

# IPG Mediabrands เปิดตัว “The D100” จัดอันดับ สุดยอดแบรนด์ทรงพลังของโลก

คานส์, ฝรั่งเศส-(บีบีเอส ทีวี)-20 มิ.ย. 2016

GOOGLE, AMAZON และ SAMSUNG ขึ้นแทนผู้นำแบรนด์ทรงพลังสามอันดับแรกของโลก

- เกณฑ์วัดเดิมที่มุ่งเน้นคุณค่าตราสินค้านั้นล้าสมัยไปแล้วสำหรับโลกยุคใหม่
- IPG Mediabrands ร่วมกับวิทยาลัยวาร์ตันแห่งมหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย สร้างเกณฑ์วัดแบรนด์รูปแบบใหม่ในชื่อ “คะแนนพลังขับเคลื่อน”
- แบรนด์ที่มีคะแนนพลังขับเคลื่อนสูงกว่ามีรายได้เติบโตดีกว่า เมื่อเทียบกับแบรนด์ที่มีคะแนนพลังขับเคลื่อนต่ำกว่า
- จัดอันดับโดยให้คะแนนพลังขับเคลื่อนใน 4 มิติด้วยกัน ได้แก่ ความไว้วางใจ การตอบสนอง นวัตกรรม และการเข้าถึงสังคม
- D100 เป็นการจัดอันดับแบรนด์ที่ได้คะแนนพลังขับเคลื่อนสูงสุด 100 อันดับแรกจากทั่วโลก

IPG Mediabrands ธุรกิจสื่อในเครือของ Interpublic Group (NYSE:IPG) ร่วมกับรองศาสตราจารย์ โจนาห์ เบอร์กอร์ จากวิทยาลัยวาร์ตัน มหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย ผู้เขียนหนังสือขายดีติดอันดับนิวยอร์กไทมส์ เรื่อง Contagious: Why Things Catch On ได้เปิดตัว D100 อย่างเป็นทางการ โดยเป็นการจัดอันดับบริษัทที่ทรงพลังที่สุด 100 อันดับแรกของโลก จากการประเมินตามเกณฑ์วัดยุคใหม่

รับชมข่าวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบมัลติมีเดียได้ที่:

<http://www.businesswire.com/news/home/20160620005848/en/>

การจัดอันดับ D100 ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคกว่า 10,000 ราย ในตลาดใหญ่ 5 แห่งครอบคลุม 4 ภูมิภาคทั่วโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมนี จีน และอินเดีย โดยได้สอบถามผู้บริโภคเกี่ยวกับแบรนด์ต่างๆ ทั้งแบรนด์ระดับโลกและแบรนด์เจาะจงเฉพาะตลาด รวมกันกว่า 1,200 แบรนด์ สำหรับแบรนด์ที่จัดว่าเป็นแบรนด์ระดับโลกนั้นต้องเป็นองค์กรข้ามชาติขนาดใหญ่ ซึ่งมีการดำเนินธุรกิจอยู่บ้างในหลายประเทศ (เช่น Coca-Cola, Nike และ BMW) ขณะที่แบรนด์เจาะจงเฉพาะตลาดได้แก่แบรนด์ขนาดเล็กกว่า ซึ่งอาจมีการทำธุรกิจในตลาดเดียว (เช่น Royal Mail - สหราชอาณาจักร หรือ Hajmola - อินเดีย)

แบรนด์ทรงพลังที่สุด 10 อันดับแรกของโลก ได้แก่:

1. Google
2. Amazon
3. Samsung
4. Nike
5. Intel
6. NASA
7. BMW
8. Mercedes-Benz
9. Audi
10. Lenovo

เฮนรี เทเจอร์ ซีอีโอตลาดโลกของ IPG Mediabrands กล่าวว่า “การจัดอันดับ D100 ตลอดจนข้อมูลที่เราได้เก็บรวบรวมเพื่อจัดอันดับแบรนด์ที่ทรงพลังที่สุดของโลกนั้นเป็นเรื่องน่าทึ่ง โดยคะแนนพลังขับเคลื่อนและเกณฑ์วัดแบรนด์ยุคใหม่ซึ่งเราได้กำหนดขึ้นมานี้ เปิดโอกาสให้ IPG Mediabrands สามารถช่วยแบรนด์ทั้งหลายก้าวขึ้นเป็นแบรนด์ที่ทรงพลังอย่างแท้จริง พร้อมก้าวทันไปกับผู้บริโภค”

คะแนนพลังขับเคลื่อนคำนวณจากการประเมินความทรงพลังของแบรนด์ใน 4 มิติหลักๆด้วยกัน ซึ่งตรงกันข้ามกับเกณฑ์วัด “โลกยุคเก่า” ที่ใช้อยู่เดิม เช่น การรับรู้แบรนด์ และมูลค่าแบรนด์

D100 ถือเป็นครั้งแรกที่ได้มีการประเมินความสำเร็จของแบรนด์ โดยใช้เกณฑ์วัดโลกยุคใหม่ ได้แก่:

- ความว่องไว: ศักยภาพของแบรนด์ในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของภาวะตลาด
- การตอบสนอง: ศักยภาพของแบรนด์ในการตอบสนองต่อความต้องการและการตอบรับจากลูกค้า
- นวัตกรรม: ศักยภาพของแบรนด์ในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ พร้อมสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ
- การเข้าสังคม: ศักยภาพของแบรนด์ในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายบนโซเชียลมีเดีย ในแง่ของจำนวนและการมีส่วนร่วม

ข้อมูลใน 3 มิติแรก (ความว่องไว การตอบสนอง และนวัตกรรม) ได้รวบรวมขึ้นจากการสำรวจมุมมองของผู้บริโภค ส่วนมิติที่ 4 อย่างการเข้าสังคมนั้น รวบรวมจากข้อมูลบนโซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter และ Weibo โดยข้อมูลจากแต่ละมิตินั้นได้นำมาแปลงเป็น Z-Score จากนั้นจึงหาค่าเฉลี่ยรวมกันเพื่อคำนวณเป็นคะแนนพลังขับเคลื่อนโดยรวมของแบรนด์นั้นๆ

โจนาห์ เบอร์เกอร์ รองศาสตราจารย์ภาควิชาการตลาด แห่งมหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย กล่าวว่า “เราได้ร่วมมือกับ IPG Mediabrands ในการประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีอันเข้มงวดและครอบคลุม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบรนด์ใดบ้างที่กำลังขับเคลื่อนอนาคต โดยทำที่ที่สุดแล้ว สิ่งที่สำคัญไม่ใช่เพียงแค่วันนี้ แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงโลกในวันข้างหน้า”

สาระสำคัญของการวิจัยครั้งนี้คือการแสดงให้เห็นว่า วันนี้อาจได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมากตั้งแต่รากฐาน แต่ก่อนนั้นการเป็นแบรนด์ที่ใหญ่และเก่าแก่ที่สุดก็เพียงพอแล้วที่จะรับประกันความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ทว่าในตลาดยุคปัจจุบันที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วและมีการเชื่อมต่อทางสังคม การเป็นโลกยุคใหม่คงไม่เพียงพอ แต่ต้องเป็นโลกแห่ง

แบรนด์ยุคใหม่ด้วย โดยอาศัยเกณฑ์วัดทั้ง 4 ประการนี้เป็นปัจจัยสนับสนุนความอยู่รอดของแบรนด์และการเติบโตอย่างยั่งยืน

D100 พบว่าจะเน้นพลังขับเคลื่อนและผลประกอบการของบริษัทมีความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างชัดเจนและในเชิงบวก โดยแบรนด์ที่ทรงพลัง ซึ่งได้แก่แบรนด์ที่มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเหนือค่าเฉลี่ยความทรงพลังอยู่หนึ่งส่วนนั้น มีการเติบโตของรายได้งวดไตรมาสสี่ สูงขึ้น 2.7% จากปี 2014 ถึง 2015 ซึ่งแม้ว่าตัวเลขดังกล่าวอาจดูไม่มีนัยสำคัญมากนัก แต่การเติบโตของรายได้เฉลี่ยของแบรนด์ต่างๆโดยทั่วไปแล้วอยู่ที่เพียง 4.4% ความสัมพันธ์ระหว่างพลังขับเคลื่อนและการเติบโตของรายได้นั้นยังคงปรากฏให้เห็น แม้มีการควบคุมเกณฑ์วัดแบรนด์ที่ใช้กันทั่วไปร่วมด้วย เช่น การรับรู้แบรนด์และขนาดของแบรนด์ สิ่งนี้บ่งชี้ว่า พลังขับเคลื่อนของแบรนด์ช่วยส่งเสริมผลประกอบการในอนาคตเหนือกว่าเกณฑ์วัดแบรนด์แบบเดิมๆ นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างพลังขับเคลื่อนกับการเติบโตของรายได้ ยังได้รับการขับเคลื่อนเป็นพิเศษในมิติของความไว้วางใจ และค่อนข้างได้รับผลกระทบในมิติของการเข้าสังคม ขณะที่บริษัทที่เด่นในเรื่องของความไว้วางใจยังมีมูลค่าตามราคาตลาดสูงกว่าด้วย

แมต แบกซ์เตอร์ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายสร้างสรรค์และกลยุทธ์ กล่าวว่า “การวิจัยดังกล่าวมีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า แบรนด์ทั้งหลายจำเป็นต้องก้าวออกจากการใช้เกณฑ์วัดแบรนด์อันล้าสมัย และเปิดรับการประเมินตามคะแนนพลังขับเคลื่อน โดยสิ่งที่เราได้พิสูจน์นั้นสอดคล้องอย่างมากกับการเติบโตของรายได้ในอนาคต ตลอดจนแรงผลักดันของบริษัทต่างๆ”

ทั้งนี้ D100 Award ได้มอบรางวัลบริษัทที่ทรงพลังที่สุดในโลกเป็นครั้งแรกให้กับ Google โดยมอบให้แก่คุณเอริค ชมิดท์ ประธานบริหารของ Alphabet Inc. (บริษัทแม่ของ Google ที่เพิ่งก่อตั้งขึ้นใหม่) ในเทศกาล Cannes Lions International Festival of Creativity ครั้งที่ 63 ณ เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อตรวจสอบอันดับของแต่ละแบรนด์ หรือรับชมอันดับทั้งหมด สามารถดูได้ที่ [www.thed100.com](http://www.thed100.com)

###

เกี่ยวกับ IPG Mediabrands

IPG Mediabrands ก่อตั้งขึ้นโดย Interpublic Group (NYSE: IPG) เมื่อปี 2007 เพื่อบริหารจัดการสินทรัพย์ในเครือทั่วโลกที่เกี่ยวข้องกับสื่อ ปัจจุบัน บริษัทบริหารจัดการเงินลงทุนด้านการตลาดมูลค่ากว่า 3.7 หมื่นล้านดอลลาร์ ให้กับลูกค้า ด้วยเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารการตลาดกว่า 8,500 ราย ในกว่า 130 ประเทศ

IPG Mediabrands เป็นเอเจนซียุคใหม่ที่ทำให้ความสำคัญกับการตลาดเชิงพลวัต ด้วยการดำเนินงานอันไว้วางใจ รวดเร็ว และเป็นเลิศทางข้อมูล เราจึงสามารถเดินหน้าสร้างการเติบโตให้กับแบรนด์ที่ใหญ่ที่สุดของโลกหลายแบรนด์ เครือข่ายเอเจนซีของ IPG Mediabrands ประกอบไปด้วย UM, Initiative, BPN และ Orion Holdings รวมถึงธุรกิจ

เฉพาะทางอย่าง Magna Global, Cadreon, Ansible, Society, Reprise, Rapport และ IPG Media Lab

IPG Mediabrands. Dynamic by Design.

รับชมข่าวต้นฉบับได้ที่ [businesswire.com](http://businesswire.com):

<http://www.businesswire.com/news/home/20160620005848/en/>

ติดต่อ:

IPG Mediabrands

Dan Friedman

โทร: +1-212-883-4780

อีเมล: [Dan.Friedman@mbww.com](mailto:Dan.Friedman@mbww.com)