

# ไปตู้ แอคเซส จับมือศูนย์บริการธุรกิจไทย-จีน ก้าวสู่ ที่หนึ่งให้บริการสื่อสารการตลาดจีน



ไปตู้ แอคเซส จับมือศูนย์บริการธุรกิจไทย-จีน วางแผนร่วมสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจไทย เตรียมดันสินค้าและบริการไปยังตลาดจีนตลอดจนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมทั้งเป็นตัวกลางในการขยายองค์ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดและชี้เป้าการเติบโต

นาย จิตติ ตั้งสิทธิ์ภักดี ประธานหอการค้าไทย-จีน และประธานกรรมการบริษัท ทีซีซี เน็ตเวิร์ค เทคโนโลยี จำกัด กล่าวว่า “ศูนย์บริการธุรกิจไทย-จีน ภายใต้หอการค้าไทย-จีน และไปตู้แอคเซส ได้มีการวางแผนและวางยุทธศาสตร์ในการทำงานร่วมกันเพื่อช่วยเหลือ สนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้สามารถเพิ่มกลยุทธ์การสื่อสารกับลูกค้าชาวจีน โดยทั้งสองฝ่ายที่ต่างมีความโดดเด่น มีศักยภาพทางด้านสื่อสารและการเชื่อมโยงธุรกิจให้เข้าถึงความสำเร็จอย่างแท้จริงจะนำองค์ความรู้และประสบการณ์การทำงานมาประยุกต์ใช้เป็นอาวุธส่งต่อไปยังผู้ประกอบการ เราทราบดีว่าการทำการค้ากับประเทศจีนมีมาอย่างยาวนาน และมีการเติบโตขึ้นต่อเนื่องทุกปี ยิ่งในปีนี้มีหลายปัจจัยที่เข้ามาสนับสนุนการเติบโต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเทคโนโลยีทางการสื่อสารทางการเงินที่พัฒนามากขึ้น รวมถึงการสนับสนุนจากทางภาครัฐ เนื่องด้วยจีนเป็นคู่ค้าอันดับ 1 ของไทยติดต่อกันเป็นปีที่ 5 ซึ่งในปี 2560 ไทยขยับขึ้นมาเป็นคู่ค้าอันดับ 3 ของจีนในภูมิภาคอาเซียน มูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทย-จีน เท่ากับ 73,670 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโตร้อยละ 11.91 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยไทยส่งออกไปจีน 29,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 23.6% และนำเข้าจากจีนประมาณ 44,230 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 5.2% นับว่าเป็นมูลค่าทางการค้าทางการตลาดที่น่าจับตามองและส่งเสริมอย่างยิ่ง แต่อีกปัจจัยที่สำคัญยังเป็นเรื่องของการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการ การรับเอาเครื่องมือใหม่ๆ ทางด้านการสื่อสารเข้ามาเป็นตัวเชื่อมโยงสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าชาวจีน”

“เราเชื่อว่าทางภาครัฐ และเอกชนหลายแห่งต่างก็มีโครงการที่จะเจาะกลุ่มตลาดจีนอยู่แล้ว จากนี้ไปน่าจะได้เห็นหน่วยงานใหญ่ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนเข้ามาปรึกษาและได้ทำงานร่วมกัน เราได้รับการสอบถามและขอความช่วยเหลือจากผู้ประกอบการนักธุรกิจไทยที่เป็นสมาชิกหอการค้าไทย และบุคคลทั่วไป เรื่องการเจาะตลาดจีนมาโดยตลอด เมื่อได้มาจับมือร่วมกับไปตู้ แอคเซส ที่ปรึกษาวางแผนสื่อโฆษณาออนไลน์จีน ในฐานะตัวแทนผู้ให้บริการอย่างเป็นทางการของไปตู้ แอคเซส ทางศูนย์บริการธุรกิจไทย-จีนเองหวังว่าจะสามารถช่วยเหลือในการให้ความรู้ในการทำให้สินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการทั่วไปของลูกค้าสมาชิกหอการค้าไทย-จีน ได้เข้าใจถึงความสำคัญและการทำการตลาดออนไลน์ที่ถูกต้องและครบวงจรมากขึ้น และอีกปัจจัยที่สำคัญยังเป็นเรื่องของการเรียนรู้

และการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการ การรับเอาเครื่องมือใหม่ๆ ทางด้านการสื่อสารเข้ามาเป็นตัวเชื่อมโยงสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าชาวจีน”

นาย พอล เงิน กรรมการผู้จัดการ ไปตู้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กล่าวว่า “การร่วมมือกันทำงานด้านข้อมูล และการสื่อสารที่จะเกิดขึ้นนี้ อยู่ภายใต้การร่วมมือกันทำงานของไปตู้ ประเทศไทย โดยการทำงานของไปตู้ แอคเซส ที่ให้บริการด้านที่ปรึกษาการทำตลาดออนไลน์กับกลุ่มลูกค้าชาวจีน ร่วมกับศูนย์บริการธุรกิจไทย-จีน ภายใต้การสนับสนุนจากหอการค้าไทย-จีนและสำนักข่าวซินหัว โดยเราเล็งเห็นศักยภาพและโอกาสในการที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการไทยที่มีความต้องการผลักดันสินค้าหรือบริการไปยังตลาดจีน ซึ่งในปัจจุบันตลาดจีนเป็นตลาดใหญ่ มีศักยภาพในการซื้อสูง รวมไปถึงประเทศไทยเป็นอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวจีนชื่นชอบและเดินทางมาท่องเที่ยวในจำนวนมาก ซึ่งเหตุผลดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องในการที่จะดำเนินธุรกิจการให้บริการนี้ และขยับขยายเพื่อรองรับและช่วยเหลือผู้ประกอบการไทย

“จากการร่วมมือกันครั้งนี้ ไปตู้ จะรับผิดชอบในการใช้สื่อโฆษณาออนไลน์จีนอย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และเข้าถึงลูกค้าอย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่ขั้นตอนดำเนินการ นำเสนอ วางแผน และทำรายงานสรุปผลการใช้งานให้แก่ลูกค้า และทางด้านของศูนย์บริการธุรกิจไทย-จีน จะมีความเข้าใจพื้นฐานลูกค้าชาวไทย ที่มีความต้องการจะทำตลาดในจีน โดยเป็นตัวกลางสื่อสารระหว่างภาครัฐ และเอกชนมายาวนาน และมีความสามารถในการผลักดันและให้ความรู้เรื่องความสำคัญของสื่อการตลาดที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพให้กับลูกค้าชาวไทย ที่ต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมายชาวจีน จะคอยสนับสนุนการต่อยอด ทั้งนี้แนวโน้มการค้าระหว่างไทยและจีนปี 2561 คาดว่าจะขยายตัวราว 10.4% มูลค่าอยู่ที่ประมาณ 81,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ดังนั้นเองหากผู้ประกอบการไทยได้เล็งเห็นโอกาสและเรียนรู้ที่จะทำความเข้าใจอย่างถูกต้องกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะวางแผนในการทำการตลาดและสื่อสารที่ถูกต้อง นับว่าโอกาสทองอยู่ไม่ไกล”

“นอกจากที่ไปตู้จะเป็นผู้สนับสนุนงานด้านการสื่อสารกับกลุ่มผู้ประกอบการชาวจีน การวิเคราะห์ การวางแผนการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าชาวจีนอย่างที่เคยทำมา ส่วนศูนย์บริการธุรกิจไทย-จีน จะเข้ามาเสริมทัพในการต่อยอดการเป็นตัวแทนหลักอย่างเป็นทางการ และพัฒนาการให้บริการเสริมอื่นๆ รองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายนำเสนอการทำงานที่มีความชัดเจน และสร้างประสิทธิภาพการสื่อสารที่มากขึ้น” นาย พอล เงิน กล่าวสรุป