วยพัฒนา กิจการของคุณได้

ผู้บริโภคสมัยนี้ได้หันมาให้ความสำคัญเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นและอยากมีส่วนร่วมในการร่วมอนุรักษ์โดยการสั่งอาหารกับร้านค้าที่มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ผู้บริโภค

จำนวนผู้บริโภค **1 ใน 2** ต้องการให้มีการลดปริมาณขยะโดยมีทางเลือกที่จะไม่รับ ถุงพลาสติก ผ้าเช็ดปาก หรือช้อนต่างๆ

3 ใน 5 แจ้งว่ายินดีที่จะเพิ่มเงินจำนวน **10 บาท** เพื่อได้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม!⁵

รู้หรือไม่?

ในปี 2563 มีชุดช้อนส้อมเกือบ 380 ล้านชุดที่ประหยัดไปได้ ภายใต้ตัวเลือก "ไม่รับช้อนส้อม" ที่ GrabFood ได้นำเสนอ

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

9 ใน 10 ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม มีความกังวลเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อม และมุ่งเน้นที่จะเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม⁶
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มได้เริ่มเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง?



เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
42%



ลดปริมาณการใช้พลาสติกประเภทครั้งเดียว
38%

แนวความคิดอันดับต้นๆของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเกี่ยวกับการร่วมช่วยปัญหาสิ่งแวดล้อม



“เราทราบว่าความนิยมในการใช้บริการส่งอาหารที่เพิ่มขึ้นนั้นมาพร้อมกับความท้าทายที่ไม่เหมือนใครที่ส่งต่อปัญหาด้านมลพิษจากพลาสติก เราจึงมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์เรื่องบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนสำหรับธุรกิจบริการส่งอาหารของเรา และจะนำเสนอมาตรการต่างๆเพื่อสนับสนุนร้านค้าคู่ค้าให้หันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มความยั่งยืนให้ธุรกิจมากขึ้น”

– Cheryl Goh, Group Head of Marketing and Sustainability

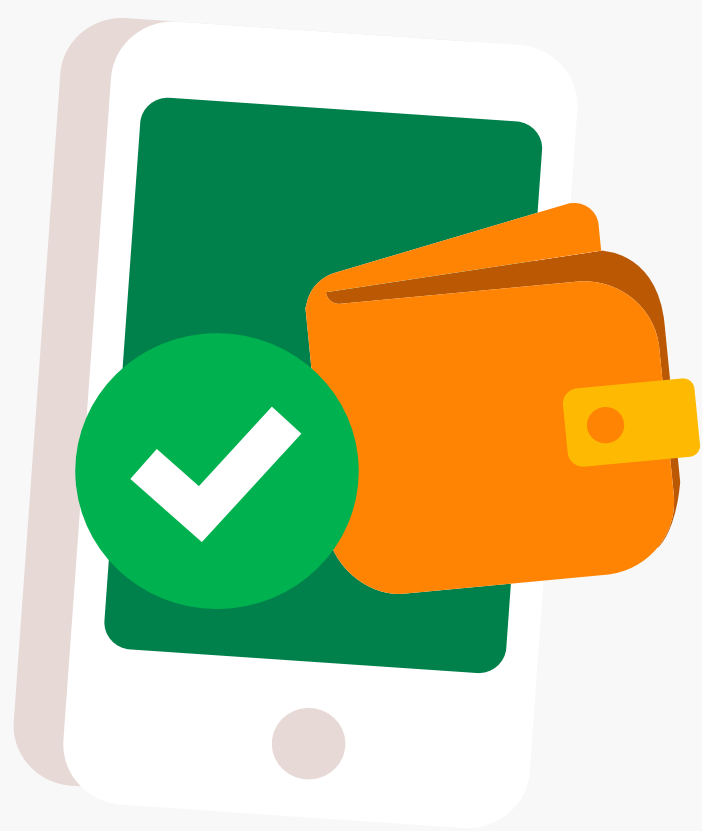
// ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการริเริ่มแผนการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เราได้เปิดตัว MICHELIN Green Star โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความตระหนัก และจุดประกายให้กับร้านอาหารที่ต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ปกป้องความหลากหลายของระบบนิเวศวิทยา และปรับปรุงธุรกิจอาหารให้มีความยั่งยืนโดยการเรียกร้องให้มีการใช้ส่วนผสมอาหารท้องถิ่นมากขึ้นและลดปัญหาขยะอาหาร

– Manuel Montana, Managing Director
Michelin East Asia & Oceania



5 แบบสำรวจออนไลน์จากผู้บริโภคจำนวน 3,600 รายที่ใช้ GrabFood เป็นประจำอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย เม.ย. 2564

6 แบบสำรวจออนไลน์จากร้านค้าจำนวน 200 ร้านที่ใช้ GrabFood เป็นประจำอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย พ.ค. 2564



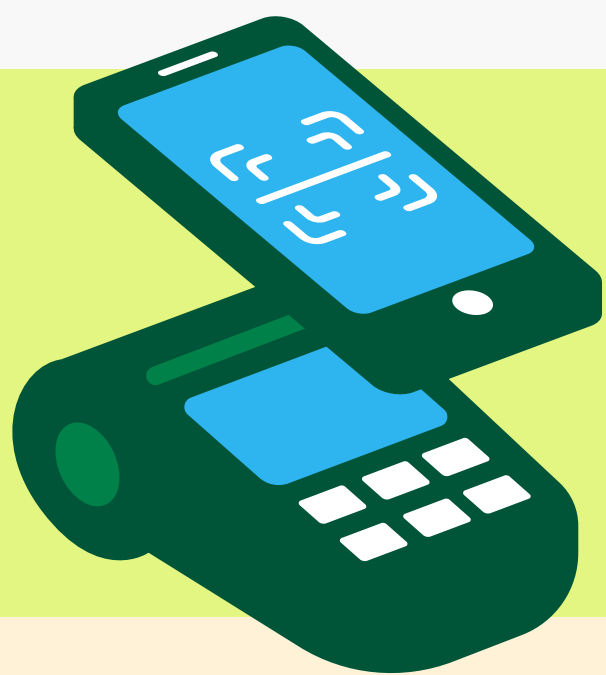
51%

ผู้บริโภค มีความรู้สึก
ว่าการชำระเงินแบบดิจิทัล
กลายเป็นสิ่งที่ร้านอาหาร
หรือกิจการขายอาหาร
“ต้องมี”

การชำระเงิน แบบดิจิทัลเป็นสิ่ง “ต้องมี”

ในขณะที่วิธีการชำระเงินโดยลดการสัมผัสที่เป็นที่นิยมที่สุด
นั้น คือบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต แต่การชำระผ่านกระเป๋าเงิน
ดิจิทัล หรือ E-wallet ถือเป็นวิธีที่นิยมมากที่สุดเป็นอันดับที่ 2
ทั้งนี้คนไทย 1 ใน 2 คนได้เริ่มใช้กระเป๋าเงินดิจิทัลหรือ E-wallet
กับบริการส่งอาหาร การโทรสั่งอาหารด้วยตนเองแล้วมารับ
หรือการซื้อกลับบ้าน

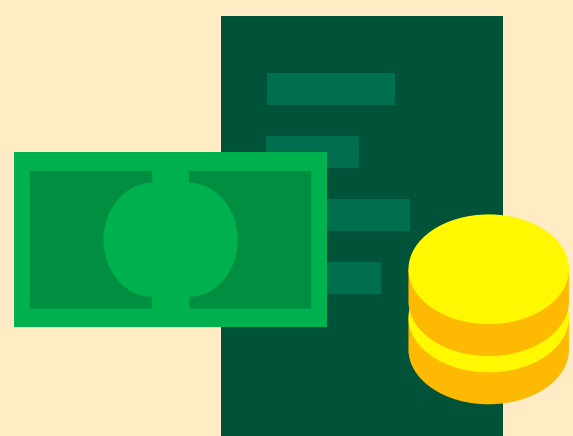
ในยุค โควิด-19 นี้ การชำระเงินแบบดิจิทัลช่วยลดกระบวนการที่
เงินจะถูกแลกเปลี่ยนผ่านมือ ซึ่งช่วยลดการเสี่ยงการสัมผัสเชื้อ
ไวรัสด้วย ทำให้ธุรกิจสามารถจัดการธุรกรรมการเงินในแต่ละ
วันได้อย่างปลอดภัยยิ่งขึ้นพร้อมมอบความสะดวกสบายให้แก่ผู้
บริโภค



โดยคนไทย 72% คาดว่าจะใช้ E-wallet
เพิ่มขึ้นในอีก 1 ปีข้างหน้า

ตอนนี้มีธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจำนวนมากขึ้นที่เลือก GrabPay
เป็นช่องทางเลือกในการชำระเงิน เนื่องด้วยเหตุผลดังนี้:

1



ธุรกิจสามารถติดตาม
การชำระเงินได้โดย
อัตโนมัติ และเห็นยอด
ขายทั้งหมดได้ชัดเจนขึ้น

2



เจ้าของธุรกิจสามารถ
ตรวจสอบประสิทธิภาพ
การขาย และระบุเทรนด์
เพื่อปรับกลยุทธ์ทาง
ธุรกิจได้

3



ลดความกังวลเรื่องการ
โจรกรรม หรือการฉ้อโกง

ขยายธุรกิจ

ของคุณ

ไปกับ

Grab
Food

เราลงทุนรณรงค์ทางการเรียนรู้
เคล็ดลับ และเครื่องมือต่างๆของ Grab
ที่จะช่วยให้คุณพัฒนาธุรกิจ
ให้เติบโตได้ง่ายขึ้น

เคล็ดลับสูตรปรุงธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จ



สูตรการให้บริการ

-  ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มทุกประเภท

สูตรเครื่องปรุงและส่วนผสม

-  ความมุ่งมั่น
-  แรงบันดาลใจ
-  คู่หูบริการจัดส่งอาหารที่ไว้ใจ

เริ่มแรก เรามาปรุงอาหารมื้อหลัก ของวันกันก่อน

มือเช้า & มื้อกลางวัน

- 1 พิจารณาการเปิดร้านให้เร็วขึ้นเพื่อรองรับความต้องการอาหารมือเช้าที่มากขึ้น (9.00 น. -10.00 น.)
- 2 กำหนดตัวเลือกอาหารมือเช้า และมื้อกลางวันง่ายๆ ให้รวดเร็วและไม่ยุ่งยาก
- 3 ลองนำเสนอชุดอาหารอย่างน้อย 1 ชุดที่มีการเพิ่มรายการควบคู่กันทั้งอาหารจานหลัก+เครื่องดื่ม (ชาหรือ กาแฟ)

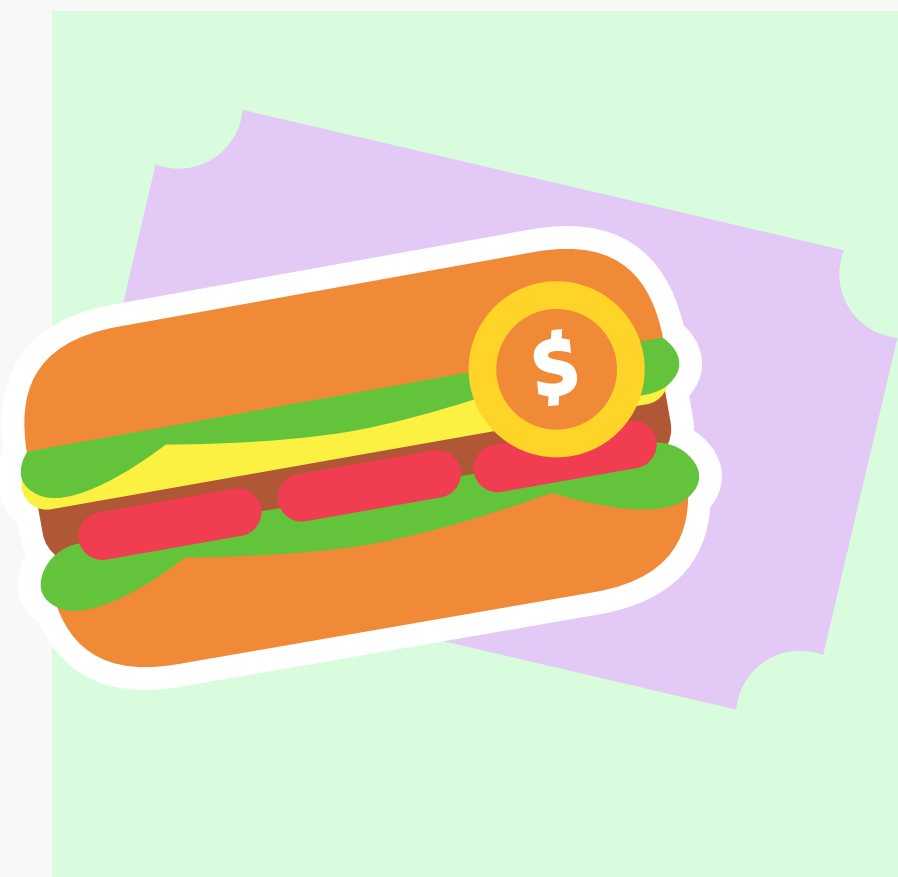
มือเย็น

- 1 ลองนำเสนออาหารเมนูใหม่ช่วงมือเย็น เนื่องจากผู้บริโภคมักมีความตั้งใจอยากลองอาหารใหม่ๆ ที่แตกต่างออกไปในช่วงเวลามือเย็น
- 2 เตรียมรองรับจำนวนการสั่งซื้อปริมาณมากที่เริ่มเข้ามาตั้งแต่ 18.00 น.
- 3 จัดเตรียมเมนูอาหารที่เหมาะสมสำหรับสมาชิกแต่ละคนในครอบครัว ลองเสนอโปรโมชั่นเมนูเซตอาหาร

มือบ่าย & มื้อดึก

- 1 พิจารณาเสนอชานมในช่วงเวลามือบ่ายเพราะเป็นเครื่องดื่มที่กำลังเป็นที่นิยมขึ้นชอบ
- 2 ลองแนะนำรายการอาหารที่ตอบสนองความอยาก เนื่องจากช่วงเวลานี้ไม่ค่อยเหมาะที่จะเสนอรายการอาหารเพื่อสุขภาพ
- 3 พิจารณาเสนอโปรโมชั่นช่วงที่มีการสั่งซื้อต่ำ (15.00 น.-17.00 น.) ในช่วงสุดสัปดาห์ เพราะได้รับการตอบรับที่ดีกว่า

เครื่องปรุงความสำเร็จ



ส่วนผสม



ความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ



ความอยากรทดลองสิ่งใหม่

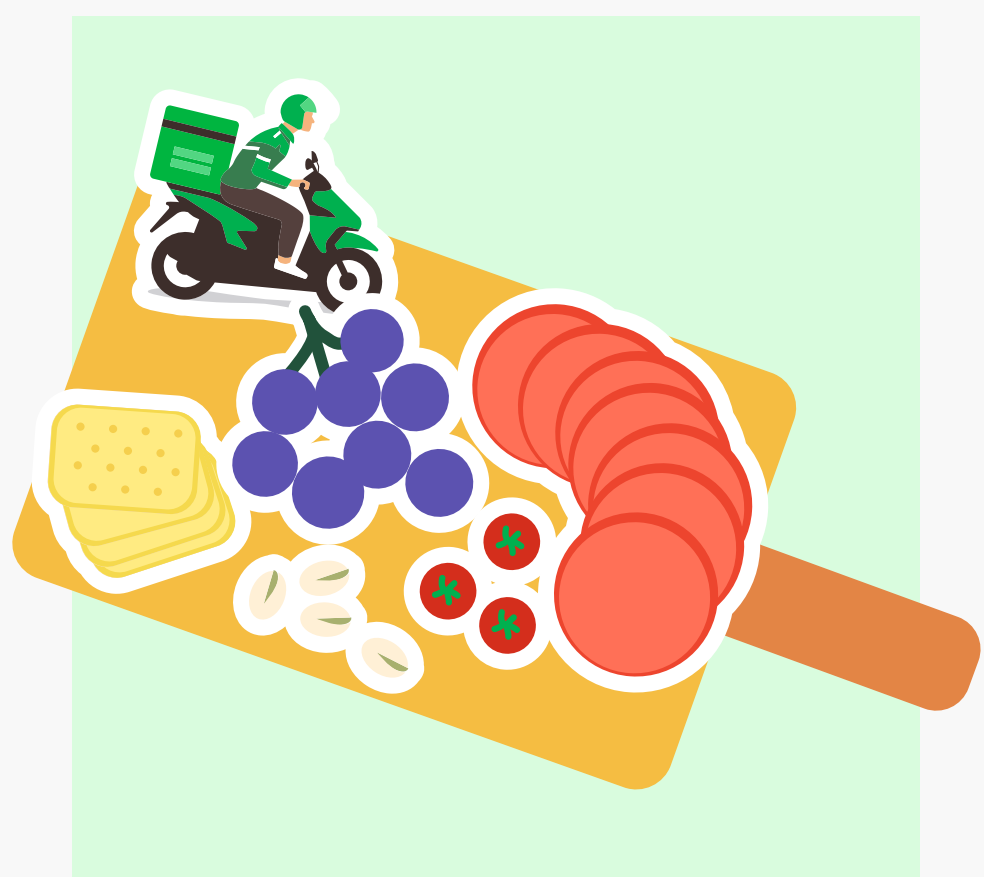


ทัศนคติที่ไม่ยอมแพ้

เราหวังว่าคุณจะหิวแล้ว ได้เวลาเพิ่มความอยากอาหารและฐานลูกค้าของคุณกันแล้วสิ

- 1 ลองนำเสนอรายการอาหารที่เหมาะสมกับเด็กเข้าไปในเมนู สำหรับครอบครัวคนรุ่นใหม่
- 2 พิจารณานำเสนออาหารเทรนด์ในรายการเมนูของคุณ พร้อมเสนอระยะเวลาจำกัด หรือรายการเมนูตามฤดู
- 3 ลองโปรโมทอาหารที่มี เกลือ/น้ำตาล/น้ำมันน้อย และแจ้งปริมาณแคลอรีประกอบ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคที่รักสุขภาพ
- 4 จัดอาหารชุดรวมสลัด แซนวิช หรือสมูทตี้/น้ำผลไม้ เนื่องจากเป็นรายการอาหารที่ผู้บริโภคเห็นว่าเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากกว่าและยินดีจ่ายเพิ่ม
- 5 เอาชนะใจเหล่าพ่อครัวแม่ครัวที่บ้าน ด้วยวิธีการนำเสนอเมนูที่เป็นที่ชื่นชอบแต่ทำเองที่บ้านได้ยาก
- 6 เพื่อเป็นการดึงดูดเหล่าพ่อครัวแม่ครัวที่บ้านมากขึ้น ควรนำเสนอชุดเครื่องปรุงและส่วนผสมของมื้ออาหารที่สามารถนำมาปรุงได้เองที่บ้าน
- 7 แשרเนื้อหาเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพของเครื่องปรุงและส่วนผสมที่ใช้ในการทำอาหารเพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค
- 8 จัดทำโปรโมชั่น ส่งฟรี เพื่อดึงดูดผู้บริโภคใหม่ และกระตุ้นการสั่งซื้อซ้ำ
- 9 แשרรีวิวเชิงบวกในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคสั่งซื้อตามจากร้านของคุณ
- 10 ใช้ Grab Marketing Solutions และ GrabAds เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคใหม่ๆ และทำแคมเปญเพื่อให้โดดเด่นนำคู่แข่ง

การบริการส่งอาหารว่างสำหรับกินเล่น



ส่วนผสม



ความคล่องตัว



การทำงานร่วมกัน
เป็นทีม



ความกล้าที่จะค้นพบ
สิ่งใหม่ๆ รอบตัว

ท้ายที่สุดนี้ อาหารว่างสำหรับกินเล่น จะเป็นอาหารที่เพิ่มยอดขาย ให้กับคุณ

- 1 มีรายการอาหารที่ราคาต่ำ และจัดวางรายการในแต่ละหมวดหมู่จากราคาต่ำไปสูง เพื่อเพิ่มขนาดตะกร้าสินค้า
- 2 แนะนำอาหารชุดคอมโบ้ที่ประกอบด้วยรายการอาหารที่ได้รับความนิยมสูงสุด รวมควบคู่ไปกับอาหารว่าง เครื่องเคียง เครื่องดื่ม และของหวานเพื่อให้มีการสั่งซื้อหลายรายการ
- 3 สำหรับเครื่องดื่ม ให้ระบุยี่ห้อ รุ่น ขนาดบรรจุ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และราคาให้ชัดเจนเพื่อความชัดเจนของผู้บริโภค
- 4 ใส่รูปภาพประกอบและคำอธิบายเกี่ยวกับอาหารเพื่อกระตุ้นยอดคลิกเข้าชม และสั่งซื้อ
- 5 เสนอเมนูให้สั้น เพราะรายการด้านล่างมีแนวโน้มการขายที่ลดต่ำลง ให้เน้นรายการที่มียอดขายที่ดีไว้ด้านบน
- 6 พิจารณาลดรายการเมนูอาหารที่ใช้เวลาการเตรียมนาน (>20 นาที) หรือรายการอาหารที่ไม่เหมาะกับการขนส่ง
- 7 ตรวจสอบให้แน่ใจเป็นประจำว่ารายการอาหารถูกต้องก่อนจัดส่ง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค และมีการกลับมาสั่งซื้อ
- 8 เวลาจัดเตรียมอาหารใส่ลงบรรจุภัณฑ์ (โดยเฉพาะประเภทของเหลว) ดูให้แน่ใจว่ามีการห่ออย่างดีหรือปิดฝาให้สนิทเรียบร้อย หรือใช้บรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันการหก เพื่อป้องกันการหก หรือรั่วไหลระหว่างการจัดส่ง
- 9 แยกประเภทอาหารร้อน และเย็น เพื่อให้อุณหภูมิอาหารเหมาะสมเมื่อถึงมือผู้บริโภค
- 10 พยายามเน้นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผู้บริโภคสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และยินดีที่จะจ่ายเพิ่มอีก 10 บาท

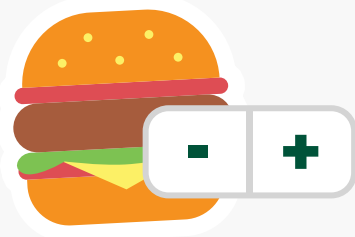
ปรงสูตรความสำเร็จด้วยเครื่องมือต่างๆจาก GrabFood

พัฒนาประสิทธิภาพ



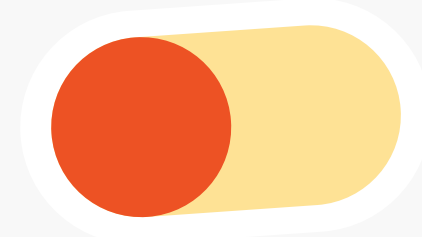
แก้ไขเมนูร้านค้า

สร้างความประทับใจครั้งแรกให้เกิดขึ้นด้วยเมนูของคุณ พยายามอัปเดตข้อเสนอเพื่อพัฒนายอดขาย! ทำการแก้ไขแบบง่ายๆ โดยตรง และทันทีในหัวข้อการแก้ไขเมนู



กำหนดจำนวนยอดขาย

จัดการคำสั่งสินค้าของคุณแบบง่ายๆ กำหนดจำนวนยอดขายสำหรับสินค้าขายดีเพื่อจัดการคำสั่งสินค้า หรือตั้งค่าให้รีเซ็ตโดยอัตโนมัติเป็นประจำ



สถานะร้าน 'ไม่ว่าง'

แม้จะยุ่ง ก็สามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพได้ จัดการช่วงเวลามียอดขายจำนวนมากโดยใส่สถานะร้านคำว่า 'ไม่ว่าง' ในกรณีที่คุณต้องการเวลาทำอาหารนานกว่าปกติ การตั้งสถานะนี้จะช่วยลดระยะเวลาการรอของคนขับ การจัดสรรเลือกคนขับ และช่วยลดปริมาณคำสั่งซื้อที่มายังร้านค้าของคุณ

การเติบโตแบบก้าวกระโดด



โปรโมชั่น

กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้นด้วยโปรโมชั่น

เลือกร่วมแคมเปญโปรโมชั่น บน GrabFood หรือสร้างส่วนลดของทางร้านเองเพื่อเพิ่มยอดขาย



ข้อมูลเชิงลึก

ขับเคลื่อนการเติบโตด้วยการเรียนรู้ เกี่ยวกับประสิทธิภาพธุรกิจของคุณ

ด้วยเครื่องมือข้อมูลเชิงลึก (Insights) คุณสามารถกระตุ้นทีมของคุณทำให้ธุรกิจของคุณเติบโตขึ้น โดยการทำความเข้าใจประสิทธิภาพยอดขาย และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคให้ดีขึ้น



การลงโฆษณา

สร้างความโดดเด่นให้ธุรกิจของคุณด้วยการจัดการโฆษณา

ใช้เวลาเพียงแค่ 5 นาที คุณก็สามารถมีโฆษณาแบนเนอร์และโฆษณาค้นหาที่จะใช้ดึงดูดลูกค้าให้มาที่ร้านของคุณ คุณจะเสียค่าบริการก็ต่อเมื่อมีคนกดคลิกที่โฆษณาเท่านั้น



การแชร์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

ใช้ลิงค์ร้านค้า Grab ของคุณบนช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

ลิงค์ร้านค้า Grab ของคุณที่สามารถนำผู้บริโภคของคุณตรงไปที่หน้าสั่งซื้อของคุณ คุณสามารถนำไปใช้ในโพสต์สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ อีเมล ข้อความ WhatsApp และอีกมากมาย!



GrabAcademy

วิธีที่ดีที่สุดเพื่อการเติบโตคือการเรียนรู้

ค้นหาข้อมูลออนไลน์เพื่อช่วยให้คุณเชี่ยวชาญและได้รับผลประโยชน์จากเครื่องมือ GrabMerchant พร้อมเรียนรู้พื้นฐาน การสร้างแบรนด์ การคิดโปรโมชั่น และการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์

ยังไม่ได้ร่วมงานกับ **GrabFood** ?



Grab เป็นผู้นำแพลตฟอร์มซูปเปอร์แอปในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันผ่านบริการต่างๆ เช่น การขนส่ง เคลื่อนย้าย การบริการส่งอาหาร พัสดุและของชำ การชำระค่าบริการผ่านมือถือและบริการทางการเงินให้แก่คนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นับล้านคน

กว่า
214 ล้านครั้ง
ที่แอปถูกติดตั้ง

ทั้งหมด
428 เมือง
ใน 8 ประเทศ

มีผู้ขับขี่ ร้านค้า
และตัวแทน
มากกว่า 9 ล้าน
รายในสังกัด

อย่าพลาดเครื่องมือและบริการต่างๆ หรือโอกาสที่จะเติบโตไปกับการเป็นพาร์ทเนอร์ร้านค้าของ GrabFood ลงทะเบียนได้แล้ววันนี้ และเริ่มต้นการร่วมงานกับเราได้ภายใน 3 วัน

ลงทะเบียนได้ ที่นี่

ทำไมควรเข้าร่วมเป็นพาร์ทเนอร์-ร้านค้ากับ Grab?



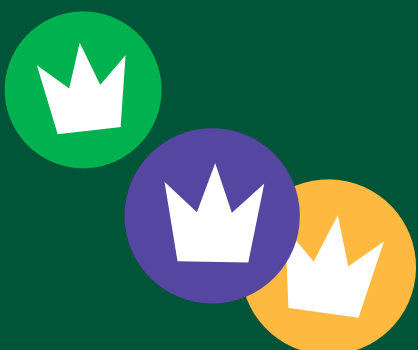
ทำการตลาดกับลูกค้าของเรา

ขยายธุรกิจของคุณโดยการเข้าสู่ช่องทางการตลาดของเราเพื่อเข้าถึงลูกค้าผู้ซื้อหลายนับล้านคนของ Grab



ไม่ต้องจ้างคนงานเพิ่ม

ด้วยกองทัพผู้จัดส่งที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คุณจะได้รับการจัดส่งโดยไม่ต้องมีการจ้างพนักงานเพิ่ม



ลูกค้ากลับมาใช้บริการเรื่อยๆ

ให้คะแนนสะสมรางวัล และรักษาจำนวนลูกค้าโดยมอบสิทธิประโยชน์จากโปรแกรม loyalty ของ GrabRewards



รู้จักลูกค้าของคุณ

เข้าถึงเครื่องมือที่ช่วยให้คุณติดตามวิเคราะห์ และปรับปรุงธุรกิจของคุณผ่านทางออนไลน์

