



ข่าวประชาสัมพันธ์ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์
125 ซอยพหลโยธิน 7 (ซอยอารีย์) ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 0 – 2618-2323 ต่อ 4306

วันที่ ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

ต้องรู้เขา รู้เรา มีการพัฒนาและมีการทำอย่างต่อเนื่องกับภาพลักษณ์ที่สามารถจดจำได้ง่าย และน่าสนใจ กล้าคิด กล้าทำและไม่เหมือนใคร นำพาสู่ความสำเร็จ การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร : IMC (Integrated Marketing Communication) กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่รวมเอารูปแบบการสื่อสารทุกประเภทมาใช้ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ทาง การสื่อสาร ในปัจจุบันการสื่อสารที่ได้รับความนิยมคือ Below the Line กลยุทธ์การไล่ล่าหาผู้บริโภค



กรมประชาสัมพันธ์ โดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ ได้รับเกียรติจากท่านวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ โดย ดร.ทรงชนะ บุญขวัญ บรรยายในหัวข้อวิชา กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ในหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ ระดับสูง” รุ่นที่ ๕๔ ณ ห้องบรรยาย ๓ ชั้น ๓ อาคารสถาบันการประชาสัมพันธ์

โดยท่านวิทยากรได้ให้ข้อคิดและมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร IMC (Integrated Marketing Communication) กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่รวมเอารูปแบบการสื่อสารทุกประเภทมาใช้ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดทางการสื่อสาร เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การจัดรายการส่งเสริมการขาย ฯลฯ ทั้งนี้ เพื่อให้แผนการสื่อสารที่วางไว้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และมีประสิทธิผลของเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร โดยแนวทางในการทำ IMC ในสมัยก่อนเราทำโฆษณาจะวัดกันที่ความคุ้มค่าในการใช้สื่อ แต่ IMC จะสนใจ Brand contact not media efficiencies เช่น การบินไทย ในเรื่องของการใช้สื่อหรือรูปแบบพนักงานที่สามารถสร้างการจดจำองค์กรได้เป็นอย่างดี แต่ในปัจจุบันการสื่อสารที่ได้รับความนิยมคือ Below the Line กลยุทธ์การไล่ล่าหาผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นบริษัทใหญ่หรือเล็กต่างก็สนใจและหยิบมาใช้เป็นกลยุทธ์หลักทางการตลาดควบคู่กับการโฆษณาไปพร้อมๆ กัน โดยเฉพาะ การทำการตลาดที่ต้องรู้เขา รู้เรา มีการพัฒนาและมีการทำอย่างต่อเนื่องกับภาพลักษณ์ที่สามารถจดจำได้ง่าย และน่าสนใจ กล้าคิด กล้าทำและไม่เหมือนใคร นำพาสู่ความสำเร็จ พร้อมทั้งการยกตัวอย่างการปลุกกระแส Event Talk of the Town ที่ปรากฏในสื่อโซเชียลให้เห็นภาพที่ชัดเจน