

### บทที่ 3

#### บริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ซีซีไอ)

##### ความเป็นมา<sup>1</sup>

บริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ซีซีไอ) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2532 โดยคุณสุชาติณี เบ็ค และคุณจอห์น เบ็ค มีเจ้าหน้าที่ประจำ 12 คน และเจ้าหน้าที่ทำงานเป็นช่วงเวลา (Part time) 2 - 5 คน

เริ่มแรกบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล ดำเนินธุรกิจเป็นที่ปรึกษาให้แก่บริษัทลูกค้าทั่ว ๆ ไป เช่น บริษัทลูกค้าในกลุ่มอุปโภคบริโภค, การเงิน, อสังหาริมทรัพย์ หลังจากนั้น ซีซีไอเริ่มดำเนินธุรกิจเฉพาะด้าน คือ ดำเนินธุรกิจเฉพาะบริษัทในกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศเท่านั้น

นอกจากนี้ ซีซีไอยังมีบริษัท ทรีโอ คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด เป็นบริษัทในเครือ ดำเนินธุรกิจด้านการฝึกอบรม และทั้งสองบริษัทดังกล่าว ยังดำเนินธุรกิจแปลเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ตามต้องการ

และในโลกปัจจุบันนี้ มีลักษณะเป็น Globalization โลกทั้งโลกสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ในเวลาอันรวดเร็ว หรือเรียกได้ว่า ย่อโลกให้เล็กลง การสื่อสารเข้ามามีบทบาทมากขึ้น การสื่อสารในระดับองค์กรจะเปลี่ยนไปจากแต่ก่อน คือ จะต้องมีการขยายการทำงานที่มากขึ้น และครอบคลุมทั่วโลก ด้วยเหตุนี้เอง ซีซีไอจึงต้องเสริมสร้างศักยภาพของบริษัท ให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยการสร้างพันธมิตรกับบริษัทอื่น ๆ ทั้งในประเทศไทย และในต่างประเทศ

<sup>1</sup> “Coporate Profile,” เอกสารภายใน (กรุงเทพมหานคร : บริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 2541) (พิมพ์ติด)

## บริษัทต่างๆ ที่ร่วมดำเนินการกับซีซีไอ

1. Brodeur Porter Novelli บริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ ในสหรัฐอเมริกาและมีเครือข่ายทั่วโลก มีระบบการจัดการเครือข่ายข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใหญ่ที่สุดในโลก ซีซีไอเป็นบริษัทที่ได้รับเกียรติให้เป็นบริษัทพันธมิตรในประเทศไทย

2. Global Technology Communications บริษัทซึ่งจัดการงานประชาสัมพันธ์ สำหรับลูกค้าในกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ ตั้งอยู่ในประเทศสิงคโปร์ เป็นบริษัทที่มีเครือข่ายระดับนานาชาติ และซีซีไอเป็นบริษัทแห่งเดียวในประเทศไทยที่ได้เข้าร่วมในกลุ่มพันธมิตรนี้

3. Bureau Bangkok บริการด้านภาพถ่ายและวิดีโอ

4. Future Art บริการด้านกราฟฟิคดีไซน์ คอมพิวเตอร์กราฟฟิคและภาพอนิเมชัน

5. Full Forse & Soundcraft บริการโฆษณา และ โสตทัศนูปกรณ์

6. Global Distribution Management บริการการขนส่ง และศุลกากรระดับนานาชาติ

## บริษัทพันธมิตรในต่างประเทศ ได้แก่

### 1. ภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก

1.1 ออสเตรเลีย Blackie McDonald Communications Group

1.2 ฮองกง / จีน Euan Barty Assoc., Stuart Newell PR

1.3 อินเดีย 20:20 Media

1.4 ญี่ปุ่น IBI Inc.

1.5 เกาหลี Incomm

1.6 มาเลเซีย Paradigm Public Relations

1.7 เมียนมา Myanmar Spa Today

1.8 นิวซีแลนด์ Botica, Conroy & Associates

1.9 สิงคโปร์ Barr & Chan, Maxinfo, Paradigm PR

- |               |                      |
|---------------|----------------------|
| 1.10 ใต้หวัน  | Era Public Relations |
| 1.11 เวียดนาม | Max Communications   |

## 2. ภาคพื้นยุโรป และตะวันออกกลาง

- |                   |                                 |
|-------------------|---------------------------------|
| 2.1 ฝรั่งเศส      | Florence Gillier Communications |
| 2.2 เยอรมัน       | P-Age die Presse Agentur GmbH   |
| 2.3 อิสราเอล      | Doran Communications            |
| 2.4 อิตาลี        | Imageware, QWERTY               |
| 2.5 เนเธอร์แลนด์  | MCS, Bikker Associates          |
| 2.6 สเปน          | Comunicacion Global             |
| 2.7 สวีเดน        | Florman PR                      |
| 2.8 สหราชอาณาจักร | Grant Butler Coomber            |

## 3. ภาคพื้นอเมริกาเหนือ และอเมริกาใต้

- |                             |                          |
|-----------------------------|--------------------------|
| 3.1 สหรัฐอเมริกา            | Brodeur Porter Novelli   |
| 3.2 แคลิฟอร์เนีย / นิวยอร์ก | Wilson McHenry Company   |
| 3.3 แคนาดา                  | Benchmark Communications |
| 3.4 โอเรกอน                 | Insync Partners          |
| 3.5 บราซิล                  | Silvia Helena Editora    |

### ปรัชญาในการดำเนินงาน<sup>2</sup>

การดำเนินงานในองค์กรใด ๆ ก็ตาม จำเป็นที่แต่ละองค์กร หรือหน่วยงาน จะต้องมีปรัชญาในการดำเนินงาน เพื่อเป็นแนวทางในเชิงปฏิบัติแก่ผู้บริหาร และพนักงาน

<sup>2</sup> สัมภาษณ์ John Back, กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการทั่วไป บริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ซีซีไอ), 17 เมษายน 2541.

ทำให้การดำเนินงานต่างๆ ขององค์กรดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ปรัชญาในการดำเนินงานของซีซีไอ คือ **แสวงผลกำไรโดยการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างมืออาชีพ** ในฐานะคู่คิด และสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้

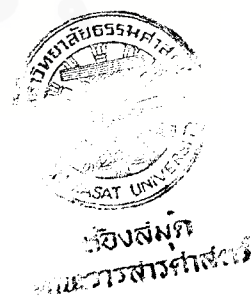
### วัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงาน<sup>3</sup>

วัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงาน เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้องค์กร หรือหน่วยงานต่างๆ ดำเนินไปอย่างมีจุดหมาย และขอบเขต โดยที่แต่ละองค์กรก็จะกำหนดวัตถุประสงค์ และขอบเขตในการดำเนินงานแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับลักษณะขององค์กร วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งองค์กรว่าเป็นอย่างไร การกำหนดวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการดำเนินงาน ก็เพื่อที่จะให้การดำเนินงาน เป็นไปในทิศทางเดียวกับวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งองค์กร ซึ่งซีซีไอได้กำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงานไว้ ดังนี้

1. สร้างผลกำไรในธุรกิจ โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพที่สูงสุด
2. สร้างความไว้วางใจ และความยกย่องจากบริษัทลูกค้า และสื่อมวลชน
3. ศึกษาจุดอ่อนและจุดแข็งของบริษัทลูกค้า รวมไปถึงศึกษา และเรียนรู้แผนธุรกิจของลูกค้า แผนงานทางการตลาด เพื่อที่จะสามารถให้คำปรึกษาได้ นำไปสู่การบรรลุแผนนั้น

ซีซีไอ จะเป็นส่วนผลักดันให้บริษัทลูกค้าประสบความสำเร็จ โดยการช่วยเหลือ และให้คำปรึกษาเฉพาะด้าน

<sup>3</sup> สัมภาษณ์ John Back อ่างแล้ว.



## โครงสร้างขององค์กร<sup>4</sup>

โครงสร้างของบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์จัดได้ 2 ลักษณะ คือ การจัดโครงสร้างตามหน้าที่ และการจัดโครงสร้างในลักษณะเป็นโครงการ ซึ่งการจัดโครงสร้างทั้งสองลักษณะมีข้อดี และข้อเสียแตกต่างกัน ดังได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 2 ในบทนี้จึงจะขอกล่าวถึงลักษณะการจัดโครงสร้างในการดำเนินงานของซีซีไอ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. ฝ่ายบริการให้คำปรึกษาลูกค้า (Consulting Client Services) ทำหน้าที่ติดต่อโดยตรงกับบริษัทลูกค้า ให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า พร้อมทั้งประสานงานกับลูกค้า โดยเจ้าหน้าที่แต่ละท่านจะรับผิดชอบลูกค้าแต่ละราย และจะรับผิดชอบในทุกๆ ด้าน

2. ฝ่ายสนับสนุน (Support Services) เป็นฝ่ายที่ทำหน้าที่สนับสนุนฝ่ายบริการลูกค้า ทำงานเบื้องหลัง ส่วนใหญ่จะแบ่งเป็นงานเฉพาะด้านตามความจำเป็น เช่น แผนกแปลเอกสาร แผนกประสานงานสื่อมวลชน แผนกจัดงานพิเศษต่างๆ

เนื่องจากซีซีไอเป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ขนาดเล็ก มีพนักงานไม่มากนัก การดำเนินงานต่าง ๆ ในแต่ละฝ่ายจะต้องเป็นในลักษณะช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อให้ผลงานออกมาอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าซีซีไอจะเป็นบริษัทขนาดเล็ก และไม่มีบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่ครบทุกด้าน ซีซีไอก็ยังมีบริษัทต่างๆ ที่ร่วมดำเนินการ เพื่อรองรับงานหรือกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์ของซีซีไอดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เช่น Bureau Bangkok

---

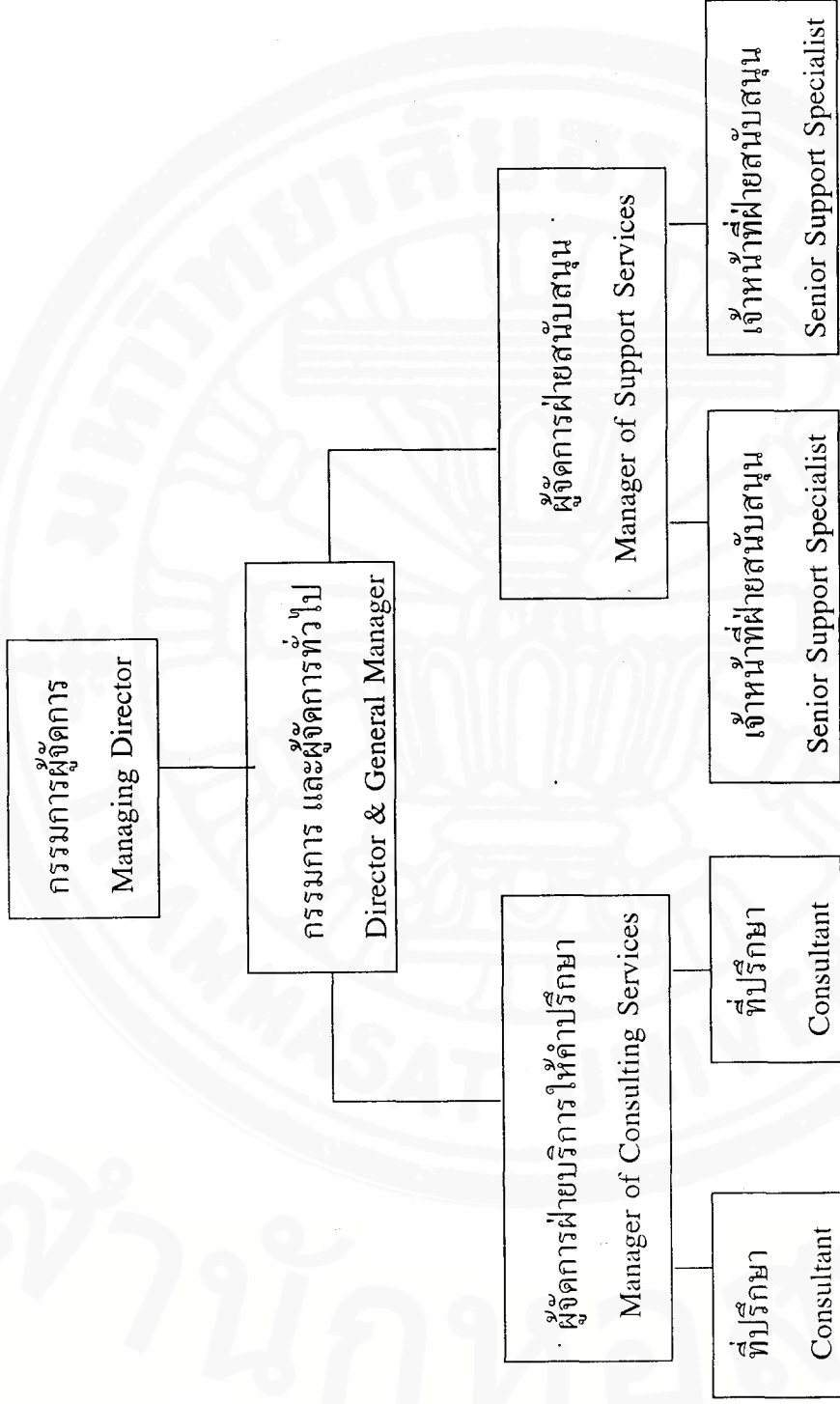
<sup>4</sup>สัมภาษณ์ John Back เพิ่งอ้าง.

จะรับผิดชอบงานด้านภาพถ่าย และวิดีโอที่ซีซีไอต้องการ Future Art จะรับดำเนินงาน  
ในด้านกราฟฟิคดีไซน์ คอมพิวเตอร์กราฟฟิค หรือภาพอนิเมชันในสื่อต่างๆ ของซีซีไอ



สำนักหอสมุด





แผนภูมิที่ 3.1 แสดงโครงสร้างองค์กรของบริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ซีซีไอ)

## ลักษณะการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์

บริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ซีซีไอ) ดำเนินธุรกิจและบริการ แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ ด้านการสื่อสาร และด้านการแปล โดยจะขอกล่าวถึงรายละเอียดในแต่ละส่วน ดังนี้

1. ด้านการสื่อสาร ซีซีไอมีบริการด้านการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ซึ่งบริษัทลูกค้าสามารถเลือกรับบริการได้ตามความต้องการ การบริการด้านการสื่อสารในส่วนต่างๆ สามารถรองรับงานภายในขอบเขตของงานที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ทุก ๆ ด้าน ไม่เพียงเท่านั้น ซีซีไอยังเสนองานการสนับสนุนทางการตลาดแก่บริษัทลูกค้า นอกเหนือไปจากงานด้านการประชาสัมพันธ์

1.1 การวิจัย ในขั้นตอนแรกของการดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อวิเคราะห์สภาพองค์กร หรือสภาพปัญหา ซึ่งนับได้ว่าการวิจัยเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินงานในขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนต่อ ๆ ไป

1.2 กลยุทธ์และการวางแผน เพื่อเป็นแผนงานสำหรับการดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์ อันจะนำไปสู่การแก้ไขสภาพปัญหาต่าง ๆ หรือสนับสนุนองค์กรอย่างถูกต้อง

1.3 การเขียน ในด้านงานเขียนต่าง ๆ ซีซีไอมีบริการในส่วนนี้หลายด้านด้วยกัน เพื่อให้เป็นการสื่อสารด้านประชาสัมพันธ์ที่ครบวงจร

- สื่อต่างๆ (Media Materials)
- ประวัติลูกค้า (Customer Profiles)
- สื่อเผยแพร่ (Publications)

<sup>5</sup> คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล, “Coporate Profile,” อ้างแล้ว.



- ส่วนประกอบทางการตลาด (Marketing Materials)
- ต้นฉบับคำตอบ-คำถาม (Scripts)
- สุนทรพจน์ (Speeches)

1.4 สื่อมวลชนสัมพันธ์

1.5 พนักงานสัมพันธ์

1.6 ผู้นำความคิดสัมพันธ์

1.7 สำรวจความคิดเห็นสื่อมวลชน

1.8 การผลิตสื่อทัศนูปกรณ์

1.9 การจัดเหตุการณ์งานพิเศษต่างๆ

1.10 การสนับสนุนทางการตลาด

- การบริการฐานข้อมูลแก่บริษัทลูกค้า (Data Base)
- การบริการโทรศัพท์สายตรงแก่บริษัทลูกค้า (Hot Line)
- การบริการบริหารเจ้าหน้าที่แก่บริษัทลูกค้า (HR Management)
- การบริการบริหารด้านการเงินแก่บริษัทลูกค้าในกรณีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์ (Incentive Program Management)

บริการทั้งสี่ข้างต้น เป็นบริการเสริมที่ซีซีไอ จัดทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่บริษัทลูกค้า จะเป็นในลักษณะ Total Communications มีความสมบูรณ์ และครอบคลุมมากขึ้น

2. ด้านการแปล การแปลเอกสารภาษาไทย-อังกฤษ, ภาษาอังกฤษ-ไทย หรือภาษาอื่นๆ ตามต้องการ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด

การที่ซีซีไอต้องมีบริการด้านการแปลด้วยนั้น เนื่องจากซีซีไอดำเนินธุรกิจกับบริษัทในกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทเหล่านี้ ส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทจากต่างประเทศ เอกสารต่างๆ ของบริษัท จึงจำเป็นจะต้องได้รับการแปลเป็นสองภาษา เพื่อความสะดวกในการสื่อสาร ซึ่งซีซีไอมีแผนกแปลเอกสารภายในบริษัทเอง ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพให้ได้ดีได้ โดยจะมีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง

### การบริหารงานลูกค้า<sup>6</sup>

บริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ซีซีไอ) รับเป็นที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์เฉพาะด้าน โดยจะรับเฉพาะลูกค้าที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ คอมพิวเตอร์, โทรคมนาคม และวิศวกรรม (โรงผลิตไฟฟ้า) ซีซีไอจะนำข้อมูลเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ซับซ้อน เข้าใจยาก มาเขียนและนำเสนอใหม่ในรูปแบบ ข้อความ ที่ง่ายแก่การเข้าใจ

ซีซีไอ รับดำเนินการเป็นที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์แก่บริษัทลูกค้า โดยแบ่งบริษัทลูกค้าเป็น 2 ประเภท คือ

1. ลูกค้าประจำ คือ บริษัทลูกค้าที่ซีซีไอรับดำเนินงานที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์เป็นรายปี ได้แก่

1.1 Business Software Alliance (BSA)

1.1 Hewlett-Packard (HP)

1.2 Intel

1.3 Iris-Ifec

1.4 Novell

<sup>6</sup> คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติง อินเตอร์เนชั่นแนล, “Corporate Profile,” เฟิ่งอ้าง.

1.5 3Com

1.6 Thai Satellite Telecommunications

2. ลูกค้าโครงการ คือ บริษัทลูกค้าที่ซีซีไอรับดำเนินงานด้านที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์เป็นโครงการ ได้แก่

2.1 Anixter

2.2 Asea Brown Boveri

2.3 Fujitsu

2.4 Indus

2.5 Intersolv

2.6 Micronetics

2.7 Price Waterhouse

2.8 QAD

2.9 Seagate Technology

2.10 SunSoft

2.11 SAP

### ขั้นตอนการดำเนินงาน<sup>7</sup>

การดำเนินงานของบริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ซีซีไอ) มีขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. ศึกษาประวัติ ลักษณะธุรกิจของบริษัทลูกค้า

<sup>7</sup> สัมภาษณ์ John Back อ่างแล้ว.

## 2. วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของบริษัทลูก้าตามหลักการ SWOT

2.1 S - Strength จุดแข็ง

2.2 W - Weakness จุดอ่อน

2.3 O - Opportunity โอกาส

2.4 T - Threat อุปสรรค

เพื่อให้ได้ภาพรวมของบริษัทลูก้า

### 3. กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

### 4. ดำเนินการตามแผนงานที่ได้วางไว้

## ปัญหาและอุปสรรค<sup>8</sup>

ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กก็ตาม ในการดำเนินงาน อาจจะต้องประสบกับปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ ซึ่งผู้บริหาร และพนักงานในองค์กรจะต้องช่วย และร่วมมือกันแก้ไขปัญหา หรืออุปสรรคเหล่านั้นให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี ปัญหาและอุปสรรคที่ซีซีไอเผชิญอยู่มีดังนี้

1. บริษัทลูก้าเป็นจำนวนมากหลายบริษัทไม่เข้าใจว่า การประชาสัมพันธ์คืออะไร ไม่เข้าใจคุณค่า และบริการด้านการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นการยากในการอธิบายให้กับลูก้าเข้าใจว่า ค่าบริการที่บริษัทลูก้าจะต้องเสียให้กับบริษัทนั้นคุ้มค่าเพียงใด

2. งานทางด้านประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่มีความแตกต่างจากธุรกิจอื่น เช่น บริษัทที่ผลิตสินค้า ก็จะเห็นผลผลิตเป็นสินค้า งานด้านที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่ไม่เห็นผลในทันที เป็นการจ้างสมองของคน เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เพราะฉะนั้นจึงเป็นธุรกิจที่ขึ้นอยู่กับบุคคล

<sup>8</sup> สัมภาษณ์ John Back เฟิ่งอ้าง.

การเลือกสรรเจ้าหน้าที่ที่ดี มีการฝึกอบรมทักษะในการทำงานให้ได้มาตรฐาน จึงเป็นสิ่งจำเป็น งานด้านประชาสัมพันธ์สมัยใหม่จะไม่เกี่ยวข้องกับหน้าตาอย่างแต่ก่อน แต่จะคัดเลือกที่ความสามารถ ความฉลาดเพื่อให้ลูกค้า ผู้บริหารระดับสูงเกิดการยอมรับในเจ้าหน้าที่และบริษัท ซึ่งบุคคลที่มีคุณสมบัติดังกล่าว หาได้ไม่ถ่ย่ายนัก และเมื่อพบแล้ว ก็ จะพบปัญหา คือ การที่จะทำใ้บุคคลเหล่านี้ทำงานกับบริษัทนานๆ ทำอย่างไรให้เขาเกิดความรักในบริษัท ไม่แยกไปอยู่บริษัทอื่น เนื่องจากบุคคลที่มีความสามารถย่อมจะเป็นที่ ต้องการของบริษัทอื่นๆ เช่นกัน หรือการที่บุคคลเหล่านี้แยกไปก่อตั้งบริษัทของตนเอง

3. การบริหารบุคคล การที่บริษัทดำเนินการโดยบุคคลที่มีความสามารถนั้น จะบริหารงานบุคคลค่อนข้างยาก เนื่องจากแต่ละบุคคลก็จะมีความสามารถ และมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป ทำให้เกิดการขัดแย้งกันทางความคิด และวิธีการดำเนินงาน การบริหารบุคคลเหล่านี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงานจึงเป็นเรื่องที่ไม่ ง่ายนัก

4. เนื่องจากการเป็นที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ จำเป็นจะต้องอาศัยความ คิดริเริ่มสร้างสรรค์ เจ้าหน้าที่ที่จะทำงานด้านนี้ จึงต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่ม ต้องเป็นผู้ ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และพยายามหาอาหารสมองให้กับตนเองอยู่ตลอดเวลา สรรหาสิ่ง แปลกใหม่ให้กับตนเอง โดยการอ่าน ดู และฟัง เปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ตลอดเวลา เพื่อให้เกิด ความคิดใหม่ๆ สร้างสรรค์ผลงานที่ดี มีคุณภาพ

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเป็นที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับบริษัทลูกค้าใน กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการพัฒนา และการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด เวลา การขวนขวายหาความรู้เพิ่มเติมในเทคโนโลยีเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก เจ้า หน้าที่จะต้องรู้จักคุณประโยชน์ของสินค้า จะต้องรู้จักตัวสินค้าเป็นอย่างดี เพื่อที่จะ สามารถสื่อสารให้สื่อมวลชน และประชาชนกลุ่มเป้าหมายสนใจ เข้าใจในสิ่งที่ได้นำ เสนอ โดยที่เจ้าหน้าที่จะต้องเข้าใจถึงสิ่งเหล่านี้อย่างถ่องแท้เสียก่อน หากเจ้าหน้าที่ของ บริษัทไม่มีความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่ตนเองนำเสนออยู่ ก็จะเป็นอุปสรรคต่อการทำงาน

## กรณีศึกษา : การสร้างสะพานความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน<sup>9</sup>

### สถานการณ์

บริษัทผู้ค้าซอฟต์แวร์ทางด้านระบบฐานข้อมูลรายหนึ่งที่มีสาขาในประเทศไทย เป็นบริษัทที่มีการเข้าถึงกลุ่มสื่อมวลชนได้น้อยมาก อีกทั้งยังไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้สื่อข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศและผู้สื่อข่าวนี้ก็ไม่สามารถเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์ที่ซับซ้อนของบริษัทฯ ได้ จากการแนะนำของลูกค้าย่อยอื่น ๆ ของซีซีไอ บริษัทฯ จึงตัดสินใจปรึกษาและใช้บริการของซีซีไอ เพื่อให้ซีซีไอศึกษาสถานการณ์ของบริษัทฯ และวางแผนกลยุทธ์ทางการสื่อสารทั้งหมดของบริษัทฯ อีกทั้งให้ดำเนินการแก้ไขปรับปรุง สร้างสรรค์กิจกรรมและแผนงานใหม่ ๆ ให้สมบูรณ์

### การวิเคราะห์สถานการณ์

ซีซีไอได้ทำการสำรวจบรรดาผู้สื่อข่าวที่สำคัญๆ ของสายเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งหมด พบว่ามีผู้สื่อข่าวเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่เข้าใจเทคโนโลยี และข่าวประชาสัมพันธ์ของบริษัทฯ อย่างถ่องแท้ ยิ่งไปกว่านั้น บรรดาผู้สื่อข่าวยังขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ จากการประเมินผู้บริหารและพนักงานฝ่ายการสื่อสารการตลาด พบว่าบริษัทฯ ขาดความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อ

<sup>9</sup> “The CCI Casebook,” เอกสารภายใน (กรุงเทพมหานคร : บริษัท คอมมิวนิเคชั่นส์ คอนซัลติ้ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, 2541) (พิมพ์ติด)



มวลชน และมีความต้องการอย่างยิ่งที่จะต้องมีการอธิบายข่าวสารเป็นภาษาไทยให้แก่ผู้สื่อข่าว

#### การดำเนินการแก้ไขปัญหา

- ฝึกอบรมทักษะด้านการใช้สื่อให้กับพนักงานฝ่ายการสื่อสารการตลาดและบรรณาธิการระดับสูงทั้งหมด
- พัฒนาปรับปรุงเอกสาร และแผ่นพับของบริษัทฯ ที่จัดไว้สำหรับแจกสื่อมวลชนให้ง่ายต่อความเข้าใจ ในเอกสารต่างๆ ดังกล่าว จะประกอบไปด้วยภูมิหลัง ประวัติ โครงสร้าง เทคโนโลยี และผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ
- ปรับปรุงแก้ไขบรรดาข่าวแจกสำหรับท้องถิ่นที่เพิ่มเติมเกี่ยวกับที่มาของวัตถุดิบให้ง่ายต่อความเข้าใจ และเป็นมาตรฐานเดียวกัน
- พัฒนาให้มีการจัดกิจกรรม การสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้สื่อข่าวทุก ๆ 3 เดือน โดยการสัมมนานี้ จะอธิบายแนวคิดเกี่ยวกับความหลากหลาย ความซับซ้อนของระบบฐานข้อมูล กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยิ่งไปกว่านั้น ยังเปิดโอกาสให้ผู้สื่อข่าวได้สัมผัสและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ด้วย

- แนะนำให้มีการจัดงานแถลงข่าวเกี่ยวกับผลประกอบการทางธุรกิจ ซึ่งจะทำให้ผู้บริหารระดับสูงมีโอกาสได้พบปะสื่อมวลชน และยังสามารถเพิ่มการบรรยายสรุปให้แก่ผู้สื่อข่าวเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ และเหตุการณ์พิเศษของบริษัทฯ การประชุม และการให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชนด้วย

- เขียนและปรับแต่งสุนทรพจน์ของผู้บริหารระดับสูง รวมทั้งแผ่นพับ จดหมายข่าว และข้อความโฆษณาต่างๆ และกล่าวถึงข้อความหลักๆ ที่สำคัญของบริษัทฯ อย่างเหมาะสม

- ฝึกอบรม และให้คำปรึกษาแก่พนักงานฝ่ายสื่อสารการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาทักษะอย่างมืออาชีพ และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้สื่อข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลที่ได้รับ

- ภายในระยะเวลา 1 ปี ที่บริษัทฯ เป็นลูกค้าซีซีไอ บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการเข้าถึงสื่อมวลชน ได้เป็น 3 เท่าของบริษัทคู่แข่ง และภายใน 2 ปี บริษัทฯ สามารถลงข่าวในสื่อต่างๆ ได้เป็น 5 เท่าของบริษัทคู่แข่ง

- การรายงานข่าวสารสำคัญ ๆ ของบริษัท แต่เดิมนั้นยากที่จะเข้าใจ สร้างความสับสนให้แก่ผู้สื่อข่าวหรือมักไม่ปรากฏข่าวตามสื่อต่างๆ แต่หลังจากการดำเนินการของซีซีไอแล้ว ก็ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น คือ มี

การรายงานข่าวที่สำคัญ และผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ให้เข้าใจได้อย่างชัดเจน ในอัตรามากกว่าร้อยละ 80 ของข่าวสารทั้งหมด

- จากการติดตามสอบถามสำรวจผู้สื่อข่าวพบว่า ความเข้าใจ และความรู้เกี่ยวกับบริษัทฯ และตัวผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น และมีการรับรู้มากขึ้นว่า บริษัทฯ เป็นผู้นำในตลาดระบบฐานข้อมูลในประเทศไทย
- บริษัทฯ ประสบความสำเร็จในการเพิ่มการครอบคลุม และการเข้าถึงสื่อมวลชน เริ่มตั้งแต่ניתยสารด้านเทคโนโลยีในภูมิภาคตะวันออก ไปจนถึงบทความทางธุรกิจในหนังสือพิมพ์รายวันประเภทเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความสัมพันธ์ระหว่างซีซีไอ และบริษัทฯ ดังกล่าวสิ้นสุดลงเมื่อ สาขาของบริษัทฯ ในประเทศไทยได้ปลดพนักงานออกเป็นจำนวนมาก ซึ่งรวมไปถึงทีมงานด้านการสื่อสารการตลาดที่ผ่านการฝึกอบรมจากซีซีไอ หลังจากนั้นบริษัทฯ ประกาศการก่อตั้งฝ่ายประชาสัมพันธ์ภายในบริษัทเอง เพื่อจัดการด้านการสื่อสารทั่วโลก ความล้มเหลวของกลยุทธ์ใหม่นี้ ยังไม่ปรากฏในประเทศไทย แต่ประวัติ และข้อมูลของบริษัทฯ ในตลาดประเทศไทย ก็เสื่อมถอยลงอย่างมากตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา