



Volleyball World

2566

ประเทศไทย



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

วอลเลย์บอลหญิงเนชั่นส์ลีก 2566 - ประเทศไทย

กรุงเทพมหานคร วันที่ 27 มิถุนายน - 2 กรกฎาคม 2566

การแข่งขันวอลเลย์บอลประจำปีที่ยิ่งใหญ่ที่สุด วอลเลย์บอลหญิงเนชั่นส์ลีก 2566
พร้อมมายืนเคียงบ่ากัน แล้วในเดือนมิถุนายน 2566

การแข่งขันวอลเลย์บอลเนชั่นส์ลีก 2566 จะจัดขึ้นเป็นเวลา 6 สัปดาห์ จัดขึ้นด้วยกิจกรรม
ต่าง ๆ โดยมีทีมวอลเลย์บอลชั้นนำของโลก 16 ทีมมาร่วมแข่งขัน ซึ่งแต่ละทีมล้วนมีเป้าหมาย
เดียวกัน คือการไปถึงรอบสุดท้ายของการแข่งขันวอลเลย์บอลเนชั่นส์ลีก และได้รับการเชิดชู
เกียรติในฐานะผู้ชนะการแข่งขัน!

ประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็น 1 ใน 6 ประเทศจากผู้จัดการแข่งขันรอบคัดเลือก ร่วมกับตุรกี
ญี่ปุ่น บราซิล จีน และเกาหลี โดยการแข่งขัณรอบสุดท้ายจะจัดที่สหรัฐอเมริกา

เนื่องจากวอลเลย์บอลเป็นกีฬาที่เติบโตเร็วและได้รับความนิยมสูงในประเทศไทย จากกระแส
วอลเลย์บอลหญิงทีมชาติไทยที่สร้างผลงานได้อย่างต่อเนื่อง การแข่งขันนี้จึงถือเป็นโอกาสที่ดี
เยี่ยมและเป็นพื้นที่ทางการตลาดที่มีศักยภาพสูงเหมาะสำหรับให้แบรนด์ต่าง ๆ มาเข้าร่วมกิจกรรม
เพื่อเข้าถึงฐานแฟนกีฬา วอลเลย์บอลจำนวนมากหลายร้อยล้านคนทั้งในไทยและทั่วโลก

ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชั่นส์ลีก
2566 – ประเทศไทย โดยร่วมเป็นผู้สนับสนุน/พันธมิตร/ผู้จัดหาสินค้าและบริการ
อย่างเป็นทางการ

ทีมที่เข้าร่วม

11 ทีมหลัก

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

5 ทีมผู้ท้าชิง

บัลแกเรีย / แคนาดา / โครเอเชีย / สาธารณรัฐ
โดมินิกัน / โปแลนด์

สถานที่จัด

รอบแรก

อังการา - ตุรกี
กรุงเทพฯ - ไทย
บราซิล - บราซิล
ฮ่องกง - จีน
นาโงย่า - ญี่ปุ่น
ซูวอน - เกาหลี

รอบสุดท้าย

เกิซัส - สหรัฐอเมริกา

การแข่งขันใน

ทีมที่เข้าร่วม

บราซิล / แคนาดา / โครเอเชีย / ญี่ปุ่น
/ อิตาลี / เนเธอร์แลนด์ / ไทย / ตุรกี

16

นัดแข่งขัน

ช่องทางสื่อสังคม

ผู้ติดตามกีฬา วอลเลย์บอล 16 ล้านคน

ส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 35 ปี และ 47%
เป็นสตรีที่มีรายได้และกำลังซื้อสูง

ผู้ชม

500,000+ คน

ตัวเลขคาดการณ์จากทุกกิจกรรม

50,000+ คน

ตัวเลขคาดการณ์เฉพาะกิจกรรมที่จัดในประเทศไทย
นัดแข่งขัน

ที่มา : วอลเลย์บอลเวิลด์ 2022

ผู้ชมโทรทัศน์ทั่วโลก

1.1 พันล้านคน

รับชมจากนานาประเทศ ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ
ได้แก่ การแพร่ภาพสด การแพร่ภาพบันทึกการแข่งขัน
และการแพร่ภาพผ่านสื่อดิจิทัล

280 ล้านคน

ผู้ชมที่ไม่ซ้ำกัน

11,000+

ชั่วโมงของการออกอากาศ

นัดแข่งขัน

104

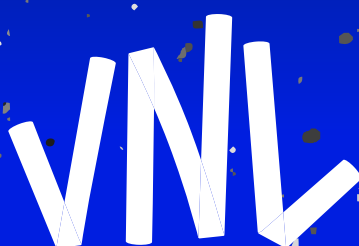
นัดการแข่งขันจากรอบแรกถึงรอบสุดท้าย

96

นัดการแข่งขันในรอบแรก

8

นัดการแข่งขันในรอบสุดท้าย



www.volleyball.world
Volleyball World



สนับสนุนการตลาดโดย บริษัท พอล พลู (เซ้า อีส เอเชีย) จำกัด -
ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนการตลาด

วอลเลย์บอล - หนึ่งในชนิดกีฬาน่าตื่นเต้นที่สุด เติบโตเร็วที่สุด มีความหลากหลาย และความคุ้มค่าเทียบกันทางเพศ



แพ็คเกจสำหรับการสนับสนุน

เรามีแผนการสนับสนุนสำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจอย่างครบวงจร เพื่อให้ภาคธุรกิจได้ร่วมประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านกิจกรรมระดับโลก ดังนี้

ระดับที่ 1: ผู้สนับสนุนหลักของการแข่งขัน ผู้สนับสนุนการนำเสนองานการแข่งขัน

- ผู้สนับสนุนหลักของการแข่งขัน จำนวน 1 ราย พร้อมสิทธิในการมีส่วนร่วมในชื่อการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 ประเทศไทย
- ผู้สนับสนุนการนำเสนองานการแข่งขัน จำนวน 1 รายพร้อมสิทธิในการมีส่วนร่วมในชื่อการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 ประเทศไทย

ระดับที่ 2: พันธมิตรสถานที่จัดการแข่งขัน

- พันธมิตรสถานที่จัดการแข่งขัน จำนวน 1 ราย เพื่อให้การสนับสนุนสถานที่ในการจัดการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย

ระดับที่ 2: ผู้สนับสนุนร่วมของการแข่งขัน

- ผู้สนับสนุนร่วมของการแข่งขัน จำนวนไม่เกิน 4 ราย จากธุรกิจซึ่งไม่ได้เป็นคู่แข่งกัน ให้การสนับสนุนการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย พร้อมสิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์รอบ ๆ พื้นที่จัดการแข่งขัน

ระดับที่ 3: ผู้จัดการสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการของการแข่งขัน และสื่อพันธมิตร

- ผู้จัดการสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการของการแข่งขัน จำนวนไม่เกิน 6 ราย เพื่อสนับสนุนสินค้าและบริการที่จำเป็นสำหรับการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย
- สื่อพันธมิตร จำนวนไม่เกิน 6 รายให้การสนับสนุนพื้นที่โฆษณาและงานบรรณาธิการเพื่อการประชาสัมพันธ์การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย

ผู้จัดการสินค้า/บริการอย่างเป็นทางการอาจมาจากภาคธุรกิจดังต่อไปนี้:

สายการบิน	บริการให้คำปรึกษา	อาหาร	ถ่ายภาพ	โทรคมนาคม
เครื่องแต่งกาย	เครื่องใช้ไฟฟ้า	โรงแรม	เกสเซอร์	จับเวลา
ยานยนต์	ขนส่ง	ประกันภัย	บุคลากรในสายอาชีพบริการ	ขนส่ง
ธนาคาร	บัตรเครดิต	กฎหมาย	จัดหางาน	ท่องเที่ยว
เครื่องดื่ม	วิศวกรรม	โลจิสติกส์	ค้าปลีก	ยางรถยนต์
รถเช่า	สิ่งแวดล้อม	อุตสาหกรรมการผลิต	จัดส่งสินค้า	สาธารณูปโภค
ก่อสร้าง	การเงิน	ไม่แสวงผลกำไร	เทคโนโลยี	

หมายเหตุ: นอกเหนือจากแพ็คเกจข้างต้นแล้ว สิทธิในการสนับสนุนยังขยายผลครอบคลุมถึงการแข่งขันอื่น ๆ ทั่วโลกที่ทีมชาติไทยเดินทางไปร่วมแข่งขัน โดยจะมีการถ่ายทอดสดกลับมายังประเทศไทย

รายละเอียดเกี่ยวกับสิทธิที่มี

- การแข่งขัน: วอลเลย์บอลเนชันส์ลีก 2566
- สิทธิ: สิทธิพิเศษสำหรับการเผยแพร่ผ่านช่องทางที่ไม่เข้ารหัส (free-to-air) เผยทีวี บรอดแบนด์ และการส่งสัญญาณมือถือ
- การลงนามสิทธิ: VBTV จะมีบริการในทุกพื้นที่ ในรูปแบบของภาษาอังกฤษ โดยสามารถเข้าถึงได้หลังชำระเงินผ่านเผยแพร่แล้วเท่านั้น
- ข้อควรระวัง: การเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อสังคม อนุญาตให้เผยแพร่เฉพาะเนื้อหาที่เป็นการส่งเสริมการขายและไฮไลต์ของการแข่งขันเท่านั้น
- พื้นที่: ประเทศไทย
- เงื่อนไขขึ้นต่อการเผยแพร่: อนุญาตให้เผยแพร่การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงทีมชาติไทยทุกนัด ผ่านช่องทางที่ไม่เข้ารหัส (free-to-air) ได้





Volleyball World

2566

ประเทศไทย

ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

ทั่วโลก: ข้อมูลโดยสังเขป

ผู้ติดตาม

795 ล้าน จำนวนผู้เข้าร่วมกีฬา วอลเลย์บอล ในปัจจุบันทั่วโลก	700K ฐานข้อมูลของผู้เข้าร่วมที่มีอยู่เดิม	แฟนวอลเลย์บอล อายุเฉลี่ย 38.2 ปี 39% มีฐานะดี 64% มีอายุน้อยกว่า 35 ปี หญิง 47% / ชาย 53% 62% เข้าใจการสนับสนุน 69% ใช้สื่อสังคมออนไลน์ 67% สนใจดนตรีและกิจกรรม ทางวัฒนธรรม
มากกว่า 15 ล้านคน ผู้ชมผ่านสื่อสังคมทั่วโลก เฟซบุ๊ก – 4.3 ล้านคน อินสตาแกรม – 1.8 ล้านคน ยูทูบ – 1.6 ล้านคน ติ๊กต็อก – 1.1 ล้านคน ทวิตเตอร์ – 330K WEBO, WECHAT และ DOUYIN – 660K	4 ล้าน ช่องของวอลเลย์บอลวิสต์ 400 ล้าน จำนวนผู้ชมออนไลน์รวม ที่ยืนยันที่อยู่ได้	คุ้นชินกับโลกดิจิทัล 68% ของฐานแฟนรับชม วอลเลย์บอลผ่านการสตรีมภาพ ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา กีฬายอดนิยมอันดับ 4 ของโลก ผู้นำการส่งเสริม ความเท่าเทียม ทางเพศในกีฬา

การแพร่ภาพ

6 พันล้าน ยอดวิวบนสื่อสังคมในปี 2564 เพียงปีเดียว	646 ล้าน ยอดวิวของผู้รับชมการออกอากาศ ที่ไม่ซ้ำกัน ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา	1.5 พันล้าน จำนวนนาทียของการรับชมผ่านยูทูบ ในปี 2564
---	---	--

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

ประเทศไทย: ข้อมูลโดยสังเขป

26.7M ยอดรวมฐานแฟนวอลเลย์บอล	การรับชมทางโทรทัศน์ กีฬา วอลเลย์บอล สร้างยอดการ รับชมคิดเป็น 19% ของการรับชม กีฬาทุกชนิด แม้จะเป็นกีฬาที่ใช้เวลา ออกอากาศเพียง 5%	9 ใน 10 รายการยอดนิยม ในปี 2564 เป็นการแพร่ภาพการ แข่งขัน VNL FIVB วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก
12.6M ให้ความสนใจมาก 14.1M ให้ความสนใจ		
VNL 2565 การแข่งขัน 5 ครั้งกับคู่แข่ง 3 ล้านคน	34.9 ล้าน จำนวนผู้ชม VNL 2565 สะสม ผ่านทางโทรทัศน์	นิตยภัททอดยอดนิยมในปี 2564 อิทธิพล ไทย
	2.7 ล้าน จำนวนผู้ชม VNL 2565 เฉลี่ย ผ่านทางโทรทัศน์	

ที่มา: GLANCE / AGB NIELSEN MEDIA RESEARCH 2021



www.volleyball.world
Volleyball World



สนับสนุนการตลาดโดย บริษัท พอล พลัส (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด -
ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนการตลาด

วอลเลย์บอล - หนึ่งในชนิดกีฬาที่นำตื่นเต้นที่สุด เติบโตเร็วที่สุด มีความหลากหลาย และความเท่าเทียมกันทางเพศ



Volleyball World

2566
ประเทศไทย

ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

กำหนดการ: ภาพรวมตารางการแข่งขัน

สัปดาห์ที่ 1 30 พฤษภาคม – 4 มิถุนายน	อังการา - ตุรกี อังการา สปอร์ตฮอลล์		นาโกย่า - ญี่ปุ่น นิปปงโกชิ ฮอลล์	
	ตุรกี	ไทย	ญี่ปุ่น	โตเกียว
	อิตาลี	โปแลนด์	บราซิล	โครเอเชีย
	สหรัฐอเมริกา	เกาหลี	บัลแกเรีย	เยอรมนี
	เซอร์เบีย	แคนาดา	เนเธอร์แลนด์	จีน
สัปดาห์ที่ 2 13 – 18 มิถุนายน	ฮ่องกง – จีน ฮ่องกง โกลีเซียม		บราซิล – บราซิล อาเรนา บิอาร์รี นิลสัน เนลสัน	
	จีน	อิตาลี	บราซิล	โครเอเชีย
	ตุรกี	แคนาดา	สหรัฐอเมริกา	เยอรมนี
	โตเกียว	โปแลนด์	ญี่ปุ่น	ไทย
	เนเธอร์แลนด์	บัลแกเรีย	เซอร์เบีย	เกาหลี
สัปดาห์ที่ 3 27 มิถุนายน – 2 กรกฎาคม	ชวอน – เกาหลี ชวอน อินดอร์ จิมเนเซียม		กรุงเทพฯ - ไทย เปิดรับพันธมิตรผู้จัดการแข่งขัน	
	เกาหลี	สหรัฐอเมริกา	ไทย	อิตาลี
	โปแลนด์	เยอรมนี	บราซิล	โครเอเชีย
	บัลแกเรีย	เซอร์เบีย	ญี่ปุ่น	แคนาดา
	โตเกียว	จีน	เนเธอร์แลนด์	ตุรกี

รอบสุดท้าย 12 – 16	นครอาร์ลิงตัน เท็กซัส สหรัฐอเมริกา คอลเลจพาร์ค เซ็นเตอร์
-----------------------	---





ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

รูปแบบการแข่งขัน

16 ทีม

8 ทีม แข่งขันในประเทศไทย

รอบแรก (รวมกลุ่ม)

96 นัด

6 สถานที่จัดแข่งขันในประเทศไทย

ขั้นต่ำ 12 นัด...

ต่อทีม

รอบสุดท้าย – แข่งขันที่สหรัฐอเมริกา

รอบสุดท้าย จะแข่งขันแบบแพ้คัดออก (Final 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

ผู้ชนะในอดีต

วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก ในปี 2566 นี้ จะเป็นการแข่งขันประจำปีครั้งที่ 5 ที่นักวอลเลย์บอลหญิงทีมชาติจะมาพบกัน โดยที่ผ่านมา สหรัฐอเมริกาเป็นผู้ชนะในการแข่งขัน 3 ปีแรก ส่วนอิตาลีเป็นผู้ชนะในการแข่งขันครั้งล่าสุดในปี 2565

ปี	ผู้ชนะเหรียญทอง	ผู้ชนะเหรียญเงิน	ผู้ชนะเหรียญทองแดง
2018	สหรัฐอเมริกา	ตุรกี	จีน
2019	สหรัฐอเมริกา	บราซิล	จีน
2021	สหรัฐอเมริกา	บราซิล	ตุรกี
2022	อิตาลี	บราซิล	เซอร์เบีย





ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

ประโยชน์ของกีฬาวอลเลย์บอลต่อธุรกิจของผู้สนับสนุน

ในการสนับสนุน วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการ จะได้รับสิทธิประโยชน์หลายรายการดังนี้

แบรนด์ของผู้สนับสนุน - แผนกแบรนด์เข้ากับกีฬาวอลเลย์บอล - หนึ่งในแบรนด์กีฬาที่นำต้นตอที่ สุด เติบโตเร็วที่สุด มีความหลากหลาย และความเท่าเทียมกันทางเพศ สร้างการรับรู้แบรนด์ของผู้สนับสนุนไปทั่วโลก ผ่านการออกอากาศและการเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัลโดยวอลเลย์บอลเวิลด์ (Volleyball World) และกลุ่มประชากรผู้ชมที่อายุน้อยและมีสัดส่วนของกลุ่มคนในเพศต่าง ๆ ที่สมดุล

ค่านิยมของผู้สนับสนุน - เสริมสร้างความรู้สึกร่วมกันและความรู้สึกที่เป็นบวกต่อแบรนด์ของผู้สนับสนุนผ่านเนื้อหาที่เข้าถึงง่าย พร้อมผนวกสินค้าของผู้สนับสนุนเข้ากับเนื้อหาอย่างแยบยล เพื่อเชื่อมโยงกับค่านิยมในด้านความยั่งยืนและผู้นำด้านความเท่าเทียมทางเพศในกีฬา

ลูกค้าของผู้สนับสนุน - มอบประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิตให้แก่ลูกค้า ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กร และลูกค้าใหม่ ในงานระดับโลกโดยวอลเลย์บอลเวิลด์ในครั้งนี้

ยอดขายของผู้สนับสนุน - ใช้แพลตฟอร์มของวอลเลย์บอลเวิลด์ ซึ่งมีความเป็นบูรณาการและสร้างความเพลิดเพลิน เพื่อสร้างรายได้ใหม่ และเพิ่มยอดขายธุรกรรมกับลูกค้าเก่า ควบคู่ไปกับการพัฒนาความภักดีต่อแบรนด์ เข้าถึงรายชื่อติดต่อที่เป็นสมาชิกในครอบครัวและเครือข่ายทางการค้าของวอลเลย์บอลเวิลด์ ซึ่งจะสามารถช่วยเพิ่มยอดขายของผู้สนับสนุนได้

ข้อมูลของผู้สนับสนุน - ใช้ข้อมูลปริมาณมากที่จัดเก็บได้โดยตรง ควบคู่ไปกับการเก็บข้อมูลเชิงลึกของผู้ชมผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจในการร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจหรือการจัดทำเนื้อหาทางการตลาดที่ทรงพลังในอนาคต

แบรนด์แอมบาสเดอร์สำหรับผู้สนับสนุน - ติดตามเส้นทางประสบการณ์ของนักกีฬาวอลเลย์บอล สร้างแรงบันดาลใจให้แก่พนักงานและลูกค้าของผู้สนับสนุนด้วยเรื่องราวของนักกีฬาและเรื่องราวของการแข่งขันการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย

พนักงานของผู้สนับสนุน - เชิญนักกีฬาวอลเลย์บอลและโค้ชที่ประสบความสำเร็จมากล่าวปาฐกถาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ให้ความสำคัญและฝึกสอนเพื่อพัฒนาความเป็นผู้นำ ให้นักธุรกิจเป็นรางวัล สร้างการมีส่วนร่วมผ่านการเป็นอาสาสมัคร

ชื่อเสียงของผู้สนับสนุน - การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย เหมาะที่จะเป็นแพลตฟอร์มที่สำหรับกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ เข้าถึงผู้ติดตาม 16 ล้านคนที่ยังใช้งานอยู่จริง โดยส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 35 ปี และ 47% เป็นสตรีที่มีรายได้และกำลังซื้อสูง โดยใช้เนื้อหาที่จะกลุ่มเป้าหมายและกลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ที่มีประสิทธิภาพ



เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

การประชาสัมพันธ์แบรนด์

วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย



การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในงาน

จอ LED ที่มองเห็นได้ชัดเจน สร้างมูลค่าการประชาสัมพันธ์
ผ่านสื่อหลายล้านบาท



อาสาสมัคร

โลโก้บนเครื่องแบบของอาสาสมัคร



พื้นที่สื่อ

ในพื้นที่แถลงข่าว ที่ฉากหลังพื้นที่แถลงข่าวและพื้นที่
ให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน



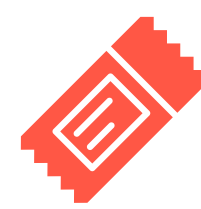
โรงแรมอย่างเป็นทางการ

ที่พักของนักกีฬา ผู้ฝึกสอน และเจ้าหน้าที่



หมู่บ้านผู้สนับสนุน

พื้นที่ประชาสัมพันธ์สำหรับการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้า
และบริการ



การประชาสัมพันธ์แบรนด์บนบัตรเข้าชม

โลโก้หลังบัตร



แคมเปญการประชาสัมพันธ์หน้างาน

การประชาสัมพันธ์ผ่านวัสดุทางการตลาด





Volleyball World

2566

ประเทศไทย



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

การประชาสัมพันธ์ผ่านรายการถ่ายทอด

การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย ทุกรายการ จะมีการถ่ายทอดสดและเปิดให้เลือกซื้อเพื่อรับชม (on-demand) ทางโทรทัศน์ที่นำเสนอ กีฬาวอลเลย์บอล ตลอดจนผู้ถ่ายทอดในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก

การแข่งขันรอบแรกในประเทศไทยทั้งหมด 12 นัด จะถ่ายทอดสดตามผังรายการทางโทรทัศน์ และรวมถึงนัดการแข่งขันอื่น ๆ ในภายหลังในกรณีที่ทีมชาติไทยผ่านเข้าสู่รอบสุดท้าย

ป้าย

ป้ายไฟ LED

ป้ายแสดงการแข่งขันจากกล้องถ่ายทอด นำเสนอบนป้ายไฟสนามแบบ LED สำหรับการแสดง โฆษณา พร้อมนำเสนอโลโก้ของผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดทำสินค้าและบริการที่ มองเห็นได้ชัดเจน

ป้าย LED ข้างสนาม 20 แพน (3x0.90 ม.) ขึ้นอยู่กับความพร้อมให้บริการ

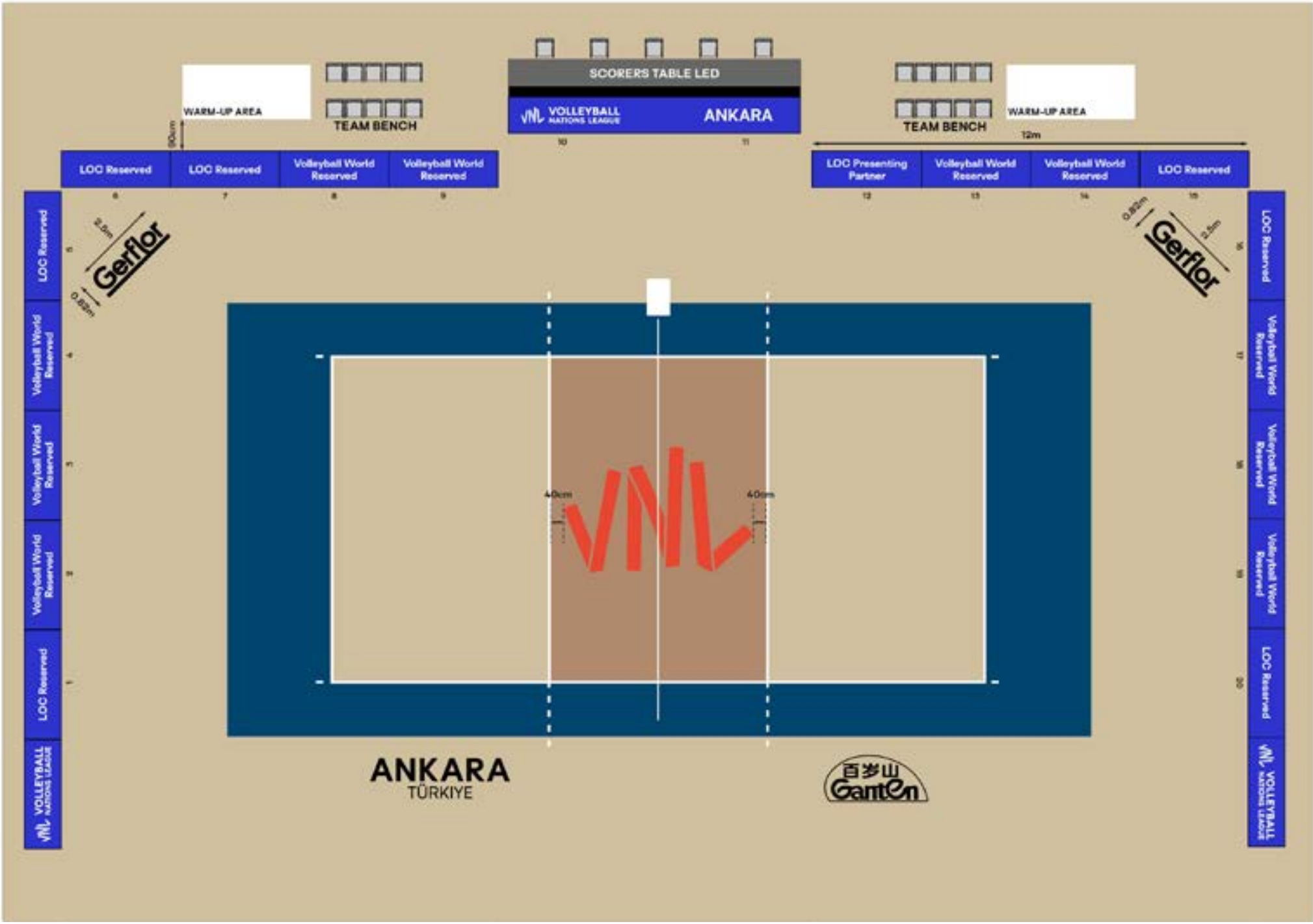
โลโก้และการประชาสัมพันธ์แบรนด์ของผู้สนับสนุนจะแบ่งออกเป็นการหมุนเวียนแบบใช้พื้นที่ร่วมกัน (shared rotation) และการหมุนเวียนแบบโซลัส (solus rotation) ซึ่งจะหมุนเวียนปรับเปลี่ยนไป ในขณะที่มีการแข่งขัน ตามลำดับที่กำหนดไว้โดยวอลเลย์บอลเวิลด์ (Volleyball World)

การนำเสนอบนป้ายไฟ LED จะมีการเวียนรอบ โดยแต่ละรอบใช้เวลาประมาณ 360 วินาที และแบ่งส่วนเวลาระหว่างผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดทำสินค้าและบริการ ตามตารางโฆษณา (Commercial Matrix) ซึ่งจะใช้คำนวณในระหว่างการแข่งขัน

การหมุนเวียนแบบโซลัส (solus rotation) เป็นการนำเสนอพันธมิตรโฆษณา (Commercial Affiliate) เพียงรายเดียวบนระบบ LED เป็นระยะเวลาหนึ่ง การหมุนเวียนแบบใช้พื้นที่ร่วมกัน (shared rotation) คือการนำเสนอพันธมิตรโฆษณาหลายราย ในกรอบเวลาเดียวกันบนระบบ LED โดยการหมุนเวียนแบบใช้พื้นที่ร่วมกันมักจะจัดแสดงในช่วงเริ่มและจบเซตการแข่งขัน เวลาออกทางเทคนิค พักระหว่างเซต หลังกรรมการเป่าสิ้นสุดการแข่งขัน

การประชาสัมพันธ์แบรนด์บนพื้นสนามแข่ง

แป้น Gerflor 2 ตำแหน่ง – โลโก้ของผู้สนับสนุนบนพื้น ติดตั้งข้างสนามแข่งขัน (2.5x0.82 ม.) โลโก้ VNL กลางสนาม 1 ตำแหน่ง โลโก้ผู้สนับสนุนระดับที่ 1 บนพื้นสนาม 1 ตำแหน่ง



www.volleyball.world
Volleyball World



สนับสนุนการตลาดโดย บริษัท พอล พลู (เซ้า อัส เอเซีย) จำกัด - ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนการตลาด

วอลเลย์บอล - หนึ่งในชนิดกีฬาที่นำตื่นเต้นที่สุด เติบโตเร็วที่สุด มีความหลากหลาย และความท้าทายกันทางเพศ



Volleyball World

2566

ประเทศไทย



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

โทรทัศน์และการสตรีมภาพในปี 2565 – ทั่วโลก

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

ไทยมียอดวิว 10.18 ล้านครั้ง – สูงเป็นอันดับ 3 ของตลาด
จีนเป็นอันดับ 1 ด้วยยอดวิว 54.98 ล้านครั้ง

จีนและโปแลนด์เป็นตลาดที่มีจำนวนผู้ชมสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทัวร์นาเมนต์การแข่งขันทีมหญิง

ทีมจีนมีจำนวนผู้ชมสูงสุดเกือบครึ่งหนึ่งของจำนวนผู้ชม VNL
ทีมหญิงทั้งหมด

มีผู้ชมการถ่ายทอดสดคิดเป็นสัดส่วนเกือบ 21% ของจำนวนผู้ชมสะสมทั้งหมด ทีมจีนมีผู้ชมการถ่ายทอดสดสูงเช่นเคย ตามด้วยโปแลนด์และไทย

	โทรทัศน์	สื่อสตรีมมิ่ง	รวม	
วอลเลย์บอล เนชั่นส์ลีก	จำนวนผู้ชมสะสม (ล้าน)	1,039.05 2.50	43.45 1,082.50	1,082.50
	เวลาออกอากาศ (HH:MM:SS)	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
	การมองเห็น (HH:MM:SS)	19,629:45:40	1,713:40:03	21,343:25:43
แบรนด์	จำนวนครั้ง (#)	15,556,337	1,391,939	16,948,276
	ยอดการเข้าชมผู้สนับสนุน (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

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



โทรทัศน์และการสตรีมภาพในประเทศไทย - วอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2565

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

	ช่อง 3	ช่อง 7	ไทยรัฐทีวี
ผู้ชมสะสม (ล้าน) การออกอากาศ (ครั้ง) เวลาที่ออกอากาศ (HH:MM:SS)	40.21	17.71	13.09
BROADCASTS (#)	59	39	48
BROADCAST TIME (HH:MM:SS)	1:49:45	0:49:16	1:05:02
การแข่งขันระหว่างทีมหญิงไทยกับจีน เป็นนัดการแข่งขันที่มีผู้ชมมากที่สุดรายการหนึ่ง โดยมียอดวิว 3.66 ล้านครั้ง			โทรทัศน์สำหรับการแข่งขันทีมหญิง – ผู้ชมสะสม รอบแรก - 589.54 M รอบก่อนรองชนะเลิศ - 77.9 M รอบชิงชนะเลิศ - 72.47 M

ที่มา : รายงาน FIVB VNL 2565

ที่มา : Mediametrie / Eurodata TV, The Nielsen Company, MMS, TNS Gallup /Adults 3+/-การภาคการณโดย Nielsen Sports. รวมแบรนด์ที่เกี่ยวข้องและเมืองจากภาพทั้งหมด



www.volleyball.world

Volleyball World



สนับสนุนการตลาดโดย บริษัท พอล พลู (เซ้า อีส เอเชีย) จำกัด - ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนการตลาด

วอลเลย์บอล - หนึ่งในชนิดกีฬาที่น่าตื่นเต้นที่สุด เติบโตเร็วที่สุด มีความหลากหลาย และความท้าทายกันทางเพศ



Volleyball World

2566

ประเทศไทย

ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

มูลค่าการประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนผ่านสื่อ

ในปี 2565 มีการนำ 34 แบนด์วิเคราะห์ (รวมถึงผู้สนับสนุนและเมืองเจ้าภาพ) ระหว่างการแข่งขัน VNL และพบว่าแบนด์เหล่านี้ ได้รับมูลค่าการประชาสัมพันธ์จากการคำนวณแบบ Qi รวมมากกว่า 521.8 ล้านยูโร แบนด์ 10 อันดับแรก ได้รับมูลค่าเกือบ 440.7 ล้านยูโร และคิดเป็น 84% ของมูลค่าทั้งหมด

ในปี 2564 Ganten เป็นแบนด์ที่ประสบความสำเร็จสูงสุดจากแบนด์ที่มีการวิเคราะห์ (99.8M ยูโร) มีการประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนผ่านเครื่องมือมากกว่า 10 รายการในการแข่งขัน VNL แต่ละนัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการประชาสัมพันธ์แบนด์บนพื้นในตำแหน่งที่โดดเด่นที่ด้านข้างของสนามแข่งขัน ซึ่งคิดเป็นมูลค่าการประชาสัมพันธ์เกือบ 65.8M ยูโร คิดเป็นส่วนแบ่งถึง 66%

ประมาณ 88% ของมูลค่าสื่อรวมที่คำนวณแบบ Qi เกิดจากการออกอากาศทางโทรทัศน์ - 70% ผ่านช่องทางของฟรีทีวี ช่องที่มีมูลค่าสูงที่สุด ได้แก่ CCTV5 จากประเทศจีน ซึ่งเป็นช่องฟรีทีวีที่ทำมูลค่าการประชาสัมพันธ์ได้สูงเกือบ 292.2 ล้านยูโร โดยการถ่ายทอดการแข่งขันสดผ่านเว็บไซต์ volleyballworld.tv คิดเป็น 12% ของมูลค่าสื่อ

ประเภทของการประชาสัมพันธ์แบรนด์ (เครื่องมือ)	มูลค่าสื่อคำนวณแบบ Qi (ยูโร)
การประชาสัมพันธ์แบนด์บนพื้น	199,237,506
บอร์ด LED ข้างสนาม	132,910,176
บอร์ด LED กลางสนาม	71,268,750
บอร์ด LED ก้ายสนาม	52,114,319
บอร์ดคองสแตน:	20,699,227
TVGI	15,368,709
จำนวนโพสต์สุทธิ	6,902,819
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านโลกเสมือนจริง	4,559,685
ฉากหลังงานสัมภาษณ์	4,175,706
ป้าย LED ระดับสูง	3,512,349

วอลเลย์บอลวิสต์ทีวี

วอลเลย์บอลวิสต์ทีวี ภายใต้การดำเนินการของวอลเลย์บอลวิสต์ ให้ความสำคัญกับเนื้อหาสุดพิเศษในลักษณะที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน โดยเฉพาะภาพเนื้อหาจากช่วงเวลาที่ดีที่สุดในการแข่งขันวอลเลย์บอล ภาพกีฬาขั้นสูง ๆ และประวัติผู้เข้าแข่งขันจากทั่วโลก

การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย ทุกรายการจะมีการสตรีมภาพสดและเปิดให้เลือกซื้อเพื่อรับชม (on-demand) บนอุปกรณ์ทุกชนิด พร้อมเสียงพากย์ในภาษาท้องถิ่น โดยมีเนื้อหาดังนี้

- การนำเสนอรายการแข่งขันแบบเต็มและไฮไลต์
- รับชมบทวิเคราะห์เชิงลึกจากโค้ชผ่านรายการควิกซีโรว์
- สตรีมการแข่งขันแบบสดและแบบ on-demand ทุกทีม รวมถึงรายการที่พستในสตูดิโอ

ปัจจุบันวอลเลย์บอลวิสต์ กำลังเจรจากับผู้ถ่ายทอดการแข่งขันในระดับสากล ภูมิภาค และในประเทศเกี่ยวกับการออกอากาศการแข่งขันในปี 2566 ต่อไป

คำดัชนีคุณภาพสื่อ

ในการคำนวณมูลค่าสื่อโดยใช้คำดัชนีคุณภาพสื่อ (Qi) ต้องอาศัยคะแนนดัชนีคุณภาพ (คะแนน Qi) ซึ่งเป็นค่าที่บ่งบอกถึงคุณภาพการประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนตามเกณฑ์ 5 ประการ คะแนน Qi นอกจากจะช่วยให้การวัดการประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนในเชิงปริมาณแล้ว ยังช่วยในการประเมินในเชิงคุณภาพด้วย เมื่อคะแนน Qi มีค่าสูงขึ้น หมายความว่าผู้ชมมีอัตราการจดจำข้อความที่โฆษณาได้ดีขึ้น (ข้อความนำเสนอประโยชน์ และ/หรือโลโก้ สามารถอ่านได้ชัดเจนเพียงพอ) ดังนั้น เมื่อพิจารณาผลคะแนน Qi มูลค่าสื่อจากการคำนวณ Qi จะคำนวณโดยการคูณมูลค่าสื่อ (ไม่ถ่วงน้ำหนัก) กับราคาสปอต หรือ CPT (มูลค่าโฆษณา)



www.volleyball.world

Volleyball World



สนับสนุนการตลาดโดย บริษัท พอล ฟูส (เซ้า อัส เอเซีย) จำกัด - ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนการตลาด

วอลเลย์บอล - หนึ่งในชนิดกีฬาที่น่าตื่นเต้นที่สุด เติบโตเร็วที่สุด มีความหลากหลาย และความท้าทายกันทางเพศ



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

แคมเปญการประชาสัมพันธ์การแข่งขันในประเทศไทย

การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย ได้รับการสนับสนุนด้วยแคมเปญประชาสัมพันธ์ที่ครบวงจร ที่ดำเนินการตลอดทั้งในช่วงเตรียมเข้าสู่การแข่งขัน ระหว่างและหลังการแข่งขัน ดังนี้

คอนเทนต์

วอลเลย์บอลเวิลด์ จะร่วมมือกับผู้สนับสนุน พันธมิตร และผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการ ในการผลิตคอนเทนต์ใหม่ขึ้นมา ตัวอย่างเช่น:

- รายการเดอะควิกเช็ต (ภาษาอังกฤษ) และรายการเดอะไทยควิกเช็ต - เป็นการผสมผสานรายการควิกเช็ต เป็นการวิเคราะห์ทีมไทยตลอดการแข่งขัน VNL และสลับเชิญนักกีฬาไทยและผู้เชี่ยวชาญคนไทย มาร่วมรายการ
- ซีรีส์ที่ถ่ายทำโดยทีมไทย เพื่อนำเสนอภาพการเตรียมการ ก่อน ระหว่าง และหลังการแข่งขัน VNL พร้อมบทเรื่องเล่าที่ลึกซึ้ง
- ไฮไลต์การแข่งขันที่จัดรวมเป็นแพ็คเกจพร้อมแสดงไลฟ์พันธมิตรระดับที่ 1 เช่น ผู้สนับสนุนการนำเสนอ ภาพไฮไลต์ต่าง ๆ ผ่านช่องทางยูทูปของวอลเลย์บอลเวิลด์ (Volleyball World) ในปี 2565 ภาพไฮไลต์การแข่งขันของทีมไทยบางภาพมียอดผู้ชมมากกว่า 1 ล้านวิวต่อวินาทีแล้ว โปรดยอมรับว่า การประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านคลิปวิดีโอเป็นการพึ่งพาผลลงไปบนคอนเทนต์ ซึ่งไม่สามารถกีดกันผู้ชมด้วยเทคโนโลยีทางภูมิศาสตร์ได้ (geoblock) ดังนั้นผู้ชมจากทั่วโลกจะเข้าถึงคลิปวิดีโอนี้ได้ ผู้สนับสนุนสามารถเลือกผลิตคอนเทนต์สำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือเป็นรายประเทศได้
- ภาพไฮไลต์อื่น ๆ สำหรับผู้สนับสนุนระดับที่ 2 – สำหรับภาพไฮไลต์ที่ไม่ใช่การแข่งขัน เช่น ท็อปสปายส์ (Top Spikes) และริออตันาน (Longest Rallies) เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์

แคมเปญประชาสัมพันธ์มุ่งขยายผลการประชาสัมพันธ์ออกไปในวงกว้างขณะจัดการแข่งขันและหลังการแข่งขัน โดยจะครอบคลุมกิจกรรมดังนี้

- การนำเสนอในการแข่งขัน
- แคมเปญโฆษณาออนไลน์ บทความ บล็อก และสื่อสังคม
- ข่าวต่างประเทศและข่าวท้องถิ่น





Volleyball World

2566

ประเทศไทย

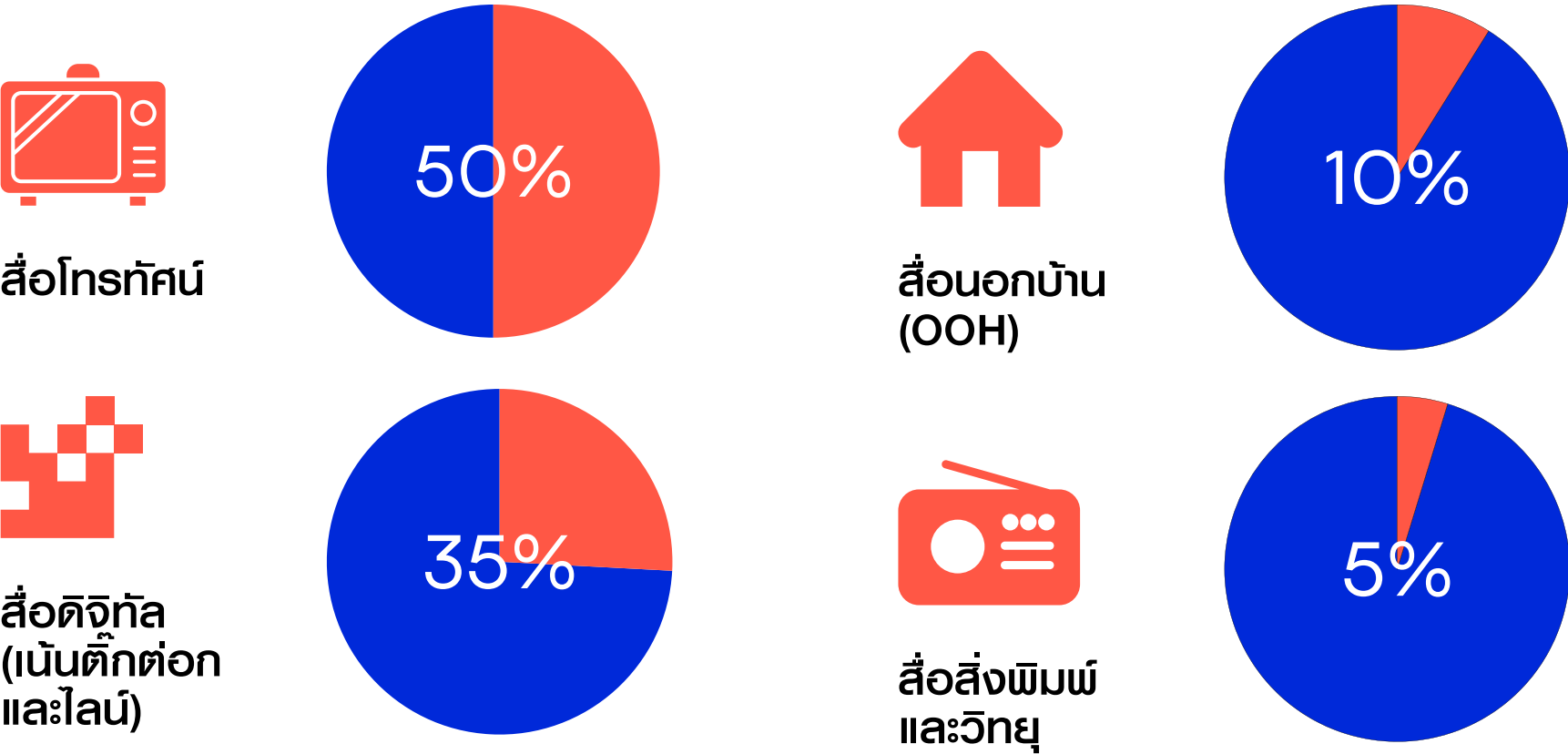
ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

การโฆษณา

แคมเปญเพื่อซื้อพื้นที่สื่อ ดำเนินการลงโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต จะดำเนินการตามแคมเปญเพื่อขยายผลของการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมในระดับภูมิภาคและระดับประเทศให้ได้มากที่สุด เพื่อนำเสนอภาพการเตรียมการ ก่อน ระหว่าง และหลังการแข่งขัน

แคมเปญนี้ ต้องใช้งบประมาณสูงถึง 6 หลัก โดยแบ่งตามสัดส่วนดังนี้



เครื่องมือโฆษณาบนยูทูป

วอลเลย์บอลเวิลด์ ขอเสนอโอกาสในการใช้พื้นที่โฆษณาในทุกจุดบนช่องยูทูป เพื่อให้พันธมิตรในประเทศไทยได้เข้าใช้ประโยชน์จากเครื่องมือโฆษณาในช่องยูทูปดังกล่าวเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในประเทศไทย

รายการอย่างเป็นทางการ

ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้า/บริการ จะถูกประชาสัมพันธ์ผ่านรายการอย่างเป็นทางการของการแข่งขัน – จัดทำในให้รับชมได้ผ่านช่องทางออนไลน์

แคมเปญที่ผู้สนับสนุนจัดทำเอง

เช่นเดียวกับแคมเปญประชาสัมพันธ์และแคมเปญโฆษณาของผู้จัดงาน ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้า/บริการทุกรายจะได้รับสิทธิในการจัดทำแคมเปญของตนเองและผูกแบรนด์เข้ากับการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย ผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์และการโฆษณา

ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาสินค้า/บริการ อาจสร้างเนื้อหาทางประชาสัมพันธ์ อาทิ กิจกรรมตามตอกับนักกีฬา วอลเลย์บอล/เจ้าหน้าที่กิจกรรมทำกายต่าง ๆ การเชิญดารและผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้ การนำเสนอภาพไฮไลท์หมู่บ้านผู้สนับสนุน การประชาสัมพันธ์นางงามนางงาม และกิจกรรมการกุศลที่เกี่ยวข้อง



www.volleyball.world
Volleyball World



สนับสนุนการตลาดโดย บริษัท พอล ฟูล (เซ้าก ฮัส เอเอช) จำกัด - ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนการตลาด

วอลเลย์บอล - หนึ่งในชนิดกีฬาที่นำตื่นเต้นที่สุด เติบโตเร็วที่สุด มีความหลากหลาย และความท้าทายกันทางเพศ



Volleyball World

2566

ประเทศไทย



ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิการเข้าถึงนักกีฬา วอลเลย์บอล

ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดทำสินค้าและ/หรือบริการ จะได้สิทธิในการใช้บริการนักกีฬา วอลเลย์บอล ผู้ฝึกสอน และเจ้าหน้าที่ โดยอาจสร้างคอนเทนต์พิเศษร่วมกับบุคคลดังกล่าว เพื่อสร้างประโยชน์ทางการตลาดจากการแข่งขัน เช่น



คอนเทนต์เพื่อเจาะกลุ่มผู้ชมผ่านสื่อดิจิทัล - เล่าเรื่องราวของนักกีฬา วอลเลย์บอลและผู้ฝึกสอนที่น่าประทับใจและสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้อื่นได้ ในฐานะที่เป็นบุคคลตัวอย่างในสังคม



การกล่าวหาฐกถาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ - อะไรจะช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้แก่พนักงานและสร้างการมีส่วนร่วมกับลูกค้าขององค์กรได้ดีไปกว่าการเชิญนักกีฬา วอลเลย์บอลและ/หรือผู้ฝึกสอนที่ผู้คนชื่นชอบมาปรากฏตัว ซึ่งจริง ๆ แล้วการบริหารจัดการเพื่อให้ชนะการแข่งขันก็อาจจะไม่ต่างจากการบริหารธุรกิจมีประสิทธิภาพเท่าใดนัก ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดทำสินค้า/บริการ จะได้รับสิทธิในการเชิญผู้นำในแวดวงต่าง ๆ เหล่านี้มาปรากฏตัว ใช้สื่อประกอบการฝึกอบรม หรือการจัดสัมมนาผ่านเว็บ เพื่อสร้างขวัญกำลังใจให้แก่พนักงาน เชิญชวนให้ตั้งเป้าหมาย และปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การประชาสัมพันธ์แบรนด์และการนำเสนอสินค้า/บริการในโรงแรมที่พักนักกีฬา วอลเลย์บอล

นักวอลเลย์บอล ได้แก่...

DOUGLAS SOUZA	NOOTSARA TOMKOM	IVAN ZAYTSEV	ALYSSA VALDEZ
Brazilian, 2019 World Cup Gold Medalist. Active supporter of LGBTQ+ Community on his Instagram profile.	Thai award winning player, 5x Asian Championship "Best Setter." Posts environmentally conscious and nutrition content.	Ambassador for World Food Programme in Italy. Big brand sponsor experience with Red Bull & DHL	Sustainability Brand Ambassador for Allianz. Biggest social media following for a Female Volleyball player
3M DIGITAL FOLLOWERS	1.5M DIGITAL FOLLOWERS	1M DIGITAL FOLLOWERS	4M DIGITAL FOLLOWERS



www.volleyball.world
Volleyball World



สนับสนุนการตลาดโดย บริษัท พอล ฟูล (เซ้า อัส เอเซีย) จำกัด - ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนการตลาด

วอลเลย์บอล - หนึ่งในชนิดกีฬาที่นำตื่นเต้นที่สุด เติบโตเร็วที่สุด มีความหลากหลาย และความท้าทายกันทางเพศ



Volleyball World

2566

ประเทศไทย

ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิบนสื่อดิจิทัลและสื่อสังคม

มีส่วนร่วมกับการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย ในแคมเปญประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคม

15M+ ผู้ชมผ่านสื่อสังคม

ประกอบด้วย... เฟซบุ๊ก – 4.3 ล้านคน
อินสตาแกรม – 1.8 ล้านคน
ยูทูบ – 1.6 ล้านคน
ติ๊กต็อก – 1.1 ล้านคน
ทวิตเตอร์ – 330K
WEBO, WECHAT และ DOUYIN – 660K
ช่องวอลเลย์บอลทีวี – 4 ล้านคน

14M ผู้ชมที่ไม่ซ้ำกัน

เว็บไซต์ของ VNL ปี 2565

วอลเลย์บอลทีวี

1.2 พันล้านวิว

สตรีมทุกนัดการแข่งขัน

คอนเทนต์ผ่านสื่อสังคมในปี 2564



www.volleyball.world
Volleyball World



สนับสนุนการตลาดโดย บริษัท พอล พูล (เซ้า อัส เอเซีย) จำกัด -
ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนการตลาด

วอลเลย์บอล - หนึ่งในชนิดกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุด เติบโตเร็วที่สุด มีความหลากหลาย และความท้าทายทางเพศ

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิในการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน

วอลเลย์บอลเวิลด์ คือเป็นหนึ่งในผู้นำที่สนับสนุนกีฬาเพื่อความเท่าเทียมทางเพศและการเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับสตรี

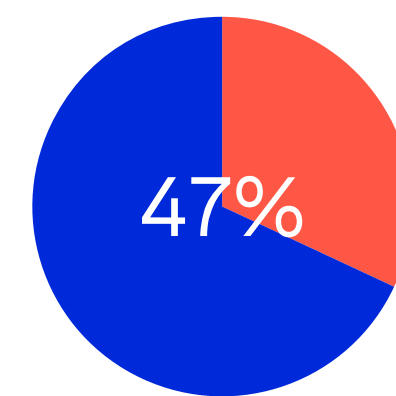
กีฬา วอลเลย์บอล มีความสอดคล้องกับแนวคิด ESG อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผู้สนับสนุนรายใหญ่ทุกรายพึงให้การส่งเสริมสนับสนุน

เราขอเสนอโอกาสสำหรับผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดการสินค้า/บริการ ในการมีส่วนร่วมร่วมกับแคมเปญต่าง ๆ ที่จัดโดยการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2023 - ประเทศไทย ได้แก่

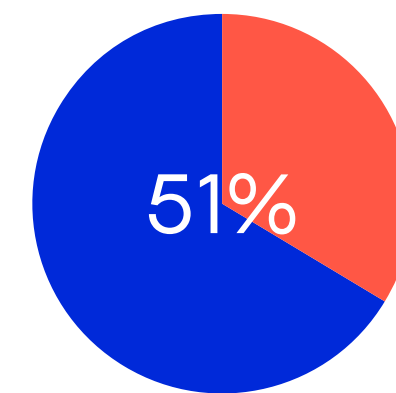
ชุดกีฬาเพื่อความเท่าเทียม - ซึ่งจะมีตราขึ้นนำในแวดวงกีฬาออกมาให้การสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ โดยโครงการนี้จะขึ้นเป็นพื้นที่ให้แฟนกีฬาและนักกีฬาได้สัมผัสกับความรู้สึกอบอุ่นและมาร่วมเฉลิมฉลองความเท่าเทียมไปด้วยกัน ซึ่งกิจกรรมนี้มีความสอดคล้องกับกีฬา วอลเลย์บอล ซึ่งเดิมเป็นกีฬาที่ส่งเสริมความสมดุลทางเพศเป็นทุนเดิม มีการจัดสรรเงินรางวัลอย่างเท่าเทียมกัน และมีการออกแบบรูปแบบการแข่งขันที่เอื้ออำนวยให้การแข่งขันรายการสำคัญทุกรายการเกิดการแข่งขันบนพื้นฐานของความเสมอภาคอย่างแท้จริง

การประชันสุดยอดด้านความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก - การประชันประจำปีที่จะขึ้นควบคู่กับการแข่งขัน ซึ่งมีวอลเลย์บอลเวิลด์เป็นเจ้าของร่วม ผู้เข้าร่วมงานจะได้พบกับนักกีฬาวอลเลย์บอลหญิงที่ทรงอิทธิพลที่สุด ซึ่งได้รับเชิญมาเป็นวิทยากรหลักและแบรนด์แอมบาสเดอร์ของงาน

โครงการชุดกีฬาเพื่อความเท่าเทียม (Equal Jersey) เปิดตัวในปี 2564



47% ของแฟนกีฬา วอลเลย์บอล และวอลเลย์บอลชายหาด เป็นผู้หญิง



แฟนกีฬา วอลเลย์บอล 51% สนใจกีฬา วอลเลย์บอลทั้งทีมชายและทีมหญิง
(เมื่อเทียบกับแฟนกีฬาฟุตบอลที่มีเพียง 27%)



วอลเลย์บอลเวิลด์ เชื่อในอนาคตที่ทำงานด้วยความยุติธรรมและสภาวะที่ทุกคนเท่าเทียมกัน ซึ่งมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนนักกีฬาเพื่อนร่วมงาน และแฟนกีฬาที่เป็นชาว LGBTQIA+

'ความเสมอภาคทางเพศและการไม่แบ่งแยก อยู่ในดีเอ็นเอของกีฬา วอลเลย์บอล และเราขอเลือกที่จะไม่ยอมรับสภาพที่เป็นอยู่เดิมอีกต่อไป' คุณพินน์ เทย์เลอร์ ซีอีโอ วอลเลย์บอลเวิลด์





Volleyball World

2566

ประเทศไทย

ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน

สิทธิด้านการรับรองลูกค้าและการสร้างเครือข่าย

หมู่บ้านผู้สนับสนุน
การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย จัดให้มีหมู่บ้านรับรองที่ใช้บริการได้สะดวก พร้อมให้ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ ผู้จัดการสินค้าและ/หรือบริการ ผู้ถ่ายทอดการแข่งขัน และสื่อ ทุกรายได้เข้าใช้พื้นที่ ในการสร้างเครือข่ายและการสร้างความบันเทิงให้กับลูกค้า ตัวแทนจำหน่าย พนักงาน และกลุ่มเป้าหมายของตน

กิจกรรมและบัตรกิจกรรม

ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดการสินค้า/บริการ จะได้รับเชิญเข้าร่วมงานอย่างเป็นทางการ งานเลี้ยงต้อนรับ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่วอลเลย์บอลเวิลด์จัดขึ้นภายใต้การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย นี้ทุกงานโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดการสินค้า/บริการ จะได้รับบัตรเข้าชมงานและกิจกรรมอย่างเป็นทางการต่าง ๆ อาทิ พิธีเปิดและงานเลี้ยงมื้อค่ำก่อนการแข่งขัน

ได้แก่ บัตรวีไอพี บัตรวีวีไอพี สิทธิการเข้าพักที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม การรับรองตัวตน และสิทธิในการจอดรถ

การประชุมเชิงปฏิบัติการ

การประชุมเชิงปฏิบัติการ: ผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดการสินค้า/บริการ จะได้รับเชิญให้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ 1 ครั้งก่อนการแข่งขัน เมื่อสามสัปดาห์ก่อนการแข่งขันและแลกเปลี่ยนแนวคิดเกี่ยวกับวิธีการแสวงประโยชน์จากการเข้าร่วมการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย

สิทธิในการทำตลาดเชิงประสบการณ์

นอกจากผู้ชมกว่า 50,000 รายที่คาดว่าจะมาร่วมการแข่งขันแล้ว ตามสถิติของช่วงเดือนมิถุนายน และกรกฎาคมพบว่า การจัดกิจกรรมกีฬาในพื้นที่กรุงเทพฯ จะสามารถดึงดูดผู้ชมได้หลายแสนคน การแข่งขันนี้จึงถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดการสินค้าและ/หรือบริการ ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของตน

สิทธิในการจัดแจกผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการขาย

เราขอเสนอโอกาสสำหรับผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดการสินค้าและ/หรือบริการ ในการผลิตสินค้าแบรนด์ร่วม ซึ่งอาจจะใช้แจกจ่ายผ่านสื่อหรือการส่งเสริมการขายในกิจกรรมการตลาดต่างงานตัวอย่างเช่น กระเป๋า (50,000 ใบ) หมวก (5,000 ใบ) ขวดเครื่องดื่ม (50,000 ขวด) และแผ่นป้ายบอกทาง (50,000 แผ่น)

อย่างไรก็ตาม ไม่อนุญาตให้จำหน่ายสินค้าที่มีคำอธิบายถึงการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย โดยผลการรณรงค์จะได้รับการอนุญาตจากวอลเลย์บอลเวิลด์

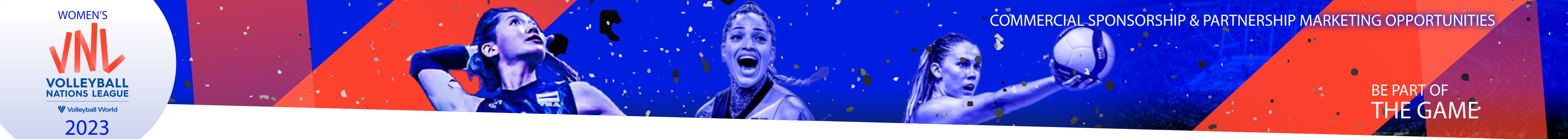


www.volleyball.world
Volleyball World



สนับสนุนการตลาดโดย บริษัท พอล พลัส (เซ้าท์ อีส เอเชีย) จำกัด - ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนการตลาด

วอลเลย์บอล - หนึ่งในชนิดกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุด เติบโตเร็วที่สุด มีความหลากหลาย และความท้าทายทางเพศ



รายการสิทธิประโยชน์

สิทธิในการเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวและสิทธิในการใช้ชื่อ

สิทธิในการใช้ชื่อ – [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอ] เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในประเทศเจ้าภาพและทั่วโลก	มี		
สิทธิในการใช้ชื่อ – พันธมิตรสถานที่จัดการแข่งขัน [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอ] เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในประเทศเจ้าภาพและทั่วโลก		มี	
สิทธิในการใช้ชื่อ – ผู้สนับสนุนร่วมของการแข่งขันอย่างเป็นทางการ [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอ] เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในประเทศเจ้าภาพและทั่วโลก		มี	
สิทธิในการใช้ชื่อ – ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ [ชื่อผู้สนับสนุนหลัก] การแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2566 - ประเทศไทย นำเสนอโดย [ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอ] เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในประเทศเจ้าภาพและทั่วโลก			มี
สิทธิในการเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวในประเภทสินค้าหนึ่ง ๆ ในการสนับสนุนกิจกรรม พื้นที่ประชาสัมพันธ์ของผู้สนับสนุนหลักและผู้สนับสนุนการนำเสนอจะต้องจัดวางให้เห็นเด่นชัดและไม่ถูกบดบังโดยพื้นที่ของผู้สนับสนุนระดับอื่น	มี	มี	มี

สิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์และทรัพย์สินทางปัญญา

สิทธิในการสร้างและใช้รูปภาพที่มีอยู่เดิม (ด้วยความเห็นชอบจากวอลเลย์บอลเวิลด์) ของการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก (ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว) ในวัสดุโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของผู้สนับสนุนทุกรายการ	มี	มี	มี
สิทธิในการพัฒนาโลโก้สำหรับการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงเนชันส์ลีก 2023 - ประเทศไทย	มี		

การประชาสัมพันธ์แบรนด์ –ทั่วไป

สัดส่วนการจัดสรรพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์แบรนด์โดยคิดจากพื้นที่รวมดังนี้: ระดับที่ 1 ผู้สนับสนุนหลักและผู้สนับสนุนการนำเสนอ: แบ่งสัดส่วน 50% ระหว่างผู้สนับสนุนในระดับที่ 1 ระดับที่ 2 ผู้สนับสนุนร่วมของการแข่งขันและพันธมิตรสถานที่จัดการแข่งขัน: แบ่งสัดส่วน 40% ระหว่างพันธมิตรในระดับที่ 2 ระดับที่ 3: ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการ: แบ่งสัดส่วน 10% ผู้จัดหาสินค้าและ/หรือบริการอย่างเป็นทางการและสื่อพันธมิตรในระดับที่ 3	มี	มี	มี
--	----	----	----

สิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ในงาน

สนามแข่งขัน			
ป้ายไฟสนามแบบ LED (แสดงภาพผ่านกล้องถ่ายทอด) (3x0.9 ม.) - ป้าย LED 20 แผ่น จัดสรรให้ผู้สนับสนุนระดับที่ 1-3	มี	มี	มี
มุขสนามแข่งขัน 2 มุข โดยใช้ Gerflor	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
พื้นของสนามแข่งขัน	มี		
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในสถานที่ในรูปแบบอื่น ๆ			
ฉากหลังสื่อ - แสดงโลโก้	เด่นชัด	มี	มี
ผู้สนับสนุนหลักและผู้สนับสนุนการนำเสนอของการแข่งขัน ได้รับมีสิทธิในการโฆษณาเป็นเวลา 30 วินาที บนจอขนาดใหญ่ของงานในกรณีที่สนามกีฬามีการติดตั้งอุปกรณ์	มี	มี	
โลโก้หลังบัตรเข้าชมการแข่งขัน	มี		
โลโก้บนบัตรรับรองบุคคล	มี		
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในหมู่บ้านของผู้สนับสนุน	มี	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในงานสนับสนุนอย่างเป็นทางการ อาทิ งานแถลงข่าวก่อนการแข่งขัน และพิธีเปิด	มี	มี	มี
โลโก้บนโปสเตอร์การแข่งขัน ณ จุดจัดแสดงโปสเตอร์รอบสถานที่ (รอยืนยันจำนวน)	มี	มี	มี
โลโก้บนป้ายบอกทาง (รอยืนยันจำนวน)	มี		
โลโก้บนชุดของอาสาสมัคร	มี		

รายการสิทธิประโยชน์

สิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ในงาน

สิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์นอกงาน

โลโก้บนแบนเนอร์บริเวณทางเข้าสาธารณะสู่โครงการแข่งขันที่จัดทำโดยคณะจัดงาน	เด่นชัด	มี	มี
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ที่โรงแรมอย่างเป็นทางการที่นักกีฬา โค้ช และเจ้าหน้าที่เข้าพัก	มี	มี	มี
สิทธิในการเผยแพร่ภาพ			
โอกาสในการซื้อสิทธิในการเป็นผู้สนับสนุนการถ่ายทอดการแข่งขัน	มี		

สิทธิในการส่งเสริมการขาย โฆษณา และประชาสัมพันธ์ (บรรณาธิการ) (รวมถึงคอนเทนต์ที่อยู่และไม่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล)

มีส่วนร่วมในแคมเปญการประชาสัมพันธ์ที่อยู่และไม่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลที่ดำเนินการตลอดทั้งปี รวมถึงแคมเปญโฆษณาและสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการผลิต	มี	มี	
มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสื่อสังคมและสื่อดิจิทัลผ่านช่องทางที่เป็นทางการ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินตาแกรม ยูทูบ และช่องทางอื่น ๆ บนสื่อดิจิทัลของวอลเลย์บอลเวิลด์	มี	มี	
มีส่วนร่วมในแคมเปญประชาสัมพันธ์/บทบรรณาธิการ/คอนเทนต์ที่ดำเนินการตลอดทั้งปี	มี	มี	
สิทธิในการจัดงานแถลงข่าวเพื่อประกาศความร่วมมือกับงาน	มี	มี	มี
โฆษณบนเอกสารรายการอย่างเป็นทางการผ่านสื่อออนไลน์	เต็มหน้า	ครึ่งหน้า	ครึ่งหน้า
การเชิญนักกีฬา วอลเลย์บอลไปปรากฏตัวในสถานที่ที่ผู้สนับสนุนสะดวก	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม
การให้นักกีฬา วอลเลย์บอลรับรองสินค้าและบริการ	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม
การใช้ชื่อ/ชื่อเสียงและภาพของนักกีฬาในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม
กิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคม – โอกาสในการร่วมโครงการชุดกีฬาเพื่อความเท่าเทียม (Equal Jersey) และการประชุมสุดยอดด้านความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม	โอกาสเสริม

สิทธิในข้อมูล

การเข้าถึงข้อมูลผู้เข้าร่วมการแข่งขัน	มี		
การประชาสัมพันธ์ไปยังฐานข้อมูลของวอลเลย์บอลเวิลด์ การกล่าวถึงในจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์	มี	มี	
แคมเปญ SMS เจาะกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าชมสถานที่แข่งขัน	มี	มี	

สิทธิด้านการรับรองลูกค้าและการสร้างเครือข่าย

บัตรผ่านเข้าชมการแข่งขันระดับไวโอพีและวีวีโอพี – เพื่อเข้าถึงพื้นที่รับรองระดับไวโอพีและวีวีโอพี	X 20	X 10	X 5
บัตรเข้าชมการแข่งขันฟรีทุกวัน	X 20	X 10	X 5
การเข้าถึงผู้สนับสนุนและพันธมิตรรายอื่น ๆ ตามความเหมาะสม เช่น โรงแรมพันธมิตร	มี	มี	มี
บัตรผ่านเสริม สำหรับพนักงานที่ปฏิบัติงานในบุธจำหน่าย	มี	มี	มี
สิทธิในการใช้ห้องไวโอพีส่วนบุคคลในแต่ละวันที่จัดการแข่งขัน	มี		
การประชาสัมพันธ์แบรนด์และปรากฏตัวที่: กิจกรรมพบปะนักกีฬา กิจกรรมเปิดตัว กิจกรรมก่อนการแข่งขัน กิจกรรมการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง	มี	มี	มี
บัตรผ่านไวโอพีสำหรับกิจกรรมการรวมตัวต่าง ๆ อาทิ พิธีเปิด งานเลี้ยงอาหารค่ำก่อนการแข่งขัน	มี	มี	มี

สิทธิในการทำตลาดเชิงประสบการณ์

บุธจำหน่าย/จัดแสดงที่หมู่บ้านของผู้สนับสนุนภายในสถานที่จัดการแข่งขัน โดยผู้สนับสนุนเป็นผู้ดำเนินการ	ขั้นต่ำ 40 ตร.ม.	ขั้นต่ำ 20 ตร.ม.	ขั้นต่ำ 10 ตร.ม.
---	------------------	------------------	------------------

สิทธิในการจัดแจกผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการขาย

โลโก้บน กระเป๋า (50,000 ใบ) หมวก (5,0000 ใบ) ชุดเครื่องดื่ม (50,000 ชุด) และแผ่นป้ายบอกจาก (50,000 แผ่น) ของการแข่งขัน	มี		
สิทธิในการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีโลโก้และเครื่องหมายการค้าอย่างเป็นทางการของวอลเลย์บอลเวิลด์	มี	มี	มี



Volleyball World

2566

ประเทศไทย

ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ
การแข่งขัน

ผู้จัดงาน

วอลเลย์บอลเวิลด์

วอลเลย์บอลเวิลด์ (Volleyball World) เป็นบริษัทจำกัดที่จัดตั้งที่ประเทศ
สวิตเซอร์แลนด์ โดยมี **Fédération Internationale de Volleyball**
(FIVB) เป็นผู้ถือหุ้นหลัก FIVB เป็นหน่วยงานกำกับดูแลกีฬาระหว่างประเทศ
ที่กำกับดูแลสมาพันธ์แห่งชาติจำนวน 222 แห่ง วอลเลย์บอลเวิลด์ ได้รับ
ความไว้วางใจให้เป็นผู้แสวงประโยชน์เชิงพาณิชย์แต่เพียงผู้เดียวในสิทธิ์ที่ FIVB
เป็นเจ้าของและดำเนินการควบคุม

วอลเลย์บอลเวิลด์ มีปณิธานในการก่อตั้งเครือข่ายและระบบนานาชาติ
แบบบูรณาการ ที่เชื่อมต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในแวดวงกีฬา วอลเลย์บอลทุกราย
รวมถึงแฟนกีฬา นักกีฬา และพันธมิตรองค์กรธุรกิจ ผ่านกิจกรรมดิจิทัล
และการถ่ายทอดสด

วอลเลย์บอลเวิลด์ รับผิดชอบปฏิบัติการด้านการพาณิชย์ในการแข่งขัน
วอลเลย์บอลและวอลเลย์บอลชายหาดที่สำคัญระดับนานาชาติ รวมถึง
การแข่งขันชิงแชมป์โลก การแข่งขันวอลเลย์บอลเนชั่นส์ลีก การแข่งขัน
รอบคัดเลือกโอลิมปิก และการแข่งขันเนชันโบรทัวร์

ติดต่อ

วอลเลย์บอลเวิลด์

Château Les Tourelles

Edouard-Sandoz 2-4

1006 Lausanne Switzerland

โทรศัพท์: +41 21 345 3535

www.volleyball.world

คุณแมทท์ สตราชาน – หัวหน้าฝ่ายการพาณิชย์ (สำหรับการติดต่อเป็นภาษาอังกฤษ)

อีเมล: matt.strachan@volleyball.world

โทรศัพท์: +41 792 184 725

บริษัท พอล พูล (เซ้าก ฮัส เอเซีย) 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

ชายหาด

ในร่ม

การแข่งขันประจำปี

มิชโปร

การแข่งขันประจำปี

การแข่งขันวอลเลย์บอลเนชั่นส์ลีกการแข่งขันคลับเวิลด์แชมเปียนชิป

ทุก 2 ปี

ชิงแชมป์โลก

ทุก 4 ปี

การแข่งขันชิงแชมป์โลกชายและหญิงการแข่งขันรอบคัดเลือกโอลิมปิก

ผู้ที่เกี่ยวข้อง

ผู้ถ่ายทอดการแข่งขัน

ผู้ติดตาม

สโมส

เมืองเจ้าภาพ

โปรโมเตอร์
ท้องถิ่น

สมาพันธ์



www.volleyball.world

Volleyball World



สนับสนุนการตลาดโดย บริษัท พอล พูล (เซ้าก ฮัส เอเซีย) จำกัด –
ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนการตลาด

วอลเลย์บอล - หนึ่งในชนิดกีฬาที่นำตื่นเต้นที่สุด เติบโตเร็วที่สุด มีความหลากหลาย และความท้าทายกันทางเพศ