



การสร้างงานสนับสนุนรายการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

กรณีศึกษา – จากัวร์ & ซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวีค

จากัวร์คือชื่อแบรนด์ซึ่งแสดงถึงความหรูหรา ความสง่างาม และความเร็ว ตลอด 75 ปีที่ครองตำแหน่งผู้นำด้านการออกแบบและวิศวกรรมยานยนต์ บริษัทจากัวร์ได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของรถยนต์ความเร็วสูงที่สวยงามน่าหลงใหล

ปัจจุบัน บริษัทสัญชาติอังกฤษอย่างจากัวร์ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่ในภูมิภาคเอเชีย โดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากการที่จากัวร์มอบการสนับสนุนที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงให้แก่รายการซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวีค 2009 และ 2010

บริษัท พอล พูล (เข้าท อีส เอเชีย) จำกัด เป็นบริษัทที่ปรึกษาอิสระชั้นนำซึ่งตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ประเทศไทย มีความเชี่ยวชาญทางการตลาดในด้านการสนับสนุนรายการและความร่วมมือทางธุรกิจ โดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงานระหว่างเจ้าของสิทธิและแบรนด์สินค้าต่างๆ ตลอดจนเสริมสร้างความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างเจ้าของสิทธิกับแบรนด์สินค้าให้มั่นคงยั่งยืนและก่อประโยชน์สูงสุด

ตลอดเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ดำเนินการรวบรวม จัดจำหน่าย และบริหารจัดการโอกาสในการสนับสนุนและความร่วมมือทางธุรกิจสำหรับเจ้าของสิทธิมากมายหลายวงการ และยังได้ทำงานร่วมกับแบรนด์ชั้นนำระดับโลกหลายรายในการพัฒนาโอกาสในการสนับสนุนและความร่วมมือทางธุรกิจในสิทธิต่างๆ ที่เจ้าของสิทธิครอบครองอยู่เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นี่คือเรื่องราวของจากัวร์และการสนับสนุนรายการซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวีค

"รถจากัวร์รุ่น XJ ทั้งหมดได้รับแรงบันดาลใจมาจากรูปร่างที่โค้งมนและการตกแต่งภายในของเรือยอชท์ที่หรูหราสง่างาม เมื่อใดที่ผู้ขับขี่ได้ขับจากัวร์ XJ พวกเขาจะรู้สึกเสมือนกำลังแล่นเรือยอชท์สุดหรู ซึ่งเรานั้นใจว่ารถจากัวร์รุ่น XJ ได้มอบประสบการณ์การขับขี่ที่โดดเด่นในห้องโดยสารที่หรูหราให้แก่ผู้ขับขี่ทุกท่าน เราเล็งเห็นว่ายอดขายรถยนต์ของเราเพิ่มขึ้นอย่างมากหลังจากที่ได้จัดกิจกรรมด้านการตลาดแบบสร้างประสบการณ์ในรายการซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวีค 2009 และ 2010 บริษัทพอล พูล (เข้าท อีส เอเชีย) จำกัด เป็นผู้จัดแคมเปญการตลาดแบบ 360 องศาระดับเฟิร์สคลาสขึ้นภายในสถานที่จัดการแข่งขันซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวีค ซึ่งนั่นเป็นกิจกรรมการตลาดที่ดีที่สุดเท่าที่เราเคยดำเนินการมาในอดีตเลยที่เดียว"

มิก แรชชา ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการต่างประเทศจากัวร์





การสร้างงานสนับสนุนรายการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

จากรัวร์ & ซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิค

ในปี พ.ศ.2552 และ 2553 บริษัท พอล พูล (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด ได้ลงนามและดำเนินการจัดการให้จากรัวร์เป็นหนึ่งในผู้สนับสนุนร่วมของรายการซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิค ซึ่งเป็นการแข่งเรือระดับนานาชาติที่จัดขึ้นบนชายฝั่งตะวันออกของจังหวัดภูเก็ต

ซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิคเป็นรายการแข่งเรือที่น่าตื่นตาตื่นใจและเติบโตเร็วที่สุดในภูมิภาคเอเชีย นับตั้งแต่การจัดการแข่งขันครั้งแรกในปี พ.ศ.2547 ปัจจุบันซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิคมีเรือเข้าร่วมแข่งขันมากถึง 40 ลำ โดยมีผู้เข้าแข่งขันประมาณ 400 คนจากทั่วทุกมุมโลก ร่วมด้วยผู้สนับสนุนและพันธมิตรมากกว่า 30 ราย และแขกของผู้สนับสนุน รวมถึงผู้ที่มามีบทบาทสำคัญและมีอิทธิพลในวงการเรือของเกาะภูเก็ต ทำให้การแข่งขันรายการนี้เป็นเวทีด้านการตลาดที่ยอดเยี่ยม

จากรัวร์ได้เล็งเห็นโอกาสจากการเป็นพันธมิตรกับซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิค จึงได้เกิดไอเดียในการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายรถยนต์หรูระดับพรีเมียมรุ่น All New XJ, XFR และ XKR

การสนับสนุนซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิคมอบโอกาสให้จากรัวร์ ดังนี้

- ผสานแบรนด์ของตนเองเข้ากับการเล่นเรือในเอเชีย
- จัดแสดงรถยนต์
- มอบโอกาสให้ผู้ที่ต้องการซื้อรถยนต์ได้ทดลองขับรถในงาน Driving Experience Days
- เพิ่มการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของแบรนด์จากรัวร์ผ่านทางกิจกรรมโฆษณาและประชาสัมพันธ์
- ทำกิจกรรมร่วมกับพันธมิตรระดับภูมิภาค ลูกค้ายูไอพี และผู้ที่สนใจในรถยนต์จากรัวร์





การสร้างงานสนับสนุนรายการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

เกี่ยวกับซิกส์เซนส์ภูเก็ตเรซวีค

ซิกส์เซนส์ภูเก็ตเรซวีคเป็นรายการแข่งเรือที่น่าตื่นตาตื่นใจซึ่งดำเนินการแข่งขันต่อเนื่องกัน 4 วัน การแข่งขันแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ได้แก่ ประเภท IRC Racing; ประเภท IRC class 2; ประเภท IRC class 3; ประเภท Multihulls; ประเภท Firefly 850 อันแสนเร้าใจ; ประเภท Classic อันยอดเยี่ยม; รวมทั้งงานเลี้ยงสังสรรค์ระดับ 5 ดาว!

รายการซิกส์เซนส์ภูเก็ตเรซวีคจัดโดยอิมเมจเอเชีย ซึ่งจัดขึ้นภายใต้การสนับสนุนของสโมสรเรือใบอ่าวฉลอง โดยความร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทยและสมาคมแข่งเรือใบแห่งประเทศไทย

ซิกส์เซนส์ภูเก็ตเรซวีคมีชื่อเสียงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านทักษะแล่นเรือของผู้เข้าแข่งขัน และงานเลี้ยงสังสรรค์ที่สนุกสนานและยอดเยี่ยม

จากการทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนอย่างบริษัท พอล พูล (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด ทำให้ปัจจุบันซิกส์เซนส์ภูเก็ตเรซวีคเป็นการแข่งเรือเพียงรายการเดียวในเอเชียที่มีตัวแทนทำหน้าที่มอบบริการด้านการสนับสนุนอย่างเต็มรูปแบบและมีผู้สนับสนุนที่ยอดเยี่ยมจำนวนมาก ด้วยการดำเนินงานของบริษัท พอล พูล (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด นี้เอง ทำให้รายการภูเก็ตเรซวีคมีชื่อเสียงอีกด้านหนึ่งที่ไม่มียุทธศาสตร์ใดเสมอเหมือน นั่นก็คือ การมีทีมงานที่ทำงานร่วมกับผู้สนับสนุนอย่างใกล้ชิดเพื่อมอบสิทธิประโยชน์เชิงพาณิชย์ให้แก่ผู้สนับสนุน

รายการซิกส์เซนส์ภูเก็ตเรซวีคได้รับความสนใจจากผู้สนับสนุนรายการมากมายในช่วงเจ็ดปีที่ผ่านมา โดยในปี พ.ศ.2553 มีผู้สนับสนุนรายการ ดังต่อไปนี้

ซิกส์เซนส์รีสอร์ทแอนด์สปา; เอวาซอนภูเก็ตรีสอร์ทแอนด์ซิกส์เซนส์สปา; สโมสรเรือใบอ่าวฉลอง; การกีฬาแห่งประเทศไทย; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย; สมาคมแข่งเรือใบแห่งประเทศไทย; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - อะเมซิ่งไทยแลนด์; ร้านอาหารดาวินชี; จากัวร์; คิวบีอีประกันภัย; บริษัท คอมโพซิท กะตะมารีนส์ จำกัด / เรือ Andaman Cabriolet; เบียร์ช้าง; Global Investments; Gybe; บริการรถเช่า Hertz; ไวน์ Mont Clair; บริการให้เช่าเรือยอชท์ The Moorings; ไอศกรีมโมเวนพิก; ผลิตภัณฑ์ป้องกันแดด Sun Cooler; Power Plus; บริษัทนำเที่ยว Urbane Nomads; เว็บไซต์ Anglo Info; นิตยสาร Asia Pacific Boating; เว็บไซต์ MyPhuketInfo.com; หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น; สถานีโทรทัศน์ PG TV; หนังสือพิมพ์ Phuket Gazette; นิตยสาร Prestige; นิตยสาร Window on Lifestyle; นิตยสาร SEA Yachting; นิตยสาร Yacht Style Asia; โรงพยาบาลสิริโรจน์; บริษัท ลีมารีน จำกัด; เรือ The Siam Junk; โรงเรียนสอนแล่นเรือใบและผู้จำหน่ายเรือใบ Topper Sail Phuket; ภูเก็ต โบ๊ท ลากูน รีสอร์ท; บริษัท อีลีคทริคคอล มารีน จำกัด; ISS World; บริษัท Sunsail; เรือนำเที่ยว Seraph Cruises; เรือ Quantum Sails





การสร้างงานสนับสนุนรายการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

การสนับสนุน

บริษัท พอล พูล (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด ได้ทำการเจรจาตกลงเพื่อมอบสิทธิด้านการสนับสนุนมากมายให้กับจากรัวร์ ได้แก่

| | |
|--|--|
| สิทธิในการใช้ชื่อ: | จากรัวร์ ผู้สนับสนุนร่วมอย่างเป็นทางการของซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิค |
| การประชาสัมพันธ์แบรนด์: | ป้ายและโลโก้ของจากรัวร์: บริเวณพื้นที่จัดการแข่งขันและรอบเมืองภูเก็ต; สนามบิน; เรือ; ชุดของเจ้าหน้าที่; ธงชายหาด; งานเลี้ยงสังสรรค์; ริกัลดาบาร์; โปสเตอร์ของงาน; สิ่งพิมพ์ทั้งก่อนและหลังการจัดงาน; เว็บไซต์; และการตั้งชื่อรางวัล |
| สื่อ: | มีโลโก้จากรัวร์ปรากฏในสารคดีทางทีวี ; ดีวีดีประชาสัมพันธ์หลังการจัดงาน ; ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโดยแสดงแบรนด์จากรัวร์ |
| การทำตลาดด้วยการสร้างประสบการณ์: | จากรัวร์ได้วางกลยุทธ์หลักในการจัดกิจกรรม Driving Experience Days ขึ้น โดยมีเป้าหมายคือมอบโอกาสให้สื่อมวลชน ลูกค้ายูไอพี และผู้สนใจในผลิตภัณฑ์ได้ทดลองขับรถยนต์ของจากรัวร์ |
| การเก็บข้อมูล: | จากรัวร์สามารถส่งข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ของตนเองให้กับกลุ่มเป้าหมายในฐานข้อมูลของรายการซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิค |
| การรับรอง & การสร้างเครือข่าย: | จากรัวร์ได้รับมอบแพ็คเกจการรับรองแขกวีไอพีในงานเลี้ยงสังสรรค์ของรายการซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิค รวมถึงพิธีเปิดและพิธีปิดการแข่งขัน ซึ่งมอบโอกาสที่เยี่ยมยอดให้จากรัวร์ได้สร้างความบันเทิงให้แก่พันธมิตรระดับภูมิภาค ลูกค้ายูไอพี และผู้ที่ซื้อรถยนต์ |
| การประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นสื่อ: | จากรัวร์ได้ผลิตสินค้าที่ระลึกร่วมกับซิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิค ได้แก่ หมวกเบสบอล, เสื้อโปโล, รม, Stationery |





การสร้างงานสนับสนุนรายการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

|| บุรุษจากัวร์บนเรือ

จากรู้แสดงแบรนด์ของตนที่เล่นท่ายานบนผืนน้ำ ด้วยการประชาสัมพันธ์แบรนด์บนใบเรือของเรือที่ชื่อ Niña ซึ่งเป็นเรือประเภท Multihull

จากการผสมผสานแบรนด์ของตนเข้ากับการแข่งขันอย่างเต็มรูปแบบนี้เองทำให้จากรู้สามารถเพิ่มการรับรู้แบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นการตัดสินใจที่เยี่ยมยอด





การสร้างงานสนับสนุนรายการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

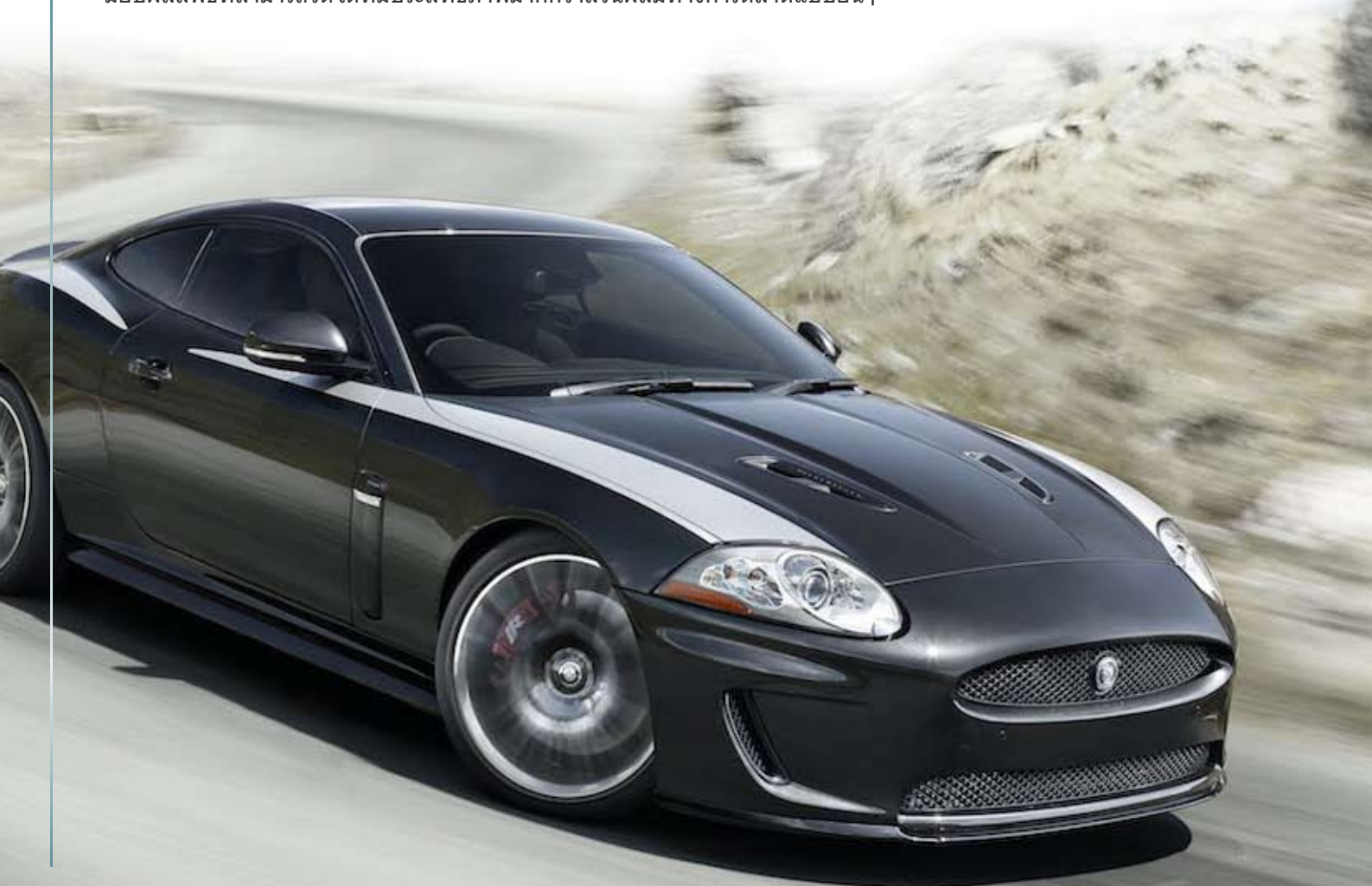
สิทธิประโยชน์จากการสนับสนุน

ผู้สนับสนุนจะได้รับสิทธิประโยชน์มากมาย และได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานอย่างมืออาชีพและเป็นสื่อกลางให้เข้าถึงเป้าหมาย ซึ่งช่วยให้องค์กรธุรกิจสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้

หากมีการบริหารจัดการอย่างถูกต้อง การสนับสนุนรายการเชิงธุรกิจจะเป็นวิธีที่สามารถเพิ่มการมองเห็นแบรนด์และขยายการรับรู้แบรนด์ในกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด โดยเสริมความแข็งแกร่งให้แก่แบรนด์และคุณค่าของแบรนด์และทำให้แบรนด์นั้นคงอยู่ตลอดไป

จากรีวิวโอกาสจากการร่วมงานกับซิกส์เซ็นส์เกิดเรซวิคในการ

- เพิ่มยอดขาย
- เพิ่มการรับรู้แบรนด์ในกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง
- สนับสนุนแบรนด์ เน้นย้ำคุณค่าแบรนด์ และเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจของบริษัท
- สร้างมิตรภาพในแวดวงผู้ชื่นชอบการเล่นเรือในภูมิภาคเอเชีย
- สร้างความภักดีต่อแบรนด์ในหมู่ลูกค้า
- เปลี่ยนผู้สนใจในสินค้าให้เป็นผู้ซื้อ
- เพิ่มการนำเสนอข่าวของแบรนด์ในสื่อต่างๆ
- สร้างความสัมพันธ์ระยะยาว
- สร้างความสัมพันธ์แบบธุรกิจต่อธุรกิจ
- กระชับความสัมพันธ์กับพันธมิตรในภูมิภาค (ผู้นำเข้ารถยนต์) และลูกค้าวีไอพี
- มอบผลลัพธ์ที่สามารถวัดได้ที่มีประสิทธิภาพมากกว่าส่วนผสมทางการตลาดแบบอื่นๆ





การสร้างงานสนับสนุนรายการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

การจัดกิจกรรม – DRIVING EXPERIENCE DAYS

จากรีวิวสิทธิประโยชน์จากการเป็นผู้สนับสนุนร่วมในการจัดกิจกรรม Driving Experience Days ขึ้น โดยเปิดโอกาสให้ลูกค้าวีไอพี ผู้ที่จะซื้อรถยนต์ และสื่อมวลชนได้ทดลองขับรถยนต์รุ่นใหม่อย่าง XFR และ XKR ที่ใช้เครื่องยนต์ขนาด 5.0 V8 ในปี พ.ศ.2552 และรถยนต์รุ่น All New XJ ในปี พ.ศ.2553 โดยมีจุดประสงค์เพื่อเปิดตัวรถยนต์ดังกล่าวในตลาดเอเชียแปซิฟิก

กิจกรรม Driving Experience Day มอบโอกาสพิเศษให้ลูกค้าและแอมบาสเดอร์วีไอพีได้ขับรถยนต์จากัวร์ทั้งบนถนนและในสนามทดสอบสมรรถนะภายใต้คำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผู้ขับได้สัมผัสประสบการณ์การขับรถยนต์ต้นแบบอย่างแท้จริง

นอกจากนี้ กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยมีชายฝั่งของเกาะภูเก็ตที่สวยงามเป็นฉากหลังนี้ ยังทำให้แขกได้สัมผัสสมรรถนะสูงสุดของการขับขี่ที่เต็มไปด้วยความสนุกสนานอีกด้วย

พ.ศ.2553 - เปิดตัว ALL NEW XJ ในเอเชียแปซิฟิก

จากรีวิวโอกาสที่ได้ทำงานร่วมกับซิกส์เซนส์ภูเก็ตเรซวีคในการเพิ่มยอดขายให้กับรถยนต์สุดหรูรุ่นใหม่ล่าสุดอย่าง All New XJ ในขณะเดียวกันก็จัดแสดงรถยนต์รุ่นใหม่ล่าสุดที่เพิ่งได้รับรางวัลด้านยนตรกรรมอย่าง XFR และ XKR

รถยนต์ถูกจัดแสดงเคียงข้างกับเรือยอชท์ เน้นย้ำให้เห็นถึงความเป็นหนึ่งเดียวกันระหว่างรถยนต์และเรือยอชท์ที่หรูหรา รวมถึงการออกแบบภายในของรถยนต์ที่ล้วนได้รับแรงบันดาลใจมาจากเรือใบแบบคลาสสิก

การตกแต่งภายนอกของตัวรถ All New XJ ด้วยหลังคาแบบพาโนรามิกและโด่งมน สะท้อนให้เห็นถึงมนตร์เสน่ห์ของเรือใบที่ดูคลาสสิกและน่าหลงใหล

All New XJ คือส่วนผสมที่ลงตัวระหว่างการออกแบบที่โฉบเฉี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ล้ำสมัย ผสมผสานกลายเป็นรถยนต์คันหรูร่วมสมัยที่สวยงาม คงทน และ ปรารถเปรี้ยว





การสร้างงานสนับสนุนรายการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

การจัดกิจกรรม – DRIVING EXPERIENCE DAYS

การเปิดตัวรถยนต์ในซีกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิค

- จากัวร์เลือกซีกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิคเป็นเวทีสำหรับการเปิดตัวรถยนต์ของบริษัทอย่าง All New XJ ในเอเชียแปซิฟิก
- นอกเหนือจากกิจกรรมของดีลเลอร์ท้องถิ่นในโชว์รูมแล้ว นี่คือกิจกรรมหลักระดับภูมิภาคที่จากัวร์ใช้เปิดตัวรถยนต์รุ่น All New XJ
- เหตุผลหลักในการตัดสินใจทำกิจกรรมในครั้งนี้คือความเหมาะสมของกิจกรรมและความสามารถในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมแบรนด์จากัวร์
- จากัวร์วางแผนล่วงหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่จากประเทศอังกฤษเข้ามาดำเนินการด้านการสนับสนุนเชิงธุรกิจและแต่งตั้งให้บริษัท พอล พูล (เข้าห อีส เอเชีย) จำกัด เข้ามาบริหารจัดการแผนการสนับสนุนในท้องถิ่น
- จากัวร์เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมเปิดตัวรถยนต์โดยตรง โดยได้ขนส่งรถยนต์ของบริษัทมาจากอังกฤษ จัดหาทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญมาสาธิตการขับ วางแผนและดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์แบรนด์ของตนเอง เพื่อให้บริษัทสามารถบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่สอดคล้องกับรายการซีกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวิคซึ่งเป็นพื้นที่ในการจัดกิจกรรม
- พันธมิตรประจำภูมิภาคของจากัวร์ (ผู้นำเข้ารถยนต์) เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มแรกในการวางแผนดึงดูดความสนใจจากลูกค้าวีไอพี นักวิจารณ์รถยนต์ และผู้สนใจ
- กิจกรรมนี้มอบโอกาสการเรียนรู้ให้แก่พันธมิตรประจำภูมิภาคของจากัวร์ เพื่อให้พันธมิตรสามารถนำไปใช้ในการจัดกิจกรรมทางการตลาดของตนเองในท้องถิ่นต่อไป





การสร้างงานสนับสนุนรายการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

ผลลัพธ์

การทำงานและการจัดกิจกรรมร่วมกับรายการซิกส์เซ้นส์ภูเก็ตเรซวีคทำให้จกัวร์สามารถบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้หลายประการด้วยกัน ได้แก่

ยอดขาย

ในปี พ.ศ.2552 จกัวร์ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนคิดเป็นอัตราส่วน 6:1 จากยอดขายรถยนต์ ซึ่งยอดขายส่วนหนึ่งได้มาจากยอดสั่งซื้อรถยนต์ในงานซิกส์เซ้นส์ภูเก็ตเรซวีค

อัตราส่วนดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็น 12:1 ในปี พ.ศ.2553 ทำให้การสนับสนุนของจกัวร์เป็นการตัดสินใจทางธุรกิจที่คุ้มค่าและมีประสิทธิผลอย่างแท้จริง

การประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้า

ซิกส์เซ้นส์ภูเก็ตเรซวีคใช้สื่อหลากหลายกว่า 4 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยมีการนำเสนอข่าวการแข่งขันผ่านทางโทรทัศน์ การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา

การออกอากาศทางทีวีระดับนานาชาติ

แบรนด์จกัวร์จะถูกรวมไว้ในเนื้อหาข่าวรายการซิกส์เซ้นส์ภูเก็ตเรซวีค 2009 และ 2010 ที่ออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์ระดับนานาชาติ โดยซิกส์เซ้นส์ภูเก็ตเรซวีคเป็นการแข่งเรือเพียงรายการเดียวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ซื้อสิทธิในการนำเสนอข่าวนานาชาติโทรทัศน์ที่มีการรับประกันการแพร่ภาพทั่วโลก พร้อมกับมีรายการโทรทัศน์มีอาชีพเป็นของตนเอง ข่าวการแข่งขันจะปรากฏอยู่ในการรายการกีฬาทางน้ำชั้นนำของโลกอย่างรายการ 'Hot Water' เป็นหลัก หรือเป็นส่วนหนึ่งของข่าวกีฬาทางน้ำอื่นๆ การเผยแพร่เนื้อหาในรายการต่างๆ ได้แก่

รายการ Watersports World

ผู้จัดการรายการซิกส์เซ้นส์ภูเก็ตเรซวีคได้จ้าง ProActive TV ซึ่งเป็นบริษัทในสหราชอาณาจักรที่ผลิตรายการกีฬาทางน้ำยอดเยี่ยม 'Watersports World' ให้มาผลิตรายการความยาว 15 นาทีให้แก่ซิกส์เซ้นส์ภูเก็ตเรซวีค 2009 และ 2010 ตามข้อมูลที่ได้จาก Sponsorship Intelligence ซึ่งเป็นบริษัททางด้านสื่ออิสระให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายการ Watersports World ดังนี้:

- รายการ Watersports World แต่ละตอนมีผู้ชมโดยเฉลี่ย 5 ล้านคน
- การแพร่ภาพไปในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ครอบคลุมผู้ชมเกือบครึ่งล้านคนต่อตอน รวมถึง รายการ Sky Sports, Star TV and Fox Sports
- การออกอากาศรายการ Watersports World ในแต่ละตอน มีมูลค่า 3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
- จะมีการแสดงชื่อของผู้สนับสนุนหลักบนหน้าจอประมาณ 25.8% ของเวลาในการออกอากาศ
- โดยเฉลี่ยในการออกอากาศรายการ Watersports World รวมถึงการออกอากาศซ้ำ จะมีมูลค่าเทียบเท่ากับโฆษณาทั่ว 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ช่องการแล่นเรือ

รายการซิกส์เซ้นส์ภูเก็ตเรซวีค 2009 และ 2010 ได้ออกอากาศผ่านทางช่องการแล่นเรือ โดยผู้ประกาศข่าวการแล่นเรือโดยเฉพาะ ซึ่งมีผู้ชมกว่า 20 ล้านครัวเรือนทั่วยุโรป

ข่าวและสารคดีระดับนานาชาติ

รายการซิกส์เซ้นส์ภูเก็ตเรซวีค 2009 และ 2010 ได้ปรากฏอยู่ใน:

- Mainsail (รายการเกี่ยวกับการแข่งเรือใบใน CNN)
- Sailing (รายการเกี่ยวกับการแข่งเรือสำหรับภาคพื้นยุโรปใน Eurosport)
- Transworld Sport (รายการกีฬาระดับโลก – มีผู้ชมมากกว่า 90 ล้านครัวเรือน)
- SNTV (สำนักข่าวระหว่างประเทศ)
- Reuters TV (สำนักข่าวระหว่างประเทศ)
- Sail TV - ช่องบรอดแบนด์ที่ออกอากาศเฉพาะรายการเกี่ยวกับการแล่นเรือซึ่งมี ProActive TV เป็นผู้ผลิตรายการให้อย่างสม่ำเสมอ ช่องนี้จะออกอากาศรายการไปทั่วโลกในช่วง 12 เดือน





การสร้างงานสนับสนุนรายการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

พลัสพีอาร์

การเผยแพร่ผ่านการประชุมสัมมนา

ซิกส์เซนส์เกิดเรซวิคมอบโอกาสที่ยิ่งใหญ่ให้ผู้สนับสนุนได้นำเสนอข่าวสารของตนผ่านทางกิจกรรมข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ จัดหมายข่าวผ่านทางอีเมลล์ และข้อตกลงทางด้านบทความกับสื่อพันธมิตรช่วยให้บทความสามารถเผยแพร่ไปในสื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง

สิ่งพิมพ์ที่มีบทบรรณาธิการที่กล่าวถึงรายการนี้ ได้แก่ นิตยสาร Asia-Pacific Boating, นิตยสาร China Boating, นิตยสาร Yacht Style, นิตยสาร Southeast Asia Pilot, นิตยสาร Helm Superyacht Asia Pacific, นิตยสาร Silkroad (สายการบิน Dragonair), นิตยสาร SEA Yachting, นิตยสาร Look East Travel & Lifestyle, หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์, หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น, นิตยสาร Prestige, หนังสือพิมพ์ Pattaya Mail, นิตยสาร Shop Window on Lifestyle, หนังสือพิมพ์ Phuket Gazette - และยังรวมถึงสื่อออนไลน์ นอกเหนือจากสื่อสิ่งพิมพ์

กำหนดการโฆษณา

สื่อพันธมิตรของซิกส์เซนส์เกิดเรซวิคดำเนินการโฆษณาในช่วงระหว่างเดือนมีนาคมถึงกรกฎาคมทั้งในปี พ.ศ.2552 และ 2553 ซึ่งรวมถึงการนำเสนอแบรนด์ของจากรัวร์ใน นิตยสาร Asia Pacific Boating; นิตยสาร Yacht Style; หนังสือพิมพ์ Phuket Gazette; นิตยสาร Shop Window On Lifestyle; นิตยสาร Exclusive Homes Phuket; นิตยสาร Prestige Thailand; นิตยสาร SEA Yachting; เว็บไซต์ Angloinfo.com; หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น; และเว็บไซต์ Exclusive Homes Phuket การนำเสนอข่าวนี้อยู่ในรูปแบบของบทความครึ่งหน้า เต็มหน้า และสองหน้า





การสร้างงานสนับสนุนรายการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

เกี่ยวกับ บริษัท พอล พูล (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด

บริษัท พอล พูล (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด เป็นบริษัทที่ปรึกษาอิสระชั้นนำซึ่งตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ประเทศไทย มีความเชี่ยวชาญทางการตลาด ในด้านการสนับสนุนรายการและการร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ โดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงานระหว่างเจ้าของสิทธิ์และแบรนด์สินค้าต่างๆ ตลอดจนเสริมสร้างความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างเจ้าของสิทธิ์กับแบรนด์สินค้าให้มั่นคงยั่งยืนและก่อประโยชน์สูงสุด

ตลอดเวลาที่ผ่านมา บริษัทฯ ดำเนินการรวบรวม จัดจำหน่าย และบริหารจัดการโอกาสในการสนับสนุนและความร่วมมือทางธุรกิจสำหรับเจ้าของสิทธิ์มากมายหลายวงการ และยังได้ทำงานร่วมกับแบรนด์ชั้นนำระดับโลกหลายรายในการพัฒนาโอกาสในการสนับสนุนและความร่วมมือทางธุรกิจในสิทธิต่างๆ ที่เจ้าของสิทธิ์ครอบครองอยู่เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

บริษัท พอล พูล (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด ทำงานร่วมกับธุรกิจและแบรนด์ต่างๆ ซึ่งกำลังพิจารณา พิสูจน์ ประเมินค่า ค้นหา เจรจาต่อรอง นำไปปฏิบัติ ใช้ประโยชน์ และวัดผล เกี่ยวกับการให้ความสนับสนุนรายการ

ทีมงานหลักที่ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาด้านการสนับสนุนของบริษัทเสนอบริการด้านการบริหารจัดการที่ครอบคลุม ตั้งแต่การให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า ไปจนถึงการวางแผนการบริหารจัดการและการสื่อสารทางการตลาดอย่างเต็มรูปแบบ

บริษัท พอล พูล (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายระหว่างประเทศของพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ที่ไม่ขึ้นกับหน่วยงานใด บริษัทมีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการการสนับสนุนในนามของธุรกิจและแบรนด์ต่างๆ โดยช่วยให้ลูกค้าเข้าใจใน

- พลังของการสนับสนุน
- วิธีค้นหารูปแบบการสนับสนุนที่เหมาะสมและลงตัวกับความต้องการด้านการตลาดของตนเอง
- วิธีการสร้างการสนับสนุนให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจของตนเอง

บริการของบริษัทได้แก่ ...

การวิจัยและพัฒนา

การตรวจสอบการสนับสนุน, การรายงานกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งครอบคลุมถึงการวิเคราะห์คู่แข่งและกลุ่มอุตสาหกรรม, บริการด้านการบริหารจัดการ ซึ่งเริ่มตั้งแต่กระบวนการมองหาผู้สนับสนุนให้แก่เจ้าของสิทธิ์

กลยุทธ์

Sponsorship Assessment Matrix™ เป็นเมตริกซ์การประเมินผลการให้ความสนับสนุนในเชิงวิทยาศาสตร์ โดยมีการเลือกใช้เกณฑ์ในการให้ความสนับสนุน และกำหนดรูปแบบการสนับสนุนที่เหมาะสมและลงตัวกับความต้องการของแบรนด์

การดำเนินงาน

การเจรจาต่อรองด้านสิทธิ์และการลงนามในสัญญา การใช้ประโยชน์จากการสนับสนุน เช่น การส่งเสริมการขาย, การตลาดทางตรง, การประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, การวัดประสิทธิภาพการสนับสนุนผ่านกระบวนการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ





การสร้างงานสนับสนุนรายการเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ

ข้อมูลการติดต่อ

บริษัท พอล พูล (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด
198 ถนนตะนาว
แขวงบวรนิเวศ
เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200
ประเทศไทย
โทรศัพท์/โทรสาร: +66 2622 0605 - 7
www.paulpoole.co.th

พอล พูล - กรรมการผู้จัดการ
(สำหรับการติดต่อเป็นภาษาอังกฤษ)
อีเมล: paul@paulpoole.co.th
โทรศัพท์: +66 8 6563 3196

สิรินภา จุมที - ผู้ช่วยส่วนตัว
(สำหรับการติดต่อเป็นภาษาไทยและอังกฤษ)
อีเมล: sirinapha@paulpoole.co.th
โทรศัพท์: +66 8 3718 5554

สิทธิประโยชน์ที่จากรัวร์ได้รับ

- ชิกส์เซ็นส์ภูเก็ตเรซวีคมอบสถานที่และโอกาสที่คุ้มค่าให้จากรัวร์ได้แสดงรถยนต์ของตนเองในงานการแข่งขัน ซึ่งจากรัวร์สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้อย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมการตลาดที่บริษัทจัดขึ้นเองในภูมิภาค
- การผสมผสานแบรนด์เข้ากับการแล่นเรือได้อย่างดีเยี่ยม
- การใช้สื่อและการประชาสัมพันธ์มูลค่ากว่า 4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ*
- การจำหน่ายรถยนต์ – ดึงดูดลูกค้าวีไอพี ผู้สนใจ และนักวิจารณ์รถยนต์ได้เป็นจำนวนมาก
- ความช่วยเหลือด้านการสนับสนุนอย่างใกล้ชิด
- ความช่วยเหลือด้านการสนับสนุนอย่างมืออาชีพ โดยจัดให้บริษัท พอล พูล (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด เป็นผู้บริหารจัดการการสนับสนุนของจากรัวร์
- ทำงานร่วมกับพันธมิตรประจำภูมิภาค

