บทที่ 10 การหาลูกค้าใหม่

ในการคำ เนินงานของกิจการโฆษณา นอกจากจะให้มีกำไรแล้ว ก็จะต้องให้มีการ ขยายตัวควบคู่ไปด้วย ซึ่งจะเป็นการแสดงถึงความสามารถของผู้บริหารกิจการโฆษณา แต่การ ขยายตัวก็มีได้เป็นหลักประกันว่าจะทำให้กิจการโฆษณาสร้างงานโฆษณาได้มีประสิทธิ์ภาพมากขึ้น รู้ หรือมีกำไรสูงขึ้น

ในการดำเนินงานนั้น บางครั้งการสูญเสียรายได้ ก็เป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือการ
กวบกุมของกิจการโฆษณา เช่น การสูญเสียลูกค้าเดิมไปหรือการที่ลูกค้าเดิมตัดงบประมาณ หรือ
ไม่หันมาใช้บริการของกิจการโฆษณาอีกต่อไป ซึ่งอาจเนื่องมาจากการคงบ์ (Mexge).
กิจการเข้าด้วยกัน หรือเลิกล้มกิจการไป เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลให้กิจการโฆษณาต้องพยายาม
หารายได้เพิ่มขึ้น อย่างน้อยก็ให้มีรายได้เท่าเดิม การขยายตัวของกิจการโฆษณาหรือการหา
ลูกค้าใหม่นั้น ส่วนหนึ่งจะมาจากการที่ลูกค้าเดิมเพิ่มงบประมาณโฆษณาเพื่อใช้บริการค้านต่าง ๆ
เพิ่มขึ้น หรือมอบหมายให้สร้างสรรค์งานโฆษณาสำหรับสินค้าใหม่ ซึ่งก็มีผู้กล่าวว่า ลูกค้าใหม่ที่ดี
ที่สุดของกิจการโฆษณา ก็ถือลูกค้าที่มีอยู่เดิม 1 เนื่องจากทั้งสองผ่ายรู้จักกันคือยู่แล้ว ถ้ากิจการ "

โรษณาสร้างงานโฆษณาใก้ดีเป็นที่พอใจของลูกค้า ก็อาจจะเป็นผลให้ลูกค้าเคิมเพิ่มงบประมาณ ให้มากขึ้น หรืออาจมอบหมายให้สร้างงานโฆษณาสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือสินค้าตราใหม่ก็ได้ อีกส่วนหนึ่ง เกิดจากการหาลูกค้าใหม่ เป็นการหาลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการของกิจการโฆษณา มาก่อนให้หันมาใช้บริการของกิจการโฆษณา การหาลูกค้าใหม่นี้จะมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นและอาจ เป็นผลให้ความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมเสียหรือเป็นอันตรายไปได้

ในบทนี้ จะกล่าวถึงการขยายตัวของกิจการโฆษณา อันเนื่องมาจากการหาลูกก้า ที่ยังไม่เคยใช้บริการให้หันมาใช้บริการของกิจการโฆษณา เท่านั้น

นโยบายเกี่ยวกับการหาลกล้าใหม)
# 10 0 11 0 0 11 D 11 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	

ในการกำหนดนโอบาย เกี่ยวกับการหาลูกค้าใหม่ของกิจการโฆษณานั้น กิจการ โฆษณาควรจะกำหนดให้แน่ชัด เพราะกิจการโฆษณาแต่ละแห่งมีความต้องการที่แตกต่างกัน บางแห่งจะมุ่งที่จะให้บริการเฉพาะค้าน เช่น การวิจัย หรือเฉพาะสื่อโฆษณาบางประเภท เช่น เฉพาะการเผยแพร่โฆษณาทางวิทยุ หรือเฉพาะป้ายโฆษณาค้านหลังรถประจำทาง เป็นต้น หรือ อาจมุ่งให้บริการเฉพาะเขตภูมิสาสตร์ บางแห่งก็อาจกำหนดวงเงินงบประมาณโฆษณาขั้นต่ำของ เ บริษัทที่จะเป็นลูกค้าไว้ เช่น ต้องมีงบประมาณโฆษณาไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท เป็นต้น บางแห่ง อาจรับเฉพาะลูกค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมเท่านั้น เหล่านี้เป็นต้น

การกำหนดนโบบายในเรื่องนี้ จะต้องคำนึงถึง ความสามารถของกิจการโฆษณา ในอันที่จะให้บริการแก่ถูกก๊าทั้งถูกก๊าเดิมและถูกก๊าใหม่ค้วย โดยจะต้องพิจารณาถึง เวลา สถานการณ์การแข่งชัน ผลตอบแทน ความสามารถของพนักงานในการที่จะผลิตและสร้างงาน โฆษณาทั้งต่อถูกก๊าเก่าและถูกก๊าใหม่ และอื่น ๆ ซึ่งควรกำหนดเป็นแผนงานทั้งระยะสั้นและ ระยะบาว เพื่อจะได้คำเนินงานให้เป็นไปตามที่ต้องการ

แต่หลักการที่สำคัญ ถือผ่ายบริหารจะต้องรู้ถึงวิธีการที่จะบริหารพรัพยากรต่าง ๆ ให้เหมาะสม เพราะถ้ามีงานใหม่มากเกินไป อาจต้องรีบทำงานมากเกินไปจนทำให้งานไม่ได้ ; ผลดี อันจะเป็นผลเสียต่อกิจการโฆษญามากกว่าที่จะได้ประโยชน์จากการมีลูกด้าใหม่เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม ในการหาลูกก้าใหม่ ควรจะได้พิจารณาสิ่งต่อไปนี้ ²

- 1. การหาลูกค้าใหม่ จะต้องไม่ทำให้งานที่ทำให้กับลูกค้าเดิมด้อยลง เรื่องนี้ เป็นสิ่งแรกที่ต้องระวัง
- 2. ผ่ายบริหารระดับสูงของกิจการโฆษณาจะต้องให้เวลาแก่ลูกด้าเดิม เท่าเดิม หรือมากกว่าที่เคยปฏิบัติ
- ลูกถ้าเพิ่มจะต้องใครับการบอกกล่าวเกี่ยวกับการหาลูกท้าใหม่
- 4. การหาลูกด้าใหม่ จะต้องใช้เงินจำนวนหนึ่ง
- จะต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อให้ เหมาะสมกับธุรกิจใหม่ ที่จะเข้ามา
- 6. จะต้องมีการปรับปรุงวิธีการคำเนินงานและระบบการทำงานภายใน ให้ ทันสมัยเพื่อที่จะสามารถรับปริมาณงานที่จะเข้ามาใหม่ใต้
- 7. การลงทุนในลูกค้ารายใหม่ จะไม่สามารถเรียกเกียดีนได้ จนกว่าจะได้ ทำงานให้สำเร็จ
- 8. ลูกค้าใหม**่จะต้องเหมาะกับลักษณะและความชำนาญของกิจการ**โฆษณานั้น

กวามรับผิดชอบในการหาลภกาใหม่

หน้าที่ในการหาลูกล้าใหม่นี้ ในกิจการโฆษณาขนาดเล็ก ประชานบริษัทหรือเจ้าของ บริษัทมักจะเป็นผู้รับผิดชอบ แต่ในกิจการโฆษณาขนาดใหญ่ จะมีพนักงานที่ทำหน้าที่นี้โดยตรง หรือ ในกิจการโฆษณาบางแห่งอาจจะมอบให้ผู้ประสานงานกับลูกล้า เป็นผู้รับผิดชอบต่อหน้าที่นี้ด้าข แต่ H.Smooth Fahlgren ประชานบริษัท Fahlgren & Associated, Inc., เห็นว่า การหาลูกล้าใหม่นี้การเป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคนในกิจการโฆษณา 3 เพราะเป็นงานที่ พนักงานทุกผ่ายให้ความสนใจ และเป็นงานที่จะทำให้พนักงานได้เปลี่ยนจากบรรชากาศในการ ทำงานประจำ อย่างไรก็ตาม หน้าที่การหาลูกล้าใหม่นี้อาจมอบหมายให้บุลลลต่อไปนี้เป็นผู้ รับผิดชอบได้

- ประธานของบริษัท หรือรองประธานบริษัท หรือเจ้าของบริษัท หรือผู้บริหาร
 ระกับสูง เนื่องจากบริษัทที่จะเป็นลูกค้า มักอยากที่จะคิดต่อกับฝ่ายบริหารของกิจการโทษณา
 โดยตรงเพื่อจะได้ทราบข้อมูลค้านต่าง ๆ
- 2. มอบหมายให้พนักงานบางคนทำหน้าที่นี้ควบคู่ไปกับงานหน้าที่อื่น โดยให้งานนี้ เป็นหน้าที่ส่วนหนึ่งของงานทั้งหมดที่พนักงานเหล่านั้นต้องรับผิดชอบ เช่น ให้ผู้ประสานงานกับลูกค้า ทำงานหน้าที่นี้ด้วย
- 3. มอบหมายให้มีพนักงานที่ทำหน้าที่หาลูกค้าใหม่โดยตรง วิธีการนี้นิยมใช้ในกิจการ โฆษณาขนาดกลางและขนาดใหญ่เท่านั้น พนักงานที่ทำหน้าที่นี้ ไม่ต้องทำงานหน้าที่อื่น ๆ เลย ข้อดีของวิธีนี้ คือ ฝ่ายบริหารก่อนข้างแน่ใจได้ว่า จะมีลูกค้าใหม่แน่นอน แต่วิธีการนี้ก็ต้องเสีย ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานสูง เพื่อที่จะทำหน้าที่นี้ได้ดี
- 4. จัดตั้งคณะกรรมการ ที่ทำหน้าที่หาลูกล้าใหม่โดยตรง เนื่องจากกิจการโฆษณา บางแห่งเห็นว่า การจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่นี้จะทำงานได้ผลดีกว่าการที่ให้บุลกลดนหนึ่งทำ กณะกรรมการนี้ควรจะมีการพบปะกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อติดตามงานที่มอบหมายให้กับสมาชิกหรือ พนักงานของกิจการโฆษณาออกไปปฏิบัติ สำหรับบุลกลที่ได้รับมอบหมายนี้จะพิจารณาถึงความ เหมาะสมมากกว่าจะพิจารณาว่าทำงานประจำอะไร
- 5. ให้พนักงานของกิจการโฆษณาทุกคนทำหน้าที่นี้เมื่อมีโอกาส ซึ่งจะทำให้พนักงาน ทุกคนมีความคืนเต้น สนุกสนาน เพราะใค้เปลี่ยนบรรยากาศจากงานประจำ แต่วิธีนี้ก็มีข้อเสีย คือ ถ้าปล่อยให้พนักงานทำงานหน้าที่นี้จนละเลยงานประจำ หรือถ้าไค้กำหนดค่าตอบแทนสำหรับการหา ลูกค้าใหม่ ก็อาจมีผลทำให้พนักงานไม่อยากทำงานประจำ ก็จะมีผลเสียแก่การคำเนินงานของ องค์การได้ ดังนั้น การใช้วิธีนี้จะต้องมีการควบคุมที่ดี

สำหรับประเทศไทย นอกจากหน้าที่นี้จะเป็นกวามรับผิดชอบของผู้บริหารแล้ว พนักงาน ที่ทำหน้าที่ประสานงานกับบริษัทลูกค้า มักจะทำหน้าที่นี้ควบคู่ไปด้วย จึงอาจถือได้ว่า ผู้ประสานงาน กับลูกค้าเป็นพนักงานขายของกิจการโฆษณา อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันกิจการโฆษณาส่วนใหญ่ ยังไม่มีความจำเป็นที่จะให้พนักงาน ไม่ว่าจะเป็นพนักงานที่ทำหน้าที่นี้โดยตรง หรือพนักงานที่ทำ หน้าที่อื่นควบคู่ไปควย ทำหน้าที่หาลูกค้าใหม่มากนัก เนื่องจากกิจการโฆษณาที่มีความสามารถใน ประเทศไทยยังมีน้อยและลูกค้าส่วนใหญ่ จะเข้ามาติดต่อกับกิจการโฆษณาที่เขาสนใจเอง

บุคกลที่จะไปติดต่อเยี่ยมลูกค้าใหม่นี้ ควรจะต้องมีการกัดเลือกอย่างระมัดระวัง โดยเฉพาะถ้าเป็นผู้ให้บริการลูกค้าที่ยังไม่มีประสบการณ์เพียงพอ บุคกลที่จะทำหน้าที่นี้ได้ดีควรมี ดุณสมบัติดังต่อไปนี้

- 1. อื่นดีที่จะพบปะกับบุคคลต่าง ๆ
- มีกวามสามารถที่จะเล่าเรื่องความสามารถของกิจการโฆษณาได้อย่างน่า เชื่อถือ
- มีบุกลิกภาพที่คี
- 4. มีถวามสามารถที่จะถืด พูดและทำได้อย่างรวดเร็วในทุกสถานการณ์
- พูคถึงธุรกิจของลูกค้าและคู่แข่งได้อย่างคื
- 6. มีความสามารถที่จะกล่าวเปิดการประชุมกับลูกด้าและเปลี่ยนให้ประโยชน์ แก่กิจการโฆษณาได้
- ๆองเป็นพนักงานชายที่ดี คือ พูดจาให้น่าเชื่อถือ

ผู้ที่ไม่มีประสบควรณ์ในหน้าที่นี้ ควรคึกษาจากผู้ที่เคยทำหน้าที่เหล่านี้มาแล้ว โดย
ถามถึงสิ่งที่เขาพูด สิ่งที่เขาทำ ศึกษาถึงสิ่งที่ทำแล้วมีโอกาสจะใดลูกค้า และสิ่งที่ทำแล้วเสียลูกค้า
ไป และอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะไปพบบริษัทลูกค้าควรศึกษาเกี่ยวกับนโยบายต่าง ๆ ของ
บริษัทลูกค้า รวมทั้งสินค้าและบริการงานโฆษณาในอดีตและปัจจุบัน การางเวลาโฆษณา และควรรู้
ช่วงเวลาที่จะประเมินผลงานก่าง ๆ และกำหนดงบประมาณใหม่ เป็นค้น ควรพยายามที่จะวิเคราะห์
ข้อบกพร่องของงานโฆษณาปัจจุบัน วิธีการที่จะปรับปรุงให้ก็ขึ้นและก็ควรดูค้วยว่างานโฆษณาปัจจุบัน
มีข้อดีอย่างไร การที่สามารถพูดถึงบริษัทลูกค้า สินค้าและบริการของเขาได้อย่างมีความรู้จริง
จะก่อให้เกิดความประทับใจได้ แต่อย่างไรก็ตามก็ไม่กวรแสดงออกมากจนเกินไป ว่าเป็นผู้เชี่ยาชาญ
ที่จะแก้ปัญหาของเขาได้ ควรปล่อยให้เขาพูดและควรเบ็นผู้ทั้งที่ดีเพื่อที่จะทำให้เขาเป็นฝ่ายพังเมื่อ

พูดถึงความสามารถของกิจการโฆษณา นั่นคือ นอกจากจะมีความรู้เกี่ยวกับบริษัทที่จะเป็นลูกค้าใหม่
แล้ว จะต้องรู้เบื้องหน้าและเบื้องหลังของกิจการโฆษณาอย่างคือวับ คือต้องพูดถึงความสามารถใน
การสร้างสรรค์งานโฆษณา ผลงานโฆษณาที่ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะในสาขางานโฆษณา
ที่เหมือนหรือสัมพันธ์กับบริษัทที่จะเป็นลูกค้า นอกจากนี้ควรเป็นบุคคลที่มีความสามารถในการจูงใจ
กน สามารถทำให้ผู้ที่จะเป็นลูกค้าเชื่อว่ากิจการโฆษณาของเรามีความสามารถที่เขาจะใช้บริการ
เพื่อสร้างงานโฆษณาที่เขาต้องการ

_	J.		_	, •	_	
が	ยชื่อบ	ริษัทที่จ	ខព្	็นลกคา	ารายใ	ии
				99		

กิจการโฆษณา ควรจะมีการหาและเก็บรักษารายชื่อของบริษัทที่อาจจะได้เป็นลูกต้า รายใหม่ไว้ และควรจะมีการปรับปรุงเพิ่มเติมให้ทันสมัยอยู่เสมอ สำหรับรายชื่อของบริษัทที่จะเป็น ลูกค้านั้น อาจได้มาจาก ⁴

- า. บุคคลภายในกิจการโฆษณา อาจเป็นผู้ให้บริการลูกค้า พนักงานสร้างสรรค์ หรือบุคคลอื่น ๆ ก็ได้
- บริษัทที่เป็นลูกก บัจจุบัน ที่มีความพอใจในผลงานของกิจการโฆษณา ก็อวจ พูดแนะนำให้กับบริษัทที่มีปัญหาในด้านการโฆษณา และยอกชื่อของบริษัทนั้นให้กิจการโฆษณาพราย หรือบริษัทนั้นอาจมาติดต่อกับกิจการโฆษณาเอง
- 3. ตัวแทนของสื่อโฆษณา เนื่องจากบุคกล เหล่านี้มักจะต้องติดต่อกับบริษัทผู้ผลิต สินกาต่าง ๆ เป็นประจำ ทำให้ได้ทราบข้อมูลว่าบริษัทใดมีปัญหากับกิจการโฆษณาปัจจุบัน หรือ บริษัทใดที่ต้องการที่จะเริ่มใช้บริการของกิจการโฆษณา หรือต้องการเริ่มรณรงค์โฆษณาสินล้าใหม่ เป็นต้น
- 4. ตัวแทนของผู้จักส่งวัสถุ (Suppliers) โดยเฉพาะ ตัวแทนของบริษัทค้าน กราฟฟิกอาร์ต ที่ต้องมีการติดต่อกับบริษัทโฆษณาและก็จการโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ
- 5. เพื่อนฝูงหรือคนกุ้นเคยในวงการธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทที่มีการโฆษณา ก็อาจให้รายชื่อได้

- 6. ผู้บริหารหรือบุคกลสำคัญในบริษัทที่จะเป็นลูกค้า เนื่องจากถ้ามีการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารงานโฆษณาหรือบุคกลสำคัญอื่น ถือาจมีผลให้มีการเปลี่ยนแปลงกิจการโฆษณาได้
- 7. บริษัทที่มีการโฆษณาอยู่ ก็อาจให้รายชื่อบริษัทที่ไม่เลยโฆษณามาก่อน แต่ เปลี่ยนใจที่จะเริ่มมีการรณรงค์โฆษณาได้
 - 8. การศึกษางานโฆษณาที่ไม่ได้ผล ก็อาจทราบชื่อบริษัทที่มีผลงานโฆษณาไม่ดีได้
- 9. การศึกษาติกตามข่าวลือต่าง ๆ ก็อาจจะได้รายชื่อบริษัทที่จะเป็นลูกถ้าได้ เช่น ข่าวลือที่บริษัทหนึ่งมีกวามไม่พอใจต่อผลงานของกิจการโฆษณาหนึ่ง หรือบริษัทหนึ่งต้องการ โฆษณาสินถ้าใหม่ เป็นต้น แต่ในเรื่องนี้ จะต้องมีการพิจารณาดูว่า ข่าวลือนั้นเป็นกวามจริงหรือไม่ ด้วย

· ·	ו הי	
หลักเกญฑ์ในการพิจารณาลูกข	าใหม	

เมื่อมีรายชื่อของบริษัทที่จะเป็นลูกค้ารายใหม่แล้ว กิจการโพษณาควรจะต้องพิจารณา ศึกษาข้อมูลค้านต่าง ๆ ของบริษัทนั้น เพื่อให้แน่ใจว่า มีคุณสมบัติเหมาะสมหรือตรงกับนโยบายใน การหาลูกค้าใหม่ของกิจการโฆษณา ข้อมูลที่ควรพิจารณา ก็มีคังต่อไปนี้

- 1. อุตสาหกรรมที่บริษัทนั้นคำเนินงาน กิจการโฆษญาการเลือกพิจารญาเฉพาะ ในอุตสาหกรรมที่กิจการโฆษญามีประสบการณ์ในการทำงานโฆษญามา ซึ่งอาจจะเป็นโดยตรง หรือใกล้เกียงก็ได้ ⁵ เช่น ถ้ามีประสบการณ์ก้านการโฆษญาธนาการ ก็อาจจะให้บริการโฆษญา แก่บริษัทเงินทุนต่าง ๆ ได้ เป็นต้น ในการพิจารญาอุตสาหกรรมนี้การจะได้พิจารญาว่า พนักงาน ของกิจการโฆษญา เดอมีประสบการณ์ด้านใดมาก่อนที่จะเข้ามาอยู่ในกิจการโฆษญานี้ด้วย เพื่อ ที่จะใช้กวามรู้และประสบการณ์ของพนักงานนั้นช่วยในการตัดสืนใจ
- 2. เขตภูมิศาสตร์ ที่ตั้งของบริษัทที่จะเป็นลูกก้า กวรอยู่ในเขตภูมิศาสตร์เดียวกับ กิจการโฆษณา เพราะการที่มีลูกก้าอยู่ห่างไกลกันเกินไป จะเป็นเครื่องตัดทอนกวามสามารถที่จะ ให้บริการแก่ลูกก้าอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับประเทศไทยข**้อมูลนี้ไม่จำเป็นมากนัก เนื่องจาก** สู่**นย์กลา**งธุรกิจทุกประเภทอยู่ในกรุงเทพฯ

- 3. ขนาคของบริษัทที่จะเป็นลูกค้า ไม่ควรจะเล็กหรือใหญ่เกินไป เมื่อเปรียบเทียบ กับขนาคของกิจการโฆษณา นั่นคือ กิจการโฆษณาไม่ควรจะหาลูกค้าที่มีขนาคใหญ่ หรือมีงบประมาณ โฆษณามากเกินกว่าที่จะสามารถให้บริการที่ดีได้ หรือไม่อาจให้บริการที่ดีได้หากไม่ลดบริการและ กุณภาพที่ให้กับลูกค้ารายอื่นลง ในทางตรงกันข้าม ก็ไม่ควรมีลูกค้าที่มีขนาดเล็ก หรือมีงบประมาณ น้อยเกินไป เพราะถ้าหากกิจการต้องให้เวลาในการสร้างงานโฆษณามากแต่มีรายได้น้อยเกินไป
- 4. สถานะการเงินของบริษัทที่จะเป็นลูกค้า ควรจะมีความมั่นคงพอสมควร เพื่อ
 ที่จะแน่ใจได้ว่าเมื่อกิจการโฆษณาให้บริการต่าง ๆ แล้วจะสามารถเรียกเกีย เง็นที่จ่ายล่วงหน้า
 ไปและค่าบริการคืนมาได้ ทั้งนี้เพราะกิจการโฆษณาก็เป็นธุรกิจประเภทหนึ่ง ที่จะต้องมีรายได้
 เข้ามาเพียงพอกับค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไป ซึ่งถ้าไม่เป็นเช่นนี้ก็อาจก่อให้เกิดปัญหาในการคำเนินงาน

สำหรับสถานะการเงินของบริษัทที่จะเป็นถูกกัวนั้น อาจทราบได้จาก การวิเคราะห์ งบการเงิน การสอบถามจากบริษัทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทนั้น เช่น ธนาการ ตัวแทนจำหน่าย ของ

 บริษัทที่จะเป็นลูกค้านั้นจะต้องไม่คำเนินการแข่งขันกับลูกค้าเดิมที่กิจการโฆษณา ให้บริการอยู่ ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม

นอกจากข้อมูลที่กลาวมาข้างคนแล้ว ยังมีรายละเอียดอื่น ๆ อีก เช่น คุณภาพของ สินค้า โอกาสในทางการคลาดและการโฆษญาของสินก้านั้น ยอกเงินเรียกเก็บ (Billing) ชื่อบุลกลุสำคัญในบริษัทนั้น ชื่อกิจการโฆษญาที่บริษัทนั้นใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน เป็นค้น

เมื่อได้รายชื่อบริษัทที่ติดว่าจะเป็นลูกด้าแล้ว สิ่งที่กิจการโฆษณาจะต้องพิจารณา ต่อไป ก็ตือ ชื่อและทำแหน่งของบุลลลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจด้านการโฆษณา บุลลลเหล่านี้ อาจเป็นผู้บริหารผ่ายโฆษณา ผู้บริหารการตลาด หรือผ่ายบริหารระดับสูงของบริษัท หรืออาจมี บุลลลอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องมากกว่านี้ก็ได้ และเนื่องจาก ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจที่จะเลือกรับ หรือปฏิ สธกิจการโฆษณาของแต่ละบริษัทแตกต่างกัน บางบริษัทอาจเป็นบุลกลคนเดียว บางบริษัท อาจเป็นกณะกรรมการ ทั้งนี้เพราะโกรงสร้างของแต่ละบริษัทมีความแตกต่างกัน ดังนั้น การที่ จะติดต่อเพื่อให้ได้ลูกถ้าใหม่รายใดรายหนึ่งนั้น กิจการโฆษณาอาจต้องไปเกี่ยวข้องกับบุลกลหนึ่ง หรือหลายคนได้ อย่างไรก็ตาม ก็ควรพิจารณากำหนดควยว่า ใดรเป็นบุลกลที่มีความสำคัญมาก ที่สุดในจำนวนบุลกลทั้งหมดนั้น ซึ่งการที่กิจการโฆษณาจะได้กำตอบเหล่านี้ก็จะต้องมีการศึกษา บุลกลสำคัญ ๆ ในบริษัทที่จะเป็นลูกค้านั้นเป็นรายบุลกลเพื่อพยายามที่จะหารายละเอียดว่า บุลกลที่เกี่ยวข้องนั้นมีหลักการและวิธีการในทางเลือกกิจการโฆษณาอย่างไร ในทางปฏิบัติยากที่จะ ได้ขอมูลเหล่านี้มา แต่การที่กิจการโฆษณาสามารถที่จะหาตัวบุลกลที่มีอำนาจในการตัดสินใจ เลือกกิจการโฆษณาได้อย่างถูกต้องก็จะเป็นจุกสำคัญของการหาลูกค้าใหม่

กิจการโฆษณาบางแห่งใช้เวลาเป็นปี ๆ ที่จะสักษาบริษัทที่จะเป็นลูกค้า เพื่อที่จะหาว่า ใกรเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกกิจการโฆษณา สำหรับชื่อและตำแหน่งของบุกคลเหล่านี้ กวรมีการปรับปรุงให้ทันสมัยเสมอ เพราะกิจการโฆษณาจะไม่ได้รับความประทับใจในการติดต่อ กรั้งแรก ถ้าหากส่งจดหมายไปยังบุกกลนั้นโดยระบุตำแหน่งเมื่อปีที่แล้วของเขา

วิ ธีการหาลูกก้าใน			
עון וווחחו אבו חמג	1N 🛌		
9			

เมื่อมีรายชื่อบริษัทที่จะเป็นลูกค้า และชื่อและตำแหน่งของบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ เกี่ยวกับค้านการโฆษณาของบริษัทเหล่านั้นแล้ว ก็จะต้องเริ่มทำกวามรู้จักกันเพื่อให้บุคกลเหล่านั้น ' มีกวามสนใจกิจการโฆษณาเพียงพอที่จะยืนคีรับพังเรื่องราวเกี่ยวกับการบริการของกิจการโฆษณา สำหรับวิธีคำเนินการเพื่อหาลูกค้าใหม่ มีดังต่อไปนี้

- การติดต่อกรั้งแรก กิจการโฆษณาอาจเริ่มติดต่อกับบริษัทที่จะเป็นลูกค้าได้ 3
 วิธี คือ
- การใช้จุดหมาย โดะหั่วไป บริษัทที่จะเป็นลูกค้ามักจะสนใจในสิ่งที่ เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเขา ดังนั้นจุดหมายที่จะส่งไปถึง ควรเน้นถึง เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ของบริษัทนั้น ๆ มากกว่าที่จะพูดถึงความสามารถของกิจการโฆษณา และหากสามารถที่จะจัดส่งไป

ในลักษณะที่เป็นส่วนตัวได้มากเท่าไรก็จะซึ่งเป็นการดี สำหรับตัวอย่างของจดหมายที่จะมีไปถึง ลูกล้า มีรายละเอียลดังค่อไปนี้

Dear Mr.Jones:

We plan, within the next several months, to solicit your advertising account.

This, because we know and like yaur field, and specifically your company. and are experienced in the food (substitute appropriate word) business. Ye shall send you, from time to time, items of information we have gathered which we believe will be of use to you. We may even be rash enough to suggest eelling or marketing procedures. Which seem to us, looking in from the outside, a6 likely to improve your sales and/or profit picture. We figure, if there is any chance, of our doing business together, this is the best way to turn a possibility into a fact.

Sincerely yours,
(Agency head)

Grain Books, 1976. p. 169 - 170.

การเขียนจดหมายนี้ควรเขียนควบความระมัดระวัง และควรเขียนในลักษณะที่ไม่ ต้องการคำตอบ ความสำเร็จในการหาลูกค้าใหม่ของกิจการโฆษณา ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสิ่งที่กิจการ โฆษณาเสาะหามาและจัดส่งไปให้บริษัทที่จะเป็นลูกค้า ซึ่งสิ่งที่จะส่งไปนี้ควรแน่ใจว่าจะเป็น ประโยชน์แก่บริษัทนั้น

- 1.2 การใช้โทรศัพท์ วิธีการนี้กวรใช้เมื่อกิจการโฆษณามีข้อแนะนำที่กิดว่า ผู้บริหารของบริษัทที่จะเป็นลูกก้า จะสนใจ หลักการในการใช้โทรศัพท์ติดต่อ มีดังต่อไปนี้
 - เสียงของผู้ใช้โทรศัพท์จะต้องสุภาพ น้ำเสียงสามารถที่จะฟัง เข้าใจได้ง่าย

นั่นกือ แนวทางนี้จะต้อง

- า. ขอบกุณที่เขาให้โอกาสพัง**อึ**่งที่เราจะพูต
- 2. บอกเขาว่า เราเป็นใคร ทำงานอะไร ที่ใหน อย่างชัดเจน
- กล้าวถึง แนวความคิดที่จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจข่องเขา
- 4. ขอโอกาสที่จะพบ เพื่อพูดเกี่ยวกับเรื่องที่มีกวามสำคัญนั้น

- 1.3 การใช้วิธีอื่น ๆ กิจการโฆษณา พยายามท์จะทำความรูจักภับบุคคล ของบริษัทที่จะเป็นลูกก้าเพื่อให้เกิดความประทับใจ และเพื่อจะนำไปสู่การพบปะกับ ซึ่งวิธีการ ที่จะทำความรูจักอาจทำได้หลาย ๆ วิธี คือ
 - การเผยแพร์เรื่องราวของกิจการโฆษณา ในสิ่งพิมพ์ทางการค้า และอาชีพเพื่อให้เป็นที่รู้จัก
 - 2. การเข้าร่วมประชุมในกลุ่มอุตสาหกรรมที่บุคคลในบริษัทที่จะเป็น ลูกก้าจะไปร่วมประชุม
 - การจัดประชุม สัมนา หรืออื่น ๆ โดยเชิญบุคกลในบริษัทที่จะเป็น ลูกค้ามาร่วมค้วย
 - การใช้บุลกลที่ 3 แนะนำ เช่น ลูกล้ำปัจจุบัน สื่อโฆษณา ฯลฯ
 - 5. การส่งเสริมให้ บุกคลฝ่ายต่าง ๆ ของกิจการโฆษณา ไป ปรากฏตัว หรือเป็นวิทยากร ในงานของอุทสาหกรรมการโฆษณา ปาฐกถา ซลฯ เพื่อที่จะทำให้เกิดกวามสนใจ
 - 6. การจัดทำวารสารภายใน (House Organs) แล้วจัดส่ง ไปให้บริษัทที่จะเป็นลูกล้าเป็นประจำ

การเริ่มคิดต่อโดยวิธีการต่าง ๆ ข้างต้นนี้ จะต้องให้มีถวามสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพราะ ในบางกรั้งต้องติดต่อเป็นเวลานานเป็นปี บริษัทที่จะเป็นลูกค้าจึงจะเริ่มหันมาสนใจกิจการ โฆษณา

2. การพบปะเพื่อแนะนำเกี่ยวกับกิจการโฆษณา เมื่อติกต่อกันได้สักระยะเวลาหนึ่ง จนมีความกุ้นเกยกันดีพอกวรแล้ว ก็ควรจะมีการนักหมายที่จะพบปะกัน การนักหมายในช่วงนี้ บางครั้งอาจต้องรอนานเนื่องจากบุคกลของบริษัทที่จะเป็นลูกค้ามีกิจธุระมากเกินกว่าที่จะปลีกตัว มาพบได้ การพบปะกันนี้ จะเป็นโอกาสที่กิจการ ขษณาจะแนะนำเรื่องราวเกี่ยวกับกิจการโฆษณา ซึ่งก็ควรจะทำให้เกิดความประทับใจ สำหรับวิธีการนั้นก็เป็นเทคนิดของแต่ละกิจการโฆษณา

อย่างไรก็ตาม เมื่อไปพบลูกกากรั้งแรก กวรจะเป็นผู้ทั้งที่ดีที่สุด เพราะเป็นโอกาส
ที่ได้ทราบข้อมูล หรือเรียบรู้เกี่ยวกับสินถ้าของบริษัทที่จะเป็นลูกกา และเมื่อมีโอกาสเหมาะสม
จึงแนะนำเกี่ยวกับกิจการโฆษณา โดยการพูดแนะนำ หรือมีการจักเตรียมหนังสือแนะนำกิจการ
โฆษณา ที่จะมีเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติการทำงานที่ดี ตัวอย่างงานโฆษณาและงานอื่น ๆ รวมถึง
กรณีศึกษาของงานที่ทำจริงในอดีต แล้วหยิบยกตัวอย่างที่เหมาะสม มาอภิปรายโดยละเอียดกับลูกกา
หรือกิจการโฆษณาบางแห่ง อาจเตรียมตัวอย่างงานโฆษณาที่เห็นว่าดีที่สุดมาแสดงให้ลูกกาดู ซึ่ง
มิใช่แสดงแต่ตัวอย่างเท่านั้น ควรบอกถึงวิธีการแก้ปัญหานั้นด้วย ตัวอย่างนี้จะต้องเลือกให้เหมาะกับ
บริษัทที่จะเป็นลูกตาแต่ละราย และเหมาะกับเรื่องหรือปัญหาของลูกถ้านั้นด้วย

การแนะนำเกี่ยวกับกิจการโฆษณานี้ ควรแนะนำให้มากที่สุดเท่าที่เวลาและสถาน**ลารณ์** จะอำนวยให[้] แต่ก็ไม่ควรพูดมากจนทำให**้**ความประทับใจหมดไป

หลังจากที่ได้พบกันแล้วควรเขียนจดหมายขอบคุณที่ให้เวลามาพบปะ และกวรข้าถึง
ความสนใจที่มีต่อบริษัทลูกด้านั้น หลังจากการพบกันกรั้งนี้แล้วก็ควรจะมีการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ แต่ก็ไม่ควรให้เป็นไปในลักษณะรบกวนเวลาเขามากเกินไป เพื่อให้เขารู้ว่า ยังคงให้ความสนใจ ในบริษัทของเขายยู่เสมอ ซึ่งส่วนใหญ่ก็ต้องรอโอกาสเป็นเวลานาน เนื่องจากการที่บริษัทที่จะเป็น ลูกค้าจะเลือกกิจการโฆษณานั้นต้องใช้เวลานานและมีน้อยรายที่จะเลือกกิจการโฆษณาในทันที หรือ เลือกโดยไม่มีขั้นตอนเลย

- 3. การเสนองานโฆษณา (Presentation) ถ้าหากบริษัทที่จะเป็นถูกค้าเกิด ความสนใจท่อกิจการโฆษณา ก็อาจจะมาเยี่ยมชมกิจการโฆษณา ในการเยี่ยมชมนี้ กิจการโฆษณา ก็ควรจะมีการแนะนำกิจการโฆษณาให้กับผู้ที่จะเป็นถูกค้าในทางที่จะทำให้เขาพอใจมากที่สุดเท่าที่ จะทำได้ ซึ่งอาจทำได้โดยการใช้แผนภูมิ สไลด์ ภาพยนตร์หรือวิดีโอเทป และกวรแนะนำครอบคถุม เรื่องต่อไปนี้ 6
 - โดรงสร้างและประวัติของกิจการโฆษณาโดยสรุป ควรบอกถึงขอดเงิน เรียกเก็บ และรายชื่อลูกค้าในปัจจุบัน
 - 2. แนวทางการสร้างสรรค์งานโฆษณา โดยอาจมีการแสดงถึงผลงานด้าน

สร้างสรรค์ของกิจการโฆษณาควย

- บริการด้านสื่อโฆษณา ที่จัดให้กับลูกด้า
- อธิบายถึงบริการด้านอื่น ๆ ที่กิจการโฆษณาจัดให้กับลูกด้า (ถ้ามี) '
- ควรมีกรณีศึกษา อธิบายถึงงานที่ใค้ทำจริงและผลสำเร็จที่ไค้รับ

กวามสำเร็จหรือกวามล้ม เหลวในการเสนองานชั้นนี้ ขึ้นอยู่กับ

- 1. กวามสามารถที่กิจการโพษณาจะเข้าใจถึง สิ่งที่ลูกก้าต้องการหรือมองหา จากกิจการโพษณา ซึ่งอาจเป็นขนาด บุคกลากร แนวทางสร้างสรรค์ บริการที่จักหาให้ รวมถึง กวามชำนาญพิเศษที่บริษัทลูกค้าต้องการ แล้วจัดเสนอสิ่งเหล่านั้นให้สอดกล้องกับกวามต้องการ ของเขา โดยทั่วไปแล้ว สิ่งที่บริษัทที่จะเป็นลูกค้าบอกว่า ต้องการนั้นมักจะไม่ใช่สิ่งที่เขาต้องการ จริง ๆ ดังนั้น กิจการโฆษณาจะต้องมองให้เห็นว่า ลูกค้าต้องการอะไรจริง ๆ
- จัดบุคกลที่จะเสนองานให้เหมาะสมกับลูกค้า กวรทำให้บุคคลที่มาเยี่ยมชม
 เกิดกวามรู้สึกอบอุ่น เมื่ออยู่ท่ามกลางบุคคลของกิจการโฆษณา และทำให้เขาเห็นว่า บุคกล
 ของกิจการโฆษณาเป็นบุคกลที่มีกวามสามารถและน่าเชื่อถือ เพราะถ้าหากเขาไม่เกิดกวามรู้สึก
 นี้ เขาก็จะปฏิเสธกิจการโฆษณา
- 3. ในการแนะนำกิจการโฆษญานี้ ควรให้ข้อมูลที่เป็นจริงและนำเชื่อถือ หลักการ ที่สำคัญ คือ ไม่กวรทำให้ลูกกาเห็นว่า กิจการโฆษญาฉลาคอย่างไร แต่กวรให้เป็นในลักษณะที่ว่า บริษัทลูกกามีความสำคัญอย่างไร มากกว่า และซึ่งการแนะนำซึ่งสั้นเท่าไรก็จะซึ่งเป็นการคีซึ้น⁷

ก้าหากบริษัทลูกก้าพิจารณาแล้วเกิดความสนใจในกิจการโฆษณา ก็อาจกำหนดให้ กิจการโฆษณาเสนอบัญหาและวิธีการแก้ไข บัญหานี้อาจเป็นบัญหาที่บริษัทลูกก้ากำหนดให้ หรือเป็น งานรณรงค์โฆษณาในอดีตที่กิจการโฆษณาลึคว่าเหมาะสมหรือกล้ายกลึงกับสภาพบัญหาของลูกก้า ก็ได้ นั่นก็อการให้กิจการโฆษณาจัดทำการเสนองานโฆษณาเพื่อหาลูกก้าใหม่ (Speculative โษresentatien) นั่นเอง ในขั้นนี้ กิจการโฆษณาจะต้องรู้ว่า บริษัทที่จะเป็นลูกก้านั้นจะไม่มอง กิจการโฆษญาเพียงแห่งเดียว แต่จะมีการเบรียบเทียบกิจการโฆษณา 2 – 3 แห่ง

สิ่งสำ**ลัญ**ในการเสนองานชั้นนี้ คือ โอกาสที่จะไก้ลูกการายนั้น โอกาสนี้จะขึ้นกับ ความสามารถที่บุกคลพองกิจการโฆษณาจะสามารถเสนอแนวคิดในการแก้บัญหาที่ง่ายแต่น่าเชื่อถือ เชาว์ปัญญาในการเสนองานให้น่าเชื่อถือและความสามารถในการจูงใจ

สำหรับวิธีการเสนองานโฆษณาเพื่อหาลูกค้าใหม่นี้ ได้กล่าวรายละเอียดไว้ในยทที่ ว่าด้วยเรื่องการเสนองานโฆษณาแ**ล้ว**

•	t
แนวโนมขอจ์การหาลกคาให	u
PH APPEND AND INC.	

บัจจุบันในสหรัฐอเมริกา การจ้างพนักงานเข้ามาทำหน้าที่หาลูกค้าใหม่โดยตรง
เริ่มไม่เป็นที่นิยมแล้ว เพราะกิจการโฆษณาเริ่มมีความไม่แน่ใจเกี่ยวกับความรู้ความสามารถ
ความชื่อสัตย์ของพนักงานที่ทำหน้าที่นี้ คังนั้น กิจการโฆษณาบางแห่งจึงหันกลับไปใช้วิธีการที่เขา
ชำนาญในการหาลูกค้าใหม่ นั่นคือ หันไปใช้การโฆษณากิจการของตนเอง ที่เรียกกันว่า
House Advertising หรือจัดทำเอกสารสึ่งพิมพ์เพื่อการค้า (Trade Publication)
เพื่อส่งเสริมการให้บริการของกิจการ หรือบางแห่งอาจจัดทำเอกสารที่เกี่ยวกับเรื่องราวด้าน
ต่าง ๆ ขององค์การ (House Organ) แล้วจัดส่งไปให้ลูกค้าเดิมหรือผู้ที่กาคว่าจะเป็นลูกค้า
ใหม่ เพื่อให้ทราบข้อมูลต่าง ๆ ของกิจการ และถ้าสนใจก็จะได้ดีคต่อกลับมา ตัวอย่างบริษัท
Grey Advertising Agency ได้จัดทำ Grey Matter ส่งไปให้ลูกค้าเป็นเวลานาน

สำหรับ กิจการโฆษณาในประเทศไทย ก็มีการคืนตัวในการโฆษณาบริการของ
กิจการโฆษณาเองบ้างเหมือนกัน เช่น การโฆษณาของบริษัท แอมแมกซ์ออริจิน จำกัด ที่โฆษณา
ถึงวิธีการในการจัดทำโกรงการรณรงค์โฆษณา อาหารกระบ๋อง "หัวบ่ำก์" และแนะนำเกี่ยวกับ
บริษัทและบุลกลที่ทำงานในแผนกต่าง ๆ ของบริษัท รวมถึงลูกล้าในขณะนั้นล้วย ดังรูปที่วง.ว
และการโฆษณาของบริษัท มีเดียสยาม ที่โฆษณาขายเนื้อที่โฆษณาหลังรถประจำทาง ถังรูปที่ 10.2

เริ่มจากการออกตำรวจตลาด (Survey) และ ศึกษาถึงความเป็นไปใต้ทางการตลาด (Marketing Feasibility Study) ก็ใต้ขอมควา อาหารหลักของคนไทยในบ้านเรา คือ กำหเพื่อวกับข้าวแกง ซึ่งมีใช้เลือกรับ-ประกานใต้ทุกครอก ขอก ของ และนั้น เป็นจุดเรียดน์ให้บริษัท ผลิตภัณฑ์อาหาร กรงเทพ จำกัด ลงนี้อดึกษาโครงการผลิต อาพารทำเร็จราปประเภทแกงอย่างจริงจัง

United Inches

วิธีที่ดีที่สุด ที่จะทำให้ เราสามารถจำหน่ายแกง ไปในตอวดที่ต่างไทย ควยช่วงท่างของเวลา อีกทั้งสงคงตามารถเก็บ

กลเกาและความอร่อยของแกงให้เหมือนไหม่ **สดอมเสม**อ คือกาวบวรจกระป่อง

ตัวอเทคในในอีการผลิตที่ทันสมัย ที่บริษัท หลิดภัณฑ์อาหารกรงเทพ จำกัด ใช้ในการ ผลิสและบรรจุ ทุกกระปองรองแกงจึงอว่อย afulanteun neuen mereniten befula วัตถุกันเสีย เพื่อให้ผู้บริโภคได้ขึ้นความ อรอธรองรอแกงแท้ ๆ อรอยเหมือนเพิ่งประ ทกตรั้งที่เบิดกระปอง

الدوري والمرا

มินคำประเภทลาหาร (Food products) ร้องระชาติมีกรายสำคัญเป็นอย่างมาก ทาง บริษัท ผู้ผลิต บริษัท แลง โกล-ใหม (กรุงเทพา) จากด และบริษท แอนเมกชี ออร์จิน จำกัด จึงได้ร่วมกันพัฒนาและศึกษาถึงวลนิยมของผู้ บริโภคที่มีต่อแกง เราได้ทดสอบแล้วทดสอบ **ธิกจนมีความมั้นใจในผลิตภัณฑ์เต็มที่**

คสาก ฮื่อนสะสกล

คณคาและความอว่อสาองวลแกงในกระป้อง ขึ้นปืนต้องใต้รับการแต้มแต่ง หน้าตา ให้ คมี ความน่าเชื้อถือและน่าข้อน่าใช้สิ่งสิ้นก็คือจาก **ฉลากและชื่อที่ให้ความหมายที่ดี**

ก่อนอื่นเราเริ่มด้วยการตั้งชื่อสกุลว่า"บาฟไก" โดยเอมาจากร้อบริษาคือ BANGKOK FOOD PRODUCTS CO., LTD. (Well) เป็นชื่อสกลที่ บ่งบอกถึงสกุล ดัน กำ เนิด และ คนภาพรองเดินภัณฑ์ที่ปริชากา จะผลิสต่อไป ในอนาคต ซึ่งเทากับเป็นการตาทนระจะตาว



วางตำแหม่งผลิตภ์กาล (Product Positioning)

รึ่งควายและเหมาะสม

กบอาหาร

ความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ มิ ได้ขึ้นอยู่กับว่า ด้องพยายามชายผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ให้กับทุก ๆ คนในทกๆ โอกาต ที่ต่ำคัญคือเราต้องวาง คำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเราให้ ดีพอ เหมาะพล่ เจาะ แนนอนที่สดผลิตภัณฑ์แตละอยางต่อม มีกุลเคาของตัวเองที่ต่างกัน และจะขายใต้ เฉพาะกับกลุ่ยผู้ที่ความต้องการ (Demand) ในคลเคาของผลิตภัณฑ์นั้นเท่านั้น

คุณคำที่ลำกับที่ผดของ "หัวบำกั" คือ ความ สะดวก ส่วนความอร่อยและคณภาพของ พรบาก เป็นคุณสมบัติที่คอยสนับสนุน เมื่อสองสังนีรวมกัน ก็อ "ความสะดวกที่อร่อย" ขึ้งมับวิโภคใบสามารถจะหาใต้จากที่ดีนนอก จาก "พิวย์าก์" และนี้คือจดเริ่มต้นของกรร วางดำแพน่งการใพษณา ของหัวบ้ำก็ว่า

เพื่อคุณพิวและไม่หีเวลา หีกถึง หัวบ้าก่ อร่อยเหนือหเพิ่งประ

แผพรดหรอด์ โหกรถส

แผนรณรงค์โฆษณาของกับข้าวลำเว็จรูป"หัว บ้ำกั" เร็บด้วยการสร้างภาพยนตร์ โมษณา ที่พยายามสะท้อนถึงแนว ชีวิต ของ กลุ่ม เบ้า-หมาธระบรา ประกอบกับสั่งพื้นพ์โดษณา อื่นๆและกลยทร์ในการเลือกใช้ตื้อในษณาที่ มีประสิทธิภาพ รามเป็นแผนรณรงค์โฆษณา ที่จัดได้ว่ามีน้ำหนัก พอเหมาะกับผลิดภัณฑ์ เราให่สัพวัติแล

"หัวบ้ำกั" ได้รณรงค์โฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นเวลาสองเดือนควยน้ำหนักการโรษนา 940 GRPs ตัวยประสิทธิภาพล่อเงินที่ใช้ CPGRP. 587.8 1177 (317) 1837 (418) มีเดียด่อไปว่าเมื่อสิ้นสดเดือน ที่ สามของการ ในขณา เราจะสามารถใต้ความสามารถใน การเขาถึงกลุ่มเบาหมาธละสม (Cumulative Reach of The Target Group) inily และกลมเบ้าหมาธมีโอกาสเหมโพษพาบอะ เพียงใช (Frequency)



ในขณะที่เรากำลังวัดผลทางบีเดือ สังที่แน่ นอนที่สดก็อ "หัวบำก์" ใต้รับความนิยมจาก ผับริโภค และถ้าคิดเป็นจำนวนถ้วยจากกระ-บ้อง "หวับาก" ก็บ็ควาเลขขายกว่าหนึ่งตำนกัวธ คือเคือน และเพียทวิจานวนลงขึ้นทุกๆ วัน...

หี่เป็นเพียงหนึ่งในหลายๆ โดรงการ ที่เราได้ร่วมกับลูกด้าของเรา

เรากับที่ใหม่จะเป็นเอเมหยี่ที่ดีที่สด

บ่อยครั้งที่เราร่วมทำงานกับลาคาล้งแต่ ผลิง ภัณฑ์อังไม่ทันผลิต เราร่วมศึกษาแนวทาง ผลิตภัณฑ์ บัญหวันละโอกาส ตั้งชื่อและสกุษ ออกแบบหืบห่อ วางดำแหน่งผลิตภัณฑ์ตลกร จนการวางแผนรณรงค์ใฆษณาโดยละเอียด.... เราทำงานในผณาโดยเริ่มต้นที่การตลาด

การวางแผพโฆษณาอย่างพิยพธวิธี

การโฆษณาคือการแก้บัญหา และในขณะ เพื่อวกันคือการตร้างโอกาสทางการผลาดวิธี หนึ่ง โฆษณาที่ใต้รับการวางแผนอย่างมี ยุทธวิธีเท่านั้นที่จะสามารถให้ผล และประ สิทธิภาพทางการตลาดสุงสุด.....เราสร้าง ยทยวิธีให้กับแผนการในพณาของเราหก หลัดภัยเช่

เราคือใดร

เราคือ บริษัทไฆษณาของคนไทยก็พยายาม สร้างคณภาพให้กับงานในษณา เราท่าได้ เพราะเราประกอบด้วยนักโฆษณาที่เขียวชาญ นตะมากด้วยประสบการณ์เช่น

MMH/I Client Service

กิตติ อิสริยะประชา Managing Director 1/125Un112 1968-1980

- สมลักส์, ใดพบอยร์, รีวอร์ด, บริล, รินุโซ์, ขันข้อ, โกล์ชื่อ, ยางก็อเยียร์, ขนาคารกลีกรไทย, แม่โรง, มิดเลด, ยางคอนติเนนต่อ, ลกัส. เวสบ้า, จอห่นพันแอนด์จอห่นตัน รถร

ศิริชัย สิมะสกุล

Business Development. Account Group Director ประสบการณ์ 1968-1960

- เดนช่า, ให้อำเซ็พี, เขฟเฟอร, นาพิกา โรเล็กซ์, กินเนต สเตาท์, ตันลักสไ, เวลลา, 4711, เชตต์ เคมี, เครื่องบริบภาคาศ แคเรื่อ. คเร็กซ์, สีปามาสถิค, คปองท์, แคลงอล วลา

สพจน์ วิวะวัฒนเดช

Account Group Director

บระสนกรรณ์ 1970-1980

- ลอดเกล - ปาต์บไอดีฟ, ลอดเกส, แพ็บ, ไดยดี เพาะวอร์, แคร์, ไมโม, เนตกาแฟ, เหตุดั้ม, ซีรีแลด, แมกกี้, เนตเปรย์, ติงคโปร์ คนอร์โลน์, เขนเนตจ์, ควาขาว, ไอดีเวสลี, เขตท์, เพียด, การมินไทย, เจนเนอร์ท ---

มนัส พิทเตน์พงห์เลิส

Aecount Coopp Director thraumssa lete-igen วกอนที่, เครื่องใช่พ้าไนเครอบครัว,การเงินขลา

имил Media สมพงษ์ ชาญสวากคิสกล

Media & Production Director ประสบการณ์ 1970-1996 เอตโซ่, โคคา-โคล่:, แฟนค้า, สโปรท์,

พยนที่, ธนาคารถติกรไทย, เนตเต่, ไมโด, เนสภาแพ่, เนสที, และโดเจน าตา

LIMHIT Creative สราวช ชับสภาเจิสลัตย์

Deputy Managing Director Creative Service

1/10**81/71111 1968-198**0

จอพ์นพันธอนค์จอห์นสัน, ดีเวอร์บราเดอร์ส, เป็นชี, เซลล์, โอวัธคิน, เครือชิเมแต่ใกร. ธัดสัน, โยเล, ทวิสล้, ลิโพ รลร

คาวเรื่อง บญแท้ Creative Director

บระสบการณ์ 1972-1980 ราสีพันตาร์ก็, อาหารสุนชชิพี, ลาโคโร, อาน, เชีร์กขากเข้า, สิทิโลที, โรช, เรพลอน, เซลล์ท่อกซ์, กาะลาษที่ชฐพินน์ ๆลา

บริบรณ์ ขับทร์เก็ด

Creative Director 1/5:3Un110 1972-1980

ซือสักษ์, ฟา, มาริสา, ไดอักน, โดปอน-.อพ. จัยบ. มามา. ลาคาซา. เขอรีลอน ๆลๆ

เทรเย็ บตรข้น Ait Director

บระสต์การณ์ 1973-1980

อาสีพันตาร์ก็, จีพิ, สิซีโอซ์, ลาโคโว, เฮิร์ทธรณฐา, เพียร, วาไล้, เพียม, การ บันไทย, ตายการบันเอสเอเอส, อนเวอร์นซล SCHOOLS, WILDON, LIMBON, LIBRORY กระดาษที่ขอพื้นน์ วลา

สกตัวของเรา.

บริษัท และโกล ใกร (กระเทพฯ) จำกัด บริษัท บอร์เนียง (ประเทศไทย) จำกัด หางขายอะนอมใน

บริษัท ผลิตภัณฑ์อาหารกระเทพ จำกัด บริษัท ซึ่.โก.ซี. จำกัด

บริษัท ซึบา-โกก็ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท กระไทยการใฟฟ้า จำกัด ห.จ.ก. จ.ตามชัย

Treemanne

บริษัท เรฟลอนพันทรี จำกัด บริษัท แอ็ความช์ฟาร์ม่า จำกัด

บริษัท ท็อบ่แอนด์ชั่วรู้ จำกัด บริษัท กรนแลนด์ มาร์เก็ดตั้ง จำกัด

บริษัท เกรซแลนด์ จำกัด บริษัท เอกเกอร์เมเตอร์ จำกัด

บริษัท โภ.พ์.เซลล์ จำกัด บริษัท จอห์นสน แอนต์ จอห์นสน

(ไทย) จำกัด บวิษัท ลมพินีเอิร์ทชคาร์เร่นท์ จำกัด

บริษัท มีด้าอินเตอร์เนชนแนต จำกัด บริษัท เอ็ม.พี.อินคัสตรี จำกัด บริษัท ในคลาเพอร์นิเจอร์เอ้าส์ จำกัด

บริษัท พระนครอนตรการ จำกัด

บริษัท สหะวรา จำกัด บริษัท สหมาร์เก็ตตั้ง จำกัด

บริษัท เซลล์แหมประเทศไทย จำกัด บริษัท ขานอนต์เครดิต จำกัด

บริษัท ครีเพชรอิชตุ เซลต์ จำกัด บริษัท ที.โอ. เคมิดอลส์ (เฉรอ) จำกัด บริษัท เครดิตฟองซีเอร์ สากลสยาม จำกัด

หักไมษณฑ์ดี จะต้องสาหารถแก้ปัญหา และสร้างโอภาสหางการผสาด ให้กับผลิตภัณฑ์...

เราพร้อหเสหอ ที่จะร่วมทำขามกับทำผ



บริษัท และมเมกซ่ออริจิน จำกัด

ขึ้น 16 อาคารไซสรัย 690 ถนะสรร ใจ ...า. แทพการ ซึ่ นูมณะรา จาง โทร, 3918011 ตอ 362-3, 367 ส



รูปที่ 10.2 แสดงการโฆษณาของบริษัท มีเดียสยาม

		•	,			
กำ	กา	มท	า	711	۱'n	

- มีผู้กล่าวว่า "หน้าที่การหาลูกค้าใหม่ เปรียบ เหมือนกับหน้าที่การขายของ
 ธุรกิจทั่วไปนั่น เอง" ท่าน เห็นค้วยหรือไม่ อย่างไร และพนักงานที่ทำหน้าที่การหาลูกถ้าใหม่นี้
 ควรมีถุณสมบัติอย่างไร
 - จงอธิบายถึงหลักเกณฑ์และวิธีการในการหาลูกล้าใหม่ของกิจการโฆษณา
- 3. กิจการโฆษณาสามารถหาลูกค้าได้ก็วิธี อะไรบ้าง อย่างไร และในการหา ลูกค้าใหม่นั้น เหตุใดกิจการโฆษณาจะต้องทราบถึงลักษณะนิสัยของผู้มือวนาจในการตัดสืนใจ เลือกกิจการโฆษณาของบริษัทลูกค้านั้นด้วย