

บทที่ 2

บริษัท เพรสโก้ จำกัด

ประวัติความเป็นมา

เพรสโก้ เป็นบริษัทผู้นำในธุรกิจการให้คำปรึกษา และบริการด้านการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย และเป็นบริษัทประชาสัมพันธ์อิสระที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพรสโก้ก่อตั้งขึ้นในประเทศไทยเมื่อปี ค.ศ.1961 เป็นเวลากว่า 32 ปี โดย มร. เอสโก้ เค. พายาสาลมิ (Esko k. Pajasalmi) ชาวฟินแลนด์ ผู้ซึ่งดำรงตำแหน่งประธานบริษัท นับเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์ บริษัทแรกในประเทศไทย

เมื่อปลายเดือนตุลาคม 2532 เพรสโก้เข้าร่วมทุนกับกลุ่มแซนด์วิช พีแอสซี (Shandwick PLC) แห่งประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ที่ใหญ่รายหนึ่งของโลก พร้อมทั้งมีเครือข่ายทั่วโลก และมีการให้ความร่วมมือกันในด้านธุรกิจการให้ข่าวสารซึ่งกันและกัน มาโดยตลอด

เพรสโก้ ดำเนินธุรกิจด้านการประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร การดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ตั้งแต่บริการตรวจและส่งข่าวไปจนถึงการให้คำปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์

สำหรับชื่อบริษัทเพรสโก้ นั้น (PRESKO) นั้น เป็นชื่อที่มาจากอักษรย่อของคำว่า Public Relations คือ PR รวมเข้าด้วยกันกับชื่อตัวหน้าของ Mr.Esko จึงได้กลายมาเป็นชื่อของบริษัท PRESKO มาจนกระทั่งทุกวันนี้

เหตุผลที่ทำให้เพรสโก้ประสบความสำเร็จในการบุกเบิกธุรกิจการประชาสัมพันธ์อาชีพในประเทศไทยคือ ปรัชญาการทำงานที่ผสมผสานกันระหว่างแนวคิดแบบไทย ๆ กับแนวคิดสากล เพรสโก้มีพนักงานชาวไทยที่มีประสบการณ์ และคุ้นเคยกับการทำงานตามมาตรฐานระดับนานาชาติ ทำงานร่วมกับพนักงานชาวต่างประเทศผู้พำนักอยู่ในประเทศไทยเป็นเวลานาน มีความเข้าใจวิถีชีวิตแบบไทยและความเป็นไทยเป็นอย่างดี

โครงสร้างของบริษัทและการจัดองค์กร

บริษัท เพรสโก้ จำกัด ได้จัดโครงสร้างขององค์กรไว้เป็น ๔ ส่วนใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ

1. ฝ่ายบริหาร (M.D Principle) เป็นส่วนของผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ซึ่งทำหน้าที่ควบคุมแผนกต่าง ๆ ภายในบริษัท รวมถึงการติดต่อหาลูกค้าในขั้นแรก

2. ส่วนประชาสัมพันธ์ (Public Relations Consultancy) ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อควบคุม ดูแล ได้แก่

ฝ่ายบริการลูกค้า (Client Service) คือ พนักงานที่ทำหน้าที่บริหารงานลูกค้า เช่น ติดต่อประสานงานกับลูกค้า เพื่อให้ทราบทัศนคติ ความต้องการ ปัญหา และจุดมุ่งหมายของลูกค้า วิเคราะห์ประเมินผลสถานการณ์ระหว่างลูกค้ากับบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและนำมาวางแผนเสนอโครงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังเสนอความคิดริเริ่มและคำแนะนำต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า

ฝ่ายบริการลูกค้า แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มธุรกิจการขนส่งและการท่องเที่ยว
- กลุ่มธุรกิจการเงินและการลงทุน
- กลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ ยา และสุขอนามัย
- กลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคและการตลาด
- กลุ่มองค์กรสัมพันธ์และภาครัฐบาล
- กลุ่มธุรกิจการก่อสร้างและการพัฒนา
- กลุ่มโครงการพิเศษ

ในแต่ละกลุ่ม จะแบ่งผู้บริการงานลูกค้าออกเป็น 5 ระดับ คือ

- Account Group Manager
- Account Manager
- Senior Account Executive
- Account Executive
- Junior Account Executive

3. ฝ่ายปฏิบัติการ ทำหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงาน และกิจการต่าง ๆ ของฝ่ายบริการลูกค้า

3.1 แผนกบริการข่าว (Editorial Section) แบ่งหน้าที่รับผิดชอบออกเป็น

- ฝ่ายข่าว ทำหน้าที่ในการจัดทำเอกสารข่าวแจกให้แก่หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ดำเนินการตั้งแต่วางข่าวจากผู้บริหารงานลูกค้า ถ่ายเอกสารจำนวนที่ต้องการ ติดคำบรรยายใต้ภาพ (Caption) จนกระทั่งจัดข่าวใส่ซองข่าว

- ฝ่ายตรวจแก้ไข ตรวจแก้ไขข้อความหรือถ้อยคำให้ถูกต้อง หรือเพื่อความสละสลวยมากยิ่งขึ้น ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เช่น รายงานที่จะต้องเสนอต่อลูกค้า เอกสารข่าวแจก บทความ เป็นต้น

- ฝ่ายแปล ทำหน้าที่ในการแปลบทความ เอกสารต่าง ๆ ให้เป็นภาษาที่ถูกต้อง เช่น เมื่อบริษัทลูกค้าส่งบทความภาษาอังกฤษมาให้เพื่อทำเป็นข่าวแจกแก่บรรดาหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ฝ่ายนี้จะต้องรับผิดชอบในการแปลเป็นภาษาไทย เพื่อที่จะได้ส่งไปให้หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ

- ฝ่ายพิสูจน์อักษร ทำหน้าที่ตรวจแก้เอกสารที่จะตีพิมพ์หรือตีพิมพ์เรียบร้อยแล้ว เพื่อตรวจดูว่ามีข้อความ หรือถ้อยคำใดพิมพ์ผิดบ้างหรือไม่ เพื่อจะได้แก้ไขให้ถูกต้องจริงๆ ก่อนที่จะดำเนินงานในขั้นต่อไป

3.2 แผนกสื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media relations department)

มีหน้าที่บริการแผนกบริการลูกค้า เมื่อแผนกบริการลูกค้าต้องการติดต่อกับสื่อมวลชน แผนกสื่อมวลชนสัมพันธ์จะเป็นตัวกลางในการติดต่อข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างแผนกบริการลูกค้ากับสื่อมวลชน

4. แผนกธุรการ (Administration) เป็นแผนกที่ช่วยสนับสนุนการทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ คอยดูแลเรื่องการบุคคล พนักงาน รวมทั้งการรับพนักงานใหม่ และอื่น ๆ นอกจากนี้ยังครอบคลุมไปถึงการควบคุมฝ่ายปฏิบัติงานบางส่วนคือ

- 4.1 แผนกการเงินและการบัญชี
- 4.2 แผนกรักษาความปลอดภัย
- 4.3 แผนกแม่บ้าน
- 4.4 แผนกร่างเอกสาร

นโยบายและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

1. เพื่อส่งเสริมงานทางด้านประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ลูกค้า ต่อประชาชนทั่วไป ซึ่งถือว่าเป็นงานสำคัญขั้นพื้นฐานของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพราะถ้าสามารถสร้างภาพพจน์และความสัมพันธ์ที่ดีแล้ว ประชาชนก็จะเกิดความเลื่อมใส ศรัทธา และเชื่อถือลูกค้า ซึ่งจะยังผลให้การดำเนินงานต่าง ๆ สามารถดำเนินไปอย่างราบรื่น
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานภายใน และผู้บริหารของลูกค้าเพื่อให้เกิดความสามัคคี เป็นอันหนึ่งเดียวกัน มีความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน มิเช่นนั้น การดำเนินงานจะต้องหยุดชะงัก หรือไม่สามารถเจริญเติบโตได้เต็มที่
4. เพื่อป้องกันชื่อเสียงของลูกค้า ในกรณีที่เกิดความเข้าใจผิดในหมู่ประชาชน เพื่อให้มีชื่อเสียงในทางที่ดีตลอดไป
5. เพื่อช่วยให้ลูกค้าสามารถดำเนินงานทุกแผนงานอย่างสอดคล้องและประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย เนื่องจากแผนงานทุกอย่างจะต้องมีความสอดคล้องกันควบคู่ไปกับความเจริญเติบโตของธุรกิจ คือ แผนงานด้านการตลาด
6. เพื่อส่งเสริมให้สถาบันต่าง ๆ ใช้การประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติโดยรวม

นอกจากหลักการและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น บริษัท เพรสโก้ จำกัด ยังกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในการให้บริการแก่ลูกค้าด้วย

หน้าที่และความรับผิดชอบในการบริการลูกค้า

การที่จะดำเนินโครงการด้านการประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลดี ย่อมขึ้นอยู่กับการนำแนวความคิดด้านการประชาสัมพันธ์ไปใช้ปฏิบัติภายในบริษัทอย่างสม่ำเสมอ วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดของบริษัท เพอร์สโก จำกัด ในการให้บริการแก่บริษัทลูกค้าก็คือพยายามที่จะพัฒนาแนวความคิดดังกล่าวให้ก้าวหน้าขึ้น พร้อมทั้งให้บริการคำแนะนำปรึกษาแก่โครงการต่าง ๆ ของบริษัทลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นโครงการที่ต้องดำเนินไปวันต่อวัน หรือโครงการระยะยาวก็ตาม การบริการลูกค้าของบริษัท เพอร์สโก จึงสามารถอธิบายได้ ดังนี้

- วางแผนและดำเนินการรวมทั้งบริหารโครงการส่งเสริมการค้า งานแสดงสินค้า การประชุม และสัมมนาต่าง ๆ
- จัดทำประชาสัมพันธ์ และให้การสนับสนุนด้านสื่อมวลชน เกี่ยวกับการเดินทางมาเยือนของผู้นำประเทศต่าง ๆ ตลอดจนคณะผู้แทนการค้า
- บริการจัดทำกาารวิจัยตลาด และศึกษาสู่ทางความเป็นไปได้ของโครงการต่าง ๆ
- จัดแนะนำบริษัท และผลิตภัณฑ์ใหม่
- จัดงานแถลงข่าวหนังสือพิมพ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับหนังสือพิมพ์และให้บริการด้านการออกข่าว
- จัดทำรายงานความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะ
- บริการแปลเอกสาร ออกแบบด้านกราฟฟิค งานพิมพ์และงานศิลป์ต่าง ๆ ฯลฯ

หลักการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

บริษัท เพอร์สโก จำกัด ยึดหลักการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

1. ต้องมีการบอกกล่าวแก่ประชาชน เพื่อสร้างความสนใจแก่ประชาชนเพราะการที่ประชาชนจะหันไปสนใจ เรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับตนเองนั้นเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก
2. ต้องมีการสำรวจแนวความคิดเห็นของประชาชนหรือประชามติ นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชน อันรวมไปถึงแนวความคิดต่าง ๆ ของเขาด้วย

3. ต้องมีการติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย เพื่อจะได้มีโอกาสพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพราะการติดต่อแบบนี้จะทำให้เราสามารถทราบทัศนคติ ความต้องการ ความรู้สึกต่าง ๆ ของประชาชน อันจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อการวางแผนของหน่วยงาน

4. ต้องยึดหลักความจริง เพื่อสร้างความเชื่อถือแก่ผู้เข้ามาติดต่อกับหน่วยงาน

5. คำนึงถึงผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย นั่นคือ นักประชาสัมพันธ์ควรคำนึงถึงและตระหนักถึงผลประโยชน์ที่ทั้งประชาชนและสถาบันจะได้รับ

6. การวางแผนและการกระทำที่ต่อเนื่องจะต้องมีการวางแผนเป้าหมายที่เด่นชัด มีเครื่องมือและกำลังงานพร้อม สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง และมีระเบียบตามเวลาที่วางไว้ อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จในการทำงาน

7. ต้องศึกษาถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายขององค์กร หรือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์จะสำเร็จได้นั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องทราบว่า หน่วยงานมีกิจกรรมอะไรบ้าง เป้าหมายของหน่วยงานอยู่ที่ไหน ประชาชนกลุ่มใดที่บริษัทต้องการทำการประชาสัมพันธ์ และหาทางเข้าสู่ประชาชนและองค์กรเหล่านั้น

8. นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรับผิดชอบทั้งต่อหน่วยงานและสังคม งานทุกชิ้นที่นักประชาสัมพันธ์สร้างต้องให้ผลประโยชน์ต่อสังคมและหน่วยงาน

9. ให้การบริการปรึกษา และแนะนำงานด้านประชาสัมพันธ์อย่างครบครันแก่บริษัท ห้างร้าน รัฐบาล และส่วนบุคคลในด้านที่เกี่ยวข้องกับ

- การดำเนินงานหนังสือพิมพ์สัมพันธ์
- การดำเนินงานพนักงานสัมพันธ์
- การดำเนินงานรัฐสัมพันธ์
- การดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปด้วยความราบรื่น จะต้องมีความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากบุคคลเหล่านี้เป็นเสมือนตัวกลางในการเผยแพร่และกระจายข่าวสารขององค์การ สถาบันไปสู่ประชาชน หากกลุ่มต่าง ๆ เกิดความรู้สึกและทัศนคติที่ดีต่อองค์การก็จะได้รับความร่วมมือในการเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การอย่างเต็มที่ด้วยความเต็มใจ และหากกลุ่มเหล่านี้เกิดความรู้สึกและทัศนคติไม่ดีต่อองค์การ อาจจะไม่ได้รับความร่วมมือในการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้เกิดผลเสียต่อองค์การอย่างยิ่ง บริษัท เพรสโก้ จำกัด มีการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น พนักงานสัมพันธ์ ผู้ถือหุ้นสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ หนังสือพิมพ์สัมพันธ์ และรัฐสัมพันธ์ โดยใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ สื่อบุคคล สื่อมวลชน การจัดเหตุการณ์พิเศษ ฯลฯ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความราบรื่น มีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมาย

การประสานงานและอัตราค่าบริการองค์การผู้เป็นลูกค้า

ตามปกติเมื่อองค์การติดต่อ บริษัท เพรสโก้ จำกัด ให้เป็นที่ปรึกษาหรือดำเนินงานประชาสัมพันธ์ บริษัท เพรสโก้ จำกัด ก็จะมอบหมายให้นักประชาสัมพันธ์กลุ่มที่มีลักษณะสอดคล้องกับกิจการลูกค้า เช่น ธุรกิจการเงินการธนาคาร กลุ่มธุรกิจบริหารและการบิน เป็นต้น นักประชาสัมพันธ์ก็จะเข้ามามีบทบาทในการติดต่อประสานงานกับลูกค้า โดยการทำสัญญาเจรจาตกลง และทำความเข้าใจร่วมกันกับฝ่ายบริหารของลูกค้าเกี่ยวกับขอบเขตและภาระดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ลูกค้าต้องการ ลูกค้าอาจจะมอบหมายให้ บริษัท เพรสโก้ จำกัด วางแผนการประชาสัมพันธ์ทั้งหมดของลูกค้า หรือดำเนินการเฉพาะกิจกรรมประชาสัมพันธ์บางโครงการ เมื่อนักประชาสัมพันธ์เข้าใจขอบเขตการทำงานของตน ก็จะดำเนินงานตามบทบาทหน้าที่ของตน โดยอาจจะวางแผนงานประชาสัมพันธ์ทั้งหมด หรือทำบางกิจกรรมตามที่ได้ตกลงกันไว้ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์อาจจะเสนอความคิดเห็นด้านการประชาสัมพันธ์ที่ตนเองเห็นว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า เช่น การเพิ่มกิจกรรมพิเศษบางอย่างเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้ลูกค้า การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ควรใช้สื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหรือวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ความเคลื่อนไหว ทัศนคติของสาธารณชนที่มีผลกระทบต่อลูกค้า เป็นต้น

การวางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น นักประชาสัมพันธ์ของบริษัท เพรสโก้ จำกัด และลูกค้า (อาจเป็นฝ่ายบริหารหรือฝ่ายประชาสัมพันธ์) จะติดต่อประสานงานกันอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างราบรื่น และสามารถแก้สถานการณ์ได้ทันที เมื่อมีวิกฤตการณ์เฉพาะหน้าเกิดขึ้น

จะเห็นว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของบริษัท เพรสโก้ ขึ้นอยู่กับสัญญาการตกลงร่วมกันว่าจะดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งหมดหรือเฉพาะส่วน ทำให้อัตราค่าบริการในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันไปตามประเภทของลูกค้า ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Contracted Clients คือ บริษัทลูกค้าที่มีการเซ็นสัญญาว่าจ้างให้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นรายปี มีการวางแผนประชาสัมพันธ์ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ส่วนด้านการคิดค่าบริการของลูกค้าประเภทนี้ จะมีการคิดค่าวางแผน และปรึกษางานเป็นรายเดือน (Management Fee) ซึ่งการคิดค่าบริการวางแผนงานเป็นประจำเดือนนี้ บริษัทที่ปรึกษาจะให้บริการงานประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ทั้งในระดับวางแผน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มคนต่าง ๆ รวมไปถึงงาน routine อย่างเช่นการเขียนข่าว เขียนบทความให้บริษัทลูกค้า ทั้งนี้ จะให้บริการภายในขอบข่ายของค่าบริการโดยการวัดจากชั่วโมงการทำงานที่ทำให้ลูกค้าแต่ละราย แม้ว่าในลูกค้าบางรายจะไม่มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในบางเดือน แต่บริษัท เพรสโก้ จะไม่หยุดการทำงาน แต่จะศึกษาปัญหาและหาทางแก้ไขให้ลูกค้าอยู่เป็นประจำ

2. Spot Job หรือ Ad hoc คือ บริษัทลูกค้าที่มีได้ใช้บริการทางด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัท เพรสโก้ เป็นประจำ แต่จะมาใช้บริการเป็นครั้งคราวหรือเมื่อมีเหตุการณ์พิเศษที่ต้องการใช้วิธีการประชาสัมพันธ์เข้าช่วยเท่านั้น เช่น จัดทำ Press Release จัด Press Conference ในด้านการคิดค่าบริการลูกค้าประเภทนี้ จะไม่ต้องเสียค่าบริการเป็นรายเดือน แต่จะเสียค่าบริการอื่น ๆ ในอัตราที่สูงกว่าลูกค้าประเภทแรก และถ้าหากมีการจัดโครงการประชาสัมพันธ์พิเศษลูกค้าประเภทนี้จะต้องเสียค่า Management Fee ในแต่ละโครงการนั้นด้วย

บริษัทลูกค้าของ PRESKO

ลูกค้าส่วนใหญ่ของเพรสโก้ เป็นบริษัทนานาชาติ และบริษัทในเครือของกิจการระดับโลกเท่าที่ผ่านมาเพรสโก้ ได้ดำเนินกิจกรรมและโครงการประชาสัมพันธ์อย่างประสบผลสำเร็จให้แก่ลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ตั้งแต่หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในเอเชีย เครือโรงแรมนานาชาติ บริษัทผลิตอาหาร บริษัทผลิตรถยนต์ ผู้ผลิตวัสดุก่อสร้าง บริษัทตัวแทนเดินเรือทะเล บริษัทจำหน่ายเครื่องคอมพิวเตอร์ บริษัทโฆษณา บริษัทผู้ผลิตเบียร์ในประเทศไทย บริษัทอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ สถาบันการเงินทั้งของไทยและต่างประเทศ ผู้จำหน่ายอาหารบำรุงกำลัง ผู้ผลิตอุปกรณ์โทรคมนาคม และหน่วยงานรัฐบาลของประเทศเยอรมัน ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย บรูไน ฟินแลนด์ สวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ แคนาดา

ตัวอย่างรายชื่อลูกค้าของเพรสโก้ที่มีสัญญาว่าจ้างเป็นระยะยาว มีดังต่อไปนี้

Amway (Thailand) Ltd.

บริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด

Boeing Commercial Airplanes

British GAS

Citibank Citicorp

องค์การส่งเสริมการค้าฮ่องกง (Hong Kong Trade Development Council)

Kuwait Oil

Procter & Gamble (Thailand) Ltd.

American Standard Sanitaryware (Thailand) Ltd.

Jetro

Seiko

Northnest Airlines

Japan Airlines

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ลูกค้าของเพรสโก้

บริษัท แอมเวย์ เป็นลูกค้าซึ่งมีสัญญาว่าจ้างเป็นระยะยาวกับเพรสโก้ โดยมีคุณอารีรัตน์ ตั้งเลิศไพบุบลย์ ACCOUNT EXECUTIVE ของเพรสโก้ ทำหน้าที่ดูแล และให้คำปรึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์ แก่บริษัท แอมเวย์ ทั้งนี้ รวมถึงการดำเนินงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับแอมเวย์ ด้วย เช่น การจัดแถลงข่าว การออกข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นต้น