VOLLEYBALL NATIONS LEAGUE

THE FINALS

BE PART OF THE GAME



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย

กรุงเทพมหานคร วันที่ 20 – 23 มิถุนายน 2567

การแข่งขันวอลเลย์บอลประจำปีที่ทรงเกียรติที่สุด วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก พร้อมมาเยือนกรุงเทพฯ อีกครั้งในเดือนมิถุนายน 2567

การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย เป็นโค้งสุดท้ายของซีรีส์การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2567 ซึ่งจัดขึ้นเป็นเวลากว่า 8 สัปดาห์ อัดแน่นด้วยกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีทีมวอลเลย์บอลชั้นนำของโลก 16 ทีมเข้าร่วมแข่งขัน

ในการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย ทีมวอลเลย์บอลทั้งหมด 8 ทีม รวมถึงเจ้าภาพประเทศไทยจะร่วมแข่งขันเพื่อชิงชัยภายใต้เป้าหมายเดียวกัน คือการไปให้ถึงรอบสุดท้ายของการแข่งขันและได้รับการเชิดชูเกียรติในฐานะผู้ชนะการแข่งขัน!

เนื่องจากวอลเลย์บอลเป็นกีฬาที่เติบโตเร็วและได้รับความนิยมสูงในประเทศไทย จากกระแสวอลเลย์บอลหญิงทีมชาติไทยที่สร้างผลงานได้อย่างต่อเนื่อง การแข่งขันนี้จึงถือเป็นโอกาสที่ดีเยี่ยมและเป็นพื้นที่ทางการตลาดที่มีศักยภาพสูงเหมาะสำหรับให้แบรนด์ต่าง ๆ มาเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเข้าถึงฐานแฟนกีฬาวอลเลย์บอลจำนวนหลายร้อยล้านคนทั้งในไทยและทั่วโลก

ความสำเร็จจากปี 2566

ขายหมด

บัตรเข้าชมการแข่งขันของทีมชาติไทยทั้ง 4 นัด ที่จัดแข่งในประเทศไทย ทุบสถิติขายหมดอย่างรวดเร็วภายใน 90 นาที จนกลายเป็นสถิติใหม่!

ข้อมูลสถิติจาก VBTV

รับชมการแข่งขันของทีมชาติไทยทั้ง 4 นัด ที่จัดแข่งในประเทศไทย!
HTTPS://EN.VOLLEYBALLWORLD.COM

ข้อมูลสถิติจากช่อง 7

รับชมการแข่งขันของทีมชาติไทยทั้ง 4 นัด ที่จัดแข่งในประเทศไทย!
HTTPS://WWW.CH7.COM/

ข้อมูลโดยสังเขป

วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2567

ทีมที่เข้าร่วม

11 ทีมหลัก
บราซิล / จีน / เยอรมนี / อิตาลี / ญี่ปุ่น / เกาหลี / เนเธอร์แลนด์ / เซอร์เบีย / ไทย / ตุรกี / สหรัฐอเมริกา

5 ทีมผู้ท้าชิง
บัลแกเรีย / แคนาดา / สาธารณรัฐโดมินิกัน / ฝรั่งเศส / โปแลนด์

สถานที่จัด

รอบแบ่งกลุ่ม
ประเทศญี่ปุ่น
ประเทศบราซิล
ประเทศจีน
ประเทศสหรัฐอเมริกา

รอบชิงชนะเลิศ
ประเทศไทย

ผู้ชม

50,000+ คน
ตัวเลขคาดการณ์จำนวนผู้ชมในการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศต่อนัดการแข่งขัน

500,000+ คน
ตัวเลขคาดการณ์จำนวนผู้ชมทั้งหมดในการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศ

ผู้ชมโทรทัศน์ทั่วโลก

1.1 พันล้าน
รับชมจากนานาประเทศ ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้แก่ การถ่ายทอดสด การแพร่ภาพบันทึกเทปการแข่งขัน และการแพร่ภาพผ่านสื่อดิจิทัล

280 ล้าน
ผู้ชมที่ไม่ซ้ำกัน

11,000+
ชั่วโมงของการออกอากาศ

นัดแข่งขัน

104 นัด
การแข่งขันจากรอบแบ่งกลุ่มจนถึงรอบชิงชนะเลิศ

96 MATHES:
การแข่งขันในรอบแบ่งกลุ่ม

8 MATCHES:
การแข่งขันในรอบชิงชนะเลิศ

ช่องทางสื่อสังคม

ผู้ติดตามกีฬาวอลเลย์บอล 16 ล้านคน
ส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 35 ปี และ 47% เป็นสตรีที่มีรายได้และกำลังซื้อสูง

ที่มา : วอลเลย์บอลเวิลด์



VOLLEYBALL NATIONS LEAGUE

THE FINALS

BE PART OF THE GAME



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

แพ็กเกจการสนับสนุนสำหรับรอบชิงชนะเลิศ

เราได้พัฒนาโปรแกรมการสนับสนุนเชิงพาณิชย์ที่ครอบคลุม เพื่อผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมระดับโลก ดังนี้

ระดับที่ 1: ผู้สนับสนุนหลัก และผู้สนับสนุนการนำเสนอการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศ

- ผู้สนับสนุนหลักของการแข่งขัน จำนวน 1 ราย พร้อมสิทธิในการมีส่วนร่วมในชื่อการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย
- ผู้สนับสนุนการนำเสนอของการแข่งขัน จำนวน 1 ราย พร้อมสิทธิในการมีส่วนร่วมในชื่อการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย

ระดับที่ 2: ผู้สนับสนุนร่วมของการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศ

- ผู้สนับสนุนร่วมของการแข่งขัน จำนวนไม่เกิน 4 ราย จากธุรกิจซึ่งไม่ได้เป็นคู่แข่งกัน ให้การสนับสนุนการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย พร้อมสิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์รอบ ๆ พื้นที่จัดการแข่งขัน

ระดับที่ 3: ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ และสื่อพันธมิตรของการแข่งขันรอบชิงชนะเลิศ

- ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการของการแข่งขัน จำนวนไม่เกิน 6 ราย ให้การสนับสนุนสินค้าและ/หรือบริการที่จำเป็นสำหรับการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 – ประเทศไทย
- สื่อพันธมิตร จำนวนไม่เกิน 6 ราย ให้การสนับสนุนพื้นที่โฆษณาและการันตีบทบรรณาธิการเพื่อการประชาสัมพันธ์การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 – ประเทศไทย

ระดับที่ 4: แพ็กเกจสำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตรของสมาคมวอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย (TVA)

- แพ็กเกจสำหรับสมาคมวอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย (TVA) และผู้สนับสนุน/พันธมิตร (แบบรวมกลุ่ม) ของ TVA

ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการอาจมาจากภาคธุรกิจดังต่อไปนี้ :

สายการบิน	บริการให้คำปรึกษา	อาหาร	ถ่ายภาพ	โทรคมนาคม
เครื่องแต่งกาย	เครื่องใช้ไฟฟ้า	โรงแรม	เภสัชกรรม	จับเวลา
ยานยนต์	การจัดส่ง	ประกันภัย	การบริการระดับมืออาชีพ	การขนส่ง
ธนาคาร	บัตรเครดิต	กฎหมาย	จัดหางาน	ท่องเที่ยว
เครื่องดื่ม	วิศวกรรม	โลจิสติกส์	การค้าปลีก	ยางรถยนต์
รถเช่า	สิ่งแวดล้อม	อุตสาหกรรมการผลิต	การจัดส่งสินค้าทางเรือ	สาธารณูปโภค
ก่อสร้าง	การเงิน	ไม่แสวงผลกำไร	เทคโนโลยี	

หมายเหตุ: นอกเหนือจากแพ็กเกจข้างต้นแล้ว สิทธิในการสนับสนุนยังสามารถขยายไปยังการแข่งขันอื่น ๆ ทั่วโลกที่ทีมชาติไทยเดินทางไปร่วมแข่งขัน โดยจะมีการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ในประเทศไทย

รายละเอียดเกี่ยวกับสิทธิที่มีอยู่

- การแข่งขัน: วอลเลย์บอลเนชันส์ลีก 2567
- สิทธิ: สิทธิพิเศษสำหรับการเผยแพร่ผ่านช่องทางที่ไม่เข้ารหัส (Free-to-air) เพย์ทีวี บรอดแบนด์ และการส่งสัญญาณมือถือ
- การสงวนสิทธิ: VBTV จะมีให้บริการในทุกพื้นที่ ในรูปแบบของภาษาอังกฤษ โดยสามารถเข้าถึงได้หลังชำระเงินผ่านเพย์วอลล์แล้วเท่านั้น
- ข้อยกเว้น: การเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อสังคม อนุญาตให้เผยแพร่เฉพาะเนื้อหาที่เป็นการส่งเสริมการขายและไฮไลท์ของการแข่งขันเท่านั้น
- พื้นที่: ประเทศไทย
- เงื่อนไขขั้นต่ำในการออกอากาศ: ออกอากาศฟรีทุกนัดการแข่งขันที่ทีมวอลเลย์บอลหญิงทีมชาติไทยแข่ง



VOLLEYBALL NATIONS LEAGUE

THE FINALS

BE PART OF THE GAME



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

กำหนดการ: ภาพรวมตารางการแข่งขัน

	กลุ่ม เอ เมืองเจ้าภาพ (รอยืนยัน) – ตุรกี รอยืนยันสถานที่		กลุ่ม บี ริโอ – บราซิล มาราคานาซินโญ่	
สัปดาห์ที่ 1 14 – 19 พฤษภาคม	ตุรกี	เยอรมนี	บราซิล	แคนาดา
	อิตาลี	เนเธอร์แลนด์	สหรัฐอเมริกา	โดมินิกัน
	โปแลนด์	บัลแกเรีย	เซอร์เบีย	ไทย
	ญี่ปุ่น	ฝรั่งเศส	จีน	เกาหลี
	มาเก๊า - มาเก๊า **กาแล็กซี่อารีน่า**		**อาร์ลิงตัน - สหรัฐอเมริกา** **คอลเลจพาร์ค เซ็นเตอร์**	
สัปดาห์ที่ 2 28 พฤษภาคม – 2 มิถุนายน	จีน	โดมินิกัน	สหรัฐอเมริกา	โครเอเชีย
	อิตาลี	เนเธอร์แลนด์	ตุรกี	เยอรมนี
	บราซิล	ไทย	เซอร์เบีย	ไทย
	ญี่ปุ่น	ฝรั่งเศส	โปแลนด์	เกาหลี
	ฮ่องกง – ฮ่องกง **ฮ่องกง โคลิเซียม**		**ฟุนาบาชิ – ญี่ปุ่น** **ลาลา อารีน่า โตเกียวเบย์**	
สัปดาห์ที่ 3 11 - 16 มิถุนายน	จีน	โดมินิกัน	ญี่ปุ่น	แคนาดา
	ตุรกี	เยอรมนี	ตุรกี	เนเธอร์แลนด์
	บราซิล	บัลแกเรีย	อิตาลี	ฝรั่งเศส
	โปแลนด์	ไทย	เซอร์เบีย	เกาหลี



รอบชิงชนะเลิศ 20 - 23 มิถุนายน	**กรุงเทพฯ - ประเทศไทย** **อินดอร์ สเตเดียม หัวหมาก**

สถานที่จัดการแข่งขันรอบ

อินดอร์ สเตเดียม หัวหมาก เป็นสนามกีฬาในกรุงเทพมหานคร สามารถรองรับผู้เข้าชมได้มากถึง 8,000 ที่นั่ง

สนามกีฬาแห่งนี้เป็นของการกีฬาแห่งประเทศไทย สร้างขึ้นเมื่อปี 2509 เพื่อรองรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 5 ต่อมาในปี 2555 อินดอร์ สเตเดียม หัวหมาก ได้รับการปรับปรุงใหม่ และได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ มาแล้วมากมาย เช่น การแข่งขัน FIVB วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 และการแข่งขันฟุตซอลชิงแชมป์โลก 2555

ส่วนใหญ่ อินดอร์ สเตเดียม หัวหมาก ถูกใช้เป็นสถานที่จัดคอนเสิร์ต การแข่งขันแบดมินตัน มวย บาสเก็ตบอล ฟุตซอล และวอลเลย์บอล





รูปแบบการแข่งขัน

รอบชิงชนะเลิศ

รอบชิงชนะเลิศ จะเป็นการจัดแข่งขันแบบแพ้คัดออก แบบ 8 ทีมสุดท้าย (Final 8 Direct Elimination) ด้วยสูตรดังต่อไปนี้:

ก่อนรองชนะเลิศรอบที่ 1: ทีมอันดับ 1 พบ ทีมอันดับ 8
ก่อนรองชนะเลิศรอบที่ 2: ทีมอันดับ 2 พบ ทีมอันดับ 7
ก่อนรองชนะเลิศรอบที่ 3: ทีมอันดับ 3 พบ ทีมอันดับ 6
ก่อนรองชนะเลิศรอบที่ 4: ทีมอันดับ 4 พบ ทีมอันดับ 5

รองชนะเลิศรอบที่ 1: ผู้ชนะรอบก่อนรองชนะเลิศรอบที่ 1 พบ ผู้ชนะรอบก่อนรองชนะเลิศรอบที่ 4
รองชนะเลิศรอบที่ 2: ผู้ชนะรอบก่อนรองชนะเลิศรอบที่ 2 พบ ผู้ชนะรอบก่อนรองชนะเลิศรอบที่ 3

รอบชิงเหรียญทองแดง: ผู้แพ้รอบรองชนะเลิศรอบที่ 1 พบ ผู้แพ้รอบรองชนะเลิศรอบที่ 2
รอบชิงเหรียญทอง: ผู้ชนะรอบรองชนะเลิศรอบที่ 1 พบ ผู้ชนะรอบรองชนะเลิศรอบที่ 2

รอบแบ่งกลุ่ม

16 ทีม
8 ทีมต่อกลุ่มการแข่งขัน

รอบแรก (แบบแบ่งกลุ่ม)
96 นัด
6 สถานที่จัดแข่งขัน รวมถึงประเทศไทย

ขั้นต่ำ จำนวน 12 นัด...
ต่อทีม

การจัดอันดับ

เมื่อสิ้นสุดการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 ทีมที่เข้าร่วมทั้ง 16 ทีม จะถูกจัดอันดับจาก 1-16 ตามการจัดอันดับทีมวอลเลย์บอลโลกของ FIVB

การแข่งขันในรอบแรก

แต่ละทีมจะลงแข่งขันจำนวน 12 นัด ตลอดการแข่งขันในรอบแรกเป็นระยะเวลา 3 สัปดาห์ โดยแข่งขันกับคู่แข่งที่ทำผลงานได้ใกล้เคียงกัน กล่าวคือ แต่ละทีมจะได้พบกับ 3 ทีมในอันดับที่ 1-4, 3 ทีมในอันดับ 5-8, 3 ทีมในอันดับ 9-12 และ 3 ทีมในอันดับที่ 13-16

8 ทีมแรกที่ผ่านการคัดเลือกตามระบบการจัดอันดับทีม เมื่อสิ้นสุดการแข่งขันในรอบแรก จะผ่านเข้าไปแข่งขันในรอบชิงชนะเลิศ (รอบก่อนรองชนะเลิศ)

ผู้ชนะในอดีต

วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก ในปี 2567 นี้ จะเป็นการแข่งขันประจำปีครั้งที่ 6 ที่นักวอลเลย์บอลหญิงทีมชาติจะมาพบกัน โดยที่ผ่านมา สหรัฐอเมริกาเป็นผู้ชนะในการแข่งขัน 3 ปีแรก ส่วนตุรกีเป็นผู้ชนะในการแข่งขันครั้งล่าสุดในปี 2566

ปี	ผู้ชนะเหรียญทอง	ผู้ชนะเหรียญเงิน	ผู้ชนะเหรียญทองแดง
2561	สหรัฐอเมริกา	ตุรกี	จีน
2562	สหรัฐอเมริกา	บราซิล	จีน
2564	สหรัฐอเมริกา	บราซิล	ตุรกี
2565	อิตาลี	บราซิล	เซอร์เบีย
2566	ตุรกี	จีน	โปแลนด์

VOLLEYBALL NATIONS LEAGUE

THE FINALS

BE PART OF THE GAME



ข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาวอลเลย์บอล

ทั่วโลก: ข้อมูลโดยสังเขป

ผู้ติดตาม

795 ล้าน
จำนวนผู้เข้าร่วมกีฬาวอลเลย์บอล
ในปัจจุบันทั่วโลก

700,000
ฐานข้อมูลของผู้เข้าร่วม
ที่มีอยู่เดิม

แฟนวอลเลย์บอล
อายุเฉลี่ย 38.2 ปี
39% มีฐานะดี
64% มีอายุน้อยกว่า 35 ปี
หญิง 47% / ชาย 53%
62% เข้าใจการสนับสนุน
69% ใช้สื่อสังคมออนไลน์
67% สนใจดนตรีและกิจกรรมทาง
วัฒนธรรม

มากกว่า 15 ล้านคน
ผู้ชมผ่านสื่อสังคมทั่วโลก
เฟซบุ๊ก – 4.3 ล้าน
อินสตาแกรม – 1.8 ล้าน
ยูทูบ – 1.6 ล้าน
ติ๊กต่อก – 1.1 ล้าน
ทวิตเตอร์ – 330,000
เวยโป, วีแชท และ โต่วอิน – 660,000

4 ล้าน
ช่องของวอลเลย์บอลเวิลด์

400 ล้าน
จำนวนผู้ชมออนไลน์รวม ที่ยืนยันที่อยู่ได้

คุ้นชินกับโลกดิจิทัล
68% ของฐานแฟนรับชมวอลเลย์บอล
ผ่านการสตรีมภาพในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

กีฬายอดนิยมอันดับ 4
ของโลก

ผู้นำการส่งเสริม
ความเท่าเทียมทางเพศในกีฬา

พื้นที่ประชาสัมพันธ์ผ่านโทรทัศน์

6 พันล้าน
ยอดวิวบนสื่อสังคมในปี 2564
เพียงปีเดียว

646 ล้าน
ยอดวิวของผู้รับชมการออกอากาศที่ไม่ซ้ำ
กัน ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

1.5 พันล้าน
จำนวนนาทีของการรับชมผ่านยูทูบ
ในปี 2564

ที่มา: NIELSEN, TUBULAR LABS, BRANDWATCH, FACEBOOK INSIGHTS, YOUTUBE ANALYTICS, TWITTER ANALYTICS, NIELSEN DATA REPORT 2020

ประเทศไทย: ข้อมูลโดยสังเขป

26.7 ล้าน
ยอดรวมฐานแฟนวอลเลย์บอล

12.6 ล้าน ให้ความสนใจมาก
14.1 ล้าน ให้ความสนใจ

การรับชมทางโทรทัศน์
กีฬาวอลเลย์บอล สร้างยอดการรับชมคิด
เป็น 19% ของการรับชมกีฬาทุกชนิด แม้
จะเป็นกีฬาที่ใช้เวลาออกอากาศเพียง 5%

9 ใน 10 รายการยอดนิยม
ในปี 2564 เป็นการแพร่ภาพ
การแข่งขัน VNL FIVB วอลเลย์บอลหญิง
เนชันส์ลีก

VNL 2565
การแข่งขัน 5 เกม กับผู้ชม มากกว่า
3 ล้านคน

34.9 ล้าน
จำนวนผู้ชม VNL 2565 สะสมผ่านทาง
โทรทัศน์

2.7 ล้าน
จำนวนผู้ชม VNL 2565 เฉลี่ยผ่านทาง
โทรทัศน์

นัดถ่ายทอดสดยอดนิยม
ในปี 2564
อิตาลี พบ ไทย

ที่มา: GLANCE / AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH 2021



รอบชิงชนะเลิศ ปี 2566 - สถิติผู้รับชมผ่านการสตรีมภาพ

การแข่งขัน 8 นัด ในรอบชิงชนะเลิศ ปี 2566 ดึงดูดจำนวนผู้รับชมดังต่อไปนี้...

VOLLEYBALL NATIONS LEAGUE | Volleyball World

ปี	วันที่	วันที่ (ท้องถิ่น)	GMT	เวลาเริ่ม (ท้องถิ่น)	เวลาสิ้นสุดโดยประมาณ (ท้องถิ่น)	ระยะเวลา	การแข่งขัน (ช หรือ ญ)	คำอธิบาย (กลุ่ม) / ตัวแปร / การแข่งขัน		ประเภทรายการ	ช่อง	เรตติ้ง	สัดส่วน	000s	รวมยอดวิวออนไลน์
2566	12/07/2566	13/07/2566	21:00	04:00	06:00	02:00:00	ญ	โปแลนด์	เยอรมนี	สด	CH7HD	0.4	25	235	
											ch7.com				23,664
											Bugaboo.tv				
											teroasia.com				
2566	13/07/2566	13/07/2566	0:30	07:30	09:30	02:00:00	ญ	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	สด	Bugaboo.tv				110,366
											teroasia.com				
2566	13/07/2566	13/07/2566	15:30	22:30	00:30	02:00:00	ญ	บราซิล	จีน	สด	Bugaboo.tv				135,315
											teroasia.com				
2566	13/07/2566	14/07/2566	19:00	02:00	04:00	02:00:00	ญ	ตุรกี	อิตาลี	สด	CH7HD	0.1	12	52	
											ch7.com				18,929
											Bugaboo.tv				
											teroasia.com				
2566	15/07/2566	16/07/2566	21:00	04:00	06:00	02:00:00	ญ	โปแลนด์	จีน	สด	CH7HD	0.4	41	260	
											ch7.com				30,316
											Bugaboo.tv				
											teroasia.com				
2566	16/07/2566	16/07/2566	00:30	07:30	09:30	02:00:00	ญ	สหรัฐอเมริกา	ตุรกี	สด	CH7HD	1.8	24	1,132	
											ch7.com				112,124
											Bugaboo.tv				
											teroasia.com				
2566	16/07/2566	17/07/2566	19:00	02:00	04:00	02:00:00	ญ	โปแลนด์	สหรัฐอเมริกา	สด	CH7HD	0.2	28	112	
											ch7.com				23,898
											Bugaboo.tv				
											teroasia.com				
2566	16/07/2566	17/07/2566	22:30	05:30	07:30	02:00:00	ญ	จีน	ตุรกี	สด	CH7HD	1.0	23	589	
											ch7.com				89,166
											Bugaboo.tv				
											teroasia.com				

แพ็กเกจการออกอากาศทางช่อง 7

สำหรับปี 2567 แพ็กเกจสำหรับการออกอากาศ รวมถึง

- สปอตโฆษณาระหว่างการถ่ายทอดสดและบันทึกเทปการแข่งขันย้อนหลังทางช่อง CH7 HD
- สปอตโฆษณาในรายการทั้งในและนอกช่วงเวลายอดนิยม ทางช่อง CH7 HD
- โลโก้ก่อนเปิดรายการ / VTR ก่อนเข้าหรือก่อนพักรายการ / โลโก้เครดิตท้ายรายการ
- พิธีกรประกาศแนะนำแบรนด์ผู้สนับสนุนและขอบคุณส่งท้าย (Intro & Outro)
- โลโก้บนหน้าแรกเพื่อประชาสัมพันธ์รายการทางเฟซบุ๊ก และเว็บไซต์ของ CH7 HD
- โฆษณาต้นคลิป (Pre-roll ad) ก่อนการถ่ายทอดสดผ่าน www.bugaboo.tv
- โฆษณาแบนเนอร์บนสกินของแอปพลิเคชันที่ใช้เล่น www.bugaboo.tv
- โลโก้บนโพสต์รูปภาพ / คลิปประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมของสถานี
- การประกาศชื่อผู้สนับสนุนและดีเจกล่าวขอบคุณผู้สนับสนุนสดผ่านสปอตประชาสัมพันธ์ทางสถานีกู๊ดไทม์ เรดิโอ
- โลโก้และการกล่าวขอบคุณแบรนด์ในงานแถลงข่าว



VOLLEYBALL NATIONS LEAGUE

THE FINALS

BE PART OF THE GAME

ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน



เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

ประโยชน์ของกีฬาวอลเลย์บอลต่อธุรกิจของผู้สนับสนุน

ในการสนับสนุน **วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย** ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและบริการ จะได้รับสิทธิประโยชน์ที่หลากหลาย ดังนี้

แบรนด์ของผู้สนับสนุน - ผนวกแบรนด์เข้ากับกีฬาวอลเลย์บอล - หนึ่งในแบรนด์กีฬาที่น่าตื่นเต้นที่สุด เติบโตเร็วที่สุด มีความหลากหลาย และความเท่าเทียมกันทางเพศ สร้างการรับรู้ แบรนด์ของผู้สนับสนุนไปทั่วโลก ผ่านการออกอากาศและการเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล โดยวอลเลย์บอลเวิลด์ และกลุ่มประชากรผู้ชมที่อายุน้อยและมีสัดส่วนของกลุ่มคนในเพศต่าง ๆ ที่สมดุล

ค่านิยมของผู้สนับสนุน - เสริมสร้างความไว้วางใจและความรู้สึกที่เป็นบวกต่อแบรนด์ของผู้สนับสนุน ผ่านเนื้อหาที่เข้าถึงง่าย พร้อมผนวกสินค้าของผู้สนับสนุนเข้ากับเนื้อหาอย่างแยบยล เพื่อเชื่อมโยงกับค่านิยมในด้านความยั่งยืนและผู้นำด้านความเท่าเทียมทางเพศในกีฬา

ลูกค้าของผู้สนับสนุน - มอบประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิตให้แก่ลูกค้า ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร และลูกค้าใหม่ ในงานระดับโลกโดยวอลเลย์บอลเวิลด์ในครั้งนี้

ยอดขายของผู้สนับสนุน - ใช้แพลตฟอร์มของวอลเลย์บอลเวิลด์ ซึ่งมีความเป็นบูรณาการและสร้างความเพลิดเพลิน เพื่อสร้างรายได้ใหม่ และเพิ่มยอดธุรกรรมกับลูกค้าเก่า ควบคู่ไปกับการพัฒนาความภักดีต่อแบรนด์ เข้าถึงรายชื่อติดต่อที่เป็นสมาชิกในครอบครัวและเครือข่ายทางการค้าของวอลเลย์บอลเวิลด์ ซึ่งจะสามารถช่วยเพิ่มยอดขายของผู้สนับสนุนได้

ข้อมูลของผู้สนับสนุน - ใช้ข้อมูลปริมาณมากที่จัดเก็บได้โดยตรง ควบคู่ไปกับการเก็บข้อมูลเชิงลึกของผู้ชมผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจในการร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจหรือการจัดทำเนื้อหาทางการตลาดที่ทรงพลังในอนาคต

แบรนด์แอมบาสเดอร์สำหรับผู้สนับสนุน - ติดตามเส้นทางประสบการณ์ของนักกีฬาวอลเลย์บอล สร้างแรงบันดาลใจให้แก่พนักงานและลูกค้าของผู้สนับสนุนด้วยเรื่องราวของนักกีฬา และเรื่องราวของการแข่งขันการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทยนี้

พนักงานของผู้สนับสนุน - เชิญนักกีฬาวอลเลย์บอลและโค้ชที่ประสบความสำเร็จมากล่าวปาฐกถา เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ให้คำแนะนำและฝึกสอนเพื่อพัฒนาความเป็นผู้นำ ให้บัตรเข้างานเป็นรางวัล สร้างการมีส่วนร่วมผ่านการเป็นอาสาสมัคร

ชื่อเสียงของผู้สนับสนุน - การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย เหมาะที่จะเป็นแพลตฟอร์มที่สำหรับกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ เข้าถึงผู้ติดตาม 16 ล้านคน ที่ยังใช้งานอยู่จริง โดยส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 35 ปี และ 47% เป็นสตรีที่มีรายได้และกำลังซื้อสูง โดยใช้เนื้อหาที่เจาะกลุ่มเป้าหมายและกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ที่มีประสิทธิภาพ





เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

การประชาสัมพันธ์แบรนด์

วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย

การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในงาน
จอ LED ที่มองเห็นได้ชัดเจน สร้างมูลค่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลายล้านบาท

พื้นที่สื่อ
ในพื้นที่แถลงข่าว ที่ฉากหลังพื้นที่แถลงข่าวและพื้นที่ให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน

พื้นที่สำหรับผู้สนับสนุน
พื้นที่ประชาสัมพันธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าและบริการ

แคมเปญการประชาสัมพันธ์งาน
การประชาสัมพันธ์ผ่านวัสดุทางการตลาด

อาสาสมัคร
โลโก้บนเครื่องแบบของอาสาสมัคร

โรงแรมอย่างเป็นทางการ
ที่พักของนักกีฬา ผู้ฝึกสอน

การประชาสัมพันธ์แบรนด์บนบัตรเข้างาน
โลโก้หลังบัตร





เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

การประชาสัมพันธ์รายการผ่านการถ่ายทอด

การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย จะมีการถ่ายทอดสดทางช่อง 7 ทุกนัด และเปิดให้เลือกซื้อเพื่อรับชมผ่านทางวอลเลย์บอลทีวี ตลอดจนผู้ถ่ายทอดในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก

การแข่งขันรอบแบ่งกลุ่มที่ประเทศไทยแข่งทั้ง 12 นัด จะมีการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์เช่นกัน

ป้าย

ป้ายไฟ LED

ป้ายแสดงการแข่งขันจากกล้องถ่ายทอด นำเสนอบนป้ายไฟสนามแบบ LED สำหรับการแสดงโฆษณา พร้อมนำเสนอโลโก้ของผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและบริการที่มองเห็นได้ชัดเจน

ป้าย LED ข้างสนาม 20 ป้าย (ขนาด 3 ม. x 0.90 ม.) ขึ้นอยู่กับความพร้อมในการให้บริการ

โลโก้และการประชาสัมพันธ์แบรนด์ของผู้สนับสนุนจะแบ่งออกเป็นการหมุนเวียนแบบใช้พื้นที่ร่วมกัน และการหมุนเวียนแบบโซลัส ซึ่งจะหมุนเวียนปรับเปลี่ยนไปในขณะที่มีการแข่งขัน ตามลำดับที่กำหนดไว้โดยวอลเลย์บอลเวิลด์

การนำเสนอบนป้ายไฟ LED จะมีการเวียนรอบ โดยแต่ละรอบใช้เวลาประมาณ 360 วินาที และแบ่งสัดส่วนเวลาระหว่างผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการ ตามตารางโฆษณา ซึ่งจะใช้คำนวณในระหว่างการแข่งขัน

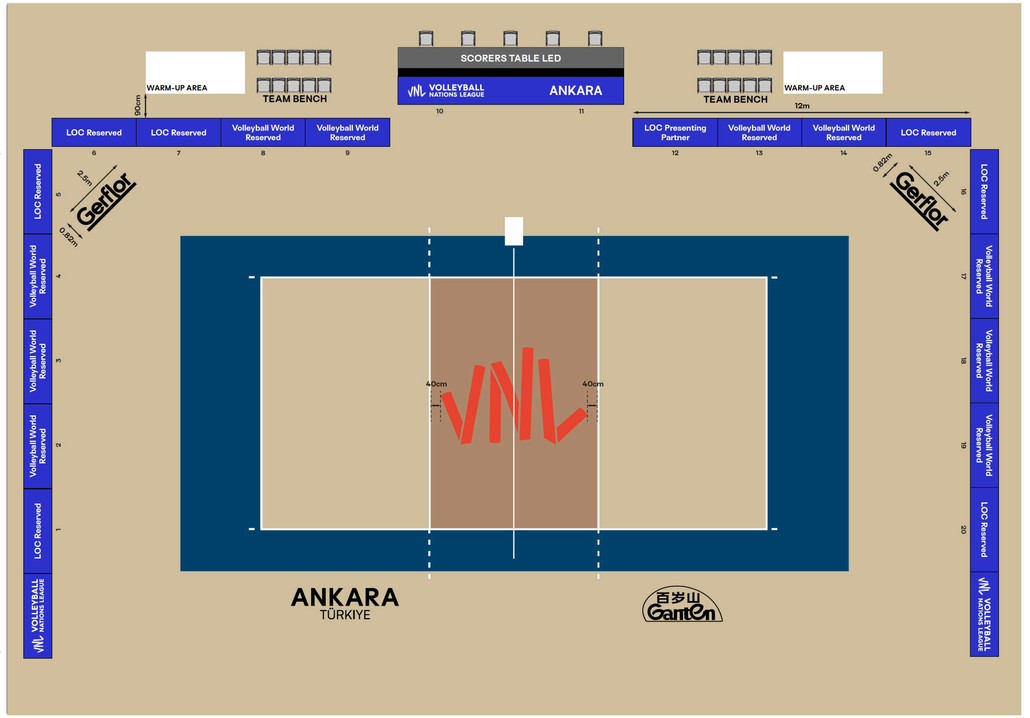
การหมุนเวียนแบบโซลัส คือการนำเสนอผู้สนับสนุนหรือพันธมิตรเพียงรายเดียวบนระบบ LED เป็นระยะเวลาหนึ่ง การหมุนเวียนแบบใช้พื้นที่ร่วมกัน คือการนำเสนอผู้สนับสนุนหรือพันธมิตรหลายรายในกรอบเวลาเดียวกันบนระบบ LED โดยการหมุนเวียนแบบใช้พื้นที่ร่วมกันมักจะจัดแสดงในช่วงเริ่มต้นและจบเซ็ตการแข่งขัน เวลานอกทางเทคนิค พักระหว่างเซ็ต และหลังกรรมการเป่าสิ้นสุดการแข่งขัน

การประชาสัมพันธ์แบรนด์บนพื้นสนามแข่ง

x 2 โลโก้ Gerflor – โลโก้ของผู้สนับสนุนพื้น ติดตั้งข้างสนามแข่งขัน (ขนาด 2.5 ม. x 0.82 ม.)

x 1 โลโก้ VNL ตำแหน่งกลางสนาม

x 1 โลโก้ สำหรับผู้สนับสนุนระดับที่ 1 บนพื้นสนาม



VOLLEYBALL NATIONS LEAGUE

THE FINALS

BE PART OF THE GAME



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

การประชาสัมพันธ์รายการผ่านการถ่ายทอด

โทรทัศน์และการสตรีมภาพในปี 2565 – ทั่วโลก

VNL 2565 (ชายและหญิง) ได้ยอดผู้ชมสะสมทั้งหมด 1.08 พันล้านคน ผ่านทางโทรทัศน์และการออกอากาศแบบสตรีมมิ่งทั่วโลก การแข่งขันทีมหญิงมีผู้ชมสะสม 660.2 ล้านคน

ประเทศไทยมียอดวิว 10.18 ล้านครั้ง – สูงเป็นอันดับ 3 ของตลาด ประเทศจีนเป็นอันดับ 1 ด้วยยอดวิว 54.98 ล้านครั้ง

ประเทศจีนและโปแลนด์เป็นตลาดที่มีจำนวนผู้ชมสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทัวร์นาเมนต์การแข่งขันทีมหญิง

ประเทศจีนมีจำนวนผู้ชมสูงสุดเกือบครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ชม VNL ทีมหญิงทั้งหมด

มีผู้ชมการถ่ายทอดสดคิดเป็นสัดส่วนเกือบ 21% ของจำนวนผู้ชมสะสมทั้งหมด ประเทศจีนมีผู้ชมการถ่ายทอดสดสูงสุดเช่นเคย ตามด้วยโปแลนด์และประเทศไทย

		โทรทัศน์	สื่อสตรีมมิ่ง	รวม
วอลเลย์บอลเนชันส์ลีก	จำนวนผู้ชมสะสม (ล้าน)	1,039.05 2.50	43.45 1,082.50	1,082.50
	เวลาออกอากาศ (ชม.:นาที:วินาที)	10,355:04:21	931:28:55	11,286:33:16
	จำนวนครั้งที่ออกอากาศ (#)	10,132	849	10,981
	ยอดการรับชมการแข่งขัน (ล้าน)	85,082.03	4,163.31	89,245.34
แบรนด์	การมองเห็น (ชม.:นาที:วินาที)	19,629:45:40	1,713:40:03	21,343:25:43
	จำนวนครั้ง (#)	15,556,337	1,391,939	16,948,276
	การแสดงผลของผู้สนับสนุน (ล้าน)	175,572.18	7,680.37	183,252.55
	มูลค่าสื่อ 100% (ยูโร)	1,776,427,504	241,887,895	2,018,315,399
	มูลค่าสื่อแบบ Qi (ยูโร)	458,833,907	62,999,186	521,833,093

ผู้ถ่ายทอดสดการแข่งขันวอลเลย์บอลไปทั่วโลก ได้แก่: ESPN, L'Equipe, CCTV, CBC, KBS, Rai, Sport TV, Ziggo, Globo, Polsat และ BS-TBS

ที่มา: Mediametrie / Eurodata TV, The Nielsen Company, MMS, TNS Gallup /Adults 3+/Estimations by Nielsen Sports. รวมแบรนด์ที่เกี่ยวข้องและเมืองเจ้าภาพทั้งหมด

โทรทัศน์และการสตรีมภาพในประเทศไทย - วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2565

112.07 ล้าน จำนวนผู้ชมสะสม	**216** จำนวนครั้งการแพร่ภาพ	**35:50:10** ระยะเวลาการออกอากาศ	**10,181.66 ล้าน** ยอดการรับชมการแข่งขัน

	ช่อง 3	ช่อง 7	ไทยรัฐทีวี
จำนวนผู้ชมสะสม (ล้าน)	40.21	17.71	13.09
ครั้งที่ออกอากาศ (#)	59	39	48
เวลาออกอากาศ (ชม.:นาที:วินาที)	1:49:45	0:49:16	1:05:02

การแข่งขันระหว่างทีมหญิงไทยกับจีน
เป็นนัดการแข่งขันที่มีผู้ชมมากที่สุดรายการหนึ่ง
โดยมียอดวิว 3.66 ล้าน

โทรทัศน์สำหรับการแข่งขันทีมหญิง – ผู้ชมสะสม
รอบแรก - 589.54 ล้าน
รอบก่อนรองชนะเลิศ - 77.9 ล้าน
รอบชิงชนะเลิศ - 72.47 ล้าน

ที่มา : รายงาน FIVB VNL 2565

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

มูลค่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อของผู้สนับสนุน

ในปี 2565 มีการนำ 34 แบรนด์มาวิเคราะห์ (รวมถึงผู้สนับสนุนและเมืองเจ้าภาพ) ระหว่างการแข่งขัน VNL แบรนด์ต่าง ๆ ได้รับมูลค่าการประชาสัมพันธ์จากสื่อคำนวณแบบ QI มีมูลค่ารวมมากกว่า 521.8 ล้านยูโร แบรนด์ 10 อันดับแรก ได้รับมูลค่าเกือบ 440.7 ล้านยูโร และคิดเป็น 84% ของมูลค่าทั้งหมด

ในปี 2564 Ganten เป็นแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จสูงสุดจากแบรนด์ที่มีการวิเคราะห์ (99.8 ล้านยูโร) มีการประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนผ่านเครื่องมือมากกว่า 10 รายการในการแข่งขัน VNL แต่ละนัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการประชาสัมพันธ์แบรนด์บนพื้นในตำแหน่งที่โดดเด่นที่ด้านข้างของสนามแข่งขัน ซึ่งคิดเป็นมูลค่าการประชาสัมพันธ์เกือบ 65.8 ล้านยูโร คิดเป็นส่วนแบ่งถึง 66%

ประมาณ 88% ของมูลค่าสื่อรวมQI เกิดจากการออกอากาศทางโทรทัศน์ - 70% ผ่านช่องทางของฟรีทีวี ช่องที่มีมูลค่าสูงที่สุดได้แก่ CCTV5 จากประเทศจีน ซึ่งเป็นช่องฟรีทีวีที่ทำมูลค่าการประชาสัมพันธ์ได้สูงเกือบ 292.2 ล้านยูโร โดยการถ่ายทอดการแข่งขันสดผ่านเว็บไซต์ volleyballworld.tv คิดเป็น 12% ของมูลค่าสื่อ

มูลค่าของผู้สนับสนุนตามประเภทของการประชาสัมพันธ์แบรนด์ – VNL 2565

ประเภทของการประชาสัมพันธ์แบรนด์ (เครื่องมือ)	มูลค่าสื่อคำนวนแบบ QI (ยูโร)
การประชาสัมพันธ์แบรนด์บนพื้น	199,237,506
บอร์ด LED ข้างสนาม	132,910,176
บอร์ด LED กลางสนาม	71,268,750
บอร์ด LED ท้ายสนาม	52,114,319
บอร์ดคงที่	20,699,227
TVGI	15,368,709
จำนวนโพสต์สุทธิ	6,902,819
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านโลกเสมือนจริง	4,559,685
ฉากหลังพื้นที่สัมภาษณ์	4,175,706
ป้าย LED ระดับสูง	3,512,349

วอลเลย์บอลเวิลด์ทีวี

วอลเลย์บอลเวิลด์ทีวี ภายใต้การดำเนินการของวอลเลย์บอลเวิลด์ ให้ผู้ชมได้เข้าถึงภาพเนื้อหาสุดพิเศษในลักษณะที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน โดยเฉพาะภาพเนื้อหาจากช่วงเวลาที่ดีที่สุดในการแข่งขันวอลเลย์บอล ภาพกีฬามันส์ ๆ และประวัติผู้เข้าแข่งขันจากทั่วโลก

การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย ทุกนัดจะมีการสตรีมภาพสดและเปิดให้เลือกซื้อเพื่อรับชม บนอุปกรณ์ทุกชนิด พร้อมเสียงพากย์ในภาษาท้องถิ่น โดยมีเนื้อหาดังนี้

- การนำเสนอเทปการแข่งขันแบบเต็มและไฮไลท์
- รับชมบทวิเคราะห์เชิงลึกจากโค้ชผ่านรายการควิกเช็ตโชว์
- สตรีมการแข่งขันแบบสดและแบบ On-demand ทุกทีม รวมถึงรายการที่ผลิตในสตูดิโอ

ปัจจุบันวอลเลย์บอลเวิลด์ กำลังเจรจากับผู้ถ่ายทอดการแข่งขันในระดับสากล ภูมิภาค และในประเทศเกี่ยวกับการออกอากาศการแข่งขันในปี 2567 ต่อไป ช่อง 7 ประเทศไทย จะทำการแพร่ภาพการแข่งขันในประเทศไทย

ค่าดัชนีคุณภาพสื่อ

ในการคำนวณมูลค่าสื่อโดยใช้ค่าดัชนีคุณภาพสื่อ (QI) ต้องอาศัยคะแนนดัชนีคุณภาพ (คะแนน QI) ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกถึงคุณภาพการประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนตามเกณฑ์ 5 ประการ คะแนน QI นอกจากจะช่วยในการวัดการประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนในเชิงปริมาณแล้ว ยังช่วยในการประเมินในเชิงคุณภาพด้วย เมื่อคะแนน QI มีค่าสูงขึ้น หมายความว่าผู้ชมมีอัตราการจดจำข้อความที่โฆษณาได้ดีขึ้น (ข้อความนำเสนอประโยชน์ และ/หรือโลโก้ สามารถอ่านได้ชัดเจนเพียงพอ) ดังนั้น เมื่อพิจารณาผลคะแนน QI มูลค่าสื่อจากการคำนวณ QI จะคำนวณโดยการคูณมูลค่าสื่อ (ไม่ถ่วงน้ำหนัก) กับราคาสปอตหรือ CPT (มูลค่าโฆษณา)





เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิในการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์

แคมเปญการประชาสัมพันธ์ที่การแข่งขันในประเทศไทย

การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย ได้รับการสนับสนุนด้วยแคมเปญประชาสัมพันธ์ที่ครบวงจร ที่ดำเนินการตลอดทั้งในช่วงเตรียมเข้าสู่การแข่งขัน ระหว่างและหลังการแข่งขัน ดังนี้

คอนเทนต์

วอลเลย์บอลเวิลด์ จะร่วมมือกับผู้สนับสนุน พันธมิตร และผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการ ในการผลิตคอนเทนต์ต้นฉบับ ตัวอย่างเช่น:

- รายการเดอะควิกเซ็ต (ภาษาอังกฤษ) และรายการเดอะไทยควิกเซ็ต – เป็นการผสมผสานรายการควิกเซ็ต เน้นการวิเคราะห์ทีมไทยตลอดการแข่งขัน VNL และสลับเชิญนักกีฬาไทยและผู้เชี่ยวชาญคนไทยมาร่วมรายการ

- ไฮไลท์การแข่งขันที่มัดรวมเป็นแพ็กเกจพร้อมแสดงโลโก้พันธมิตรระดับที่ 1 เช่น ผู้สนับสนุนการนำเสนอภาพไฮไลท์ต่าง ๆ ผ่านช่องยูทูบของวอลเลย์บอลเวิลด์ ในปี 2565 และ 2566 ภาพไฮไลท์การแข่งขันของทีมไทยบางภาพมียอดผู้ชมมากกว่า 1 ล้านวิวต่อนัด โปรดทราบว่าการประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านคลิปวิดีโอเป็นการฝังภาพลงไปในเนื้อหา จึงไม่สามารถกีดกันผู้ชมด้วยเกณฑ์ทางภูมิศาสตร์ได้ ดังนั้นผู้ชมจากทั่วโลกจะเข้าถึงคลิปวิดีโอนี้ได้ ผู้สนับสนุนสามารถเลือกผลิตคอนเทนต์สำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือเป็นรายประเทศได้

- ภาพไฮไลท์อื่น ๆ สำหรับผู้สนับสนุนระดับที่ 2 – สำหรับภาพไฮไลท์ที่ไม่ใช่การแข่งขัน เช่น ทีเด็ดลูกตบ (Top Spikes) และช็อตโต้นาน (Longest Rallies) เป็นต้น

สิทธิในการประชาสัมพันธ์

แคมเปญประชาสัมพันธ์มุ่งขยายผลการประชาสัมพันธ์ออกไปในวงกว้างขณะจัดการแข่งขันและหลังการแข่งขัน โดยจะครอบคลุมกิจกรรมดังนี้

- การนำเสนอในการแข่งขัน

- แคมเปญโฆษณาออนไลน์ บทความ บล็อก และสื่อสังคม

- ข่าวต่างประเทศและข่าวท้องถิ่น



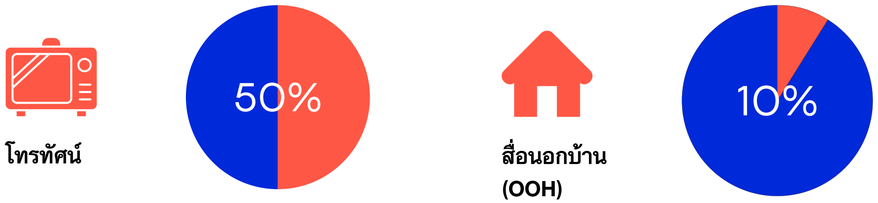


เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิในการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์

การโฆษณา
แคมเปญเพื่อซื้อพื้นที่สื่อ ดำเนินการลงโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต จะดำเนินการตามแคมเปญเพื่อขยายผลของการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมในระดับภูมิภาคและระดับประเทศให้ได้มากที่สุด เพื่อนำเสนอภาพการเตรียมการก่อน ระหว่าง และหลังการแข่งขัน

แคมเปญนี้ ต้องใช้งบประมาณสูงถึง 6 หลัก โดยแบ่งตามสัดส่วนดังนี้



โทรทัศน์

สื่อนอกบ้าน (OOH)



สื่อดิจิทัล (เน้นดิ๊กต่อกและไลน์)

สื่อสิ่งพิมพ์และวิทยุ

เครื่องมือโฆษณาบนยูทูบ
วอลเลย์บอลเวิลด์ ขอเสนอโอกาสในการใช้พื้นที่โฆษณาในทุกจุดบนช่องยูทูบ เพื่อให้พันธมิตรในประเทศไทยได้เข้าใช้ประโยชน์จากเครื่องมือโฆษณาในช่องยูทูบดังกล่าวเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในประเทศไทย

รายการอย่างเป็นทางการ
ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและบริการ จะถูกประชาสัมพันธ์ผ่านรายการอย่างเป็นทางการของการแข่งขัน – จัดทำให้รับชมได้ผ่านช่องทางออนไลน์

แคมเปญที่ผู้สนับสนุนจัดทำเอง
เช่นเดียวกับแคมเปญประชาสัมพันธ์และแคมเปญโฆษณาของผู้จัดงาน ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและบริการทุกรายจะได้รับสิทธิในการจัดทำแคมเปญของตนเองและผูกแบรนด์เข้ากับการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย ผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์และการโฆษณานี้

ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและบริการ อาจสร้างเนื้อหางานประชาสัมพันธ์ อาทิ กิจกรรมถามตอบกับนักกีฬาวอลเลย์บอล/เจ้าหน้าที่ กิจกรรมท้าทายต่าง ๆ การเชิญดาราและผู้เชี่ยวชาญมากล่าวให้ความรู้ การนำเสนอภาพไฮไลท์หมู่บ้านผู้สนับสนุน การประชาสัมพันธ์หน้างาน งานแถลงข่าว และกิจกรรมการกุศลที่เกี่ยวข้อง



เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิการเข้าถึงนักกีฬาวอลเลย์บอล

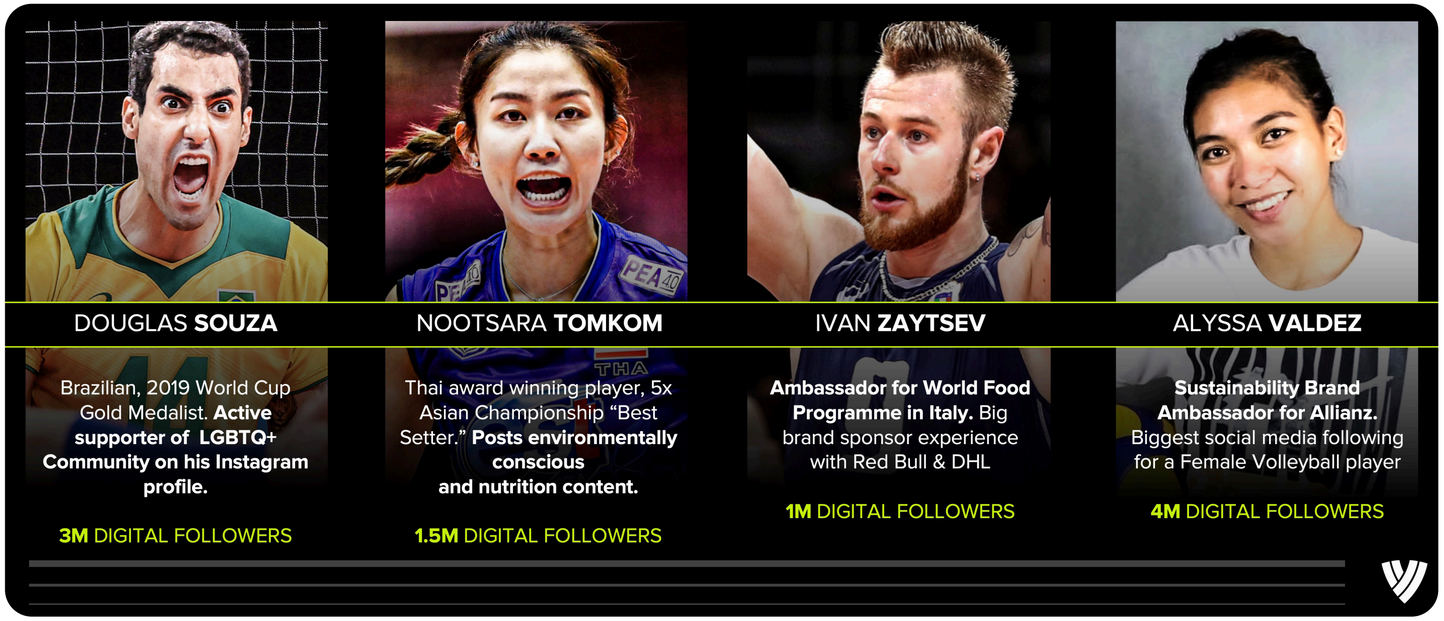
ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการ จะได้สิทธิในการใช้บริการนักกีฬาวอลเลย์บอล ผู้ฝึกสอน และเจ้าหน้าที่ โดยอาจสร้างคอนเทนต์พิเศษร่วมกับบุคคลดังกล่าว เพื่อสร้างประโยชน์ทางการตลาดจากการแข่งขัน เช่น

เนื้อหาเพื่อเจาะกลุ่มผู้ชมผ่านสื่อดิจิทัล – เล่าเรื่องราวของนักกีฬาวอลเลย์บอลและผู้ฝึกสอนที่น่าประทับใจและสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้อื่นได้ในฐานะที่เป็นบุคคลตัวอย่างในสังคม

การกล่าวปาฐกถาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ - อะไรจะช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้แก่พนักงานและสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าขององค์กรได้ดีไปกว่าการเชิญนักกีฬาวอลเลย์บอลและ/หรือผู้ฝึกสอนที่ผู้คนชื่นชอบมาปรากฏตัว ซึ่งจริง ๆ แล้วการบริหารจัดการเพื่อให้ชนะการแข่งขันกีฬาก็อาจจะไม่ต่างจากการบริหารธุรกิจให้มีประสิทธิภาพเท่าใดนัก ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและบริการ จะได้รับสิทธิในการเชิญผู้นำในแวดวงต่าง ๆ เหล่านี้มาปรากฏตัว ใช้สื่อประกอบการฝึกอบรม หรือการจัดสัมมนาผ่านเว็บ เพื่อสร้างขวัญกำลังใจให้แก่พนักงาน เชิญชวนให้ตั้งเป้าหมาย และปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การประชาสัมพันธ์แบรนด์และการนำเสนอสินค้าและบริการในโรงแรมที่พักนักกีฬาวอลเลย์บอล

ทูตวอลเลย์บอล ได้แก่...



VOLLEYBALL NATIONS LEAGUE

THE FINALS

BE PART OF THE GAME



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิด้านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคม

มีส่วนร่วมกับการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย ในแคมเปญประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคม

15 ล้าน+ ผู้ชมผ่านสื่อสังคม	14 ล้าน ผู้ชมที่ไม่ซ้ำกัน
เฟซบุ๊ก – 4.3 ล้าน	เว็บไซต์ของ VNL ปี 2566
อินสตาแกรม – 1.8 ล้าน	
ยูทูบ – 1.6 ล้าน	
ติ๊กต่อก – 1.1 ล้าน	
ทวิตเตอร์ – 330,000	
เวยโป, วีแชท และ โต่วอิน – 660,000	
ช่องวอลเลย์บอลเวิลด์ – 4 ล้าน	
วอลเลย์บอลเวิลด์ทีวี	**1.2 พันล้านวิว**
สตรีมทุกนัดการแข่งขัน	เนื้อหาผ่านสื่อสังคมในปี 2566



VOLLEYBALL NATIONS LEAGUE

THE FINALS

BE PART OF THE GAME



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิในการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน

วอลเลย์บอลเวิลด์ ถือเป็นหนึ่งในผู้นำที่สนับสนุนกีฬาเพื่อความเท่าเทียมทางเพศ และการเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับสตรี

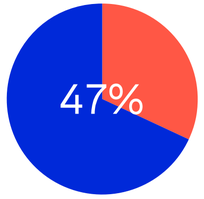
กีฬาวอลเลย์บอลมีความสอดคล้องกับแนวคิด ESG อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผู้สนับสนุนรายใหญ่ทุกรายพึงให้การส่งเสริมสนับสนุน

เราขอเสนอโอกาสสำหรับผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการ ในการมีส่วนร่วมกับแคมเปญต่าง ๆ ที่จัดโดยการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิง เนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย ดังนี้

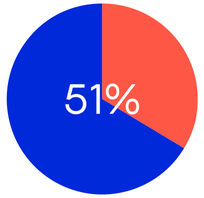
ชุดกีฬาเพื่อความเท่าเทียม - ซึ่งจะมีดาราชั้นนำในแวดวงกีฬาออกมาให้การสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ โดยโครงการนี้จะเป็นพื้นที่ให้แฟนกีฬาและนักกีฬาได้สัมผัสกับความรู้สึกอบอุ่นและมาร่วมเฉลิมฉลองความเท่าเทียมไปด้วยกัน ซึ่งกิจกรรมนี้มีความสอดคล้องกับกีฬาวอลเลย์บอลซึ่งเดิมเป็นกีฬาที่ส่งเสริมความสมดุลทางเพศเป็นทุนเดิม มีการจัดสรรเงินรางวัลอย่างเท่าเทียมกัน และมีการออกแบบรูปแบบการแข่งขันที่เอื้ออำนวยให้การแข่งขันรายการสำคัญทุกรายการเกิดการแข่งขันบนพื้นฐานของความเสมอภาคอย่างแท้จริง

การประชุมสุดยอดด้านความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก – การประชุมประจำปีที่จัดขึ้นควบคู่กับการแข่งขัน ซึ่งมีวอลเลย์บอลเวิลด์เป็นเจ้าของร่วม ผู้เข้าร่วมงานจะได้พบกับนักกีฬาวอลเลย์บอลหญิงที่ทรงอิทธิพลที่สุด ซึ่งได้รับเชิญมาเป็นวิทยากรหลักและแบรนด์แอมบาสเดอร์ของงาน

โครงการชุดกีฬาเพื่อความเท่าเทียม (Equal Jersey) เปิดตัวในปี 2564



47% ของแฟนกีฬาวอลเลย์บอล และวอลเลย์บอลชายหาด เป็นผู้หญิง



แฟนกีฬาวอลเลย์บอล 51% สนใจกีฬาวอลเลย์บอลทั้งทีมชายและทีมหญิง

(เมื่อเทียบกับแฟนกีฬาฟุตบอลที่มีเพียง 27%)



วอลเลย์บอลเวิลด์ เชื่อในอนาคตที่ค้ำจุนด้วยความยุติธรรมและสภาวะที่ทุกคนเท่าเทียมกัน จึงมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนนักกีฬา เพื่อนร่วมงาน และแฟนกีฬาที่เป็นชาว LGBTQIA+

'ความเสมอภาคทางเพศและการไม่แบ่งแยก อยู่ในดีเอ็นเอของกีฬาวอลเลย์บอล และเราขอเลือกที่จะไม่ยอมรับสภาพที่เป็นอยู่เดิมอีกต่อไป'

คุณฟินน์ เทย์เลอร์ ซีอีโอ วอลเลย์บอลเวิลด์



VOLLEYBALL NATIONS LEAGUE

THE FINALS

BE PART OF THE GAME



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิด้านการรับรองและการสร้างเครือข่าย

พื้นที่สำหรับผู้สนับสนุน
การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย จัดให้มีพื้นที่สำหรับผู้สนับสนุนที่สะดวก พร้อมให้ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการ ผู้ถ่ายทอดการแข่งขัน และสื่อทุกรายได้เข้าใช้พื้นที่ในการสร้างเครือข่ายและการสร้างความบันเทิงให้กับลูกค้า ตัวแทนจำหน่าย พนักงาน และกลุ่มเป้าหมายของตน

กิจกรรมและบัตร
ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการ จะได้รับเชิญเข้าร่วมงานอย่างเป็นทางการ งานเลี้ยงต้อนรับ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่จัดโดยวอลเลย์บอลเวิลด์ ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย ทุกงานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

ซึ่งรวมถึงบัตรวีไอพี และที่พัก การรับรอง ตลอดจนสิทธิในการจอดรถที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม

การประชุมเชิงปฏิบัติการ
การประชุมเชิงปฏิบัติการ: ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการ จะได้รับเชิญให้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ 1 ครั้ง ก่อนการแข่งขัน เพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในเครือข่ายและแลกเปลี่ยนแนวคิดเกี่ยวกับวิธีการแสวงประโยชน์จากการเข้าร่วมการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย

สิทธิในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์
นอกจากผู้ชมกว่า 50,000 ราย ที่คาดว่าจะมาร่วมชมการแข่งขันแล้ว ตามสถิติของช่วงเดือนมิถุนายน พบว่าการจัดกิจกรรมกีฬาในพื้นที่กรุงเทพฯ จะสามารถดึงดูดผู้ชมได้หลายแสนคน การแข่งขันนี้จึงถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและบริการ ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของตน

สิทธิด้านผลิตภัณฑ์
เราขอเสนอโอกาสสำหรับผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการ ในการผลิตสินค้าแบรนด์ร่วม ซึ่งอาจจะใช้แจกจ่ายผ่านสื่อหรือผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น กระเป๋า (50,000 ใบ) หมวก (50,000 ใบ) ขวดเครื่องดื่ม (50,000 ขวด) และกระบองลม (50,000 ชิ้น)

อย่างไรก็ตาม ไม่อนุญาตให้จำหน่ายสินค้าที่มีคำอธิบายถึงการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย โดยไม่ได้รับการอนุญาตจากวอลเลย์บอลเวิลด์



รายการสิทธิประโยชน์	ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ และผู้สนับสนุนการนำเสนอของการแข่งขัน	ระดับที่ 2 ผู้สนับสนุนร่วมอย่างเป็นทางการของการแข่งขัน	ระดับที่ 3 ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการและสื่อพันธมิตรของการแข่งขัน
สิทธิในการเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวและสิทธิในการใช้ชื่อ			
สิทธิในการใช้ชื่อ – [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอ] เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในประเทศเจ้าภาพและทั่วโลก	มี		
สิทธิในการใช้ชื่อ – ผู้สนับสนุนร่วมอย่างเป็นทางการ [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอ] เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในประเทศเจ้าภาพและทั่วโลก		มี	
สิทธิในการใช้ชื่อ – ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ / สื่อพันธมิตร [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอ] เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในประเทศเจ้าภาพและทั่วโลก			มี
สิทธิในการเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวในประเภทสินค้าหนึ่ง ๆ ในการสนับสนุนกิจกรรม พื้นที่ประชาสัมพันธ์ของผู้สนับสนุนหลักและผู้สนับสนุนการนำเสนอจะต้องจัดวางให้เห็นเด่นชัดและไม่ถูกบดบังโดยพื้นที่ของผู้สนับสนุนระดับอื่น	มี	มี	มี
สิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์และทรัพย์สินทางปัญญา			
สิทธิในโลโก้และรูปภาพ			
สิทธิในการสร้างและใช้รูปภาพที่มีอยู่เดิม (ด้วยความเห็นชอบจากวอลเลย์บอลเวิลด์) ของการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก (ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว) ในวัสดุโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของผู้สนับสนุนทุกรายการ	มี	มี	มี
สิทธิในการพัฒนาโลโก้สำเร็จสำหรับการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก รอบชิงชนะเลิศ 2567 - ประเทศไทย	มี		
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ – ทั่วไป			
สัดส่วนการจัดสรรพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์แบรนด์โดยคิดจากพื้นที่รวมดังนี้: ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุนหลัก: แบ่งสัดส่วน 30% ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุนการนำเสนอ: แบ่งสัดส่วน 20% ระดับที่ 2 ผู้สนับสนุนร่วมและพันธมิตรผู้สถานที่จัดการแข่งขัน: แบ่งสัดส่วนไม่เกิน 10% ต่อพันธมิตรระดับที่ 2 หนึ่งราย ระดับที่ 3 ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ: แบ่งสัดส่วนไม่เกิน 5% ต่อพันธมิตรระดับที่ 3 หนึ่งราย	มี	มี	มี
สิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ในงาน			
สนามแข่งขัน			
ป้ายไฟสนามแบบ LED (แสดงภาพผ่านกล้องถ่ายทอด) (3x0.9 ม.) - ป้าย LED 20 แผ่น จัดสรรให้ผู้สนับสนุนระดับที่ 1-3	มี	มี	มี
มุมสนามแข่งขัน 2 มุม โดยใช้ Gerflor	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
พื้นของสนามแข่งขัน	มี		
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในสถานที่ในรูปแบบอื่น ๆ			
ฉากหลังสื่อ - แสดงโลโก้	เด่นชัด	มี	มี
ผู้สนับสนุนหลักและผู้สนับสนุนการนำเสนอของการแข่งขัน ได้รับสิทธิในการโฆษณาเป็นเวลา 30 วินาที บนจอขนาดใหญ่ของงาน ในกรณีที่สนามกีฬามีการติดตั้งอุปกรณ์	มี		
โลโก้หลังบัตรเข้าการแข่งขัน	มี		
โลโก้บนบัตรรับรองบุคคล	มี		
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในหมู่บ้านของผู้สนับสนุน	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในงานสนับสนุนอย่างเป็นทางการ อาทิ งานแถลงข่าวก่อนการแข่งขัน	มี	มี	มี
โลโก้บนโปสเตอร์การแข่งขัน ณ จุดจัดแสดงโปสเตอร์รอบสถานที่ (รอยืนยันจำนวน)	มี	มี	มี
โลโก้บนป้ายบอกทาง (รอยืนยันจำนวน)	มี		
สิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์นอกงาน			
ภาพกราฟิกบนหน้าจอ (ผู้สนับสนุนหลักเท่านั้น)	มี		
โลโก้บนแบนเนอร์บริเวณทางเข้าสาธารณะสู่โถงการแข่งขันที่จัดทำโดยคณะจัดงาน	เด่นชัด	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ที่โรงแรมอย่างเป็นทางการที่นักกีฬา โค้ช และเจ้าหน้าที่เข้าพัก	มี	มี	มี
สิทธิในการแพร่ภาพ			
โอกาสในการซื้อสิทธิในการเป็นผู้สนับสนุนการถ่ายทอดการแข่งขัน	มี		

รายการสิทธิประโยชน์	ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ และผู้สนับสนุนการนำเสนอของการแข่งขัน	ระดับที่ 2 ผู้สนับสนุนร่วมอย่างเป็นทางการของการแข่งขัน	ระดับที่ 3 ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการและสื่อพันธมิตรของการแข่งขัน
สิทธิในการส่งเสริมการขาย โฆษณา และประชาสัมพันธ์ (บรรณาธิการ) (รวมถึงคอนเทนต์ที่อยู่และไม่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล)			
มีส่วนร่วมในแคมเปญการประชาสัมพันธ์ที่อยู่และไม่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลที่ดำเนินการตลอดทั้งปี รวมถึงแคมเปญโฆษณาและสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการผลิต	มี		
สิทธิในการจัดงานแถลงข่าวเพื่อประกาศความร่วมมือกับงาน	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม
การเชิญนักกีฬาวอลเลย์บอลไปปรากฏตัวในสถานที่ที่ผู้สนับสนุนสะดวก	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม
การให้นักกีฬาวอลเลย์บอลรับรองสินค้าและบริการ	มี	มี	โอกาสเสริม
การใช้ชื่อ/ชื่อเสียงและภาพของนักกีฬาในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม
สิทธิในข้อมูล			
การประชาสัมพันธ์ไปยังฐานข้อมูลของวอลเลย์บอลเวิลด์ การกล่าวถึงในจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์	มี	มี	
สิทธิด้านการรับรองลูกค้าและการสร้างเครือข่าย			
บัตรผ่านวีไอพี – เพื่อเข้าถึงพื้นที่รับรองระดับวีไอพี	X 28 สำหรับผู้สนับสนุนหลัก / X 20 สำหรับผู้สนับสนุนการนำเสนอ	X 10	X 5
บัตรเข้าชมการแข่งขันฟรีทุกวัน	X 30 สำหรับผู้สนับสนุนหลัก / X 20 สำหรับผู้สนับสนุนการนำเสนอ	X 10	X 5
การเข้าถึงผู้สนับสนุนและพันธมิตรรายอื่น ๆ ตามความเหมาะสม เช่น โรงแรมพันธมิตร	มี	มี	มี
บัตรผ่านเสริม สำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานในบูธจำหน่าย	มี	มี	มี
สิทธิในการใช้ห้องวีไอพีส่วนบุคคลในแต่ละวันที่จัดการแข่งขัน	มี		
สิทธิในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์			
บูธจำหน่าย/จัดแสดงที่หมู่บ้านของผู้สนับสนุนภายในสถานที่จัดการแข่งขัน โดยผู้สนับสนุนเป็นผู้ดำเนินการ	ขั้นต่ำ 40 ตร.ม.	ขั้นต่ำ 20 ตร.ม.	ขั้นต่ำ 10 ตร.ม.
สิทธิด้านผลิตภัณฑ์			
พิมพ์โลโก้ VNL / ผู้สนับสนุนบนขวดเครื่องดื่มของผู้สนับสนุนใช้ระหว่างการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก (การออกแบบต้องผ่านการอนุมัติจากวอลเลย์บอลเวิลด์)	มี		
โลโก้บน กระเป๋า (50,000 ใบ) หมวก (50,000 ใบ) ขวดเครื่องดื่ม (50,000 ขวด) และกระบองลม (50,000 ชิ้น) (โดยผู้สนับสนุนออกค่าใช้จ่ายเอง)	มี	มี	มี
สิทธิในการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีโลโก้และเครื่องหมายการค้าอย่างเป็นทางการของวอลเลย์บอลเวิลด์ (เมื่อวอลเลย์บอลเวิลด์ให้การอนุมัติ)			

ระดับ 4 – แพ็กเกจสำหรับ TVA

แพ็กเกจสำหรับสมาคมวอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย (TVA) และผู้สนับสนุนหรือพันธมิตร (แบบรวมกลุ่ม) ของ TVA มีรายละเอียดดังนี้

- การกำหนด - เป็นผู้สนับสนุน / พันธมิตรอย่างเป็นทางการของ TVA
- 2 x การเวียนใช้พื้นที่ป้ายไฟสนามแบบ LED ร่วมกัน (ในกล้อง) (ขนาด 3 ม. x 0.9 ม.) - สำหรับผู้สนับสนุน / พันธมิตรของ TVA ทุกราย
- ฉากหลังสื่อ - แสดงโลโก้ในแถวล่าง โดยใช้แผนผังดังต่อไปนี้: ผู้สนับสนุนหลัก - ผู้สนับสนุนการนำเสนอ - ผู้สนับสนุนระดับโลก - ผู้สนับสนุน / พันธมิตรของ TVA
- โลโก้บนโปสเตอร์การแข่งขัน ณ จุดจัดแสดงโปสเตอร์รอบสถานที่ (รอยืนยันจำนวน)
- การประชาสัมพันธ์แบรนด์ของผู้สนับสนุน / พันธมิตรของ TVA ที่โรงแรมอย่างเป็นทางการที่นักกีฬา โค้ช และเจ้าหน้าที่เข้าพัก
- บูธจำหน่าย/จัดแสดงที่พื้นที่สำหรับผู้สนับสนุนภายในสถานที่จัดการแข่งขัน โดยผู้สนับสนุน / พันธมิตรเป็นผู้ดำเนินการ - แบ่งสัดส่วน 30% ของพื้นที่สำหรับผู้สนับสนุน
- สิทธิในการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีโลโก้และเครื่องหมายการค้าอย่างเป็นทางการของวอลเลย์บอลเวิลด์ (เมื่อวอลเลย์บอลเวิลด์ให้การอนุมัติ)

VOLLEYBALL NATIONS LEAGUE

THE FINALS

BE PART OF THE GAME



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

ผู้จัดงาน

วอลเลย์บอลเวิลด์

วอลเลย์บอลเวิลด์ เป็นบริษัทจำกัดที่จัดตั้งที่ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ โดยมี Fédération Internationale de Volleyball (FIVB) เป็นผู้ถือหุ้นหลัก FIVB เป็นหน่วยงานกำกับดูแลกีฬาระหว่างประเทศที่กำกับดูแลสมาคมแห่งชาติ 222 แห่ง วอลเลย์บอลเวิลด์ได้รับความไว้วางใจแต่เพียงผู้เดียวให้เป็นผู้ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์จากสิทธิที่ FIVB เป็นเจ้าของและดำเนินการควบคุม

วอลเลย์บอลเวิลด์ มีปณิธานในการก่อตั้งเครือข่ายและระบบนานาชาติแบบบูรณาการ ที่เชื่อมต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในแวดวงกีฬาวอลเลย์บอลทุกราย รวมถึงแฟนกีฬา นักกีฬา และพันธมิตรองค์กรธุรกิจผ่านกิจกรรมดิจิทัลและการถ่ายทอดสด

วอลเลย์บอลเวิลด์ รับผิดชอบปฏิบัติการด้านการพาณิชย์ในการแข่งขันวอลเลย์บอลและวอลเลย์บอลชายหาดที่สำคัญระดับนานาชาติ รวมถึงการแข่งขันชิงแชมป์โลก การแข่งขันวอลเลย์บอลเนชันส์ลีก การแข่งขันรอบคัดเลือกโอลิมปิก และการแข่งขันบีชโปรทัวร์

วอลเลย์บอลเวิลด์

ชายหาด	ในร่ม
การแข่งขันประจำปี บีชโปร	**การแข่งขันประจำปี** การแข่งขันวอลเลย์บอลเนชันส์ลีก การแข่งขันคลับเวิลด์แชมเปียนชิป
ทุก 2 ปี ชิงแชมป์โลก	**ทุก 4 ปี** **การแข่งขันชิงแชมป์โลกชายและหญิง** **การแข่งขันรอบคัดเลือกโอลิมปิก**

ผู้ที่เกี่ยวข้อง

ผู้ถ่ายทอดการแข่งขัน | ผู้ติดตาม | สโมสร | เมืองเจ้าภาพ | ผู้สนับสนุนท้องถิ่น | สมาพันธ์

ติดต่อ

บริษัท พอล พูล (เซ้าท 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

วอลเลย์บอลเวิลด์
ชาโตว์ เลส์ ตูเรลส์
เอดูอาร์-ชานดอซ 2-4
1006 โลซาน
สวิตเซอร์แลนด์
โทรศัพท์: +41 21 345 3535
www.volleyball.world

คุณริชาร์ด เดวีส์ – หัวหน้าฝ่ายการพาณิชย์ (สำหรับการติดต่อเป็นภาษาอังกฤษ)
อีเมล: richard.davies_ext@volleyball.world

คุณเฟอร์กัส เบนเนตต์ – ผู้จัดการฝ่ายพาณิชย์ (สำหรับการติดต่อเป็นภาษาอังกฤษ)
อีเมล: Fergus.benneW@volleyball.world
โทรศัพท์: +41 79 514 1178

