



บลูชิพ แมกกาซีน with Chonnanart Trisarp and June Sarapee.

15 hrs ·

ขึ้นเนื้อค่า รุกหนักทุกตลาดใน-นอก  
เปิดตัวมาสคอต มิสซิสเทอร์ชินเน็ค แอนด์ เดอะแก๊งค์

ตอบคำถามดีสิทธิ์บีบีเตอร์ ยอดขาย อันดับ 1 ของประเทศไทย

ขึ้นเนื้อค่า ผู้นำธุรกิจไอทีของประเทศไทยเปิดกลยุทธ์ปี 59 ตั้งเป้ายอดขาย 2.3 หมื่นล้านบาท พร้อมรุกทุกตลาดทั้งในและต่างประเทศครอบคลุมลูกค้าทุกช่องทาง รวมถึงลูกค้าออนไลน์ และผ่านช่องทางการจ้างนายตัวแทนร้านค้าพันธมิตรที่แข็งแกร่ง ห่วงเพื่อสร้างแบรนด์ Trusted by Synnex ให้เข้มแข็งโดยปีนี้จะใช้มาสคอต Mr. Synnex & The Gang และการจัดกิจกรรม "Synnex Carnival" ทั่วประเทศ ห่วงเพิ่มความเชื่อถือ แก่ผู้บริโภค ทั้งการให้ข้อมูลค่าแนะนำก่อนการเลือกซื้อสินค้า และการบริการหลังการขาย นอกจากนี้ เดินหน้ารุกตลาดอินโดในนา หนุนรายได้ต่างประเทศ แตะ 1 พันลบ. "สธิชา มงคลสุธี" ชื่อโอหูญิงเก่ง เพย์ นอกจากเรื่องธุรกิจ ขึ้นเนื้อค่า ยังให้ความสำคัญกับสังคม และลีดเดลล์อ้ม ล่าสุดเปิดงาน Trusted by Synnex Carnival ครั้งแรก พร้อมจัดกิจกรรม CSR จุดรับบริจาค同胞ไปอีกหนึ่งจังหวัด เชียงใหม่ ให้กับ BeTrend ณ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปี เพื่อใช้เป็นลีดการเรียนการสอนให้นักเรียนอาชีวะในโครงการช่าง nokgrub

นางสาวสุธิดา มงคลสุธี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ขึ้นเนื้อค่า (ประเทศไทย)

จำกัด มหาชน ผู้นำ ในธุรกิจงานเข้าและจัดงานนายสินค้าเทคโนโลยีชั้นนำระดับโลก หลากหลายประเภท เปิดเผยฯ ภาพรวมบริษัทฯ ในปี 2559 มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ตั้งเป้าหมายยอดขายเป็น 2.3 หมื่นล้านบาทในปีนี้ จากการรุกตลาดสินค้าเทคโนโลยีทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยภาพรวมตลาดในประเทศไทย บริษัทฯ มองว่ามีโอกาสการเติบโตได้ ทั้งจากตลาดคอนซูเมอร์ในส่วนของสมาร์ทโฟน โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือและ DATA การสนับสนุน SME จากภาครัฐ และโปรโมชั่นต่างๆ จากผู้ผลิตที่เข้ามากระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น การสื่อสารประชาสัมพันธ์ บริษัทฯ ยังเน้นการตลาด บนโลกออนไลน์ และการใช้ช่องทางโซเชียลมีเดีย ที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในปีที่ผ่านมา พร้อมทั้งให้ความสำคัญ ในการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ผ่านการใช้มาสคอต Mr. Synnex & The Gang ที่เป็นตัวแทนภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร บริการ และช่องทางการจ้างนายของบริษัทฯ ที่มีอยู่ครอบคลุมกว่า 5,000 ตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ โดยในปัจจุบันขึ้นเนื้อค่า มีศูนย์บริการชั้นนำ 11 สาขา และ SYNTEX SERVICE PARTNER ที่ได้รับการแต่งตั้งจากขึ้นเนื้อค่า จำนวน 63 แห่งทั่วประเทศไทย เพื่อความสะดวกผู้ใช้บริการ รับซ่อมเปลี่ยนสินค้าภายในระยะเวลาสั้นๆ จำกัด จำกัดที่รับความนิยมมากเป็นต้น ตั้งแต่ปี 2557 ซึ่งบริษัทฯ ผู้นำ ไปที่ประเทศไทยเมียนمار, กัมพูชา, ลาว, โดยปัจจุบันนี้ ประเทศไทยเมียนมาร์เป็นตลาดหลัก ส่วนประเทศไทยเป็นตลาดที่นำเสนอจัดการสินค้าที่มียอดขายเติบโตสูงในปีที่ผ่านมา โดยตั้งเป้าหมายยอดขายต่างประเทศแตะ 1 พันล้านบาทภายในปีนี้

สำหรับกิจกรรมของขึ้นเนื้อค่า ในปีนี้ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายในการสร้างแบรนด์ Trusted by Synnex ให้มีความเข้มแข็งในใจของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ผ่านการใช้มาสคอต Mr. Synnex & The Gang โดยจะจัดกิจกรรมหลากหลาย เพื่อสร้างการรับรู้ และสร้างความเชื่อถือในแบรนด์สินค้าของขึ้นเนื้อค่า รวมทั้งเป็นการสร้างยอดขายให้กับผู้ผลิตสินค้าโดยตรงในกิจกรรม "Synnex Carnival" และจะนำมาสอดคล้องกับ "Thailand Mobile Expo 2016" วันที่ 11-14 กุมภาพันธ์ 2559 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ขึ้นเนื้อค่า ยังคงมีกิจกรรม CSR เพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับที่ขึ้นเนื้อค่า ทามา โดยตลอด เพราะเป็นหนึ่งในวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ในการเป็นองค์กรที่มุ่งเพิ่มคุณค่า ให้กับสังคม โดยลายสักเดินทาง Trusted by Synnex Carnival ครั้งแรก ที่นามา ลดอัตราเสียหาย 6 ตัวมาแนะนำให้ผู้บริโภคได้รู้จัก และร่วมสนับสนุนจัดกิจกรรม CSR จุดรับบริจาค同胞ไปอีกหนึ่งจังหวัด เชียงใหม่ ให้กับ BeTrend ณ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปี เพื่อใช้เป็นลีดการเรียนการสอนให้นักเรียนอาชีวะในโครงการช่าง nokgrub

"จากสักดิ์ในปีที่ผ่านมา พบว่า ช่องทางการจัดงานนายสินค้าออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง ทำให้ขึ้นเนื้อค่า เพิ่มความสำคัญให้กับการพัฒนาเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยมีหัวส่วนของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตสินค้า ช่องทางการจัดงานนายสินค้า การติดตามบริการหลังการขาย การฟีดแบค รวมถึงการอัพเดทกิจกรรมและโปรโมชั่นต่างๆ ผ่านทางโซเชียลมีเดียของ ขึ้นเนื้อค่า อย่างต่อเนื่อง นอกเหนือนั้น ยังได้สร้างสรรค์มาสคอตขึ้นเพื่อเป็นสัญลักษณ์และตัวแทนด้านต่างๆ ของบริษัทฯ ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงมากขึ้นอีกด้วย จึงจัดกิจกรรมการตลาด Synnex Carnival ทั่วประเทศ เปิดตัว Mr. Synnex & The Gang และมันใจว่าจะบรรลุเป้าหมาย สามารถเป็นตัวแทนของประเทศไทย ให้กับผู้บริโภคได้รับความนิยมมากขึ้น ที่สำคัญเป็นตัวแทนของประเทศไทย ที่มีความสามารถในการจัดการและดำเนินการอย่างมืออาชีวะ"

ทั้งนี้ มาสคอต Mr. Synnex & The Gang มาจากผลงานการออกแบบของผู้ชนะเลิศในโครงการสัมภาระดีไซน์ "Synnex Mascot Contest 2015" ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการใหญ่ของบริษัทฯ ที่สนับสนุนให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่เป็นนิสิต นักศึกษา ระดับอุดมศึกษา (ปวส.-ปริญญาตรี) อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ได้นำเสนอไอเดียและผลงานงานจนเกิดเป็นมาสคอตทั้ง 6 ตัว 6 สี ได้แก่

- Mr. Synnex (สีขาว) มาสคอตที่น่ารัก เป็นมีตร แลงยังเป็นผู้รับรู้ เชี่ยวชาญ ช่างนาฏศิลป์ ไอที เป็นหัวหน้าทีม The Gang เป็นตัวแทนขึ้นเนื้อค่า เพื่อสื่อสารในทุกเรื่อง
- ขันชม (สีแดง) มาสคอตขาแคนช์ที่พร้อมจะสร้างความสุข สนุกสนาน ให้ทุกคนที่พบเห็น เป็นตัวแทนความรักและความใส่ใจกับผู้บริโภค รวมถึงสร้างความสุขให้กับทุกคนในกิจกรรมต่างๆ ของขึ้นเนื้อค่า
- ข่านาญ (สีล้วม) มาสคอตที่มีลักษณะเชือดเชื่อม ใจง่าย ใจดี พร้อมให้บริการ ขอบริการ และแนะนำรายละเอียดต่างๆ ให้กับทุกคน เป็นผู้ช่างนาฏศิลป์ เชี่ยวชาญการบริการ และ เป็นทุกสิ่งที่ต้องการในกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ
- ขันบาน (สีเขียว) มาสคอตใจดี เป็นนักอนุรักษ์ และนักพัฒนาชั้นยอดที่ห่วงใย ใส่ใจลีดเดลล์อ้ม และลีดเดลล์ โดยจะเป็นผู้ร่วมรณรงค์ในกิจกรรมชีวอสوار์ต่างๆ ของขึ้นเนื้อค่า
- ขีดขอบ (สีฟ้า) มาสคอตสุดจลาจล ปราดเปรื่อง คล่องแคล่ว สื่อสารงานออนไลน์ และ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านเทคโนโลยี ที่มีความสามารถในการจัดการและดำเนินการอย่างมืออาชีวะ
- เชี่ยวชาญ (สีน้ำเงิน) มาสคอตรุ่นใหม่ ทันสมัย นำเทรนด์ เป็นผู้แนะนำสินค้าใหม่ๆ อัพเดทเทรนด์ และโปรโมชั่นให้กับผู้บริโภค

 SYNNEX

สุธิดา มงคลสุธี

Like Comment Share

June Sarapee likes this.



Write a comment...





« บมจ.ทีพีบีไอ คาดเข้าตลาด SET กลางเดือน มี.ค.59 นี้ »

คลบท. แต่งตั้งผู้บริหารใหม่ รองรับการเดินโ道ของธุรกิจ มีผล 1 ก.พ. 59 »

ชีนเน็คฯ เปิดศักราชปีใหม่ รุกทุกตลาดในและต่างประเทศ

 Published 04/02/2016



พร้อมเปิดตัวมาสคอต มิสเทอร์ชินเน็ค แอนด์ เดอะแก๊กค์ ต้นยอดขาย ตอกย้ำเป็นดีสทริบิวเตอร์ยอดขาย อันดับ 1 ของประเทศไทย

ขันนีค่า ผู้นำธุรกิจไอทีของประเทศไทยเปิดกลยุทธ์ปี 59 ดึงเป้ายอดขาย 2.3 หมื่นล้านบาท พร้อมรุกทุกตลาดทั้งในและต่างประเทศครอบคลุมลูกค้าทุกช่วงทาง รวมถึงลูกค้าออนไลน์ และผู้ใช้งานการจ่าหน่ายด้วยแพลตฟอร์มตัวทันสมัยตระหง่าน หวังเพิ่มส่วนแบ่งครองเมืองให้มากขึ้น พร้อมจัดกิจกรรม “Synnex Carnival” ทั่วประเทศ หวังเพิ่มความเชื่อมั่น แก่ผู้บริโภค ทั้งการให้ข้อมูลค่าคะแนนน้ำใจก่อนการเลือกซื้อสินค้า และการบริการหลังการขาย นอกจากนี้ เดินหน้ารุกตลาดอินโดฯ ในปีนี้ หนุนรายได้ต่างประเทศแตะ 1 พันลบ. “สุธิดา มงคลสุธี” ซึ่งอิโอดึงเงินเดือน รายได้จากการขาย ขันนีค่า ยังให้ความสำคัญกับสังคม และสังเวยล่อง ล่าสุดเปิดงาน Trusted by Synnex Carnival ครั้งแรก พร้อมจัดกิจกรรม CSR จุดรับบริจาคอุปกรณ์ให้เหลือใช้ร่วมกับ BeTrend ณ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปิ เพื่อใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนให้นักเรียนอาชีวะในโครงการช่างนักกรอบ



**Share this:**



## Related

EPG เปิดแผนปี 2559/60 ระบุปีหน้ายอดขายทะลุ  
10,000 ล้านบาท  
18/11/2015  
โดย "ช่าวาสวัสดิ์พเจท"

'SYNEX' แนวโน้ม Q4/58 โดดเด่น กุ้นผลงานเป็นที่ติดตาม New High  
02/12/2015  
โดย "ก่าวุสราฟ์เพ็คเกท"

AGE ปรับกลยุทธ์ขยายฐานลูกค้าในประเทศ  
เพิ่ม 20% ต้นยอดขาย Q3/58 พื้นดัว<sup>3</sup>  
30/09/2015  
โดย "หัวเว่ยสาร์ฟแวร์โซลูชัน"

Digitized by srujanika@gmail.com



ไม่ประมูลใหม่หากมีคืนໄລເຊັ່ນສ



คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) และกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

นาย ยงค์มรรภุส หม่ำท กรมพัฒนา  
มั่นใจ'แจส-ทรู'จ่ายแน่ กสทช.ชี้อ่า  
มโน้ยยัง2ค่ายติดต่อขออนุญาต  
กสท.วัดเส้นตาย 'ไทยทีวี' จ่ายงวด  
2 ทีวีดิจิทัลพรุ่งนี้ บุ๊กโกลอนใบ  
หุนอุกซอร์ดเซล ประจำวันที่ 4 ก.พ.  
2559  
การซื้อขายหุนผ่าน NVDR ประจำวัน  
ที่ 4 ก.พ. 2559

10 of 10



บริษัท สลับเปลี่ยนคน แม่น้ำไทย ห้ามนำเข้า ห้ามนำออก  
ทรีบิวเตอร์ ยอดขาย อันดับ 1 ของประเทศไทย

ชั้นเน็คฯ เปิดตัว



ເກມ ສົດຂາຍ ຈຳປະ 1 ຂອງປະເທດເທິງ

เชิญชวน ห่วงเพื่อสร้างแบบรุ่นต์ Trusted by Synnex ให้เข้มแข็งโดยเป็นจะใช้มาตรฐาน Mr.Synnex & The Gang บุคลากรจัดกิจกรรม 'Synnex Carnival' ที่วุ่นระทึก ห่วงเพิ่มความเชื่อมั่น แก่ผู้บริโภค ทั้งการให้ข้อมูลคำแนะนำในการเลือกซื้อสินค้า และการบริการหลังการขาย

เนื่องจากปีที่ผ่านมา ตั้ง

11-14 กุมภาพันธ์ 2559 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์อิมแพ็ค อย่างไรก็ได้ จีนเนิคฯ ยังคงมีภารกิจภารกิจ CSR เพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับที่จีนเนิคฯ ทำมาโดยตลอด เพราะเป็นหนึ่งในวิถีที่ศูนย์ของบริษัทฯ ในการเป็นองค์กรที่มุ่งเพิ่มคุณค่าให้กับสังคม โดย ล่าสุดเปิดงาน Trusted by Synnex Carnival ครั้งแรก ที่น่านาสุดคอหงส์ 6 ตัวมาแรงนำให้ผู้บริโภคได้รู้จัก และร่วมสนุก พัฒนา จัดกิจกรรม CSR ด้วยบริจาคชุดปกรณ์ไปที่เหลือใช้ ร่วมกับ BeTrend ณ ห้างสรรพสินค้าเซเว่นอลล์ บางกะปิ เพื่อให้เป็นสื่อการ เรียนการสอนให้นักเรียนอาชีวะในโครงการช่างนอกกรอบ

“จากสถิติในปีที่ผ่านมา พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง ทำให้จีนเนิคฯ เพิ่มความสำคัญให้กับการพัฒนาเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยมีทั้ง ส่วนของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การติดตามบริการหลังการขาย การันตีนานา รวมถึงการ อัพเดทกิจกรรมและโปรดีๆ ที่น่าสนใจ ผ่านทางโซเชียลมีเดียของจีนเนิคฯ อย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้น ยังได้สร้างสรรค์มาตรฐาน

เพื่อเป็นสัญลักษณ์และตัวแทนค้าน ต่างๆ ของบริษัทฯ ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงมากขึ้นอุดมด้วย จงใจดีการร่วมการตลาด Synnex Carnival ทั่วประเทศ เปิดตัว Mr.Synnex & The Gang และมันใจว่าจะบรรลุเป้าหมาย สามารถเป็นตัวแทนที่บิ๊วเตอร์ อันดับ 1 ของไทยต่อไปได้อย่างแน่นอน และก้าวเข้ามาเป็นอันดับหนึ่งในใจผู้บริโภค" ฉุธิดา กล่าว

ทั้งนี้ มาสคอต Mr.Synnex & The Gang มาจากผลงานการออกแบบของผู้ชนะเลิศในโครงการจัดประกวดภาพ การ์ตูน สัญลักษณ์ "Synnex Mascot Contest 2015" ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการใหญ่ของบริษัทฯ ที่สนับสนุนให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่เป็นนวัตกรรม นักศึกษา ระดับอุดมศึกษา (ปวส.-ปริญญาตรี) อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ได้นำเสนอไอเดียและผลงานจนเกิดเป็นมาสคอต ทั้ง 6 ตัว 6 สี ได้แก่

- Mr.Synnex (สีขาว) มาสดอตที่น่ารัก เป็นมิตร และยังเป็นผู้รู้รอบรู้ เชี่ยวชาญ ชำนาญด้านไอที เป็นหัวหน้าทีม The Gang เป็นตัวแทนซีนเนคฯ เพื่อถือกำรในทุกเรื่อง
  - ชีนชม (สีแดง) มาสดอตขาแคนช์ที่พั่อมจะสร้างความสุข สนุกสนาน ให้ทุกคนที่พบเห็น เป็นตัวแทนความรักและความใจใส่กับผู้บริโภค รวมถึงสร้างความสุขให้กับทุกคนในกิจกรรมต่างๆ ของซีนเนค
  - ชีนล้ม (สีลั่ม) มาสดอตที่มีนิสัยใส่ชื่อ จริงใจ พั่อมให้บริการ ขอบช่วยเหลือ และแนะนำรายละเอียดต่างๆ ให้กับทุกคน เป็นผู้ชำนาญเกี่ยวกับการบริการ และ เป็นทูตสันถวไม้ศรีในกลุ่มอินโดไน (กัมพูชา ลาว เมียนมา) อีกด้วย
  - ชีนบาน (สีเขียว) มาสดอตใจดี เป็นนักอนุรักษ์ และนักพัฒนาชั้นยอดที่ห่วงใย ใจดีสิ่งแวดล้อม และลังคอม โดยจะเป็นผู้ร่วมรณรงค์ในกิจกรรมชีเอถอร์ต่างๆ ของซีนเนคฯ
  - ชีคขอบ (สีฟ้า) มาสดอตตุคลาด ปราดเปรื่อง คล่องแคล่ว สื่อสารงานออนไลน์ และ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี เป็นผู้แนะนำด้านเทคโนโลยีและเทคโนโลยีต่างๆ
  - เชี่ยวชาญ (สีน้ำเงิน) มาสดอตฐานใหม่ ทันสมัย นำเทรนด์ เป็นผู้แนะนำสินค้าใหม่ๆ อัพเดทเทรนด์ และโปรโมชั่นให้กับผู้บริโภค

อีเมล์: chonnanart@irplus.in.th

บริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) หรือ SYNEEX ได้ให้ข้อมูลภายหลังเปิดตัวบูนาสคุณ Mr.Synnex & The Gang

- บริษัทฯคาดรายได้ไตรมาส 1/59 เติบโตจะไม่ถึง 8% เมื่อเทียบกับไตรมาส 1/58 ที่มีรายได้ 5.08 พันล้านบาท เนื่องจากยังไม่มีการรับรู้รายได้จากการขนาดใหญ่เมื่อนับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งจะต้องรอถ้วนว่าในช่วงปลายเดือน มี.ค. ว่าจะมีงานโครงการใหม่เข้ามาหรือไม่ โดยเฉพาะเหตุที่ไตรมาส 1 ที่เติบโตนั้นมากจากเพิ่มสินค้าใหม่ๆ และสูงค่า崖มีความต้องการซื้อสินค้าไปที่ต่างประเทศ

- สำหรับรายได้ปัจจุบันจะเป็นไปตามเป้าหมายที่ 2.3 หมื่นล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 58 ที่คาดว่าจะอยู่ที่ 2.1 หมื่นล้านบาท จากการอุดหนาดินค่าเทคโนโลยีทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยคาดว่าปีนี้จะมีรายได้ต่างประเทศอยู่ที่ 1 พันล้านบาท จากแผนการขยายธุรกิจไปยังประเทศแถบเพื่อนบ้าน





บลูชิพ แมกกาซีน with Chonnanart Trisarp and June Sarapee.

15 hrs ·

ขึ้นเนื้อค่า รุกหนักทุกตลาดใน-นอก  
เปิดตัวมาสคอต มิสซิสเทอร์ชินเน็ค แอนด์ เดอะแก๊งค์

ตอบคำถามดีสิทธิ์บีบีเตอร์ ยอดขาย อันดับ 1 ของประเทศไทย

ขึ้นเนื้อค่า ผู้นำธุรกิจไอทีของประเทศไทยเปิดกลยุทธ์ปี 59 ตั้งเป้ายอดขาย 2.3 หมื่นล้านบาท พร้อมรุกทุกตลาดทั้งในและต่างประเทศครอบคลุมลูกค้าทุกช่องทาง รวมถึงลูกค้าออนไลน์ และผ่านช่องทางการจ้างนายตัวแทนร้านค้าพันธมิตรที่แข็งแกร่ง ห่วงเพื่อสร้างแบรนด์ Trusted by Synnex ให้เข้มแข็งโดยปีนี้จะใช้มาสคอต Mr. Synnex & The Gang และการจัดกิจกรรม "Synnex Carnival" ทั่วประเทศ ห่วงเพิ่มความเชื่อถือ แก่ผู้บริโภค ทั้งการให้ข้อมูลค่าแนะนำก่อนการเลือกซื้อสินค้า และการบริการหลังการขาย นอกจากนี้ เดินหน้ารุกตลาดอินโดในนา หนุนรายได้ต่างประเทศ แตะ 1 พันลบ. "สธิชา มงคลสุธี" ชื่อโอหูญิงเก่ง เพย์ นอกจากเรื่องธุรกิจ ขึ้นเนื้อค่า ยังให้ความสำคัญกับสังคม และลีดเดลล์อ้ม ล่าสุดเปิดงาน Trusted by Synnex Carnival ครั้งแรก พร้อมจัดกิจกรรม CSR จุดรับบริจาค同胞ไปอีกหนึ่งจังหวัด เชียงใหม่ ให้กับ BeTrend ณ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปี เพื่อใช้เป็นลีดการเรียนการสอนให้นักเรียนอาชีวะในโครงการช่าง nokgrub

นางสาวสุธิดา มงคลสุธี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ขึ้นเนื้อค่า (ประเทศไทย)

จำกัด มหาชน ผู้นำ ในธุรกิจงานเข้าและจัดงานนายสินค้าเทคโนโลยีชั้นนำระดับโลก หลากหลายประเภท เปิดเผยฯ ภาพรวมบริษัทฯ ในปี 2559 มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ตั้งเป้าหมายยอดขายเป็น 2.3 หมื่นล้านบาทในปีนี้ จากการรุกตลาดสินค้าเทคโนโลยีทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยภาพรวมตลาดในประเทศไทย บริษัทฯ มองว่ามีโอกาสการเติบโตได้ ทั้งจากตลาดคอนซูเมอร์ในส่วนของสมาร์ทโฟน โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือและ DATA การสนับสนุน SME จากภาครัฐ และโปรโมชั่นต่างๆ จากผู้ผลิตที่เข้ามากระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น การสื่อสารประชาสัมพันธ์ บริษัทฯ ยังเน้นการตลาด บนโลกออนไลน์ และการใช้ช่องทางโซเชียลมีเดีย ที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในปีที่ผ่านมา พร้อมทั้งให้ความสำคัญ ในการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ผ่านการใช้มาสคอต Mr. Synnex & The Gang ที่เป็นตัวแทนภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร บริการ และช่องทางการจ้างนายของบริษัทฯ ที่มีอยู่ครอบคลุมกว่า 5,000 ตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ โดยในปัจจุบันขึ้นเนื้อค่า มีศูนย์บริการชั้นนำ 11 สาขา และ SYNTEX SERVICE PARTNER ที่ได้รับการแต่งตั้งจากขึ้นเนื้อค่า จำนวน 63 แห่งทั่วประเทศไทย เพื่อความสะดวกผู้ใช้บริการ รับซ่อมเปลี่ยนสินค้าภายในระยะเวลาสั้นๆ จำกัด จำกัดที่รับความนิยมมากเป็นต้น ตั้งแต่ปี 2557 ซึ่งบริษัทฯ ผู้นำ ไปที่ประเทศไทยเมียนمار, กัมพูชา, ลาว, โดยปัจจุบันนี้ ประเทศไทยเมียนมาร์เป็นตลาดหลัก ส่วนประเทศไทยเป็นตลาดที่นำเสนอจัดการสินค้าที่มียอดขายเติบโตสูงในปีที่ผ่านมา โดยตั้งเป้าหมายยอดขายต่างประเทศแตะ 1 พันล้านบาทภายในปีนี้

สำหรับกิจกรรมของขึ้นเนื้อค่า ในปีนี้ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายในการสร้างแบรนด์ Trusted by Synnex ให้มีความเข้มแข็งในใจของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ผ่านการใช้มาสคอต Mr. Synnex & The Gang โดยจะจัดกิจกรรมหลากหลาย เพื่อสร้างการรับรู้ และสร้างความเชื่อถือในแบรนด์สินค้าของขึ้นเนื้อค่า รวมทั้งเป็นการสร้างยอดขายให้กับผู้ผลิตสินค้าโดยตรงในกิจกรรม "Synnex Carnival" และจะนำมาสอดคล้องกับ "Thailand Mobile Expo 2016" วันที่ 11-14 กุมภาพันธ์ 2559 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ขึ้นเนื้อค่า ยังคงมีกิจกรรม CSR เพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับที่ขึ้นเนื้อค่า ทามา โดยตลอด เพราะเป็นหนึ่งในวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ในการเป็นองค์กรที่มุ่งเพิ่มคุณค่า ให้กับสังคม โดยลายสักเดินทาง Trusted by Synnex Carnival ครั้งแรก ที่นามา ลดอัตราเสียหาย 6 ตัวมาแนะนำให้ผู้บริโภคได้รู้จัก และร่วมสนับสนุนจัดกิจกรรม CSR จุดรับบริจาค同胞ไปอีกหนึ่งจังหวัด เชียงใหม่ ให้กับ BeTrend ณ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปี เพื่อใช้เป็นลีดการเรียนการสอนให้นักเรียนอาชีวะในโครงการช่าง nokgrub

"จากสักดิ์ในปีที่ผ่านมา พบว่า ช่องทางการจัดงานนายสินค้าออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง ทำให้ขึ้นเนื้อค่า เพิ่มความสำคัญให้กับการพัฒนาเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยมีหัวส่วนของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิตสินค้า ช่องทางการจัดงานนายสินค้า การติดตามบริการหลังการขาย การฟีดแบค รวมถึงการอัพเดทกิจกรรมและโปรโมชั่นต่างๆ ผ่านทางโซเชียลมีเดียของ ขึ้นเนื้อค่า อย่างต่อเนื่อง นอกเหนือนั้น ยังได้สร้างสรรค์มาสคอตขึ้นเพื่อเป็นสัญลักษณ์และตัวแทนด้านต่างๆ ของบริษัทฯ ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงมากขึ้นอีกด้วย จึงจัดกิจกรรมการตลาด Synnex Carnival ทั่วประเทศ เปิดตัว Mr. Synnex & The Gang และมันใจว่าจะบรรลุเป้าหมาย สามารถเป็นตัวแทนของประเทศไทย ให้กับผู้บริโภคได้รับความนิยมมากขึ้น ที่สำคัญเป็นตัวแทนของประเทศไทย ที่มีความสามารถในการจัดการและดำเนินการอย่างมืออาชีวะ"

ทั้งนี้ มาสคอต Mr. Synnex & The Gang มาจากผลงานการออกแบบของผู้ชนะเลิศในโครงการสัมภาระดีไซน์ "Synnex Mascot Contest 2015" ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการใหญ่ของบริษัทฯ ที่สนับสนุนให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่เป็นนิสิต นักศึกษา ระดับอุดมศึกษา (ปวส.-ปริญญาตรี) อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ได้นำเสนอไอเดียและผลงานงานจนเกิดเป็นมาสคอตทั้ง 6 ตัว 6 สี ได้แก่

- Mr. Synnex (สีขาว) มาสคอตที่น่ารัก เป็นมีตร แลงยังเป็นผู้รับรู้ เชี่ยวชาญ ช่างนาฏศิลป์ ไอที เป็นหัวหน้าทีม The Gang เป็นตัวแทนขึ้นเนื้อค่า เพื่อสื่อสารในทุกเรื่อง
- ขันชม (สีแดง) มาสคอตขาแคนช์ที่พร้อมจะสร้างความสุข สนุกสนาน ให้ทุกคนที่พบเห็น เป็นตัวแทนความรักและความใส่ใจกับผู้บริโภค รวมถึงสร้างความสุขให้กับทุกคนในกิจกรรมต่างๆ ของขึ้นเนื้อค่า
- ข่านาญ (สีล้วม) มาสคอตที่มีลักษณะเชือดเชื่อม ใจง่าย ใจดี พร้อมให้บริการ ขอบริการ และแนะนำรายละเอียดต่างๆ ให้กับทุกคน เป็นผู้ช่างนาฏศิลป์ เชี่ยวชาญการบริการ และ เป็นทุกสิ่งที่ต้องการในกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทฯ
- ขันบาน (สีเขียว) มาสคอตใจดี เป็นนักอนุรักษ์ และนักพัฒนาชั้นยอดที่ห่วงใย ใส่ใจลีดเดลล์อ้ม และลีดเดลล์ โดยจะเป็นผู้ร่วมรณรงค์ในกิจกรรมชีวอสوار์ต่างๆ ของขึ้นเนื้อค่า
- ขีดขอบ (สีฟ้า) มาสคอตสุดจลาจล ปราดเปรื่อง คล่องแคล่ว สื่อสารงานออนไลน์ และ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านเทคโนโลยี ที่มีความสามารถในการจัดการและดำเนินการอย่างมืออาชีวะ
- เชี่ยวชาญ (สีน้ำเงิน) มาสคอตรุ่นใหม่ ทันสมัย นำเทรนด์ เป็นผู้แนะนำสินค้าใหม่ๆ อัพเดทเทรนด์ และโปรโมชั่นให้กับผู้บริโภค

 SYNNEX

สุธิดา มงคลสุธี

Like Comment Share

June Sarapee likes this.



Write a comment...



ข่าวสารข้อมูล

-  เศรษฐกิจมหภาค 12
  -  ข่าวทั่วไป 19
  -  บริษัทจดทะเบียน 18
  -  แนวดวงธุรกิจ 22
  -  การตลาด 19
  -  อสังหาริมทรัพย์ 18
  -  เทคโนโลยี 7
  -  สุขภาพและความงาม
  -  ตลกข่าวขัน

## บทวิเคราะห์ภาวะตลาด

Trends & Turns : 05/02/2016

Market News Thailand  
05/02/2016

ASL Technical Section 05 Feb  
2016

The NEW Early Bird : 05/02/2016

ข่าวล่าสุด

- ▶ สรุปข่าวเศรษฐกิจ ประจำวันที่ 05 ก.พ. 2559
  - ▶ สรุปข่าวหน้า 1 ประจำวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2558
  - ▶ เมย4เดือนแรกปี59อสังหาฯทรงด้วยลุนเปิดตัวโครงการใหม่หลังหมดมาตรการรัฐ
  - ▶ หอส.โซช์ผลการดำเนินงานปี 2558 สามารถปล่อยสินเชื่อใหม่ได้ 157,447 ล้านบาท ยอดยืมกู้สินเชื่อนโยบายรัฐบาลเกือบ 25,000 ล้านบาทแล้ว!!!
  - ▶ 2กลุ่มฟันด์สนใจร่วมทุนธนาพัฒนาฯ จ่อขยายโครงการมากกว่าเท่าตัว



ชิ้นเน็คฯ ผู้นำธุรกิจไอทีของประเทศไทยเปิดกลยุทธ์ปี 59 ดึงเป้ายอดขาย 2.3 หมื่นล้านบาท พร้อมรุกทุกตลาดทั่วในและต่างประเทศครอบคลุมลูกค้าทุกช่องทาง รวมถึงลูกค้าออนไลน์ และผ่านช่องทางการจ่าหน่ายด้วยแพนร้านค้าพันธมิตรที่แข็งแกร่ง หวังเพื่อสร้างแบรนด์ Trusted by Synnex ให้เข้มแข็งโดยปีนี้จะใช้นำสคอด Mr. Synnex & The Gang และการจัดกิจกรรม “Synnex Carnival” ทั่วประเทศ หวังเพิ่มความเชื่อมั่น แก่ผู้บริโภค ทั้งการให้ข้อมูลค่าแนะนำก่อนการเลือกซื้อสินค้า และการบริการหลังการขาย นอกเหนือนี้ เดินหน้ารุกตลาดอิเล็กทรอนิกส์ หนุนรายได้ต่างประเทศแตะ 1 พันลบ. “สุธิดา มงคลสุธี” ชีวิโภทญิงเก่ง เผย นอกจากเรื่องธุรกิจ ชิ้นเน็คฯ ยังให้ความสำคัญกับสังคม และสิ่งแวดล้อม ล่าสุดเปิดงาน Trusted by Synnex Carnival ครั้งแรก พร้อมจัดกิจกรรม CSR จุดรับบริจาคอุปกรณ์ ไอทีเหลือใช้ร่วมกับ BeTrend และห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปิ เพื่อใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนให้นักเรียนอาชีวะในโครงการช่าง nokgrub

นางสาวสุธิดา มงคลสุธี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด มหาชน ผู้นำ ในธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าเทคโนโลยีชั้นนำระดับโลกหลากหลายประเภท เปิดเผยว่า ภาพรวมบริษัทฯ ในปี 2559 มีแนวโน้มเดิบโตอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ตั้งเป้าหมายยอดขายเป็น 2.3 หมื่นล้านบาทในปีนี้ จากการรุกตลาดสินค้าเทคโนโลยีทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยภาพรวมตลาดในประเทศ บริษัทฯ มองว่า ยังมีโอกาสการเติบโตได้ ทั้งจากการตลาดคอนซูเมอร์ในส่วนของสมาร์ทโฟน โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือจากต่างประเทศ ด้วยการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เช่น 4G, BIG DATA การสนับสนุน SME จากภาครัฐ และปัจจุบันต่างๆ จากรัฐบาลที่เข้ามาระดับต้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น การสื่อสารประชาสัมพันธ์ บริษัทฯ ยังเน้นการตลาดบนโลกออนไลน์ และการใช้โซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในปีที่ผ่านมา พร้อมทั้งให้ความสำคัญ ในการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ผ่านการใช้ช่องทาง Mr.Synnex & The Gang ที่เป็นตัวแทนภาคภูมิทั่วประเทศ ที่มีอยู่ครอบคลุมกว่า 5,000 ตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ โดยในปัจจุบันชินเน็คฯ มีศูนย์บริการชิ้นเน็คฯ 11 สาขา และ SYNNEX SERVICE PARTNER ที่ได้รับการแต่งตั้งจากชิ้นเน็คฯ จำนวน 63 แห่งทั่วประเทศ เพื่อความสะดวกผู้ใช้บริการ รับซ่อมเปลี่ยนสินค้าภายใต้การรับประกันจากชิ้นเน็คฯ

จากหนังสือฯ มองเห็นโอกาสทางธุรกิจในกลุ่มประเทศตะวันออกเฉียงใต้ ปี 2557 ของประเทศไทย ที่มีความต้องการซื้อขายสินค้าและบริการ กับพม่า, ลาว, โดยปัจจุบันมีประเทศเมียนมาร์เป็นตลาดหลัก ส่วนประเทศไทยกับพม่าเป็นตลาดที่น่าสนใจที่มียอดขายเติบโตที่สุดในปีที่ผ่านมา โดยตั้งเป้าหมายยอดขายต่างประเทศแตะ 1 พันล้านบาทภายในสิ้นปีนี้

พัฒนาการของชิ้นเดียว เป็นหนึ่งเดียวที่มีความเชี่ยวชาญในสินค้า Synnex ให้บริการโดย Synnex ให้ความเชี่ยวชาญในสินค้า

กุนภาพันธ์ 2559 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์อีกครั้ง อย่างไรก็ตี ชินเน็ค้า ยังคงมีกิจกรรม CSR เพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับที่ชินเน็ค้า ทำมาโดยตลอด เพราะเป็นหนึ่งในวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ในการเป็นองค์กรที่มุ่งเพิ่มคุณค่าให้กับสังคม โดยล่าสุดเปิดงาน Trusted by Synnex Carnival ครั้งแรก ที่นำมาสคอตทั้ง 6 ตัวมาแนะนำให้ผู้บริโภคได้รู้จัก และร่วมสนุก พร้อมจัดกิจกรรม CSR จุดรับบริจาค อุปกรณ์ไฮทेकใช้ร่วมกับ BeTrend ณ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปิ เพื่อใช้เป็น สื่อการเรียนการสอนให้นักเรียนอาชีวะในโครงการช่างนักกรอบ

“จากสกัดในบทผ่านมา พบว่า ช่องทางการจดจำหน้าย้อนกลับได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และตอบสนอง ทำให้เขียนเนื้อหา เพลง ความสำคัญให้กับการพัฒนาเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยมีทั้งส่วนของการให้ข้อมูล เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การติดตามบริการหลังการขาย การนัดหมาย รวมถึงการอัพเดทกิจกรรมและโปรดีโนขั้นต่างๆ ผ่านทางโซเชียลมีเดียของ ชินเน็คฯ อย่างต่อเนื่อง นอกเหนือไป ยังได้สร้างสรรค์นำเสนอสุดยอดขึ้นเพื่อเป็นสัญลักษณ์และตัวแทนด้านต่างๆ ของบริษัทฯ ใน การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงมากขึ้นอีกด้วย จึงจัดกิจกรรมการตลาด Synnex Carnival ทั่วประเทศ เปิดตัว Mr.Synnex & The Gang และมันใจว่าจะบรรลุเป้าหมาย สามารถเป็นตัวแทนอันดับ 1 ของไทยต่อไปได้อย่างแน่นอน และก้าวเข้ามาเป็นอันดับหนึ่ง ในใจผู้บริโภค” สธิดา กล่าว

ทั้งนี้ มาสคอต Mr.Synnex & The Gang มาจากผลงานการออกแบบของผู้ชนะเลิศในโครงการจัดประกวดภาพการ์ตูนสัญลักษณ์ “Synnex Mascot Contest 2015” ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการใหญ่ของบริษัทฯ ที่สนับสนุนให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่เป็นนิสิต นักศึกษา ระดับอุดมศึกษา (ปวส.-ปริญญาตรี) อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ได้นำเสนอไอเดียและผลงานจนเกิดเป็นมาสคอตทั้ง 6 ตัว 6 สี ได้แก่

- Mr.Synnex (สขว) นาสคอดท่านาริก เป็นมัตร และยังเป็นผู้รอบรู้ เชี่ยวชาญ ชำนาญด้านไอที เป็นหัวหน้าทีม The Gang เป็นตัวแทนชั้นนำค่า เพื่อสื่อสารในทุกเรื่อง
  - ขึ้นชั้น (สีแดง) นาสคอดขาดแคลนช์ที่พร้อมจะสร้างความสุข สนุกสนาน ให้ทุกคนที่พบเห็น เป็นตัวแทนความรักและความใส่ใจกับผู้บริโภค รวมถึงสร้างความสุขให้กับทุกคนในกิจกรรมต่างๆ ของชินเน็ค
  - ขำ naï (สีส้ม) นาสคอดที่มีนิสัยใส่ชื่อ จริงใจ พร้อมให้บริการ ขอบช่วยเหลือ และแนะนำรายละเอียดต่างๆ ให้กับทุกคน เป็นผู้ขำ naï เกี่ยวกับการบริการ และ เป็นหุดสันถวไม้ตรีในกลุ่มอินโดฯ ไซน่า (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ ) อีกด้วย
  - ขึ้นบาน (สีเขียว) นาสคอดใจดี เป็นนักอนุรักษ์ และนักพัฒนาขั้นยอดที่ห่วงใย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และสังคม โดยจะเป็นผู้ร่วมรณรงค์ใน กิจกรรมชีวอสوار์ต่างๆ ของชินเน็คฯ
  - ขิดขอบ (สีฟ้า) นาสคอดสุดจลัด ปราดเปรื่อง คล่องแคล่ว สื่อสารงานออนไลน์ และ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านเทคนิคต่างๆ เป็นผู้แนะนำด้าน เทคโนโลยีและเทคนิคต่างๆ

ค้นหา

ค้นหา

三

Q. 10

bizchannel

- ▶ เกี่ยวกับการบริการ และ เป็นทุตสันถวไม่ตรีในกลุ่มอินโดฯ ไซน่า (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ ) อีกด้วย
  - ▶ • ชื่นนาน (ลีเชีย) มาสคอตใจดี เป็นนักอนุรักษ์ และนักพัฒนาชั้นยอดที่ห่วงใย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และลังคม โดยจะเป็นผู้ร่วมรณรงค์ในกิจกรรมชีวอสوار์ต่างๆ ของชิ้นเน็คฯ
  - ▶ • ชิดขอบ (ลีฟ้า) มาสคอตสุดเจ้าดี ปราดเปรื่อง คล่องแคล่ว สื่อสารงานออนไลน์ และ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านเทคโนโลยีด้านเทคโนโลยีและเทคนิคต่างๆ
  - ▶ • เชี่ยวชาญ (ลีน้ำเงิน) มาสคอตรุ่นใหม่ ทันสมัย น่าเทรนด์ เป็นผู้แนะนำสินค้าใหม่ๆ อัพเดทเทรนด์ และโปรดีขึ้นให้กับผู้บริโภค





ชินเน็คฯ เปิดศักราชปีใหม่ รุกทุกตลาดในและต่างประเทศ พร้อมเปิดตัวมาสคอต มิสเตอร์ชินเน็ค แอนด์ เดอะแก๊งค์ ดันยอดขาย ตอกย้ำเป็นดิสทรีบิวเตอร์ ยอดขาย อันดับ 1 ของประเทศไทย

ข่าวประชาสัมพันธ์ การเงิน การธนาคาร วันพฤหัสบดีที่ ๔ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘ ๑๕:๓๗ น.

ขนาดตัวอักษร: **ใหญ่**    **กลาง**    **เล็ก**



ກຮງທນພູ--4 ອ.ພ.--TR PLUS

ชื่นเป็นค่า ผู้นำธุรกิจไอทีของประเทศไทยเปิดกลยุทธ์ปี 59 ตั้งเป้ายอดขาย 2.3 หมื่นล้านบาท หรือมุ่งเน้นการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยการร่วมมือกับพันธมิตรและผู้นำอุตสาหกรรมที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ สถานศึกษา โรงพยาบาล หน่วยงานภาครัฐ ฯลฯ ทั่วประเทศ รวมถึงต่างประเทศ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิ สิงคโปร์ อินเดีย จีน ญี่ปุ่น ฯลฯ ทั้งนี้ คาดว่า ยอดขายปี 59 จะเติบโต 10-15% ต่อปี ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

CSR จุดดับเบิลจัคอปกรณ์ “ไอทีเหล็ก” ใช้ร่วมกับ BeTrend ณ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปิ เพื่อใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนให้บังคับเรียนออนไลน์ในโครงการช่างนอนกรุณ



นางสาวสุธิดา มงคลลักษณ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทฯ ชี้เนื้อ (ประเทศไทย) จำกัด นพทาชร ผู้นำ ในธุรกิจนาฬิกาและจัดจ้าวป้ายสินค้าเทคโนโลยีขั้นนำระดับโลกหลากหลายประเภท เปิดเผยว่า ภาพรวมเศรษฐกิจฯ ในปี 2559 มีแนวโน้มเดินไปอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ดังเป้าหมายยอดขายเป็น 2.3 หมื่นล้านบาทในปีนี้ จากการรุกตลาดสินค้าเทคโนโลยีทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยภาพรวมตลาดในประเทศไทยเดินต่อได้ ทั้งจากการลดความชุมนุม ของว่าด้วยมีโอกาสการเติบโตได้ หรือในส่วนของสมาร์ทโฟน ได้แก่เพื่อโอกาสการลดตลาด องค์กรและ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เช่น 4G, BIG DATA กระแส SIME สาขาครั้งแรก และปรับโฉมขึ้นต่อๆ กัน ผู้ผลิตที่เข้ามากระตุ้นการใช้งานของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น การซื้อขายประชารัฐพันธ์ บริษัทฯ ยังคงมีการลด ขนาดโน๊ตบุ๊ค รวมไปถึง แท็บเล็ต ที่มีความสามารถที่สูงขึ้น ด้วยความสามารถที่สูงขึ้น

ร่วมกับทางโซลูชันผู้ผลิตเพื่อให้บริการโซลูชันที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ห้องแม่ข่าย ระบบเครือข่าย โซลูชันด้านพลังงาน โซลูชันด้านการจราจร โซลูชันด้านการแพทย์ โซลูชันด้านการศึกษา และโซลูชันด้านอุตสาหกรรม ฯลฯ ที่สามารถสนับสนุนความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากที่บริษัทฯ มองเห็นโอกาสทางธุรกิจในกลุ่มประเทศอื่นໃด้ไขป่าและเริ่มมาดังนี้แต่ ปี 2557 ซึ่งบริษัทฯ ฟังเป้าไปที่ประเทศไทย เมียนมาร์ กัมพูชา ลาว โดยปัจจุบันมีประเทศไทยเป็นตลาดหลัก ส่วนประเทศไทยกับพม่าเป็นตลาดที่นำเสนอจะมียอดขายเติบโตได้ในปีนี้ที่ผ่านมา โดยตั้งเป้าหมายยอดขายต่อประเทศแต่ละ 1 พันล้านบาทภายในสิ้นปีนี้

สำหรับกิจกรรมของชีนเนิคฯ ในปีนี้ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายในการสร้างแบรนด์ Trusted by Synnex ให้มีความเข้มแข็ง ในใจของผู้บริโภคมาถึงขั้น ผ่านการใช้มาสคอต Mr.Synnex & The Gang โดยจะจัดกิจกรรมหลากหลาย เพื่อสร้างการรับรู้ และสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์สินค้าของชีนเนิคฯ รวมทั้งเป็นการสร้างยอดขายให้กับผลิตภัณฑ์โดยตรงในกิจกรรม "Synnex Carnival" และจะนำมาสคอตทั้งหมดไปท่อง欢快รุ้งกันผู้บริโภคในงานใหญ่ประจำปีอย่าง Thailand Mobile Expo 2016 วันที่ 11-14 กุมภาพันธ์ 2559 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ชีนเนิคฯ ยังคงมีกิจกรรม CSR เพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับที่ชีนเนิคฯ ท่านามาโดยตลอด เพราะเป็นหนึ่งในรั้งทศนิยมบริษัทฯ ในการเป็นองค์กรที่มุ่งพัฒนาคุณภาพให้กับสังคม โดยมาสคอตเปิดงาน Trusted by Synnex Carnival ครั้งแรก ที่นำมาสคอตทั้ง 6 ตัวมาแนะนำให้ผู้บริโภคได้รู้จัก และหวังสนับสนุน พร้อมจัดกิจกรรม CSR จุดรับบริจาคกับปาร์ตี้ที่หล่อไว้ ร่วมกับ BeTrend ณ ห้างสรรพสินค้าเดอะวอล์ฟ บางกะปิ เพื่อให้เป็น สื่อการเรียนการสอนน่าสนใจเรื่องความทุ่มเทในธุรกิจของชีนเนิคฯ

# The requested URL could not be retrieved

While trying to retrieve the URL:  
<http://widgetserver.amazon.com/inv>

The following error was encountered:

**Unable to determine IP address from host name**

หัวข้อข่าวยอดนิยม

กรมสรรพากร ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย  
ธนาคารออมสิน ไปรษณีย์ไทย การบินไทย ธนาคาร  
กสิกรไทย hotmai เพียงวิช jobbkk ธนาคารไทย  
พานิชย์ ดาวน้ำ ดีแทค ไทยพาณิชย์ แอลซี  
เมจิโอร์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ 12car กรุงไทย  
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา กระทรวงสาธารณสุข การไฟฟ้า  
แห่งประเทศไทย มิตซูบิชิ เมืองทอง ธนาคาร  
ทหารไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้มชัง<sup>ช</sup>  
มาบตา พันทกอล ธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวง  
พาณิชย์ สถาบันประเทศไทย ปตท ช้อส บี๊กซี กรม  
อุด กรมศลากการ แม็คโคร ธนาคารกรุงศรี  
กรุงเทพฯ วันเดียว

เป็นตัวแทนประเทศไทยอันดับ 1 ของไทยต่อไปได้อย่างแน่นอน และก้าวเข้ามาเป็นอันดับหนึ่งในใจผู้บริโภค" สุริตา กล่าว

ทั้งนี้ มาสคอต Mr.Synnex & The Gang มาจากผลงานการออกแบบของผู้ชั้นนำเลือดในโครงการจัดประกวดภาพการ์ตูน สัญลักษณ์ " Synnex Mascot Contest 2015" ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการใหญ่ของบริษัทฯ ที่สนับสนุนให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่เป็นนิสิต นักศึกษา ระดับอุดมศึกษา (ปวส.-ปวช.) อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ได้นำเสนอไอเดียและผลงานงานจนเกิดเป็นมาสคอตทั้ง 6 ตัว 6 สี ได้แก่

- Mr.Synnex (สีขาว) มาสคอตตัวแรก เป็นมิตร และยังเป็นผู้รอบรู้ เชี่ยวชาญ ชำนาญด้านไอที เป็นหัวหน้าทีม The Gang เป็นตัวแทนชื่นเนื้อๆ เพื่อสื่อสารในทุกเรื่อง
- ชื่นชม (สีแดง) มาสคอตข้าวเดนซ์ที่พร้อมจะสร้างความสุข สนุกสนาน ให้ทุกคนที่พบเห็น เป็นตัวแทนความรักและความใส่ใจกับผู้บริโภค รวมถึงสร้างความสุขให้กับทุกคนในกิจกรรมต่างๆ ของชื่นเนื้อ
- ชานายุ (สีฟ้า) มาสคอตที่มีนิสัยใส่ชื่อ จริงใจ พร้อมให้บริการ ชอบช่วยเหลือ และแนะนำรายละเอียดต่างๆ ให้กับทุกคน เป็นผู้ช่วยที่เกี่ยวกับการบริการ และ เป็นทุตสันต์ในกลุ่มอินโนไซป์ (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์) อีกด้วย
- ชื่นนาน (สีเขียว) มาสคอตใจดี เป็นนักอนุรักษ์ และนักพัฒนาชั้นยอดที่ห่วงใย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และสังคม โดยจะเป็นผู้ร่วมรณรงค์ในกิจกรรมเชือสوار์ต่างๆ ของชื่นเนื้อฯ
- เชี่ยวชาญ (สีน้ำเงิน) มาสคอตตุ่นใหม่ ทันสมัย นำเทรนด์ เป็นผู้แนะนำสินค้าใหม่ๆ อัปเดตเทรนด์ และโปรดโน้มั่นให้กับผู้บริโภค

ขนาดตัวอักษร: [ใหญ่](#) [กลาง](#) [เล็ก](#)

[Share](#) 0  [Like](#) 0  [Tweet](#)

ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง

#### อมรเปชชิพ มอบเงินช่วยเหลือเพื่อสมทบทวนช่วยผู้ประสบภัยจากคลื่นยักษ์สึนามิ

กรุงเทพฯ--17 ม.ค.--ในเนอร์ บริษัท ออมรเปชชิพ (ประเทศไทย) ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องล้างอางลางเจ พลิตภัณฑ์ป่างุ้นชั้นนำของเกาหลีซึ่งเพิ่งเข้าสู่ประเทศไทยเมื่อปลายปี 2547 ที่ผ่านมา นำโดยมิสเตอร์ แจ้ง วุ ลี Vice President International Division มอบเงินช่วย...

#### กระทรวงการต่างประเทศขอเชิญท้าช้า พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนินในที่ที่ พระราชทานรางวัลสมเด็จเจ้าฟ้าฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ประจำปี 2546

วันพุธที่ 29 มกราคม 2547 เวลา 17.30 น. พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เสด็จพระราชดำเนินในพิธีพระราชทาน รางวัลสมเด็จเจ้าฟ้าฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ประจำปี พ.ศ.2546 ณ พระที่นั่งจักรีมหาปราสาท ด้วยรายละเอียดการตั้งแต่ง Thursday 29th January 2004 17.30 hrs. His Majesty the Ki...

#### เนคเทค ขอเชิญสื่อมวลชนร่วมงานแถลงข่าวการเป็นสัญญาความร่วมมือ IT for Agriculture Forum

เนื่องจากศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) จัดแถลงข่าว การเชื่อมั่นความร่วมมือ IT for Agriculture Forum ในวันศุกร์ที่ 31 มกราคม 2546 เวลา 09.30 น. - 12.00 น. ห้องประชุม 106 เนคเทค อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย \*\* หมายเหตุ ทางศูนย์ฯ...

หัวข้อข่าวที่เกี่ยวข้อง

[ต่างประเทศ](#) [ประเทศไทย](#) [การจราحت%](#) [พันธมิตร](#) [ชื่นเนื้อฯ](#) [มิสเตอร์](#) [ออนไลน์](#) [พันธมิตร](#) [ชื่นเน็ค](#) [ร้านค้า](#)



สำหรับกิจกรรมของชินเนค้า ในปีนี้ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายในการสร้างแบรนด์ Trusted by Synnex ให้มีความเข้มแข็งในใจของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ผ่านการใช้มาสคอต Mr.Synnex & The Gang โดยจะจัดกิจกรรมหลากหลาย เช่น การรับแขกรับเชิญ แล้วสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์สินค้าของชินเนค้า รวมทั้งเป็นการสร้างยอดขายให้กับผลิตภัณฑ์โดยตรงในกิจกรรม "Synnex Carnival" และจะนำมาสคอตทั้งหมดไปทำความรู้จักกับผู้บริโภคในงานใหญ่ประจำปีอย่าง Thailand Mobile Expo 2016 วันที่ 11-14 กุมภาพันธ์ 2559 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ชินเนค้า ยังคงมีกิจกรรม CSR เพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เช่น เนรมิตห้องเรียนใหม่ ห้องน้ำโดยตลอด เพื่อรองรับเด็กๆ ในวัยหัดเดิน ในการเป็นองค์กรที่มุ่งเพิ่มคุณค่าให้กับสังคม โดยล่าสุด เปิดงาน Trusted by Synnex Carnival ครั้งแรก ที่นำเสนอสคอตทั้ง 6 ตัวมาแนะนำให้ผู้บริโภคได้รู้จักและร่วมสนุก พร้อมจัดกิจกรรม CSR จุดรับบริจาคอุปกรณ์ไฮเทคให้เหลือใช้ ร่วมกับ BeTrend กล ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปิ เพื่อให้มีส่วนร่วมในการเรียกการสื่อสารให้นักเรียนฯ ร่วมใจในโครงการช่างแออกรอบ

"จากสก็อตในปีที่ผ่านมา พนักงาน ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง ทำให้ชินเนค้า เพิ่มความสำคัญให้กับการพัฒนาเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยนี่ทั้งส่วนของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ของทางการจัดจำหน่าย การติดตามบริการหลังการขาย การพัฒนา รวมถึงการอัพเดทกิจกรรมและโปรดีโน่ขั้นต่างๆ ผ่านทางโซเชียลมีเดียของชินเนค้า อย่างต่อเนื่อง นอกเหนือนั้น ยังได้สร้างสรรค์มาสคอต ชื่นเพื่อเป็นสัญลักษณ์และตัวแทนค่านั้นๆ ของบริษัทฯ ในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงมากขึ้น อีกด้วย จึงจัดกิจกรรมการตลาด Synnex Carnival ทั่วประเทศ เปิดตัว Mr.Synnex & The Gang และมั่นใจว่าจะบรรลุเป้าหมาย สามารถเป็นตัวแทนของประเทศไทยต่อไปได้อย่างแน่นอน และ ก้าวเข้ามายังอันดับหนึ่งในใจผู้บริโภค" คุณสุธิดา กล่าว



ทั้งนี้ มาสคอต Mr.Synnex & The Gang มาจากผลงานการออกแบบของผู้ชนะเลิศในโครงการจัดประกวดภาพการ์ตูนลักษณะ "Synnex Mascot Contest 2015" ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการใหญ่ของบริษัทฯ ที่สนับสนุนให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่เป็นนิสิต นักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา (ปวส.-ปริญญาตรี) อายุระหว่าง 18 – 25 ปี ได้นำเสนอไอเดียและผลงาน จนเกิดเป็นมาสคอตทั้ง 6 ตัว 6 สี ได้แก่

- Mr.Synnex (สีขาว) มาสคอตที่มีร่าง เป็นนิตร แล้วยังเป็นผู้รอบรู้ เชี่ยวชาญ ชำนาญด้านไอที เป็นหัวหน้าทีม The Gang เป็นตัวแทนทีมชินเนค้า เพื่อสื่อสารในทุกเรื่อง
- ชินชิม (สีแดง) มาสคอตขนาดน้อยที่พกพาไว้และสร้างความสุข สนุกสนาน ให้ทุกคนที่พบเห็น เป็นตัวแทนความรักและความใส่ใจกับผู้บริโภค รวมถึงสร้างความสุขให้กับทุกคนในกิจกรรมต่างๆ ของชินเนค้า
- ชานาญ (สีส้ม) มาสคอตที่มีนิ้วสีส้มใส่ขึ้น จริงใจ พร้อมให้บริการ ชอบช่วยเหลือ และแนะนำภาระ ลักษณะเด่น ให้กับทุกคน เป็นผู้ช้านาญเกี่ยวกับการบริการ และ เป็นทุกสิ่งที่ต้องการในกลุ่มอินโน๊ท ไชนา (กุ้งเผา ลาวา เมี่ยมมาร์ ) อีกด้วย
- ชินนาน (สีเขียว) มาสคอตใจดี เป็นนักกอบกู้รักษ์ และนักพัฒนาชั้นยอดที่ห่วงใย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และสังคม โดยจะเป็นผู้ร่วมรถบรรทุกในกิจกรรมชีวสوار์ต่างๆ ของชินเนค้า
- ชิดชอบ (สีฟ้า) มาสคอตสดจลาจล บราเดอร์เพรีอง คล่องแคล่ว สื่อสารงานออนไลน์ และ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและเทคโนโลยีต่างๆ
- เชี่ยวชาญ (สีน้ำเงิน) มาสคอตตุนใหม่ ทันสมัย นำเทรนด์ เป็นผู้แนะนำสินค้าใหม่ๆ อัพเดทเทรนด์ และไปรับไม้薪ให้กับผู้บริโภค

ชินเน็คฯ เปิดศักราชปีใหม่ รุกทุกตลาดในและต่างประเทศ พร้อมเปิดตัวมาสคอต มิสเดอร์ชินเน็ค แอนด์ เดอะเกิ๊งค์ ดันยอดขาย ตอกย้ำเป็นดิสทรีบิวเตอร์ ยอดขาย อันดับ 1 ของประเทศไทย

ข่าวข่าวประชาสัมพันธ์ กิจกรรม เกี่ยวกับการเงิน การธนาคาร Thursday February 4, 2016 15:37

กรุงเทพฯ--4 ก.พ.--IR PLUS



ชั้นเน็คฯ ผู้นำธุรกิจไอทีของประเทศไทยเปิดกลยุทธ์ปี 59 ตั้งเป้ายอดขาย 2.3 หมื่นล้านบาท พัฒนารากฐานผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศครอบคลุมอุปกรณ์ทางการแพทย์ รวมถึงสุกี้ค่าออนไลน์และฝ่ายช่องทางการจ้างเหมาด้วยตัวแทนร้านค้าพันธมิตรที่แข็งแกร่ง หวังเพิ่มสร้างแบรนด์ Trusted by Synnex ในเชิงแข่งขันระดับนานาชาติ Mr. Synnex & The Gang และการจัดกิจกรรม "Synnex Carnival" ทั่วประเทศ หวังเพิ่มความเชื่อถือ แก่ผู้บริโภค หันการให้ข้อมูลคำแนะนำก่อนการเลือกซื้อลินค์ค่า และการบริการหลังการขาย นอกเหนือจากนี้ เดินหน้ารุกตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ใหญ่รายได้ต่างประเทศแตะ 1 พันลบ. "ศรีดา มงคลสุรี" ชี้วิวัฒนาการยุ่งเก่ง เพย์ นอกจากการเรืองธุรกิจ ชั้นเน็คฯ ยังให้ความสำคัญกับลูกค้า และลิ้งแวดล้อม

ล่าสุดเปิดงาน Trusted by Synnex Carnival ครั้งแรก พันธมิตรกิจกรรม CSR จัดรับบริจาดอุปกรณ์โน้ตบุ๊คให้เหลือใช้ร่วมกับ BeTrend ณ ห้องสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปิ เพื่อใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนให้แก่เด็กๆ จำนวนมากภายในโครงการช่างนักกรอบ

นางสาวสุธิดา มงคลสุธิ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด มหาชน ผู้นำ ในธุรกิจปานเข้าและออก สำนักงานใหญ่สินค้าเทคโนโลยีชั้นนำของประเทศไทย เปิดเผยว่า ภาพรวมบริษัทฯ ในปี 2559 มีแนวโน้มเดิมๆ อย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ดึงเป้าหมายยอดขายเป็น 2.3 หมื่นล้านบาทในปีนี้ จากการรุกตลาดสินค้าเทคโนโลยีทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยภาพรวมตลาดในประเทศไทย บริษัทฯ มองว่ายังมีโอกาสการเติบโตได้ ทั้งจากการตลาดออนไลน์ที่มีการแข่งขันสูง แต่ก็มีความต้องการสินค้าที่หลากหลาย เช่น สมาร์ทโฟน โดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือที่มีความสามารถรองรับการใช้งานในหลากหลายสถานการณ์ เช่น 4G, BIG DATA การสั่งซื้อสินค้า SME จากภาคครัว และโปรดิวชั่นต่างๆ จากผู้ผลิตที่เข้ามากระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น การล็อกสินค้า ประชารัตน์ บริษัทฯ ยังเน้นการตลาด บนโลกออนไลน์ และการใช้โซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในปีที่ผ่านมา พร้อมทั้งให้ความสำคัญ ในการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ผ่านการใช้มาสคอต Mr.Synnex & The Gang ที่เป็นตัวแทนภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร บริการ และช่องทางการจำหน่ายของบริษัทฯ ที่มีอยู่ครบคลุมกว่า 5,000 ตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ โดยในปีนี้จะเปิดสาขาใหม่ๆ มีศูนย์บริการชิ้นเดียว 11 สาขา และ SYNNEK SERVICE PARTNER ที่ได้รับการแต่งตั้งจากชิ้นเดียว จำนวน 63 แห่งทั่วประเทศ เพื่อความสะดวกผู้ใช้บริการ รับซ่อมเปลี่ยนสินค้าภายใต้การรับประกันจากชิ้นเดียว

จากที่บริษัทฯ มองเห็นโอกาสทางธุรกิจในกลุ่มประเทศอินโดฯ ที่น่าจะเริ่มน่าตั้งแต่ปี 2557 ซึ่งบริษัทฯ ทุ่มงบไปที่ประเทศไทยเนื่องมาการ์, กัมพูชา, ลาว, โดยปัจจุบันมีประเทศไทยเป็นตลาดหลัก ส่วนประเทศไทยกัมพูชาเป็นตลาดที่น่าสนใจที่มียอดขายเติบโตที่สุดในปีที่ผ่านมา โดยตั้งเป้าหมายยอดขายต่างประเทศแตะ 1 พันล้านบาทภายในปีนี้

สำหรับกิจกรรมของชินเน็ค้า ในปีนี้ เพื่อให้บรรลุความเป้าหมายในการสร้างแบรนด์ Trusted by Synnex ให้มีความเข้มแข็งในใจของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ผ่านการใช้มาสคอต Mr.Synnex & The Gang โดยจะจัดกิจกรรมหลากหลาย เพื่อสร้างการรับรู้ และสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ลิสต์ค่ายของชินเน็ค้า รวมทั้งเป็นการสร้างยอดขายให้กับผลิตภัณฑ์โดยตรงในกิจกรรม "Synnex Carnival" และจะนำมาสคอตทั้งหมดไปทำความรู้สึกกับผู้บริโภคในงานใหญ่ประจำปีอย่าง Thailand Mobile Expo 2016 วันที่ 11-14 กุมภาพันธ์ 2559 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์อีกครั้ง อย่างไรก็ต้องชินเน็ค้า ยังคงมีกิจกรรม CSR เพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับที่ชินเน็ค้า ทามาโดยตลอด เพราะเป็นหนึ่งในวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ ใน การเป็นองค์กรที่มุ่งเพิ่มคุณค่าให้กับสังคม โดยถ้าสุดเปิดงาน Trusted by Synnex Carnival ครั้งแรก ที่มา มาสคอตทั้ง 6 ตัวมาแนะนำให้ผู้บริโภคได้รู้จัก และร่วมสนุก พิชิตจุดกิจกรรม CSR จุดรับบริจาคอุปกรณ์ไม่ทิ้งไว้ ร่วมกับ BeTrend ณ ห้างสรรพสินค้าเต�藏อลล์ บางกะปิ เพื่อใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนให้นักเรียนอาชีวะในโครงการช่างนอกกรอบ

"จากสกัดในปีที่ผ่านมา พนวฯ ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง ทำให้ชื่อนี้เด็ด เน้นความสำคัญให้กับการพัฒนาเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยมีทั้งล้วนของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การติดตามบริการหลังการขาย การันตีหมาย รวมถึง การชัพเตาที่กิจกรรมและโปรดิวชั่นต่างๆ ผ่านทางโซเชียลมีเดียของ ชื่อนี้เด็ด อย่างต่อเนื่อง นอกจากร้านนี้ ยังได้สร้างสรรค์ มาสคอตชื่อเพื่อเป็นสัญลักษณ์และตัวแทนด้านต่างๆ ของบริษัทฯ ใน การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงมากขึ้นอีกด้วย จึงจัด กิจกรรมการตลาด Synnex Carnival ทั่วประเทศ เปิดตัว Mr.Synnex & The Gang และมีน้ำใจว่าจะบรรลุเป้าหมาย สำ นารถเป็นสิทธิ์บัวเตอร์ชั่วนิรันดร์ 1 ของไทยต่อไปได้อย่างแน่นอน และก้าวเข้ามายืนเป็นอันดับหนึ่งในใจผู้บริโภค" สุจิตา กล่าว

ทั้งนี้ นาสคอด Mr.Synnex & The Gang มาจากผลงานการออกแบบของคุณหนุ่มเดicideในโครงการจัดประกวดภาพการ์ตูนสัญลักษณ์ " Synnex Mascot Contest 2015" ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการใหญ่ของบริษัทฯ ที่สืบสานให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่เป็นนิสิต นักศึกษา ระดับอุดมศึกษา (ปวส.-ปริญญาตรี) อายุระหว่าง 18 - 25 ปี ได้นำเสนอไอเดียและผลงานงานจนเกิดเป็นมาสคอตทั้ง 6 ตัว 6 สี ได้แก่

- Mr.Synnex (ลีข้าว) นาสคอดที่นำราก เป็นนิตร และยังเป็นผู้ร่วมรัฐ เขียวชาญ ขานาณุดำเนินใจที่ เป็นหัวหน้าทีม The Gang เป็นตัวแทนชิ้นเน็คฯ เพื่อสื่อสารในทุกเรื่อง
  - ขีนหมุน (ลีเด้ง) นาสคอดขาดแคลนซึ่งที่พร้อมจะสร้างความสุข สุกสนาน ให้กับคนที่พบรั้น เป็นตัวแทนความรักและความใส่ใจกับผู้บริโภค รวมถึงสร้างความสุขให้กับทุกคนในกิจกรรมต่างๆ ของชิ้นเน็ค
  - ข่านาณุ (ลีสั่น) นาสคอดที่ภูมิสัยสีซื้อ จริงใจ พร้อมให้บริการ ขอบช่วยเหลือ และแนะนำรายละเอียดต่างๆ ให้กับทุกคน เป็นผู้ข่านาณุเกี่ยวกับการบริการ และ เป็นทุกด้านรวมใจรักในกลุ่มอินโดไชน่า (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์) อีกด้วย
  - ขีนเบานา (ลีเขี้ยว) นาสคอดใจดี เป็นนักอุบลรุกษ และนักฟิกเกอร์ชิ้นยอดที่ห่วงใย ใส่ใจสังเวยล้วน และสังคม โดยจะเป็นผู้ร่วมแรงร่วมใจในกิจกรรมชิ้นเน็คฯ ต่างๆ ของชิ้นเน็คฯ
  - ขิดขอบ (ลีฟ้า) นาสคอดสุดฉลาด ปราดเปรื่อง คล่องแคล่ว สื่อสารงานออนไลน์ และ เป็นผู้เขียวชาญ ด้านเทคโนโลยี เป็นผู้แนะนำด้านเทคโนโลยีและเทคโนโลยีต่างๆ
  - เขียวชาญ (ลีน้ำเงิน) นาสคอดรุ่นใหม่ ทันสมัย น่าเทรนด์ เป็นผู้แนะนำสินค้าใหม่ๆ อัพเดทเทรนด์ และโปรดโน้มชันให้กับผู้บริโภค

## ข่าวประชาสัมพันธ์การเงิน/หลักทรัพย์



ชีนเนิค้า เปิดศักราชปีใหม่ รุกทุกตลาดในและต่างประเทศ พร้อมเปิดด้วยสุดยอด มีสเตอร์ชีน น้ำมัน แอนด์ เดอะเก็งค์ ดันยอดขาย ตอกย้ำเป็นดิสทริบิวเตอร์ ยอดขาย อันดับ 1 ของประเทศไทย



0

IR PLUS — 4 กุมภาพันธ์ 2559 15:37



BeTrend ณ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปิ เพื่อใช้เป็นจุดในการเรียนการสอนให้นักเรียนอาชีวะในโครงการช่าง nokkrab

จากที่บริษัทฯ มองเห็นโอกาสทางธุรกิจในกลุ่มประเทศอื่นโดยใช้เวลาและเริ่มมาตั้งแต่ปี 2557 ซึ่งบริษัทฯ ฟังเป้าไปที่ประเทศเมียนมาร์ กัมพูชา ลาว โดยปัจจุบันมีประเทศไทยเป็นตลาดหลัก ส่วนประเทศกัมพูชาเป็นตลาดที่นำเสนอสินค้าและบริการต่อไป

"จากลสติ์ในปีที่ผ่านมา พบร้า ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และส่อไปถึง ทำให้ชื่นเม็ดฯ เพิ่มความสำคัญให้กับการพัฒนาเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย ให้ด้วยความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยมีทั้งส่วนของ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ของทางการจัดจำหน่าย การติดตามบริการหลังการขาย การันตีรายรุ่น ถึงการอัปเดตเกี่ยวกับรวมและโปรโมชั่นต่างๆ ฝ่ายทากาโซเชียลมีเดียของ ชื่นเม็ดฯ อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังได้สร้างสรรค์ มาสคอตชื่นเพื่อเป็นสัญลักษณ์และตัวแทนตัวตน ของบริษัทฯ ใน การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงมากขึ้นอีกด้วย จึงจัด กิจกรรมการตลาด Synnex Carnival ทั่วประเทศ เปิดตัว Mr.Synnex & The Gang และมีนิจวัฒนธรรมเป้าหมาย สามารถ เป็นศิริภูมิเดอร์อันดับ 1 ของไทยต่อไป" ถือว่าเป็นอันดับหนึ่งในใจผู้บริโภค" สุดี ก่าส์

ห้องนี้ มาสคอต Mr.Synnex & The Gang ค้างคาวการอุบัติใหม่ของสู่ชีวันเลิศในโครงการจัดประกวดภาพการ์ตูนสัญลักษณ์ " Synnex Mascot Contest 2015 " ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการใหญ่ของบริษัทฯ ที่สนับสนุนให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่เป็นนิสิต นักศึกษา ระดับอุดมศึกษา (ปวส.-นิญญาญาติ) อายุระหว่าง 18 - 25 ปี ได้นำเสนอไอเดียและผลงานจนเกิดเป็นมาสคอตทั้ง 6 ตัว 6 สี ได้แก่

• Mr.Syntex (สินเจ้า) มาสคอดที่บ้านเรา เป็นมิตร และยังเป็นผู้รอบรู้ เชี่ยวชาญ ขานานุญาติ ไอที เป็นหัวหน้าทีม The Gang เป็นต้นแทนชื่อนี้ด้วย เพื่อสื่อสารในทุกเรื่อง

- ชื่นชม (สีแดง) มาสค์ขอขาดแคลนที่พร้อมจะสร้างความสุข สนุกสนาน ให้ทุกคนที่พบเห็น เป็นตัวแทนความรักและความใส่ใจกับมนุษย์โดย รวมถึงสร้างความสนใจให้กับทุกคนในจิตกรรมต่างๆ ของชีวินิเวศ

ຝາກຂ່າວປະຈາສັນພັບຮູ້

ข่าวล่าสุด

- ชื่นดัน ย่างค่าย และโปรดลั่น สตานการณ์ บีโกคลาสสิคเมูล 4G
  - Movie Guide: สัมผัสนากหอยลายความรัก ใน “ลูกทุ่งขึ้นเนื้อเรื่อง” อบอุ่นหัวใจ 哗เลนไทน์นี้
  - พีดีแอลกงข่าวการรับความช่วยเหลือระหว่าง รัฐบาลไทย ธนาคารพัฒนาเอเชีย และสตาน เอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย
  - ข่าวชุมชน: ใหม่ ดาวิกา ชวนโบซ์ท่าຍາ บอก รักแข็งๆ ใน 哗เลนไทน์
  - “ลลิล พร็อพเพอร์ตี้” ออกบูธ โครงการคุณภาพ บน 3 ทำเลศักยภาพโซนตะวันตก

- ช่างขาย (สีลม) มาสคอตที่มีนิสัยใส่ชื่อ จริงใจ พร้อมให้บริการ ขอบช่วยเหลือ และแนะนำรายละเอียดต่างๆ ให้กับทุกคน เป็นอย่างมากเกี่ยวกับการบริการ และ เป็นบุคลากรในกลุ่มอินไดไซต์ (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ ) อีกด้วย
- ชีนนาน (สีเขียว) มาสคอตใจดี เป็นนักอนุรักษ์ และนักพัฒนาชั้นยอดที่ห่วงใย ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และสังคม โดยจะเป็นผู้ช่วยรณรงค์ในกิจกรรมชีวอสوار์ต่างๆ ของชีนเน็คฯ
- ชิดชอบ (สีฟ้า) มาสคอตสดชื่น ปราดเปรื่อง คล่องแคล่ว สื่อสารงานออนไลน์ และ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านเทคโนโลยีและเทคนิคต่างๆ เป็นผู้แนะนำด้านเทคโนโลยีและเทคนิคต่างๆ
- เชี่ยวชาญ (สีน้ำเงิน) มาสคอตรุนใหม่ ทันสมัย นำเทรนด์ เป็นผู้แนะนำลินค์ใหม่ๆ อัปเดตเทรนด์ และโปรดิวชั่นใหม่ กับผู้บริโภค

ข่าวขึ้นนี้เผยแพร่โดย Thai PR  
ค่าค่านิยม: **SYNEX**, ชีนเน็คฯ

 Tweet  0

[ข่าวประชาสัมพันธ์](#) [ปฏิทินข่าว](#) [ข้อตกลงการใช้บริการ](#) [ติดต่อบริษัทอินโฟเดเวสท์](#)

Copyright (c) 2007 - 2016, InfoQuest Limited. All Rights Reserved. Legal Notice. (0.086s 49.177)

