

ต้นสื่อใหม่ DTC แอร์ส่วนแบ่งตลาดโฆษณากลาง แจ้งขึ้นหน้าร้าน 7-Eleven

ต้นสื่อใหม่ DTC แอร์ส่วนแบ่งตลาดโฆษณากลางแจ้งขึ้นหน้าร้าน 7-Eleven

TSF เผยลูกค้าแห่งจอยยืนยันเป็นสื่อมีศักยภาพสูงเข้าถึงลูกค้ากว่า 10 ล้านคนต่อวัน

ทริซิกดีพีวี (TSF) เปิดตัวสื่อใหม่ DTC หรือ Direct To Customers ภายใต้แนวคิด “Everyone Everywhere Everytime” ชูจุดเด่นติดตั้งหน้าร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven กว่า 8,500 สาขาทั่วประเทศ มั่นใจสินค้าแบรนด์ต่าง ๆ แห่งจอยมั่นใจเป็นสื่อใหม่ที่มีศักยภาพสูงสุดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกเพศทุกวัยกว่า 10 ล้านคนต่อวัน คาดถ้าสื่อ DTC ปักป้ายครบเต็มจำนวนทุกสาขาของ 7-11 จะทำให้ TSF มีสื่อโฆษณานอกบ้านมากที่สุดในประเทศไทย

นายอรรถ อภิชาติ ประธานกรรมการ และนายวิโรจน์ วชิรเดชกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทริซิกดีพีวี จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า สถานการณ์ของธุรกิจสื่อโฆษณาในช่วงที่ผ่านมามีการแข่งขันสูง บริษัทฯ จึงได้เพิ่มสื่อใหม่และช่องทางใหม่ในการทำให้สินค้าและบริการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จึงได้ร่วมมือกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พัฒนาสื่อป้ายโฆษณา DTC หรือ Direct To Customers โดยจุดเด่นของป้ายดังกล่าวคือ มีขนาด 0.95 x 2.10 เมตร ติดตั้งบริเวณหน้าร้าน 7-Eleven ซึ่งจะเป็นอีกช่องทางที่จะช่วยเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการ และช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้า ด้วยรูปแบบที่ทันสมัย รับสายตาทุกมุมมอง และสามารถพบเห็นได้ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้แล้วยังมีป้ายโฆษณา Mini Billboard ขนาด 2.00 x 3.40 เมตร เป็นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ใช้ติดตั้งหน้าร้าน 7-Eleven เช่นเดียวกัน เป็นสื่อโฆษณา ณ จุดขาย ที่จะช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้ซื้อ และช่วยให้จดจำในตราสินค้า ซึ่งสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ด้วยรูปแบบที่ทันสมัย ดึงดูดสายตาจากทุกมุมมอง สามารถพบเห็นได้ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง

นอกจากนี้แล้วสื่อ DTC ยังมีจุดเด่นที่อยู่ตั้งอยู่บริเวณหน้า 7-11 ซึ่งครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ทุกจังหวัดกว่า 8,500 สาขา

และส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่มีคนพลุกพล่าน เช่น ออฟฟิศ, สำนักงาน, ตลาดนัด, ชุมชน รวมทั้งในพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญทั้งย่านศูนย์กลางธุรกิจการค้า แหล่งท่องเที่ยว สถานศึกษา ฯลฯ จึงทำให้ป้าย DTC สามารถเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เชื่อว่าป้าย DTC ไม่เพียงแต่จะดึงดูดความสนใจเฉพาะลูกค้าที่มาใช้บริการ 7-Eleven เท่านั้น แต่ยังสามารถเรียกความสนใจจากผู้สัญจรผ่านไป-มาได้อีกด้วย

จากจุดเด่นของสื่อดังกล่าว TSF มั่นใจว่าจะได้รับการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าในธุรกิจต่าง ๆ ที่ต้องการโฆษณาสินค้าและบริการของตนเอง เห็นได้จากขณะนี้ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดีและให้ความสนใจแสดงความจำนงจองป้ายเข้ามาเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในทำเลกรุงเทพฯ ปริมาณล้น หัวหิน/ชะอำ ภูเก็ต โคราชประมาณกว่า 2,000

ป้าย และจะขยายกลุ่มลูกค้าให้ครอบคลุมทุกจังหวัดที่เป็นเมืองยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทยให้ครบถ้วน

นายวิโรจน์ วชิรเดชกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทรีซิกดีไฟฟ์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยถึงแผนการตลาดว่า ที่ผ่านมา บริษัทฯ มีการขยายช่องทางการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยเพิ่มทางเลือกที่ใช้สื่อสารกับลูกค้าผ่านสื่อโฆษณา ณ จุดขาย หน้าร้าน 7-Eleven ทั่วประเทศ ซึ่งจะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นสื่อโฆษณารูปแบบใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้แล้วบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายพันธมิตรกับคู่ค้าเพื่อต่อยอดธุรกิจให้เติบโตเพิ่มสูงขึ้น เห็นได้จากการร่วมมือกับบริษัท ซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน) ในครั้งนี้ทำให้ TSF มีป้ายโฆษณา ณ จุดขาย จำนวนมากที่สุดกว่า 10,000 ป้าย ตั้งอยู่ในทำเลที่ดีเพราะลูกค้าสามารถพบเห็นได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีกล่องไฟส่องสว่างเวลากลางคืน ที่สำคัญจุดติดตั้งป้ายโฆษณา DTC อยู่ในพื้นที่ยุทธศาสตร์ครอบคลุมทุกจังหวัดทั่วประเทศ และสามารถเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยคาดว่าจะมีจำนวนผู้พบเห็นป้ายโฆษณามากที่สุดประมาณ 10.8 ล้านคนต่อวัน

ในตลาดสื่อโฆษณานอกบ้านยังคงมีการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง มีทั้งผู้ให้บริการรายใหญ่และรายย่อย ซึ่งทาง TSF ได้มุ่งเน้นหาช่องทางใหม่ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสื่อโฆษณานอกบ้าน เนื่องจากตลาดสื่อโฆษณายังคงเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งในปีนี้ TSF ได้เปิดตัวสื่อโฆษณารูปแบบใหม่ เป็นสื่อโฆษณา ณ จุดขาย หน้าร้าน 7-Eleven หรือ DTC media บริษัทฯ เชื่อมั่นว่า โครงการนี้จะมีรายได้ที่ต่อเนื่องเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ มีผลประกอบการที่ปรับตัวดีขึ้น และมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ บริษัท พีอาร์ บুম จำกัด คุณมนัสวิน โทร.081-438-7353 คุณปัญญา โทร.

090-993-4548