



คุณสิวารี เจริญจิตมัน
กรรมการ

มิติที่ได้รับรางวัล

1. Customer-Focused Product and Service
2. Branding and Marketing
3. Operational Best Practice

บริษัท ไมครอนโปรโมชัน จำกัด ในเครือเดียวกับไมครอน กรุ๊ป ซึ่งเริ่มต้นธุรกิจจากการเป็นผู้รับจ้างผลิตสินค้าพลาสติก (OEM) ให้กับประเทศญี่ปุ่น ก่อนที่ในปี 2549 จะผันตัวสู่ธุรกิจออกแบบและคิดค้นสินค้าด้านนวัตกรรมเครื่องใช้ในครัวเรือน แบรนด์ “Super Lock” มีจุดยืนในฐานะ “ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดเก็บ” โดดเด่นด้วยการใช้วัสดุเกรดเอมาผนวกกับเทคโนโลยี Microban ที่ช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรียได้ตลอดอายุการใช้งาน **ซึ่งถือเป็นแบรนด์แรกและแบรนด์เดียวในไทยที่นำนวัตกรรมนี้เข้ามาใช้ในกล่องบรรจุอาหาร** ทำให้ Super Lock แตกต่างจากคู่แข่งในตลาด อีกทั้งยังมีเทคโนโลยีล็อก 2 ชั้น พร้อมซีลซิลิโคนพิเศษที่ป้องกันการรั่วซึมได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงช่วยถนอมอาหารได้ยาวนานและไม่หกรั่วซึมทำความสะอาดง่าย ได้รับรองมาตรฐานจากสถาบันชั้นนำของโลก เช่น FDA , LFGB ,ISO, มอก.



Super Lock มุ่งสร้างดีไซน์สินค้าโดยคำนึงถึงความต้องการ และปัญหาของผู้บริโภคเป็นหลัก เช่น การสร้างสรรค์ไลน์สินค้า LongKept™ ซึ่งเป็นการต่อยอดการใช้เทคโนโลยี Microban ร่วมกับ ดีไซน์เฉพาะทาง ที่เน้นการเก็บรักษาอาหารให้สดใหม่ยาวนานยิ่งขึ้น ตอบโจทย์ทั้งในด้านสุขอนามัยและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่

นอกจากนี้ ยังขยาย Product Line เพื่อมุ่งไปสู่การเป็น “Lifestyle Solutions Provider” เช่น กล่องเก็บรองเท้า กล่องเก็บกล่องถ่ายรูป กล่องเก็บไข่ไก่ และกล่องช่วยจำ ทั้งในรูปแบบกล่องอาหาร กล่องยา และกล่องเก็บของ ซึ่งเป็นการนำนวัตกรรมมาผสมผสานเข้ากับ กล่องที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้ามากขึ้น จนทำให้ในปัจจุบัน Super Lock มีไลน์สินค้าครอบคลุมกว่า 10 หมวดหมู่ กว่า 500 รายการ พร้อมการันตีด้วยการรับประกันเปลี่ยนฝาให้ฟรีตลอดอายุการใช้งาน โดยไม่ต้องมีใบเสร็จรับเงิน รวมถึงการปรับดีไซน์ฝาให้เป็นแบบ หลอดกอดออกได้เพื่อแก้ปัญหาฝาล็อคหัก

ต่อมา ในปี 2562 มีการ Re-Banding ร่วมกับ Jacob Jensen ซึ่งเป็นดีไซเนอร์สตูดิโอจากเดนมาร์ก เพื่อปรับโฉมแบรนด์ให้ทันสมัย ทั้งด้านคุณค่า ดีไซน์ โลโก้ และแพคเกจจิ้ง ภายใต้โทนสีครามที่สะท้อนวิถีชีวิตแบบไทย เรียบง่ายแต่มีชีวิตชีวา พร้อมขับเคลื่อนกลยุทธ์ Collaborative Marketing ร่วมกับแบรนด์ ลิขสิทธิ์ระดับโลก อาทิ ดิสนีย์ ซานริโอ และมูมิน เพื่อเจาะตลาดกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี

ปัจจุบัน บริษัทฯ ยังขยายช่องทางการขายทั้งแบบหน้าร้าน (Physical Store) และช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook และเว็บไซต์ พร้อมการทำแคมเปญการตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำให้ยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสามารถส่งออกสินค้าไปกว่า 40 ประเทศทั่วโลก

ด้านการบริหารงานภายใน บริษัทฯ ได้นำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ (Digital Transformation) เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม เช่น การใช้โปรแกรม Molog WMS นับสินค้าภายในคลัง ผ่านการ Scan Barcode เพื่อตรวจสอบสินค้าแบบ Real-time ช่วยคาดการณ์การผลิตได้อย่างแม่นยำ ลดระยะเวลาในการทำงาน ลดข้อผิดพลาดในการจัดสินค้า รวมถึงปรับระบบ System-based เชื่อมโยงโปรแกรมการทำงานร่วมกันแบบครบวงจร ใช้โปรแกรม ODOO ในการจัดการบัญชีและการตลาดได้อย่างแม่นยำ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น