

ไบเทค ไลฟ์

ไบเทค ไลฟ์ เป็นพื้นที่จัดกิจกรรมไลฟ์เอนเตอร์เทนเมนต์แห่งใหม่ พร้อมด้วยอุปกรณ์ทันสมัยครบครัน ณ ไบเทคบุรี

จะเปิดตัวในไตรมาสที่ 2/2567 โดยจะจัดกิจกรรมไลฟ์เอนเตอร์เทนเมนต์ชั้นนำระดับโลกที่หลากหลาย อาทิ คอนเสิร์ต การแสดงตลก การแข่งขันอีสปอร์ต และศิลปะการต่อสู้แบบผสมผสาน (MMA)

ไบเทค ไลฟ์ เป็นศูนย์รวมความบันเทิงระดับชั้นนำของอุตสาหกรรมที่มีขอบเขตการจัดงานที่ชัดเจน ดำเนินงานตามมาตรฐานสากล โดยยึดลูกค้าเป็นสำคัญ

พร้อมรับกับยุคของสมาร์ตโฟนที่เทคโนโลยีทำให้ชีวิตง่ายขึ้น ไบเทค ไลฟ์ มีแผนที่จะยกระดับพื้นที่แห่งนี้ให้เป็นสถานที่จัดกิจกรรมแบบไลฟ์เอนเตอร์เทนเมนต์ระดับชั้นนำของประเทศไทย สำหรับทั้งประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยว

วิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์สำหรับไบเทค ไลฟ์ สร้างขึ้นจากแนวคิดหลัก ดังนี้:

- ใช้โซลูชันที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี
- ใช้วิธีการบริหารจัดการสถานที่จัดงานระดับชั้นนำ
- มีกรอบในการจัดงานที่ชัดเจน
- เป็นสถานที่จัดงานที่ดีที่สุดในกรุงเทพฯ

ข้อมูลโดยสังเขป

100+
กิจกรรม
ต่อปี

12,200
ตร.ม.
พื้นที่ในร่ม
ไม่มีเสาเข็ม

ต้อนรับผู้มาเยือน
กว่า 1 ล้านรายต่อปี
20% เป็นชาวต่างชาติ (เอเชีย)
80% เป็นประชาชน
ในประเทศไทย

10,000+
ตร.ม.
พื้นที่จัด
กิจกรรมบันเทิง

กลุ่มผู้เข้าชม
กลุ่มเงิน Z - 30%
กลุ่มเงิน Y - 40%
กลุ่มเงิน X - 20%
กลุ่มเงินซิลเวอร์ - 10%

4 ชั้น
ครอบคลุมพื้นที่
ชั้นแรก
ชั้นลอย
ชั้นสอง
และหลังคา

โอกาสในการ
ประชาสัมพันธ์แบรนด์
สิทธิในการตั้งชื่อสื่อดิจิทัล
และภาพนิ่ง - ภายใน
และภายนอกอาคาร

การแสดง
คอนเสิร์ต
72 ครั้งต่อปี
ที่นั่ง 3,000-8,000 คน หรือ
ที่นั่ง 5,000-12,000 คน

อีสปอร์ต
10 ครั้งต่อปี
ที่นั่ง 2,000 - 6,000 คน หรือ
ที่นั่ง 5,000 - 10,000 คน

การประชาสัมพันธ์
และการตลาด
เชิงประสบการณ์
เพื่อเปิดตัวสินค้าและบริการ
ผ่านสื่อดิจิทัล สื่อออฟไลน์
จัดตามข่าว พื้นที่แสดงอีก 5 จุด

กิจกรรม
บันเทิงอื่น ๆ
กิจกรรม 14 ครั้งต่อปี
ที่นั่ง 3,000 - 8,000 คน

การรับรอง
ตัวเลือกกิจกรรม
ที่หลากหลาย
สำหรับแขกระดับ
วีไอพีและวีวีไอพี

ขอเชิญร่วมเป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จของ ไบเทค ไลฟ์...

BITEC LIVE สัมผัสประสบการณ์สด



แพ็คเกจสำหรับการสนับสนุน

ไบเทค ไลฟ์ ได้พัฒนาโปรแกรมการสนับสนุนเชิงพาณิชย์และพันธมิตรด้านการตลาดอย่างครบวงจร ดังนี้

ระดับที่ 1 - ผู้สนับสนุนหลักพร้อมสิทธิในการตั้งชื่อ

ผู้สนับสนุนหลัก จำนวน 1 ราย พร้อมสิทธิในการตั้งชื่อ ไบเทค ไลฟ์

ระดับที่ 2 - พันธมิตรหลัก

พันธมิตรหลักอย่างเป็นทางการของ ไบเทค ไลฟ์ จำนวนไม่เกิน 4 ราย

ระดับที่ 3 - ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ

ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการของ ไบเทค ไลฟ์ จำนวนไม่เกิน 10 ราย รวมถึงพันธมิตรด้านโทรคมนาคม พันธมิตรผู้ให้บริการทางการเงิน พันธมิตรด้านโลจิสติกส์ และพันธมิตรผู้ให้บริการด้านการรับรองแขกระดับวีไอพี

ภาคธุรกิจของผู้สนับสนุนและพันธมิตร

ไบเทค ไลฟ์ เหมาะสำหรับผู้สนับสนุนจากภาคธุรกิจที่หลากหลาย ดังต่อไปนี้...

สายการบิน	ธนาคาร	การเงินสำหรับบุคคล	ครีบท	แฟชั่นและเสื้อผ้า	โรงแรม	กฎหมาย	ไม่แสวงผลกำไร	จัดหางาน	โทรคมนาคม
เครื่องแต่งกาย	เครื่องดื่มและน้ำดื่ม	บริการให้คำปรึกษา	พลังงาน	การเงิน	บริการด้านสุขอนามัย	วิถีชีวิตของคนมีระดับ	ถ่ายภาพ	ค้าปลีก	ผู้จำหน่ายบัตร
ยานยนต์	รถเช่า	เครื่องใช้ไฟฟ้า	วิศวกรรม	บริการทางการเงิน	ประกันภัย	ออนไลน์โลจิสติกส์	เกสซกรรม	บริการเช่าซื้อโรค	จับเวลา
บริการ B2B	แบรนด์ทำซิงตลาด	การจัดส่ง	สิ่งแวดลอม	หน่วยราชการด้านอาหาร - ระดับท้องถิ่น/ระดับชาติ	การเงินการลงทุน	การผลิตผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์	การชำระเงิน	จัดส่งสินค้า	การขนส่ง การท่องเที่ยว
ธุรกิจกรุงเทพฯ	การก่อสร้าง	บัตรเครดิต	อีสปอร์ต (แบรนด์ที่สนับสนุนภาคอุตสาหกรรมนี้)	การเงินการลงทุน	ไลฟ์สไตล์	ถ่ายภาพ	บริการตามสายอาชีพ	เทคโนโลยี	ยางรถยนต์ สาธารณูปโภค - พลังงานและน้ำ



ไบเทค โลฟท์ จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของผู้สนับสนุนอย่างไร?

ในการร่วมสนับสนุน ไบเทค โลฟท์ ผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจจะได้รับสิทธิประโยชน์ที่หลากหลาย ดังนี้

แบรนด์ของผู้สนับสนุน

ผนวกแบรนด์เข้ากับพื้นที่จัดกิจกรรมแบบไลฟ์เอนเตอร์เทนเมนต์แห่งใหม่ พร้อมสรรพด้วยอุปกรณ์ทันสมัย อาคารจัดกิจกรรมบันเทิงระดับชั้นนำในอุตสาหกรรม

ค่านิยมของผู้สนับสนุน

ไบเทค โลฟท์ มีศักยภาพในการดึงดูดผู้เข้าชมได้หลากหลายกลุ่ม ตั้งแต่เจนซีลเลอร์ (ผู้สูงอายุ) ไปจนถึง เจน Z

ลูกค้าและบุคลากรของผู้สนับสนุน

โอกาสในการสร้างความบันเทิงให้กับลูกค้าและบุคลากรของผู้สนับสนุน ผ่านกิจกรรมระดับชั้นนำของไทยกว่า 100 รายการต่อปี ทั้งงานแสดงคอนเสิร์ต กิจกรรมกีฬาอีสปอร์ต และกิจกรรมบันเทิงทั่วไป พร้อมด้วยกิจกรรมการแข่งขันและบัตรเข้าชมระดับ วีวีไอพี และวีไอพี

ยอดขายของผู้สนับสนุน

เข้าถึงรายชื่อติดต่อที่เป็นสมาชิกในครอบครัวและเครือข่ายทางการค้าของ ไบเทค โลฟท์ ซึ่งจะสามารถช่วยเพิ่มยอดขายของผู้สนับสนุน ตลอดจนพัฒนาช่องทางการขายแบบ B2B และ B2C ผ่านโปรแกรมส่งเสริมการขายของ ไบเทค โลฟท์ ได้

ชื่อเสียงของผู้สนับสนุน

ไบเทค โลฟท์ เหมาะที่จะเป็นแพลตฟอร์มสำหรับการทำกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติ

สิทธิประโยชน์

ในการร่วมสนับสนุน ไบเทค โลฟท์ ผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจจะได้รับสิทธิและประโยชน์ทางธุรกิจที่หลากหลาย ดังนี้

สิทธิประโยชน์แบ่งตามประเภท ดังนี้...

- สิทธิในชื่อและรูปภาพ
- สิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์
- สิทธิในการส่งเสริมการขาย โฆษณา และประชาสัมพันธ์ (บรรณาธิการ)
- สิทธิในข้อมูล
- สิทธิในการรับรองลูกค้า สร้างเครือข่าย และจำหน่ายบัตรเข้าชมงาน
- สิทธิในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์
- สิทธิด้านผลิตภัณฑ์



กิจกรรมที่ ไบเทค โลฟ

100+

กิจกรรม
ต่อปี

**ต้อนรับผู้มาเยือน
กว่า 1 ล้านรายต่อปี**

20% เป็นชาวต่างชาติ (อาเซียน)
80% เป็นประชาชนในประเทศ

ประเภทของกิจกรรม

คอนเสิร์ต	อีสปอร์ต	กิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ
48 งานต่อปี ที่นั่ง 3,000 – 8,000 คน หรือ ที่ยืน 5,000 – 12,000 คน	8 งานต่อปี ที่นั่ง 2,000 – 6,000 คน หรือ ที่ยืน 5,000 – 10,000 คน	16 งานต่อปี ที่นั่ง 3,000 – 8,000 คน

กระจายไปตามพื้นที่ 4 ชั้น

ชั้นล่าง	ชั้นลอย	ชั้นสอง	หลังคากำแพง
ไบเทค โลฟ ฮอลล์ 12,200 ตร.ม. ห้องพักนักแสดง ห้องจำหน่ายบัตร ห้องแถลงข่าว	ห้องพักนักแสดง ห้องผู้จัดงาน	จัดที่นั่งแบบโรงละคร ให้ประสบการณ์ที่ แตกต่าง (การรับรอง แบบ DKE หรือ Different Kind of Experience)	

รูปแบบงาน

ขึ้นอยู่กับลักษณะงาน ไบเทค โลฟ สามารถจัดงานได้ 4 รูปแบบ...

- จัดที่นั่งปลายเวที
- จัดที่ยืนปลายเวที
- จัดที่ผสมปลายเวที (ยืนและนั่ง)
- จัดที่นั่งสำหรับเวทีมวย



กิจกรรมที่ ไบเทค โลฟ

ประชากรศาสตร์	ภูมิศาสตร์	พฤติกรรม
เจนซีลเวอร์ 10%, เจน X 20%, เจน Y 40%, เจน Z 30% รายได้ครัวเรือน 50,000-100,000 ดอลลาร์สหรัฐ เพศชาย เพศหญิง LGBTQ	นานาชาติ (อาเซียน) 20% ในประเทศ 80%	เวลาในการเยี่ยมชม 3-4 ชั่วโมง การเดินทาง รถไฟฟ้าบีทีเอส รถยนต์ แท็กซี่ โลฟสโตร์คอนเสิร์ตและ กิจกรรมบันเทิง
คอนเสิร์ต ขึ้นอยู่กับลักษณะของงาน และแนวเพลง	อีสปอร์ต 25-39 ปี กลุ่มหลัก 15-25 ปี กลุ่มรอง	กิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ 22-50 ปี กลุ่มหลัก 50+ ปี กลุ่มรอง
ดนตรี อิเล็กทรอนิกส์แดนซ์ 30% อายุ 20-45 ปี	ชาย 56% หญิง 44%	
รีดค 30% อายุ 35-50 ปี	รายได้ ครัวเรือน 45,000+ บาท	
ป๊อป 25% อายุ 15-35 ปี	68% มีอาชีพ	
เทศกาลดนตรี	95% ของเกมเมอร์ เล่นเกมบนมือถือ	
เค-ป๊อป 15% อายุ 15-50 ปี	84% เล่นเกมบนพีซี	
	69% เล่นเกมคอนโซล	



เอกลักษณ์ที่แตกต่าง

เพราะเหตุใด ไบเทค โลฟ จึงมีเอกลักษณ์ที่แตกต่าง?

ไบเทค โลฟ เป็นเสมือนบ้านหลังที่สามของชุมชน ช่วยบรรเทาความเหนื่อยล้าจากชีวิตในเมืองกรุงที่ต้องแข่งขันและดิ้นรน โดยการ...

- เป็นพื้นที่สำหรับให้ชุมชนได้เติบโต
- นำเสนอประสบการณ์สดให้แก่ผู้ที่มาเยือน
- เป็นพื้นที่ที่โอบรับความหลากหลาย
- มีการออกแบบและค่านิยมในการออกแบบที่ยึดผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง

สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีที่สุด

- การรับรองที่ดีที่สุด มีบริการห้องส่วนตัว
- ห้องพักนักแสดงที่ดีที่สุด สำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตรไว้พบปะกับศิลปิน
- หน้าจอ LED กลางแจ้งที่ดีที่สุด ให้นำเสนอกิจกรรมที่จะมาถึงและเวลาการแสดง
- ระบบสตรีมภาพสดและการออกอากาศที่ดีที่สุด



เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน?

การประชาสัมพันธ์แบรนด์

โอกาสในการผนวกแบรนด์เข้ากับ ไบเทค โลฟ

ป้ายประชาสัมพันธ์ในสถานที่

ภายในอาคารและพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงป้ายภาพนิ่งและจอวิดีโอแบบ LED และเครื่องแบบพนักงาน

พื้นที่อื่น ๆ

ลานจอดรถจักรยานและจักรยานยนต์ เส้นทางเข้าสู่ ไบเทค โลฟ พื้นที่สวน ลานจอดรถยนต์

ศูนย์สื่อประชาสัมพันธ์หลัก

สถานที่ปฏิบัติงานของสื่อและจากหลังพื้นที่สัมภาษณ์ทั้งหมด

พื้นที่ประสบการณ์

พื้นที่ติดตั้งป้ายโปสเตอร์ แผ่นผังสถานที่และห้องน้ำ

เว็บไซต์

ป้ายประชาสัมพันธ์ภายนอก

ป้ายโฆษณาดิจิทัลและภาพนิ่งด้านนอกอาคาร - ทางเข้าหลัก และทางเข้ารอง 2 ทาง

การจัดสรรพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์แบรนด์

เพื่อเป็นแนวทาง ผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจของ ไบเทค โลฟ จะได้รับการจัดสรรพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ทั้งหมดในสัดส่วนดังต่อไปนี้

ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุนหลักพร้อมสิทธิในการตั้งชื่อ: แบ่งสัดส่วน 40%

ระดับที่ 2 พันธมิตรหลัก: แบ่งสัดส่วน 40% ระหว่างพันธมิตรหลัก ระดับที่ 2

ระดับที่ 3 ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ: แบ่งสัดส่วน 20%









เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน?

สิทธิในการส่งเสริมการขาย โฆษณา และการประชาสัมพันธ์ (บพบรรณาธิการ) 

สื่อดิจิทัลและสื่อสังคม

มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสื่อสังคมและสื่อดิจิทัลผ่านช่องทางที่เป็นทางการ รวมถึงเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อิน스타그램 ยูทูบ และช่องทางอื่น ๆ บนสื่อดิจิทัลของ ไบเทค โลฟ

พร้อมการสนับสนุนจากเว็บไซต์และหน้าสื่อสังคมของไบเทค บุรี...

-  bitec.co.th
-  facebook.com/BITEC.Bsquares
-  instagram.com/bitec_bsquare
-  x.com/BITEC_Bsquare
-  youtube.com/user/BITECBTV
-  @BITEC

การประชาสัมพันธ์และเนื้อหาการประชาสัมพันธ์

มีส่วนร่วมในบพบรรณาธิการที่ดำเนินการตลอดทั้งปี แคมเปญประชาสัมพันธ์มุ่งขยายผลการประชาสัมพันธ์ออกไปในวงกว้างทั้งระหว่างและหลังการจัดงาน โดยจะครอบคลุมกิจกรรมดังนี้

- การนำเสนอผ่าน ไบเทค โลฟ
- แคมเปญโฆษณาออนไลน์ บพบรรณาธิการ บล็อก และสื่อสังคม
- สำนักข่าวต่างประเทศและท้องถิ่น
- การกล่าวถึงในแอปต่าง ๆ - การเป็นสมาชิก / รางวัล / คู่มืออิเล็กทรอนิกส์ / บัตรอิเล็กทรอนิกส์

การโฆษณา

- แคมเปญโฆษณาออนไลน์ บทความ บล็อก และสื่อสังคม

ข้อมูล (บริหารจัดการโดยบุคลากรของไบเทค)

- การเข้าถึงข้อมูลผู้เข้าร่วมงานของ ไบเทค โลฟ และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังฐานข้อมูลของ ไบเทค โลฟ
- การกล่าวถึงในจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ของ ไบเทค โลฟ
- แคมเปญ SMS เจาะกลุ่มเป้าหมายผู้มาเยือน ไบเทค โลฟ
- อีเมลส่งตรงไปยังฐานข้อมูลผู้จัดแสดงสินค้าและบริการ ตลอดจนเจ้าของธุรกิจ
- จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์และข่าวอิเล็กทรอนิกส์ - ข่าวประชาสัมพันธ์

โปรแกรมอย่างเป็นทางการ หนังสือ โบรชัวร์

- ประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจในโปรแกรม หนังสือ และโบรชัวร์ทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง - มีให้ในรูปแบบของเอกสารและสื่อออนไลน์

กิจกรรมประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม

- การตลาดผ่านสื่อ



เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน?

สิทธิในการส่งเสริมการขาย โฆษณา และการประชาสัมพันธ์ (บรรณาธิการ)



เป้าหมายการพัฒนาโลกแห่งสหประชาชาติ

การสนับสนุน ไบเทค โลฟ ถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจในการส่งเสริมความหลากหลาย และการไม่แบ่งแยก รวมถึงโอกาสในการทำกิจกรรม CSR โดยเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (UN SDGs)

การดำเนินงานของ ไบเทค โลฟ เป็นไปตามเป้าหมาย SDGs หลายประการ ดังนี้ ความเท่าเทียมกันทางเพศ การจ้างงานที่มีคุณค่า และการเติบโตทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม นวัตกรรม และโครงสร้างพื้นฐาน เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน

ตัวอย่างเช่น ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ ของไบเทค โลฟ จะสามารถเข้าถึง:

- โครงการอาสาสมัครเพื่อส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วม
- คณะทูตของ ไบเทค โลฟ เดินทางเยี่ยมเยือนโรงเรียนต่าง ๆ
- เชิญบุคคลากรสำคัญจาก ไบเทค โลฟ ไปกล่าวปาฐกถาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในหัวข้อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีในที่ทำงาน

ไบเทค โลฟ จะร่วมวางแผนกับผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจในการพัฒนาแผน UN SDG และเชื่อมโยงกับโครงการด้าน MICE ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) โดยเน้นแนวปฏิบัติที่ดีด้านความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

<p>5 GENDER EQUALITY</p> 	<p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p> 
<p>9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE</p> 	<p>11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES</p> 



เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน?

สิทธิในการรับรองลูกค้า สร้างเครือข่าย และจำหน่ายบัตรเข้าชมงาน

ไบเทค โลฟ - ประสบการณ์ที่แตกต่าง

- ไบเทค โลฟ มีห้องส่วนตัวไว้บริการ - เพื่อมอบประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวในการรับชมคอนเสิร์ต ควบคู่ไปกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม สิทธิประโยชน์ระดับวีไอพี รวมถึงการเข้าถึงพื้นที่ที่สงวนไว้สำหรับแขกวีไอพีเท่านั้น

พื้นที่รับรอง

- เข้าถึงพื้นที่ส่วนตัว/ห้องสวีท/ห้องรับรองพิเศษของ ไบเทค โลฟ - สำหรับกิจกรรมการรับรองเพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง

สิทธิพิเศษในบัตรกิจกรรม

- สิทธิพิเศษในบัตรกิจกรรมต่าง ๆ ของไบเทค โลฟ ถ้ามี / เปิดจำหน่ายให้ประชาชนทั่วไป (การออกบัตรที่ไบเทค โลฟเป็นเจ้าของสิทธิ)
- โฉกับริเวณด้านหลังของบัตรเข้าชมงานของไบเทค โลฟ

สโมสรการตลาด

- การเข้าถึงสโมสรการตลาดของไบเทค โลฟ ถ้ามี

ผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจรายอื่น

- การเข้าถึงผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจของไบเทค โลฟ ตามความเหมาะสม เช่น โรงแรมที่สนับสนุน

การสร้างเครือข่าย

- เครือข่ายภายใต้แบรนด์ ไบเทค โลฟ
- เข้าถึงฐานข้อมูลของไบเทค โลฟ

MICE

- ไบเทค โลฟ เป็นส่วนหนึ่งของไบเทคบุรี คอมเพล็กซ์ ศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้าชั้นนำของเอเชียแปซิฟิกสำหรับอุตสาหกรรม MICE
- ผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจของ ไบเทค โลฟ สามารถผนวกการสนับสนุนของตนเข้ากับโอกาสต่าง ๆ ที่มาจากการจัด MICE ที่ไบเทคบุรีได้



เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน?

สิทธิในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์

สิทธิในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์ สำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจ มีดังนี้:

- พื้นที่ในไบเทค โพลี เพื่อการจัดแสดง ประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าและบริการ
- โอกาสในการจัดป๊อปปี้
- สิทธิในการจัดกิจกรรมเยี่ยมชมสถานที่
- พื้นที่จอดรถยนต์
- การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในลั่วนี้ออบบี้ เช่น เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ตู้เอทีเอ็ม ตามความเหมาะสม

สิทธิด้านผลิตภัณฑ์

เราขอเสนอโอกาสสำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจในการผลิตสินค้าแบรนด์ร่วม ซึ่งอาจจะใช้แจกจ่ายผ่านสื่อหรือการส่งเสริมการขายในกิจกรรมการตลาด เช่น เสื้อยืด หมวก นาฬิกา แว่นกันแดด ขวดน้ำ ที่ไบเทค โพลี ให้การอนุมัติ

กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์และการรายงาน

จัดสรรผู้ดูแลลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกงานในด้านการสนับสนุนและการจัดทำรายงานประจำปี เกี่ยวกับผลการสนับสนุน



E-SPORTS

"Where Virtual Champions Are Made."

CONCERTS

"Where Music Comes Alive."

ENTERTAINMENT SPACE

"Where imagination knows no limits."



รายการสิทธิประโยชน์ของผู้สนับสนุน ไบเทค โลฟ

	ระดับพันธมิตร		
	ระดับที่ 1 - ผู้สนับสนุนหลักพร้อมสิทธิในการตั้งชื่อ X 1	ระดับที่ 2 - พันธมิตรหลัก X 4	ระดับที่ 3 - ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ X 10
สิทธิพิเศษเฉพาะตามประเภทผู้สนับสนุนและสิทธิในการใช้ชื่อ			
สิทธิในการใช้ชื่อ "ชื่อแบรนด์" ไบเทค โลฟ" เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	มี		
สิทธิในการใช้ชื่อ "พันธมิตรหลักของ ไบเทค โลฟ" เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์		มี	
สิทธิในการใช้ชื่อ "ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการของ ไบเทค โลฟ" เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์			มี
โอกาสในการจัดหาสินค้าหรือบริการสำหรับใช้งานใน ไบเทค โลฟ โดยเฉพาะ	มี	มี	มี
การป้องกันการตลาดแบบแฝง (Ambush Marketing) โดย ไบเทค โลฟ	มี	มี	
สิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์และทรัพย์สินทางปัญญา			
สิทธิในโลโก้และรูปภาพ			
สิทธิในการใช้โลโก้สำเร็จ (Lock-up) ของ ไบเทค โลฟ ในการทำการตลาดทั้งภายในและภายนอก	มี	มี	
สิทธิในการใช้เนื้อหาของ ไบเทค โลฟ ในเชิงพาณิชย์ รวมถึงรูปภาพ วิดีโอ ที่จัดทำโดย ไบเทค โลฟ	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ - ทั่วไป			
สัดส่วนการจัดสรรพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์แบรนด์โดยคิดจากพื้นที่รวมดังนี้: ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุน: แบ่งสัดส่วน 40% ระดับที่ 2 พันธมิตรหลัก: แบ่งสัดส่วน 40% ระหว่างพันธมิตรหลัก ระดับที่ 2 ระดับที่ 3 ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ: แบ่งสัดส่วน 20% ระหว่างผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการในระดับที่ 3	มี	มี	มี
สิทธิการประชาสัมพันธ์แบรนด์: ในสถานที่ (ภายใน) ป้ายภายในอาคารและพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงจอดิจิทัล			
60% : แบ่งสัดส่วน 40% ระหว่างผู้สนับสนุน ไบเทค โลฟ และผู้สนับสนุนกิจกรรมที่จัดขึ้นที่ ไบเทค โลฟ			
ป้ายประชาสัมพันธ์ที่ไบเทค โลฟ - ป้ายภาพนิ่งและจอวิดีโอแบบ LED (ถ้ามี)	มี	มี	มี
พื้นที่ติดโปสเตอร์ใน ไบเทค โลฟ - แบนด์สถานที่ ห้องน้ำ	มี	มี	มี
เครื่องแบบพนักงานของ ไบเทค โลฟ	มี		
เว็บไซต์ของ ไบเทค โลฟ (ทั้งที่พัฒนาแล้วและจะพัฒนาขึ้นในอนาคต)	มี	มี	มี
พื้นที่อื่น ๆ เช่น พื้นที่จักรยาน และพื้นที่สวนของ ไบเทค โลฟ	มี	มี	
แสดงโลโก้ที่ศูนย์ข่าวหลักของ ไบเทค โลฟ และจุดทำสื่ออื่น ๆ ตามกำหนด	มี	มี	
โลโก้บนกระดานจากหลังพื้นที่ที่สื่อจัดสัมภาษณ์ของ ไบเทค โลฟ - ทุกรายการที่เป็นการสัมภาษณ์จะจัดขึ้นที่หน้ากระดานจากหลังดังกล่าว	มี	มี	
สิทธิในการจัดงานแถลงข่าวเกี่ยวกับ ไบเทค โลฟ ด้วยตนเอง	มี 2 ครั้งต่อปี	มี 1 ครั้งต่อปี	
สิทธิการประชาสัมพันธ์แบรนด์: ป้ายประชาสัมพันธ์ภายนอก ไบเทค โลฟ - รวมถึงจอดิจิทัล			
ป้ายประชาสัมพันธ์ด้านนอกอาคาร ไบเทค โลฟ - มองเห็นได้จากทางด่วน	มี		



รายการสิทธิประโยชน์ของผู้สนับสนุน ไบเทค โลฟ

รายการสิทธิประโยชน์ของผู้สนับสนุน ไบเทค โลฟ	ระดับพันธมิตร		
	ระดับที่ 1 - ผู้สนับสนุนหลัก พร้อมสิทธิในการตั้งชื่อ X 1	ระดับที่ 2 - พันธมิตรหลัก X 4	ระดับที่ 3 - ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ X 10
สิทธิในการส่งเสริมการขาย โฆษณา และประชาสัมพันธ์ (บรรณาธิการ) (รวมถึงคอนเทนต์ที่อยู่และไม่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล)			
มีส่วนร่วมในแคมเปญการประชาสัมพันธ์ของไบเทค โลฟ ทั้งที่อยู่และไม่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ที่ดำเนินการตลอดทั้งปี รวมถึงแคมเปญโฆษณาและสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการผลิตทั้งหมด อาทิ โปรแกรมกิจกรรม หนังสือ และโบรชัวร์	มี 50%	มี แบ่งสัดส่วน 50%	
มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสื่อสังคมและสื่อดิจิทัลผ่านช่องทางที่เป็นทางการ รวมถึงเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูบ และช่องทางอื่น ๆ บนสื่อดิจิทัลของ ไบเทค โลฟ	มี	มี	
มีส่วนร่วมในแคมเปญประชาสัมพันธ์/บรรณาธิการของ ไบเทค โลฟ ที่ดำเนินการตลอดทั้งปี	มี	มี	
เช่าโดเมนพรตการ x 1 ต่อปี	มี		
สิทธิในข้อมูล			
การส่งเสริมการขายโดยใช้ฐานข้อมูลของ ไบเทค โลฟ การกล่าวถึงในจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ของไบเทค โลฟ	มี		
แคมเปญ SMS เจาะกลุ่มเป้าหมายผู้มาเยือน ไบเทค โลฟ	มี	มี	
อีเมลส่งตรงไปยังฐานข้อมูลผู้จัดแสดงสินค้าและบริการ ตลอดจนเจ้าของธุรกิจ ของไบเทค โลฟ (เตรียมการโดย ไบเทค โลฟ)	มี	มี	
สิทธิในการรับรองลูกค้า สร้างเครือข่าย และจำหน่ายบัตรเข้าชมงาน			
เข้าถึงพื้นที่ส่วนตัว/ห้องสวีท/ห้องรับรองพิเศษของไบเทค โลฟ - สำหรับกิจกรรมรับรองแขกไวโอที**	มี	มี	
สิทธิพิเศษในบัตรกิจกรรมต่าง ๆ ของไบเทค โลฟ ถ้ามี / เปิดจำหน่ายให้ประชาชนทั่วไป (การออกบัตรที่ ไบเทค โลฟเป็นเจ้าของสิทธิ)	มี	มี	
การเข้าถึงผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจของไบเทค โลฟ ตามความเหมาะสม เช่น โรงแรมที่สนับสนุน**	มี	มี	
เครือข่ายภายใต้แบรนด์ ไบเทค โลฟ / เข้าถึงฐานข้อมูลของไบเทค โลฟ	มี	มี	
สิทธิในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์			
พื้นที่จัดแสดงใน ไบเทค โลฟ สำหรับให้ผู้สนับสนุนใช้ในการจัดแสดง ประชาสัมพันธ์ และจำหน่ายสินค้าและบริการ	มี	มี	
สิทธิในการจัดกิจกรรมเยี่ยมชมสถานที่			
พื้นที่จอดรถยนต์	มี	มี	
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในสวนลือบบี้ เช่น เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ตู้เอทีเอ็ม ตามความเหมาะสม	มี	มี	มี
โอกาสในการจัดกิจกรรมมืออับ ภายใต้ความเห็นชอบของไบเทค โลฟ โดยงบประมาณของผู้สนับสนุน	มี	มี	
สิทธิด้านผลิตภัณฑ์			
สิทธิในการผลิตสินค้าแบรนด์ร่วมสำหรับสินค้าและของที่ระลึกระดับพรีเมียมของไบเทค โลฟ	มี		
กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์และสิทธิในการรับรายงาน			
การมอบหมายผู้ดูแลลูกค้าเพื่อช่วยจัดการงานด้านการสนับสนุน	มี	มี	
รายงานประจำปีถึงประสิทธิผลของการสนับสนุน	มี	มี	

**ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละงาน และต้องจองสถานที่ล่วงหน้า 30 วัน ก่อนวันงานเริ่ม



กลุ่มบริษัทภิรัชบุรี

ไบเทค โลฟ เป็นสมาชิกของกลุ่มบริษัทภิรัชบุรี องค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จกว่า 30 ปี ในธุรกิจด้านอาคารสำนักงาน การจัดนิทรรศการ สถานที่จัดงาน และศูนย์การประชุม

อสังหาริมทรัพย์ของกลุ่มบริษัทภิรัชบุรี เป็นที่รู้จักเพราะมีความเป็นเลิศในด้านสถาปัตยกรรมร่วมสมัย ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชนและภูมิภาคโดยรอบ

สถานที่ตั้ง

ไบเทค โลฟ เป็นส่วนหนึ่งของ ไบเทค บุรี คอมเพล็กซ์ ซึ่งรวมถึง BEAT Active และ SAMA Garden

ไบเทค โลฟ ตั้งอยู่ใจกลางกรุงเทพฯ ใกล้กับถนนเพชรตัดและถนนสุขุมวิท ล้อมรอบด้วยสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ภัตตาคารระดับโลก และสถานบันเทิงที่มีชื่อเสียง รวมถึงโรงแรมระดับ 5 ดาวที่ดีที่สุดภูมิภาค

อยู่ห่างจากสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิเพียง 14 กม. และตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกเพียง 160 ม. จากสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสบางนา ระบบรถไฟลอยฟ้าที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพของกรุงเทพฯ

สถานที่แห่งนี้หนึ่งในเรื่องความสะดวกสบายและอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก

ติดต่อ

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

คุณพอล พูล -

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

คุณอุดมพร พันธุ์จินดาวรรณ -

ผู้ช่วยส่วนตัว (สำหรับการติดต่อเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
อีเมล: udomporn@paulpoole.co.th
โทรศัพท์: +66 8 6382 9949

ไบเทค โลฟ

88 ถนนเพชรตัด (กม.1)
แขวงบางนาใต้
เขตบางนา
กรุงเทพฯ 10260
ประเทศไทย
โทรศัพท์: +66 2726 1999
โทรสาร: +66 2726 1947
www.bitec.co.th

คุณนิชดา เอี่ยมเจริญ -

ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาพันธมิตรธุรกิจ
(สำหรับการติดต่อเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
อีเมล: Nichada.i@bhirajburi.co.th
โทรศัพท์: +66 6 3539 7993

คุณจักริน อังประทีป -

ผู้อำนวยการฝ่ายการขาย
(สำหรับการติดต่อเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
อีเมล: Chakkarin.A@bhirajburi.co.th
โทรศัพท์: +66 8 6665 5188

