

# เปิดตัว LOVE FRANKIE (เลิฟ แฟรงกี้) ครีเอทีฟ เอเจนซีเพื่อพัฒนาสังคมรายใหม่



เปิดตัว *LOVE FRANKIE* (เลิฟ แฟรงกี้) ครีเอทีฟ เอเจนซีเพื่อพัฒนาสังคมรายใหม่

มุ่งแก้ไขปัญหาการพัฒนาสังคมที่ทำร้ายที่สุดในเอเชีย



กรุงเทพฯ , วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2558 - LOVE FRANKIE (เลิฟ แฟรงกี้) ครีเอทีฟ เอเจนซีรายใหม่ ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ประกาศถึงการเปิดตัวอย่างเป็นทางการในวันนี้ จากการร่วมก่อตั้งโดยเหล่าหัวกะทิที่คว่ำรางวัลจากแคมเปญต่อต้านการค้ามนุษย์ของ MTV EXIT มาแล้ว LOVE FRANKIE (เลิฟ แฟรงกี้) จึงได้ถือกำเนิดขึ้น โดยการสนับสนุนจากหนึ่งใน ครีเอทีฟ เอเจนซีระดับแนวหน้าของโลกอย่าง M&C Saatchi ผ่านทางแผนก World Services ของเอเจนซี

มาร์คัส เพฟเฟอร์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร World Services กล่าว “เรามีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้ร่วมงานกับทีมงานของ LOVE FRANKIE (เลิฟ แฟรงกี้) ในกรุงเทพฯ ผ่านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรระดับโลกของบริษัทฯ ในเข้าถึงภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยนเพื่อความเหมาะสม เรามีความเชื่อมั่นใน LOVE FRANKIE (เลิฟ แฟรงกี้) ถึงจุดยืนที่แข็งแกร่งในการเป็นผู้นำที่จะช่วยเปลี่ยนแปลงสังคมในภูมิภาคนี้ ด้วยความสามารถในการเข้าถึงพร้อมโน้มน้าวในเชิงบวกต่อผู้คนผ่านแพลตฟอร์มหลากหลายประเภท”

การเปิดตัว LOVE FRANKIE (เลิฟ แฟรงกี้) ในเอเชียนับเป็นความก้าวหน้าที่สำคัญในแวดวงครีเอทีฟ เอเจนซี LOVE FRANKIE (เลิฟ แฟรงกี้) จะตอบสนองต่อปัญหาทางสังคมที่มีความทำร้ายและการพัฒนาสังคมที่มีผลกระทบต่อประชากรทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ผ่านการนำเสนอด้วยดีไซน์และโปรดักชั่นของกลยุทธ์การสื่อสารที่ล้ำสมัย อันจะปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในเชิงบวก

แมตต์ เลิฟ และ รีเบคก้า แฟรงกี้ มีอก เป็นหัวกะทิระดับแนวหน้าที่โด่งดังจากแคมเปญของ MTV EXIT ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ในการช่วยส่งต่อความรู้ถึงปัญหาทาสในยุคสมัยใหม่สู่ผู้คนนับล้านทั่วโลก ผลงานของพวกเขา

เขาได้รับการขนานนามว่าเป็นแพลตฟอร์มที่มีความครอบคลุมมากที่สุดในการมีส่วนร่วมด้านปัญหาการข้ามมนุษย์ทั่วโลก ซึ่งประกอบด้วย รายการสด โปรแกรมทีวี สารสนเทศที่มีรูปแบบดิจิทัล และโปรแกรมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สู่เยาวชน

แมตต์ เลิฟ กล่าว “วิสัยทัศน์ของเราคือการสนับสนุนในระดับทวิภาคี พหุภาคี มูลนิธิและ บริษัทต่างๆ ในการออกแบบและดำเนินการสื่อสารที่มีความน่าตื่นตาตื่นใจและไม่ซ้ำแบบใครและการใช้สื่อเพื่อเข้าถึงผู้คนพร้อมสร้างกระแสที่ได้รับการตอบรับจากผู้คนในเชิงบวก” แมตต์ เลิฟยังได้กล่าวเสริมอีกว่า “เป้าหมายของเราคือทำให้ความรู้ ให้ผู้คนได้มีส่วนร่วมผ่านแพลตฟอร์มทางการสื่อสารที่มีความหลากหลาย ซึ่งจะขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงจริงที่ส่งผลดีต่อสังคมในที่สุด”

ริเบคก้า แฟรงก์ มีอก กล่าว “เรามุ่งใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมเทคโนโลยีและสื่อต่างๆอย่างเต็มรูปแบบเพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคมที่คล่องตัวฉับไวและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้คนต่อปัญหาต่างๆของสังคมสมัยใหม่ ซึ่งลูกค้าของเราจะได้รับประโยชน์จากประวัติความร่วมมือของพันธมิตรที่ประสบผลสำเร็จมาแล้วจากทั่วทั้งภูมิภาค ด้วยเครือข่ายที่มีความครอบคลุมของเรา เราจะช่วยหาโอกาสในการสร้างพันธมิตรเพื่อลูกค้าของเราอันจะนำไปสู่การยกระดับและการขยายโปรแกรมหรือวัตถุประสงค์ทางธุรกิจของตัวลูกค้า เพื่อความมั่นใจถึงขีดความสามารถในการเข้าถึงเป้าหมาย ความเป็นรูปธรรมและก่อให้เกิดผลลัพธ์มากที่สุด”

ทุกๆความคิดริเริ่มของ LOVE FRANKIE (เลิฟ แฟรงก์) มุ่งเน้นไปยังแนวทางที่มีหลักฐานพิสูจน์และก่อให้เกิดผลตอบรับ ทั้งนี้บริษัทจะใช้แนววิธีการเปลี่ยนแปลงสังคมและพฤติกรรมที่เปี่ยมประสิทธิภาพและวิธีการเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในกระบวนการพัฒนาและสร้างกลยุทธ์ วิธีการวิเคราะห์ดังกล่าวจะมุ่งเน้นไปยังผลลัพธ์ที่สามารถวัดผลได้ซึ่งจะเป็นจุดเด่นของ LOVE FRANKIE (เลิฟ แฟรงก์) ที่มีเหนือเอเจนซีอื่นๆในภูมิภาคนี้

งานของ LOVE FRANKIE (เลิฟ แฟรงก์) ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นไปยังการช่วยเหลือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรเพียงอย่างเดียว ริเบคก้า แฟรงก์ มีอก กล่าว “เรายังเล็งเห็นถึงความสำคัญในการทำงานร่วมกับภาคเอกชนอีกด้วย” และยังได้กล่าวเสริมต่อไปอีกว่า “การลงทุนเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงต่อสังคมได้มีการพัฒนาไปอย่างมากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เราหวังว่าเราจะได้ช่วยเหลือบริษัทต่างๆในการสร้างโปรแกรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีความหมายและส่งผลกระทบต่อสังคมอย่างแท้จริง ซึ่งไม่เพียงเพิ่มคุณค่าแก่แบรนด์และภาพลักษณ์ที่เด่นชัดแต่ยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างแท้จริงอีกด้วย”

LOVE FRANKIE (เลิฟ แฟรงกี้) และ M&C Saatchi World Services ทำงานร่วมกับลูกค้าที่มีความหลากหลายจากภาคส่วนต่างๆ อาทิ องค์กรเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐฯ (United States Agency for International Development-USAID) ,กระทรวงการต่างประเทศและการค้า ของประเทศออสเตรเลีย (DFAT) ,Freedom Fund, องค์กรยูนิเซฟ, มูลนิธิฟรีแลนซ์ ,องค์กรแอ็คชั่นเอด, ธนาคารโลก (World Bank), กระทรวงการต่างประเทศสหรัฐอเมริกา(US Department of State), สหภาพแอฟริกา (African Union), สำนักงานเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศแห่งสหราชอาณาจักร(DFID), UK Foreign and Communication Office (FCO), และ มูลนิธิไนกี้ (Nike Foundation)