‘เวิลด์คอม’ ประกาศเปิดตัวอีบุ๊คเล่มใหม่เสริมประสิทธิภาพโอกาสใหม่ๆ เชิงธุรกิจทั่วโลก ให้กับประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาด “คำแนะนำทางด้านการตลาดระดับโลกและท้องถิ่นสำหรับเจ้าที่ทางการตลาด: พ.ศ. 2556” พร้อมให้ดาวน์โหลดแล้ววันนี้

กรุงเทพฯ - 16 สิงหาคม 2556 – ตลาดโลกในทุกวันนี้ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาด (Chief Marketing Officers: CMOs) มีบทบาทหน้าที่อันท้าทายอย่างยิ่งไม่ว่าจะอยู่ในองค์กรใดก็ตาม การเติบโตอันสำคัญขององค์กร ที่ต้องเผชิญกับงบประมาณที่ลดลงในการสร้างแบรนด์ให้มีความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันอันเข้มข้น ในการขับเคลื่อนแคมเปญนำลูกค้าสู่ศูนย์กลางด้วยความคาดหวังอันเหนือระดับมากกว่าที่เคย ทั้งนี้ เพื่อที่จะค้นหาวิธีที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดกำลังเผชิญอยู่ทามกลางความท้าทายเหล่านี้ บริษัทที่ปรึกษา แอคเซนเจอร์ ทำการรวบรวมผลสำรวจเชิงลึกของประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดครั้งที่สามและเผยแพร่ถึงผลการสำรวจดังกล่าวออกมาไม่นานนี้ พบว่าไม่น่าแปลกใจเลยที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดกำลังต่อสู้เพื่อรักษาอัตราการเติบโตและรู้สึกว่ามีการเตรียมตัวในการจัดการการมีส่วนร่วมของลูกค้าที่น้อยลงกว่าปีที่แล้ว แม้ว่าจะมีการเพิ่มขึ้นของการเข้าถึงข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ทักษะส่วนบุคคล และเทคโนโลยีอันทันสมัย

เพื่อจะช่วยบรรดาประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดวางกลยุทธ์แบรนด์และขยายแบรนด์ไปยังภูมิศาสตร์ใหม่ๆ กลุ่มเครือข่ายประชาสัมพันธ์เวิลด์คอม เครือข่ายกลุ่มที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์อิสระชั้นนำที่ใหญ่ที่สุดในโลก ได้ประกาศเปิดตัวหนังสืออิเล็คทรอนิกส์ (อีบุ๊ค) เล่มใหม่ “*คำแนะนำทางด้านการตลาดระดับโลกและท้องถิ่นสำหรับเจ้าที่ทางการตลาด: พ.ศ.* 2556” ที่ให้ทำการดาวน์โหลดแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ พันธมิตรของเวิลด์คอมกว่า 40 บริษัท ซึ่งเป็นตัวแทนจาก 15 ประเทศ ร่วมกันอภิปรายถึงวิธีการฝึกฝนที่ดีที่สุดทางด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของตลาดในแต่ละกลุ่ม เพื่อช่วยให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดได้ประโยชน์จากโอกาสใหม่ๆ ในเชิงธุรกิจทั่วโลก

“อีบุ๊คเล่มนี้เสมือนเป็นร้านค้าอันครบวงจรสำหรับผู้ซื้อขายในตลาด ซึ่งมองหาการเจาะลึกตลาดตั้งแต่อาริโซน่า ถึงอาร์เจนตินน่าต่อไปยังออสเตรเลีย รวมถึงแหล่งทรัพยากรอันทรงคุณค่าจากการพัฒนาล่าสุดในแวดวงอุตสาหกรรม ประกอบด้วย ยานยนต์ การบริการทางการเงิน สุขภาพอนามัย และการค้าปลีก” สเตฟานีย์ พอล ประธานกลุ่มเวิลด์คอม และ กรรมการผู้จัดการแห่งกลุ่มฟิลิปส์ เมืองบริสเบน ประเทศออสเตรเลีย กล่าวพร้อมเสริมว่า “พันธมิตรของพวกเรา เหมือนกับประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดตรงที่เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นถึงการสร้างความสัมพันธ์ ซึ่งอีบุ๊คเล่มนี้เป็นเครื่องมืออันหลักแหลมสำหรับประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดในการเชื่อมต่อไปทั่วโลกมากกว่าในระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะยิ่งในส่วนของบทคัดย่อที่รวบรวม 10 คำถาม ที่เจ้าหน้าที่การตลาดควรพิจารณาก่อนมุ่งไปยังแคมเปญทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ทั่วโลก

ประธานฝ่ายดิจิตอลของกลุ่มฯ อลิซาเบธ ซอซนาว กรรมการผู้จัดการใหญ่จากบลิส อินทิเกรตเต็ด คอมมูนิเคชั่น นิวยอร์ ซึ่งเป็นเสมือนผู้กำหนดวิสัยทัศน์ของอีบุ๊คเล่มที่สองของเวิลด์คอม ในที่นี้เธอเป็นผู้ออกแบบ 10 คำถามในแบบสำรวจที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวโน้มการตลาดและการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน ตลอดจนวิธีการอันพึงประสงค์ของการสื่อสารในเชิงธุรกิจและผู้บริโภค ความถี่และช่องทางที่เหมาะสมในการสื่อสารซึ่งใช้ในการดึงสื่อเข้ามามีส่วนร่วม การใช้สื่อเชิงสังคมให้เหมาะสมกับส่วนประประสมทางการตลาด และการลำดับความสำคัญลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเนื้อหาด้าน ธุรกิจกับลูกค้า และ ธุรกิจกับธุรกิจ ทั้งนี้ พันธมิตรของเวิลด์คอมได้ทำการตอบแบบสอบถาม รวมถึงระบุสภาพเศรษฐกิจของตลาดในพวกเขาอีกด้วย ตลอดจนการทำสรุปภาพรวมของการตลาดและสภาพแวดล้อมของสื่อในระดับท้องถิ่น

“หนึ่งในผลการสำรวจที่น่าสนใจพบว่า 88 เปอร์เซ็นต์ ของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับอีเมล์ในเชิงการสื่อสารทางธุรกิจมากที่สุด ในขณะที่ 34 เปอร์เซ็นต์คิดว่าโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคที่น่าพึงพอใจที่สุด” ซอซนาว กล่าวพร้อมเสริม “นอกจากนี้ยังพบว่า 76 เปอร์เซ็นต์เห็นว่าโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางการเผยแพร่ที่สำคัญอันดับหนึ่งของบริษัทและลูกค้าของพวกเขา โดย Facebook เป็นโซเชียลเน็ตเวิร์คอันดับหนึ่ง และ LinkedIn เป็นเครือข่ายเชิงธุรกิจชั้นนำ”

“เราเชื่อว่าพันธมิตรของเราจะสามารถเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับอีบุ๊คเล่มนี้ได้ในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็น การใช้อีเมล์โดยตรงสู่ลูกค้าและสมาคมเชิงธุรกิจ การโพสบนเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียของพวกเขา และการส่งมอบอีบุ๊คให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย” พอล กล่าวสรุป

ผู้สนใจสามารถดาวน์โหลดอีบุ๊คได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและร่วมค้นหาว่าอะไรคือ 15 วิกฤติการที่เกิดในตลาดที่พันธมิตรของเวิลด์คอมพูดถึง ทั้งนี้ บริษัท บลิส อินทิเกรตเต็ด คอมมูนิเคชั่น เป็นผู้ร่วมสรรสร้างเนื้อหา และ บริษัท ออฟ เมดิสัน แอฟ จากเมืองฟีนิกซ์ ซึ่งเป็นพันธมิตรของเวิลด์คอม เป็นผู้ออกแบบอีบุ๊คฉบับนี้

เกี่ยวกับกลุ่มเครือข่ายประชาสัมพันธ์เวิลด์คอม

เวิลด์คอม เครือข่ายกลุ่มที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์อิสระชั้นนำที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีพันธมิตร 128 บริษัท พนักงาน 1,900 ราย ใน 102 เมือง 6 ทวีปทั่วโลก ในเครือข่ายพันธมิตรเวิลด์คอมเผยผลประกอบการประจำปี พ.ศ. 2555 ถึง 343 ล้านดอลลาร์ จากลูกค้า 3,286 ราย ด้วยพันธมิตรในเครือข่ายกว่า 80 บริษัทที่ได้ดำเนินธุรกิจร่วมกันกับลูกค้ากว่า 90 ราย เครือข่ายได้ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2531 เพื่อส่งต่อการบริการอันทรงประสิทธิภาพจากบริษัทประชาสัมพันธ์อิสระที่แข็งแกร่งและมีความสามารถที่สุดให้แก่ลูกค้าทุกระดับ รวมทั้งระดับชาติ ระดับสากล รวมถึงการให้บริการอย่างครบวงจรกับลูกค้าจากบริษัทตัวแทนประชาสัมพันธ์ สำหรับการเข้าถึงบริษัทเวิลด์คอม ทางลูกค้าสามารถเลือกทำการติดต่อได้ตามความต้องการเนื่องจากเวิลด์คอมมีผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความเข้าใจอันลึกซึ้งในด้านภาษา วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมในทุกพื้นที่ที่สมาชิกเครือข่ายของเราดำเนินการอยู่