“พีอาร์นิวส์ไวร์” เปิดตัวรายงาน Asia-Pacific Corporate Communications Report ส่องภูมิทัศน์แวดวงการสื่อสาร

รายงานนี้มีขึ้นเป็นครั้งแรก โดยได้สำรวจความคิดเห็นของบุคลากรสายการสื่อสาร 948 รายทั่วภูมิภาค เพื่อชูกลยุทธ์ ลำดับความสำคัญ และความท้าทายต่าง ๆ ในตลาด 10 แห่ง

พีอาร์นิวส์ไวร์ (PR Newswire) ผู้ให้บริการเผยแพร่ข่าว รวมถึงซอฟต์แวร์และบริการสื่อแบบ Earned Media ชั้นแนวหน้าของโลก ได้ประกาศเปิดตัวรายงาน 2020 Asia-Pacific Corporate Communications Report ในวันนี้

รายงานดังกล่าวได้สำรวจความคิดเห็นของบุคลากรสายงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารรวมกัน 948 ราย โดยมีเป้าหมายเพื่อสะท้อนให้เห็นภูมิทัศน์ของแวดวงการสื่อสารในภูมิภาค ครอบคลุมทั้งแนวโน้มและปัญหาท้าทายต่าง ๆ เกี่ยวกับกลยุทธ์การเผยแพร่ คอนเทนต์ข่าวสารองค์กร และงบสื่อ ผลการสำรวจเผยให้เห็นความนิยมในช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ รวมถึงการจัดสรรงบสื่อ และการผลิตคอนเทนต์ เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ใน

การนำไปวางแผนการสื่อสารในเอเชียแปซิฟิก (APAC)

เอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางภาษา วัฒนธรรม และพฤติกรรมการบริโภคสื่อ ส่งผลให้อุตสาหกรรมต่าง ๆ มีแนวปฏิบัติและความพึงพอใจแตกต่างกันไป รายงานดังกล่าวได้ทำการสำรวจมุมมองใน 10 ตลาดหลัก ได้แก่ ออสเตรเลีย จีนแผ่นดินใหญ่ ฮ่องกง อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไต้หวัน ไทย และเวียดนาม นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญในวงการจากองค์กรที่เป็นพันธมิตรกับพีอาร์นิวส์ไวร์ 7 แห่ง[1] ก็ได้ร่วมให้ข้อมูลด้วย

Royce Shih รองประธานฝ่ายขายและการตลาดประจำเอเชียแปซิฟิกของพีอาร์นิวส์ไวร์ กล่าวว่า “เราเข้าใจความท้าทายที่บริษัทต่าง ๆ กำลังเผชิญเมื่อต้องคิดค้นแคมเปญให้สอดรับกับภูมิทัศน์สื่อที่หลากหลาย และหวังว่าข้อมูลเชิงลึกในรายงานฉบับนี้จะช่วยให้ลูกค้าของเราแชร์เรื่องราวของตนได้ดีขึ้นในตลาด วัฒนธรรม และภาษาต่าง ๆ”

ผลการสำรวจพบว่า บริษัทเกือบ 6 ใน 10 ในเอเชียแปซิฟิกให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอิทธิพลของแบรนด์มากกว่าการเพิ่มยอดขายและเรียกลูกค้าในแคมเปญของตน โดยบริษัท 70% มองว่าเว็บไซต์ข่าวเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญที่สุดในการยกระดับความตระหนักต่อแบรนด์ มากกว่าช่องทางอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์องค์กร สื่อสิ่งพิมพ์ และโซเชียลมีเดีย

ประเด็นสำคัญอื่น ๆ ที่จะได้จากรายงาน มีทั้ง

– ความท้าทายด้านการสื่อสาร 3 อันดับแรก ได้แก่ การผลิตคอนเทนต์ (55%) การวัดผลลัพธ์ของการสื่อการ (54%) และข้อจำกัดด้านงบประมาณ (51%)
– การรักษาความไว้วางใจและการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมากในภูมิภาค โดย 69% ของธุรกิจในเวียดนามระบุว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องที่ท้าทาย ขณะที่ 28% ของธุรกิจในเกาหลีใต้ระบุว่าเป็นเรื่องยาก
– ในปีนี้ 37% ของธุรกิจวางแผนที่จะเพิ่มงบที่ใช้กับ Earned Media โดยธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีพนักงานมากกว่า 1,000 คนแสดงความตั้งใจที่จะทำเรื่องดังกล่าวมากกว่าธุรกิจขนาดเล็ก
– ช่องทางการเผยแพร่คอนเทนต์สำหรับข่าวธุรกิจองค์กรยอดนิยมคือเว็บไซต์ข่าว (70%) โซเชียลมีเดีย (60%) เว็บไซต์ทางการของบริษัท (58%) และสื่อสิ่งพิมพ์ (56%)
– หัวข้อที่พบบ่อยที่สุดในข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์กรคือ งานอีเวนต์ (63%) ผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ (61%) มุมมองอุตสาหกรรม (39%) และการประกาศรางวัล (38%)

นอกจากการนำเสนอแนวทางการสื่อสารแบบองค์รวมแล้ว รายงานยังนำเสนอรูปแบบคอนเทนต์ข่าวประชาสัมพันธ์ยอดนิยมในมุมมองของนักข่าวจากรายงาน APAC Media Surveys ฉบับก่อนหน้าของพีอาร์นิวส์ไวร์ ควบคู่ไปกับสิ่งที่ผู้เชี่ยวชาญในแวดวงการสื่อสารให้ความสำคัญ การปรับข่าวธุรกิจองค์กรให้ตรงกับความต้องการของนักข่าวที่ต้องการอีเวนต์ที่คุ้มค่ากับการทำข่าวและมีมุมมองของเรื่องราวที่น่าสนใจนั้น จะทำให้ธุรกิจต่าง ๆ สามารถเสริม

สร้างความสัมพันธ์ของตนเองกับสื่อและยกระดับประสิทธิภาพแคมเปญการสื่อสารให้ได้มากที่สุด

ดาวน์โหลดรายงาน 2020 Asia-Pacific Corporate Communications Report ฉบับเต็มได้ที่ https://misc.prnasia.com/atd/custeventreg.php?event_id=494/?utm_source=prnasia&utm_medium=press_release&utm_campaign=APACCommsReport2020

[1] พันธมิตรของพีอาร์นิวส์ไวร์: Crisis Management Centre (Malaysia), InfoQuest, International Association of Business Communicators (Malaysia), KPRCA (Korea Public Relations Consultancy Association), Malaysian Digital Association, Malaysia Global Business Forum, Public Relations and Communications Association Southeast Asia

เกี่ยวกับพีอาร์นิวส์ไวร์

พีอาร์นิวส์ไวร์ (PR Newswire) บริษัทในเครือซิซั่น (Cision) เป็นผู้ให้บริการเผยแพร่ข่าว รวมถึงซอฟต์แวร์และบริการสื่อแบบ Earned Media ชั้นแนวหน้าของโลก ด้วยการใช้ชุดผลิตภัณฑ์การสื่อสารระบบคลาวด์ของซิซั่น บริการของพีอาร์นิวส์ไวร์จึงเปิดทางให้นักการตลาด นักสื่อสารองค์กร และนักลงทุนสัมพันธ์สามารถเจาะจงอินฟลูเอ็นเซอร์หลัก ๆ พร้อมสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงสร้างและเผยแพร่คอนเทนต์เชิงกลยุทธ์และวัดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ พีอาร์นิวส์ไวร์เพิ่มพลังให้กับเรื่องราวข่าวสารของทุกองค์กรทั่วโลก ด้วยการผนวกรวมเครือข่ายขนาดใหญ่ที่สุดของโลกในการเผยแพร่คอนเทนต์หลายวัฒนธรรมและหลายช่องทาง เข้ากับแพลตฟอร์มและเครื่องมือการทำงานที่มีความครอบคลุม พีอาร์นิวส์ไวร์ให้บริการลูกค้าหลายหมื่นรายผ่านทางสำนักงานที่กระจายอยู่ในอเมริกา ยุโรป ตะวันออกกลาง แอฟริกา และเอเชียแปซิฟิก

รูปภาพ – https://photos.prnasia.com/prnh/20200630/2845030-1-a
คำบรรยายภาพ – รายงาน 2020 Asia-Pacific Corporate Communications Report ของพีอาร์นิวส์ไวร์

รูปภาพ – https://photos.prnasia.com/prnh/20200630/2845030-1-b
คำบรรยายภาพ – ผลการค้นพบสำคัญจากรายงาน 2020 Asia-Pacific Corporate Communications Report ของพีอาร์นิวส์ไวร์ (เครดิตภาพ: พีอาร์นิวส์ไวร์)