

Assumption University
Public Relations Department
Press Clipping

Date : December 24, 2012

Media Title : Leader Time Magazine

Page : No.99-103

“อาสา หัซลิฟฮา” ผู้บริหารหนุ่ม มาดดี วัย 26 ปี หลังเรียนจบไฮสคูล จากประเทศนิวซีแลนด์ ก็ได้กลับมา ศึกษาต่อที่เมืองไทยในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอแบค สาขาวิทยาศาสตร์ พร้อมกับ กับเดินหน้าเก็บเกี่ยวประสบการณ์ วิชาความรู้มาหล่อหลอมสานต่อความ แข็งแกร่งให้กับธุรกิจครอบครัวทันที และด้วยเป็นคนรุ่นใหม่ไฟแรง หัวคิด ทันสมัย จึงได้รับมอบหมายให้เป็น ผู้ควบคุมช่องทางการสื่อสารใหม่ ของ จอย แอนด์ คอยน์ นั่นก็คือ ช่องเคเบิลทีวี

ภายใต้ชื่อ สถานี JCTV เพื่อให้เข้าไป ครองใจของผู้บริโภคที่กำลังมองหาทาง เลือกใหม่ของคนเคเบิลทีวี พร้อมกับ การพัฒนาสร้างคุณค่าในตัวเองให้คนอื่น ได้มองเห็น “หลังจากที่ผมเรียนจบ ผมใช้ เวลา 1-2 ปีในการติดตามคุณพ่อเพื่อศึกษา ธุรกิจของครอบครัวหรือธุรกิจขายตรง โมเดิร์นเทรด จอย แอนด์ คอยน์ ทั่วประเทศ ซึ่งแรกเริ่มผมยอมรับว่าไม่ได้ให้ความสนใจ ธุรกิจมากนัก เพราะอยากทำในสิ่งที่ตนเอง ถนัดมากกว่า แต่หลังจากได้เข้าไปคลุกคลี นานวัน ทำให้ผมได้ค้นพบตัวเองว่าเป็น คนชอบพูด ชอบคุยกับคนทั่วไป ชอบศึกษานิสัยคน และธุรกิจที่ทำอยู่ ก็สามารถตอบสนองความต้องการของผม ไปพร้อมๆ กับการพัฒนาชีวิตใหม่ ของ สมาชิกเพื่อให้ทุกคนได้มีชีวิตใหม่ที่ดีไป กับธุรกิจเรา ซึ่งคุณพ่อได้ชี้แนะให้เห็นว่า สิ่งที่เราทุ่มเทไปนั้น ภายใต้นวัตกรรมใหม่ ที่เกิดขึ้นของระบบต่างๆ มีผลดีต่อบริษัท และชีวิตผู้คนอย่างไร หรือเอื้อเพื่อต่อ สมาชิกมากเพียงใด ทุกสิ่งอย่างล้วนเป็น สิ่งท้าทายที่ทำให้ผมต้องเดินหน้า ตอกย้ำ ภาพลักษณ์ที่ดีนี้ไว้อย่างต่อเนื่อง”

นอกเหนือจากบทบาทสำคัญของการ บริหารดูแลด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวม ขององค์กรแล้ว ยังได้ฉายภาพความ น่าสนใจในรูปแบบรายการ ในฐานะ ผู้กุมบังเหียนสถานี JCTV ไว้อย่างน่าสนใจ **“อาสา หัซลิฟฮา” ผู้อำนวยการ สถานี JCTV (เจซี ทีวี) บริษัท เจ ซี บรรอดคาสท์ จำกัด** กล่าวว่าสถานีโทรทัศน์ ดาวเทียมสโตร์ขายตรงยุคใหม่ JCTV (เจซี ทีวี) เกิดขึ้นมาภายใต้สโลแกน “สาระดี ๆ ที่มีเพื่อคุณ” เน้นสร้างความ โดดเด่นและแตกต่างทางธุรกิจ โดยอิง สมญานามดาวเทียมแพร่ภาพออกอากาศ พร้อมกันทั่วประเทศในระบบ C-Band พร้อมส่งสัญญาณครอบคลุมประเทศไทย สามารถรับชมได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่าน จานดาวเทียม PSI ด้วยงบการลงทุนกว่า 30 ล้านบาท ซึ่งเป้าหมายหลักของการ ลงทุนครั้งสำคัญนี้ก็เพื่อสร้างช่องทางใน การสื่อสารช่องทางใหม่ให้เข้าถึงกลุ่ม เป้าหมายต่างๆ ของจอยแอนด์คอยน์ได้ อย่างทั่วถึงมากขึ้น ส่วนความน่าสนใจของ รายการนั้นเป็นการผสมผสานเนื้อหาที่ใกล้ เคียงรายการฟรีทีวี ที่สำคัญ JCTV จะไม่ เน้นขายสินค้ามากนัก เพราะจะสร้าง ความน่าเบื่อต่อผู้ชมรายการ แต่เป็นการ นำเสนอเรื่องราวของคุณค่าทางอาชีพ ที่มีความสนใจ สร้างแรงจูงใจมากกว่าการ บังคับให้มาทำธุรกิจ พร้อมชี้ให้เห็นถึง ผลประโยชน์และสิ่งตอบแทนที่ได้รับ เพื่อให้ผู้บริโภคได้พิจารณาตนเอง โดยช่วงเริ่มต้นเปิดสถานีได้นำร่องผลิต 4 รายการหลัก ได้แก่ 1. JC News ข่าวสาร ต่างๆ ที่ทันสมัยและสด ตรงตามความ ต้องการของผู้บริโภค 2. รายการ The Key Man ให้ความรู้เชิงเศรษฐกิจจากกูรู



ผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน และรวมถึงข้อชี้แนะ ดีๆ จากกูรูขายตรง **“ดร.สมชาย หัซลิฟฮา”** ในการปรับตัวให้อยู่รอดในยุคปัจจุบัน 3. เคล็ดลับความสำเร็จจากนักธุรกิจ จอย แอนด์ คอยน์ และ 4. แนะนำความรู้ ในผลิตภัณฑ์ โดยจะเน้นขายสินค้าเพียง 20% พร้อมกับรับเคล็ดลับดี ๆ ในการดูแล สุขภาพด้วยเช่นกัน โดยทุกชิ้นงานที่ได้ถูก สร้างขึ้น เราจะใส่ลูกเล่นต่างๆ ที่น่าสนใจ ที่สำคัญได้มีการติดต่อพันธมิตรธุรกิจค่าย เพลงดัง โดยดึงดารานักแสดงมาเป็น พิธีกรขึ้นเตอร์ เพื่อสร้างชื่อ “JCTV” ให้ติดหู ติดตาเป็นอินเทอร์เน็ตมากขึ้น และอนาคต ก็จะได้เดินหน้าพัฒนารูปแบบรายการที่ดูสนุก มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นรายการวาไรตี้บันเทิง เกมกีฬา หรือภาพยนตร์

อย่างไรก็ตาม ด้วยประสบการณ์ ที่มีไม่มากนัก ทำให้บางครั้งติดขัดในการ ทำงานอยู่บ้าง แต่ “อาสา” ก็บอกว่าตนนั้น โชคดีที่ได้ ดร.สมชาย คอยน์แนะนำให้ คำปรึกษาในภาครายการที่ตนเองไม่ถนัด อย่างเช่น รายการเศรษฐกิจทั่วไปซึ่งต้อง ให้คนที่คลุกคลีมีประสบการณ์สูงมาช่วย ชี้แนะให้ความรู้ที่ถูกต้อง



Assumption University
Public Relations Department

Date : December 24, 2012

Press Clipping

Media Title : Leader Time Magazine

Page : No.99-103

แนวทางการทำงาน

สำหรับแนวทางการทำงาน “อาสา” ได้เผยแพร่เคล็ดลับว่า ก่อนอื่นต้องตีโจทย์ความต้องการทั้งทางการตลาดและของตัวเองก่อนว่าต้องการนำเสนออะไร อย่างเช่น ช่องทางสื่อทีวีเพื่อต้องการให้คนทั่วไปรู้จักเราอย่างแท้จริงว่าเราเป็นธุรกิจขายตรงแบบไหน มีอะไรบ้างที่น่าสนใจ หรือทำแล้วตอบโจทย์ชีวิตให้ดีขึ้นอย่างไร เป็นต้น ตลอดจนรวมถึงสอดคล้องกับสื่ออื่นๆ ที่บริษัทมีอยู่ เช่น สื่อบิลบอร์ด สื่อโฆษณา



เคลื่อนที่ (Moving Media) ผ่านรถประจำทาง (bus ad) ที่ยังคงเดินหน้าตอกย้ำแบรนด์ สร้างความมั่นคงทางธุรกิจ ซึ่งนอกจากสื่อออนไลน์ที่ถือเป็นการสื่อสารยุคใหม่ที่เข้าถึงผู้บริโภคคนสมัยใหม่แล้ว อนาคตได้เตรียมขยายสู่สื่อ “ยูนิเวอร์ซิตีแคมปัส” เจาะกลุ่มเป้าหมายนิสิตนักศึกษาในรูปแบบแผ่นพับหรือโปสเตอร์อัดแน่นด้วยแคมเปญต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อสื่อสารให้คนรุ่นใหม่ได้รู้จักธุรกิจขายตรงมากขึ้น อีกทั้งมองว่าปัจจุบันคนรุ่นใหม่หันมาให้ความสนใจอาชีพขายตรงค่อนข้างมาก ดังนั้น หากได้นำเสนอธุรกิจให้กับกลุ่มรุ่นใหม่ที่กำลังจะจบ และกำลังมองหาอาชีพที่เป็นไปได้ง่ายและลงทุนต่ำ เพื่อนำ

ไปสู่การตัดสินใจในการสร้างโอกาสทางอาชีพ หลังจากเรียนจบทันที เราก็อยากจะให้เป็นตัวเลือกสำคัญในการสร้างชีวิตที่ดีให้กับคนกลุ่มนี้ “ธุรกิจขายตรงมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปีราว 5-10% และมองว่าทุกวันนี้ธุรกิจขายตรงกับคนรุ่นใหม่หันไปกันได้ด้วยดีแต่ความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้นั้นปัจจัยสำคัญสินค้าต้องดีและโดนใจวัยรุ่น แม้ว่าเวลานี้เป้าหมายดังกล่าวมีน้อย แต่ผมเชื่อมั่นว่า ต่อไปอนาคตจะเพิ่มมากขึ้น เพราะเรามีสินค้าที่หลากหลายทั้งอุปโภคบริโภคและที่สำคัญ การส่งต่อมรดกธุรกิจให้กับลูกๆ หลานๆ ต่อไปจะทำให้เกิดชุมพลคนรุ่นใหม่มากขึ้นเช่นเดียวกัน” อาสา กล่าวทิ้งท้าย L