

‘เว็ลด์คอม’ ประกาศเปิดตัวอีบุ๊กเล่มใหม่เสริม ประสิทธิภาพโอกาสใหม่ๆ เชิงธุรกิจทั่วโลก ให้กับ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาด

“คำแนะนำทางด้านการตลาดระดับโลกและท้องถิ่นสำหรับเจ้าหน้าที่ทางการตลาด: พ.ศ. 2556”

พร้อมให้ดาวน์โหลดแล้ววันนี้

กรุงเทพฯ - 24 กรกฎาคม 2556 - ตลาดโลกในทุกวันนี้ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาด (Chief Marketing Officers: CMOs) มีบทบาทหน้าที่อันท้าทายอย่างยิ่งไม่ว่าจะอยู่ในองค์กรใดก็ตาม การเติบโตอันสำคัญขององค์กร ที่ต้องเผชิญกับงบประมาณที่ลดลงในการสร้างแบรนด์ให้มีความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันอันเข้มข้น ในการขับเคลื่อนแคมเปญนำลูกค้าสู่ศูนย์กลางด้วยความคาดหวังอันเหนือระดับมากกว่าที่เคย ทั้งนี้ เพื่อที่จะค้นหาวิธีที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดกำลังเผชิญอยู่ท่ามกลางความท้าทายเหล่านี้ บริษัทที่ปรึกษา แอคเซนเจอร์ ทำการรวบรวมผลสำรวจเชิงลึกของประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดครั้งที่สามและเผยแพร่ถึงผลการสำรวจดังกล่าวออกมาไม่นานนี้ พบว่าไม่น่าแปลกใจเลยที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดกำลังต่อสู้เพื่อรักษาอัตราการเติบโตและรู้สึกว่ามีภาระเตรียมตัวในการจัดการการมีส่วนร่วมของลูกค้าที่น้อยลงกว่าปีที่แล้ว แม้ว่าจะมีการเพิ่มขึ้นของการเข้าถึงข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ทักษะส่วนบุคคล และเทคโนโลยีอันทันสมัย

เพื่อจะช่วยบรรดาประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดวางกลยุทธ์แบรนด์และขยายแบรนด์ไปยังภูมิศาสตร์ใหม่ๆ กลุ่มเครือข่ายประชาสัมพันธ์เว็ลด์คอม เครือข่ายกลุ่มที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์อิสระชั้นนำที่ใหญ่ที่สุดในโลก ได้ประกาศเปิดตัวหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (อีบุ๊ก) เล่มใหม่ “คำแนะนำทางด้านการตลาดระดับโลกและท้องถิ่นสำหรับเจ้าหน้าที่ทางการตลาด: พ.ศ. 2556” ที่ให้ทำการดาวน์โหลดแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ทั้งนี้ พันธมิตรของเว็ลด์คอมกว่า 40 บริษัท ซึ่งเป็นตัวแทนจาก 15 ประเทศ ร่วมกันอภิปรายถึงวิธีการฝึกฝนที่ดีที่สุดทางด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของตลาดในแต่ละกลุ่ม เพื่อช่วยให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดได้ประโยชน์จากโอกาสใหม่ๆ ในเชิงธุรกิจทั่วโลก

“อีบุ๊กเล่มนี้เสมือนเป็นร้านค้าอันครบวงจรสำหรับผู้ซื้อขายในตลาด ซึ่งมองหากการเจาะลึกตลาดตั้งแต่อาร์โซน่า ถึงอา

ร์เจเนติน่าต่อไปยังออสเตรเลีย รวมถึงแหล่งทรัพยากรอันทรงคุณค่าจากการพัฒนาล่าสุดในแวดวงอุตสาหกรรม ประกอบด้วย ยานยนต์ การบริการทางการเงิน สุขภาพอนามัย และการค้าปลีก” สเตฟานีย์ พอล ประธานกลุ่มเวลดคอม และ กรรมการผู้จัดการแห่งกลุ่มฟิลิปส์ เมืองบริสเบน ประเทศออสเตรเลีย กล่าวพร้อมเสริมว่า “พันธมิตรของพวกเรา เหมือนกับประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดตรงที่เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นถึงการสร้างความสัมพันธ์ ซึ่งอีบุ๊กเล่มนี้เป็นเครื่องมืออันหลักแหลมสำหรับประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาดในการเชื่อมต่อไปทั่วโลกมากกว่าในระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของบทคัดย่อที่รวบรวม 10 คำถาม ที่เจ้าหน้าที่การตลาดควรพิจารณาก่อนมุ่งไปยังแคมเปญทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ทั่วโลก

ประธานฝ่ายดิจิทัลของกลุ่มฯ อลิซาเบธ ซอซนาว กรรมการผู้จัดการใหญ่จากบลิส อินทิเกรตเต็ด คอมมูนิเคชั่น นิวยอร์ก ซึ่งเป็นเสมือนผู้กำหนดวิสัยทัศน์ของอีบุ๊กเล่มที่สองของเวลดคอม ในที่นี้เธอเป็นผู้ออกแบบ 10 คำถามในแบบสำรวจที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวโน้มการตลาดและการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน ตลอดจนวิธีการอันพึงประสงค์ของการสื่อสารในเชิงธุรกิจและผู้บริโภค ความถี่และช่องทางที่เหมาะสมในการสื่อสารซึ่งใช้ในการดึงสื่อเข้ามามีส่วนร่วม การใช้สื่อเชิงสังคมให้เหมาะสมกับส่วนประประสมทางการตลาด และการลำดับความสำคัญลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเนื้อหาด้าน ธุรกิจกับลูกค้า และ ธุรกิจกับธุรกิจ ทั้งนี้ พันธมิตรของเวลดคอมได้ทำการตอบแบบสอบถาม รวมถึงระบุสภาพเศรษฐกิจของตลาดในพวกเขาอีกด้วย ตลอดจนการทำสรุปภาพรวมของการตลาดและสภาพแวดล้อมของสื่อในระดับท้องถิ่น

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

“เราเชื่อว่าพันธมิตรของเราจะสามารถเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับอีบุ๊กเล่มนี้ได้ ในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็น การใช้อีเมลโดยตรงสู่ลูกค้าและสมาคมเชิงธุรกิจ การโฆษณาเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียของพวกเขา และการส่งมอบอีบุ๊กให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย” พอล กล่าวสรุป

ผู้สนใจสามารถดาวน์โหลดอีบุ๊กได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและร่วมค้นหาว่าอะไรคือ 15 วิฤติการที่เกิดในตลาดที่ พันธมิตรของเวลดคอมพูดถึง ทั้งนี้ บริษัท บลิส อินทิเกรตเต็ด คอมมูนิเคชั่น เป็นผู้ร่วมสรรสร้างเนื้อหา และ บริษัท

ออฟ เมติสัน แอฟ จากเมืองฟีนิกซ์ ซึ่งเป็นพันธมิตรของเวิลด์คอม เป็นผู้ออกแบบปีบีคฉบับนี้

เกี่ยวกับกลุ่มเครือข่ายประชาสัมพันธมิตรเวิลด์คอม

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