

เทียนส์ กรุ๊ป เปิดตัวกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ระดับโลก โลก เจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่

เมื่อวันที่ 28 ม.ค. ที่ผ่านมา หลี่ จินหยวน ประธานเทียนส์ กรุ๊ป จัดงานแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน ณ สำนักงานใหญ่ของบริษัทในเมืองเทียนจิน เพื่อประกาศเปิดตัวกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และการยกระดับแบรนด์ไปทั่วโลก การประชุมครั้งนี้ถือเป็นงานใหญ่งานแรกที่จัดขึ้นโดย เทียนส์ กรุ๊ป ในปีนี้ โดยมีผู้เข้าร่วมงานกว่า 6,000 ราย ทั้งนี้ กลยุทธ์ใหม่ของเทียนส์ กรุ๊ป จะผสมผสานแนวทางการเริ่มต้นใหม่ ๆ วิธีการใหม่ ๆ รูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ และอนาคตใหม่ ๆ ในขณะที่ยังคงขยายธุรกิจไปยังนานาประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายเพื่อเร่งการขยายธุรกิจในต่างประเทศ และเพื่อผลักดันกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ใหม่ดังกล่าว ซึ่งมุ่งเน้นไปที่กลุ่มคนยุคใหม่ในช่วงวัย 30

เทียนส์ กรุ๊ป ก่อตั้งเมื่อปี 2538 โดยในช่วง 23 ปีที่ผ่านมา บริษัทค่อย ๆ เติบโตจากวิสาหกิจเอกชนขนาดเล็กสู่กลุ่มบริษัทข้ามชาติในวันนี้ ปัจจุบัน เทียนส์ กรุ๊ป มีสาขาอยู่ใน 110 ประเทศและดินแดน ซึ่งครอบคลุมตลาดในกว่า 190 ประเทศทั่วโลก ทั้งในสาขาเทคโนโลยีชีวภาพ การจัดการด้านสุขภาพ การโรงแรมและการท่องเที่ยว การศึกษาและการฝึกอบรม พาณิชยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การค้าระหว่างประเทศ และการเงิน นอกจากนี้ยังเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับบริษัทชั้นนำในหลายประเทศ อีกทั้งยังกลายเป็นแบรนด์ชั้นนำของจีนที่ได้ก้าวขึ้นเป็นแบรนด์ระดับโลกอีกด้วย

การประชุมกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ระดับโลกของเทียนส์ กรุ๊ป ได้รับเกียรติเปิดงานโดย คาโรล ฮวง ผู้อำนวยการอาวุโสกลุ่มตราสินค้าและการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ซึ่งเขาระบุว่า การวิจัยตลาดของเทียนส์ กรุ๊ป ได้ผลักดันให้บริษัทหันมามุ่งเน้นสร้างแบรนด์กับหญิงสาวอายุประมาณ 30 ปี และเทียนส์ กรุ๊ป จะเพิ่มความพยายามในการส่งเสริมกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ใหม่นี้ พร้อมกันนี้ เทียนส์ กรุ๊ป ยังได้เปิดตัวโลโก้แบรนด์ วิทยาลัยศร (VI) และอัตลักษณ์องค์กร (CI) ใหม่ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ทั้งแบบใหม่และแบบปรับปรุง อีกทั้งยังได้เปิดตัวเว็บไซต์ทางการใหม่อีกด้วย กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลแบบใหม่ของบริษัทได้ถูกนำไปใช้ในทุกภาคส่วน ซึ่งทำให้ผู้ใช้ทั่วโลกที่สนใจในการพัฒนาและความร่วมมือของเทียนส์ กรุ๊ป ได้มองเห็นช่องทางในการดำเนินงาน ตลอดจนมีชุมชนที่เป็นมิตรในการสร้างปฏิสัมพันธ์และทำการตลาด

ขณะเดียวกัน ที่ประชุมยังได้เน้นย้ำถึงค่านิยมหลักของแบรนด์ เทียนส์ กรุ๊ป ซึ่งได้แก่ การมุ่งสู่ตลาดโลก การขับเคลื่อนงานให้สำเร็จ และพันธกิจเพื่อการส่งมอบความรัก เพื่อสุขภาพ และเพื่อการรับผิดชอบต่อสังคมของแบรนด์ เทียนส์ กรุ๊ป

การยกระดับกลยุทธ์การสร้างแบรนด์โดยรวมของเทียนส์ กรุ๊ป และการยกระดับระบบ CI และ VI จะทำให้ภาพลักษณ์ใหม่ของบริษัท กลายเป็นพลังบวกให้แก่โลกและเป็นการสร้างพันธมิตรกับทั่วโลก

CELLES TIANE M&Y HYDRA ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของเทียนส์ กรุ๊ป ที่เพิ่งชนะรางวัล 2017 BEST TASTE AWARD งานมอบรางวัลสำหรับผลิตภัณฑ์เพิ่มพลังการบำรุงผิวประจำปี (โดย ชีนา คอ์เปอเรชั่น ซึ่งเป็นบริษัทสื่อออนไลน์ชั้นนำที่ให้บริการแก่ประชาชนในประเทศจีนและชุมชนชาวจีนที่อยู่ทั่วโลก) ได้รับการเปิดตัวสู่สาธารณชนเป็นครั้งแรกที่งานนี้ ซึ่งสร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับผู้ชมเป็นอย่างมาก

ในระหว่างให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนก่อนเริ่มการประชุม ประธาน หลี่ จินหยวน ได้กล่าวถึงโอกาสสำหรับ เทียนส์ กรุ๊ป ในการขยายธุรกิจไปทั่วโลกในปี 2561 ว่า “การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและข้อมูลจะกลายเป็นเทรนด์โลกในปี 2561 Tiens Group ใช้เทคโนโลยีบิ๊กดาต้าและคลาวด์คอมพิวเตอร์ในการรวมเครือข่ายและทำให้การประสานการทำงานระหว่างธุรกิจบรรลุผล โดยแบ่งออกเป็น 21 ภูมิภาค ซึ่งครอบคลุม 224 ประเทศใน 5 ทวีปทั่วโลก เพื่อสนองแผนยุทธศาสตร์ Belt and Road ของจีน อย่างไรก็ดี เทียนส์ กรุ๊ป ไม่เพียงแต่ก้าว “ออกไป” ในตลาดโลกเท่านั้น แต่บริษัทยัง “นำเข้ามา” ซึ่งหลากหลายโครงการ เพื่อสร้างหลักประกันทางธุรกิจ คุ่มครองการจ้างงาน ส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัย และสร้างหลักประกันการพัฒนา

ริชาร์ด ซอว์ ชาวอเมริกันเชื้อสายจีน ซึ่งก่อนหน้านี้ดำรงตำแหน่งรองประธาน Strategic Planning และรองประธาน Portfolio Brand Management ของกลุ่มบริษัทขายตรงรายใหญ่ที่สุดในโลกแห่งหนึ่ง ได้เข้าร่วมงานกับเทียนส์ กรุ๊ป ในตำแหน่งผู้จัดการทั่วไปของธุรกิจขายตรงระหว่างประเทศ โดยคุณซอว์ได้ปรากฏตัวที่การประชุมครั้งนี้และได้กล่าวในโอกาสนี้ว่า การกระจายธุรกิจ การผนวกรวมเครือข่าย และโมเดลระบบประสานการทำงานระหว่างธุรกิจของประธาน หลี่ จินหยวน ได้สร้างกลไกการค้าเพื่อการเชื่อมโยงถึงกันในระดับนานาชาติ ซึ่งกลยุทธ์นี้ถือเป็นกลยุทธ์ที่แปลกใหม่อย่างแท้จริง และมีศักยภาพที่จะกลายเป็นโมเดลธุรกิจชั้นนำ หรืออาจกลายเป็นเทรนด์ใหม่ในการพัฒนาแบรนด์ก็เป็นได้

สำหรับสถานการณ์ของเทียนส์ กรุ๊ป ที่ดูไบ ซึ่งสถานีโทรทัศน์ CATV ของดูไบได้เคยรายงานถึงเรื่องนี้ไว้ด้วยนั้น ประธาน หลี่ กล่าวไว้ว่า เทียนส์ กรุ๊ป สรรวจตลาดดูไบมาตั้งแต่ต้นปี 2543 ด้วยการทำความเข้าใจ ตลอดจนเคารพธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างสูงสุด เทียนส์ กรุ๊ป สามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ดูไบได้อย่างแม่นยำ โดยพุ่งเป้าไปที่ตลาดคนรุ่นใหม่เป็นหลัก ผ่านทางการทำตลาดแบบมุ่งเน้นประสบการณ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ของเทียนส์ กรุ๊ป อย่างแท้จริง นี่จะเป็นจุดเริ่มต้นของเทียนส์ กรุ๊ป ในการกระจายอิทธิพลของแบรนด์ และกลายเป็นที่รู้จักในดูไบในที่สุด ส่วนในอนาคตนั้น เทียนส์ กรุ๊ป จะใช้ประโยชน์จากอุตสาหกรรม OEM และ ODM ที่เฟื่องฟูในดูไบ เพื่อวางระบบ OEM, ODM ของเทียนส์ กรุ๊ป ตลอดจนระบบโลจิสติกส์ คลังสินค้า และระบบกระจายสินค้าทั่วภูมิภาค เพื่อจัดส่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทไปยังภูมิภาคใกล้เคียง เช่น ยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกาเหนือ

เมื่อกล่าวถึงการพัฒนาในระดับโลกของเทียนส์ กรุ๊ปในอนาคต ประธาน หลี่ ได้เน้นย้ำว่า เทียนส์ กรุ๊ป จะชูภาพลักษณ์แบรนด์ที่มีความเป็นสากล ผสานกับความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และจะใช้นโยบายที่มีความได้เปรียบเพื่อ

รวมเครือข่ายและผลิตภัณฑ์การพัฒนาธุรกิจควบคู่กันไป นอกจากนี้ บริษัทจะยกระดับการพัฒนาตลอดแนวเส้นทางสายใหม่ใหม่ เพื่อสร้างแพลตฟอร์มอย่างเช่น Maya E-commerce, Tai Ji Sun Health, the All-Legend International Tourism Union, the International Hotel Alliance, SynaCo Education and Training, International Yiwu, points, e-wallets และแพลตฟอร์มบริการสุขภาพขนาดใหญ่อื่น ๆ โดยคำนึงถึงประสบการณ์ของผู้ใช้เป็นสำคัญ ยิ่งไปกว่านั้น การตลาดข้ามแพลตฟอร์มและการบูรณาการบริการ จะถูกนำมาใช้เพื่อเผยแพร่ปรัชญาของเทียนส์ กรุ๊ป ในเรื่องของการสร้างความมั่งคั่งเพื่อครอบครัวทั่วโลก อันจะนำมาซึ่งพันธมิตรธุรกิจที่มีความหลากหลาย รวมทั้งจะเป็นการสร้างแบรนด์จีนให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลกอีกด้วย

หลังจากวางแผนอย่างรอบคอบและเตรียมการในระดับสูงมาเป็นเวลาหลายเดือน เทียนส์ กรุ๊ป จะผลักดันกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ทั่วโลกนี้ไปสู่อีกขั้นต่อไปในปี 2561 โดยมีการแถลงข่าวครั้งนี้เป็นจุดเริ่มต้น ทั้งนี้ ประธานหลี่ จินหยวน ได้เชิญคณะผู้บริหารของบริษัทและตัวแทนธุรกิจจากทั่วทุกมุมโลกเข้าร่วมงานนี้ นอกจากนี้ ประธานหลี่ยังได้นำผู้บริหารที่ได้รับการแต่งตั้งใหม่ของบริษัท ซึ่งมาจากบริษัท Fortune 500 ขึ้นบนเวที เพื่อร่วมประกาศกลยุทธ์การก้าวสู่สากลครั้งใหม่ของเทียนส์ กรุ๊ป ด้วย

ที่มา: Tiens Group

ลิงค์ภาพประกอบข่าว:

<http://asianetnews.net/view-attachment?attach-id=306162>

AsiaNet 72145