หัวข้อสารนิพนธ์ การศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ รถจักรยานยนต์ กรณีศึกษา : บริษัทในเครือรวมยนต์

ชื่อนักศึกษา อรรถพร รุ่งเรืองสุวรรณ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผศ.สกนธ์ ภู่งามดี

ระดับการศึกษา นิเทศศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการโฆษณา

คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

พ.ศ. 2548

บทคัดย่อ

บริษัทในเครือรวมยนต์มีการใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างมาก เพื่อสร้างความตระหนักและจดจำชื่อของบริษัทและตราสินค้า พร้อมทั้งเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ของบริษัทเช่น กิจกรรมพิเศษ,กิจกรรมส่งเสริมการขาย เป็นต้น ให้ไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดย ลักษณะการดำเนินงานในด้านนี้ ทางบริษัทค่อนข้างยืดหยุ่นเพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้อง เหมาะสมกับสภาวะการปัจจุบันมากที่สุด ซึ่งการดำเนินงานลักษณะนี้ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ส่งผล ให้การดำเนินงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกิดความสำเร็จ

เครื่องมือที่นำมาใช้แบ่งออกเป็นหมวดใหญ่ ได้สามหมวดคือ การโฆษณา,การ ประชาสัมพันธ์และการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยการปฏิบัติงานจริงจะใช้เครื่องมือทั้ง สามพร้อมกัน สื่อที่บริษัทใช้ประจำคือ วิทยุกระจายเสียง,ป้ายรถประกาศ,ป้ายคัทเอาท์ ,ป้ายBANNER,ใบปลิว,โปสเตอร์,ธงราว,ธงญี่ปุ่น,ตู้ไฟ,สติกเกอร์,บัตรสมาชิกและสื่อกิจกรรม พิเศษ เช่น CONCERT,RALLY,อบรมขับขี่ปลอดภัย,บริการตรวจเช็ครถจักรยานยนต์นอกสถานที่, เปิดตัวรถจักรยานยนต์รุ่นใหม่,สนับสนุนการทำงานของหน่วยบรรเทาสาธารณะภัยเป็นต้น

ในทุกสื่อที่บริษัทเลือกใช้บางสื่ออาจใช้งบประมาณสูงถึงหลักล้าน บางสื่อใช้เพียงหลักร้อย แต่ทุกสื่อล้วนมีผลต่อความสำเร็จทั้งสิ้น การเลือกสื่อแต่ละสื่อมาใช้บริษัทได้วิเคราะห์มาอย่างดี สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะพิเศษที่ต่างกันบริษัทจึงเลือกนำความพิเศษของแต่ละสื่อมาสังเคราะห์จนถือกำเนิดขึ้นเป็นกลยุทธ์ที่ทรงประสิทธิภาพซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทประสบความสำเร็จ

SPU CHONBURI