

# IPG Mediabrands เปิดตัว “The D100” จัดอันดับ สุดยอดแบรนด์ทรงพลังของโลก

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

GOOGLE, AMAZON และ SAMSUNG ขึ้นแท่นผู้นำแบรนด์ทรงพลังสามอันดับแรกของโลก

- เกณฑ์วัดเดิมที่มุ่งเน้นคุณค่าตราสินค้านั้นล้าสมัยไปแล้วสำหรับโลกยุคใหม่
- IPG Mediabrands ร่วมกับวิทยาลัยวาร์ตันแห่งมหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย สร้างเกณฑ์วัดแบรนด์รูปแบบใหม่ในชื่อ “คะแนนพลังขับเคลื่อน”
- แบรนด์ที่มีคะแนนพลังขับเคลื่อนสูงกว่ามีรายได้เติบโตดีกว่า เมื่อเทียบกับแบรนด์ที่มีคะแนนพลังขับเคลื่อนต่ำกว่า
- จัดอันดับโดยให้คะแนนพลังขับเคลื่อนใน 4 มิติด้วยกัน ได้แก่ ความไว้วางใจ การตอบสนอง นวัตกรรม และการเข้าถึง
- 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 เป็นเอเจนซียุคใหม่ที่สำคัญกับการตลาดเชิงพลวัต 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://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)