



ชาวละออ
SINCE 1929

X Campus Ads Idea Contest Season 8 (2025)



95 ปี

KHAOLAOR

1. Product Introduction



Khaolaor Mouth Gel ยาการรักษาแผลในปาก ผลิตจากสมุนไพรชายทั่วไป

****เลือกทั้ง 2 แบบบรรจุภัณฑ์ ขนาดซอง 1 กรัม
 และหลอด 5 กรัม**

- เจลสมุนไพรทาแผลในปากสูตรเข้มข้น พัฒนาจากตำรับยาดั้งเดิม
- สารสกัดจากธรรมชาติ ปลอดภัย ไม่ใช้สเตียรอยด์ ปลอดภัย ใช้ได้ทุกวัย
- การรักษาแผลในปาก แผลร้อนใน แผลจากการจัดฟัน ลื่นเป็นฝ้าขาว แผลจากการฉายรังสี หรือแม้แต่แผลจากการกัดกระพุ้งแก้ม
- ลดการอักเสบ บวม แสบ สมานแผล เย็นสบาย
- ช่วยฆ่าเชื้อรา เชื้อแบคทีเรีย ต้านอนุมูลอิสระ และเคลือบแผลให้รู้สึกสบายได้อย่างรวดเร็ว
- เนื้อเจลบางเบา ไม่เหนียว ติดแผลแต่ไม่ติดมือ ใช้ง่าย พกพาสะดวกตบใจทุกไลฟ์สไตล์
- มีงานวิจัยรับรอง

แผลในปาก กวนใจ... ต้องเจลนี้

“KHAOLAOR MOUTH GEL”



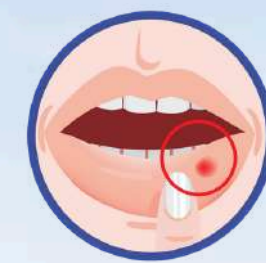
เกร็ดสะระแห่น



น้ำมันสะระแห่น

ตัวยาสุนทรพรอื่น ๆ

ยาทารักษาแผลในปาก ชาวละออ
#แค่แตะก็จบ...ไม่เจ็บต่อ!



แผลในปาก



แผลร้อนใน



เหงือกอักเสบ



สันเป็นฝ้า



แผลจากเครื่องมือจัดฟัน

ยาทารักษาแผลในปาก ชาวละออ
KLO[®] KHAOLAOR MOUTH GEL

ชนิดเจล
บรรเทาอาการแผลในปาก

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขายทั่วไป



ยาทารักษาแผลในปาก ชาวละออ
KLO[®] KHAOLAOR MOUTH GEL

ชนิดเจล
บรรเทาอาการแผลในปาก

Relieve aptho
น้ำหนักรสุทธิ 1 ก
ยาแผนไทย
เลขทะเบียนที่ G 764/59
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขายทั่วไป

เหมาะกับทุกเพศทุกวัย



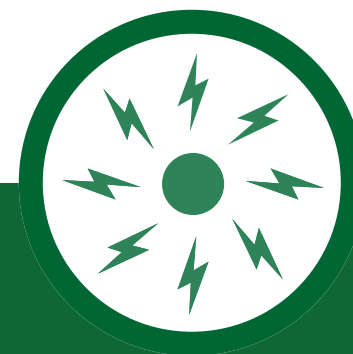
3. Advertising Concept



สมุนไพรเป็น
Everyday Solution
ที่ใช้ได้ทุก Gen



ชาวละออเม้าท์เจล
คือ ฮีโร่ขนาดพกพา
แก้แผลในปาก



นำเสนอ Pain
Point ที่พบได้ในทุก
ช่วงวัย



สร้างภาพลักษณ์
สมุนไพรทันสมัย
ปลอดภัย น่าใช้

4.Creative Objectives

Branding

สร้าง Brand Awareness
และ Brand Love



Trial

กระตุ้นการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

Brand Image

เปลี่ยนภาพลักษณ์สมุนไพรร
ให้ดูทันสมัย

Top of Mind

ทำให้แบรนด์ชาวละออเป็น
Top of Mind ของผู้
บริโภค

5.Key Message & Tagline

Key Message

แผลในปาก กวนใจ... ต้องเจลดี้
“ ชาวละออเม้าท์เจล ”

ยาการรักษาแผลในปาก
 แค่นี้ก็จบ...ไม่เจ็บต่อ!

Tagline

แค่นี้ก็จบ...ไม่เจ็บต่อ!

Slogan Brand

เลือกสมุนไพรคุณภาพ
 เลือกชาวละออ

Hashtags

#แผลในปากกวนใจ
 #ชาวละออเม้าท์เจล
 #แค่นี้ก็จบไม่เจ็บต่อ



6.Brand and Product Information

Brand CI

01

แบรนด์สมุนไพรไทยที่มีความเชี่ยวชาญมากกว่า 100 ปี มีชื่อเสียงในด้านคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และมีงานวิจัยรองรับ ด้วยการผสมภูมิปัญญาดั้งเดิมเข้ากับนวัตกรรม และวิทยาการสมัยใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ปรับให้เข้ากับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่



Brand Identity

02

- The Sage (ผู้รู้) ภาพลักษณ์แบรนด์ชาวละออที่เป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญมากกว่า 100 ปี และคอยให้คำปรึกษาในด้านสมุนไพร
- The Creator (ผู้สร้างสรรค์) สร้างสรรค์ คิดค้น นวัตกรรมสมุนไพรใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิม ด้วยภาพลักษณ์แบรนด์ที่เป็นนักคิด นักพัฒนาที่มีความคิดนอกกรอบ แตกต่าง และไม่ซ้ำเดิม



Core Personality

03

แบรนด์ ชาวละออ เปรียบเหมือน ผู้หญิงวัยกลางคนอายุประมาณ 35-40 ปี

- มีความรู้สึกเรื่องสมุนไพร
- น่าเชื่อถือ
- เป็นกันเอง
- เข้าถึงง่าย
- ให้คำแนะนำได้แบบที่ผู้ฟังเข้าใจ และรู้สึกอบอุ่นใจ



Tone of Voice

05

- จริงใจ (Honest) สื่อสารอย่างตรงไปตรงมา ให้ข้อมูลตามหลักวิชาการ ไม่เกินจริง
- ให้ความรู้ (Educational) ให้ความรู้เรื่องสมุนไพรในแบบที่เข้าใจง่าย ใช้ภาษาที่ใครๆ ก็เข้าถึงได้
- เป็นมิตร (Friendly & Approachabl) ใช้น้ำเสียงอบอุ่น นุ่มนวล เป็นการให้คำแนะนำ ไม่สั่งสอน ไม่เป็นทางการเกินไป



Tagline and Slogan

06

- Tagline : ชาวละออ เกสัช ต่จรงต้ถน สมุนไพร 100 ปี แห้งควมไว้ว่งใจ
- Slogan : สมุนไพร คุณภาพ ต่องชาวละออ



6.Brand and Product Information





สื่อถึงภาพลักษณ์สมุนไพรที่ ทันสมัย, ปลอดภัย, น่าเชื่อถือ และใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน (Practical) โดยเน้นการพกพา ง่าย เข้าถึงง่าย ปลอดภัย และใช้งานสะดวก





หลีกเลี่ยงภาพแผลที่ดูรุนแรง, เลือด, หรือการสื่อถึงความเจ็บปวดที่เกิดขึ้นจริง รวมถึงการใช้ภาษาที่ดูเป็นทางการ หรือศัพท์แพทย์ที่ซับซ้อนเกินไป การโฆษณาเกินจริง หรือผิด พรบ.สมุนไพร และประกาศการขออนุญาตโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพร (ขอ)


7. Unique Selling Points (USP)

- 

ตำรับยาที่พัฒนาต่อยอดมาจากงานวิจัยของยาก
วาดสมานลินที่มีขายมาอย่างยาวนาน
- 

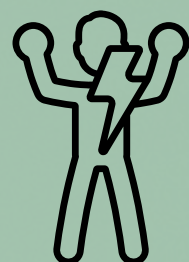
สารสกัดสมุนไพรธรรมชาติ ปลอดภัย ใช้ได้บ่อย
- 

ช่วยสมานแผลไวขึ้น ด้านการอักเสบได้ดี ข่าเชื้อรา
เชื้อแบคทีเรีย และช่วยฟื้นฟูเยื่อบุช่องปากได้ดี
- 

เนื้อเจลบางเบา เย็นสบายจากเกร็ดสะระแห่น ไม่แสบ
ติดแผลดี ไม่เหนียวมือ
- 

มีงานวิจัยรองรับ และได้รับรางวัลเหรียญทอง
ผลิตภัณฑ์ด้านนวัตกรรมเจนีวา 2019 จากประเทศส
วิตเซอร์แลนด์

8.Mood & Tone Advertising



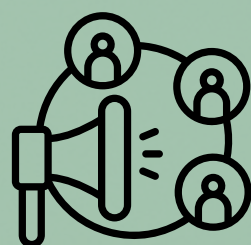
Dynamic & Energetic

คลิปลื่น กระชับ มีจังหวะสนุก



Vibrant & Modern

ใช้สีสดใส ธรรมชาติ และทันสมัย



Relatable & Humorous

เชื่อมโยงสถานการณ์จริง แต่แฝงอารมณ์ขัน



Reliable

สร้างความมั่นใจผ่านความน่าเชื่อถือของแบรนด์

09

Advertising Strategy

1 PAIN POINTS

Soft Sell โดยเล่าเรื่องผ่าน Pain Points
Insight จริงของคนทุก Gen จากปัญหาจริงที่
ทุกคนต้องเคยเจอมาในชีวิต อย่างน้อยคนละ
1-2 ครั้ง

2 SOLUTIONS

แสดงให้เห็นว่า ชาวลออเม้าท์เจล คือทางออก
ง่าย ๆ ของการรักษาแผลในปาก เพราะเราไม่ใช่
แค่บรรเทา แต่ชาวลออเม้าท์เจล คือยาการรักษา
แผลในปาก ที่มีงานวิจัยยืนยันว่าเห็นผลจริง
ปลอดภัย ไม่ใช่สเตียรอยด์

10.Target Audience



กลุ่มคนที่จัดฟัน



ผู้ป่วยที่ได้รับรังสีรักษา
และเคมีบำบัดมะเร็ง
บริเวณศีรษะและลำคอ



ประชาชนทั่วไปตั้งแต่อายุ 5 ปีขึ้นไป / วัยรุ่น
/ คนทำงาน / ผู้สูงอายุที่เป็นแผลร้อนใน
จากความเครียด กินร้อน ดื่มน้ำน้อย และ
แผลอุบัติเหตุในช่องปาก



โรคในเด็ก เช่น มือ
เท้า ปาก

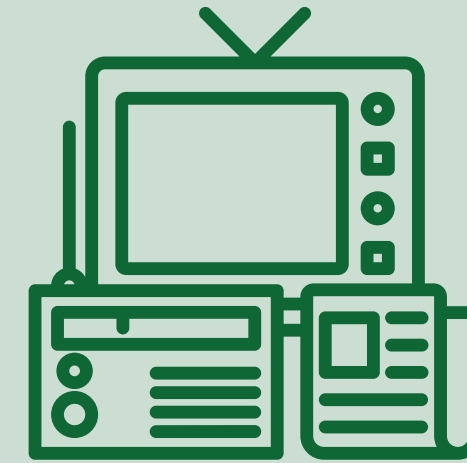


กลุ่มคนที่ศัลยกรรม
ปาก และคาง

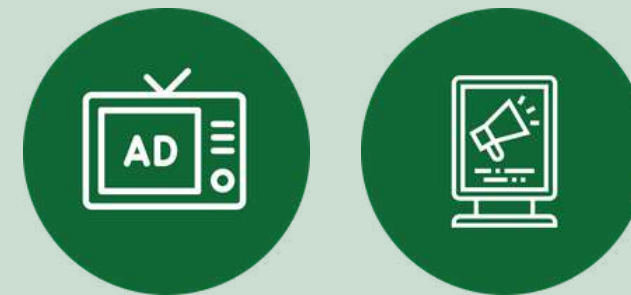
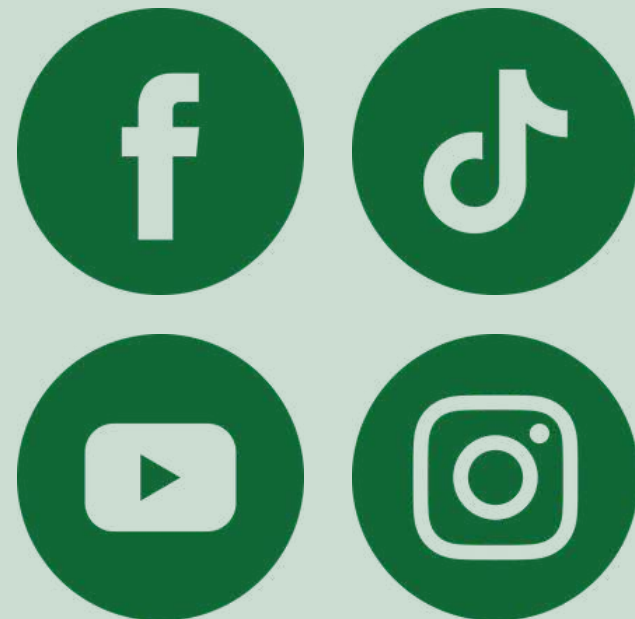
11. Media Channels



Online



Offline



12.Time



Short-Form Video

15-60 วินาที
(สำหรับ TikTok, Reels, Shorts)
เน้นความรวดเร็ว เข้าใจง่าย



Long-Form Video

2 นาที
(สำหรับ YouTube, Facebook)
สามารถเล่าเรื่องราวได้ลึกซึ้ง

**ทำเป็นคลิปยาว 1 และสามารถตัดเป็นคลิปสั้น 1 โดยเป็นเรื่องเดียวกัน



ชาวละออ

SINCE 1929



Thank You

“เลือกสมุนไพรคุณภาพ เลือกชาวละออ”