

MATICHON INFORMATION CENTER		Subject Heading :	
Source :	เดลินิวส์	54135167	
Date :	11 ส.ค. 2554	Page :	12
		No :	

เดลินิวส์ ฟุ้งตลาดคอนซูเมอร์รุ่ง พร้อมลุยสมาร์ทโฟน-แท็บเล็ต

12 เดลินิวส์เป็นผู้นำทุกตลาดหลังปรับ สูงมาก โดยที่ตลาดคอนซูเมอร์มีอัตราการเติบโต
กลยุทธ์รุกตลาดคอนซูเมอร์ควบคู่กับตลาด มากที่สุดกว่า 200% ทำให้เดลินิวส์มีรายได้จากตลาด
องค์กร พร้อมดึงหน่วยธุรกิจโมบิลิตี้ ดุยตลาด ผู้บริโภคเป็นสัดส่วน 35% หลังจากที่ถูกคอนซู
สมาร์โฟนและแท็บเล็ต เมอร์มา 3 ปี ขณะที่ตลาดองค์กรอยู่ที่ประมาณ 65%

นายอโณทัย เวทยากร กรรมการผู้จัดการ อย่างไรก็ตามเดลินิวส์มีแผนเพิ่มสัดส่วนรายได้ในตลาด
บริษัท เดลินิวส์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด คอนซูเมอร์เพิ่มเป็น 50% และตั้งเป้าเป็นผู้นำใน
เปิดเผยว่า ปีที่ผ่านมา เดลินิวส์มีการปรับโครงสร้าง ทุกตลาด จากกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง
การทำงานเป็นแบบรวมศูนย์ทั้งกลุ่มคอนซูเมอร์ เข้าไปในตลาดรีเทลมากขึ้น ส่วนตลาดองค์กรให้
เอสเอ็มอี และคอร์ปอเรทหรือองค์กรเข้าไว้ด้วยกัน ความสำคัญกับโซลูชัน ที่ช่วยให้ลูกค้าย้ายไปสู่
เพื่อความเป็นเอกภาพในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ คลาวด์ เซอร์วิส ที่ช่วยลดต้นทุน นอกจากนี้ยังรุก
เดลินิวส์ทั่วโลกสามารถสร้างยอดขายในไตรมาส 3 ให้ เข้าไปในตลาดโมบิลิตี้ ซึ่งแท็บเล็ตและสมาร์ทโฟน
เติบโตขึ้นประมาณ 19% ซึ่งเป็นอัตราที่ค่อนข้างสูง มีการเติบโตสูงมาก คาดว่าภายในปี 2556 ตลาด
สำหรับอุตสาหกรรมไอที ทั้งนี้เดลินิวส์ได้มีการเปลี่ยน สมาร์โฟนและแท็บเล็ตจะกินส่วนแบ่งในตลาด
โมเดลธุรกิจ จากพีซีคอมพิวเตอร์ เป็นไอทีโซลูชันโพร พีซีถึง 18% ทั้งนี้ เดลินิวส์มีแผนที่จะตั้งทีมการตลาด
ไวเดอร์ ทำให้ทำไม่ได้มาจากพีซีเป็นหลัก แต่มา ในส่วนโมบิลิตี้ เพื่อร่วมมือกับผู้ให้บริการโทรศัพท์
จากซอฟต์แวร์และเซอร์วิสต่าง ๆ เคลื่อนที่ในเมืองไทย และภายในเดือนเมษายนจะ
สำหรับในประเทศไทย เดลินิวส์มีการเติบโต มีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ในกลุ่มดังกล่าวออกสู่ตลาด.