

“มีเดีย ทรานส์เอเซียฯ” โฉว้ก็๋นชู้จู้ดช่ายแมกกาซีน 360 องศา เข้าถึง-ครอบคลุม มั่นใจตอบโจทย์ทุกเซ กเม้นท์กลุ่มผู้อ่าน

มีเดีย ทรานส์เอเซีย ไทยแลนด์ เผยแผนดำเนินงานเปิดกว้าง 360 องศา ชู้จู้ดช่ายเข้าถึงทุกเทคโนโลยี่
ครอบคลุมทุกกลุ่มผู้อ่าน ส่งดิจิทัลแมกกาซีน ยอดดาวนั้โหลดโตเพิ่ม คาดเติบโตตามเป้า 25% พร้อม
เตรียมจัดกิจกรรมใหญ่ ฉลองครบรอบ 10 ปี นิตยสารเซเว่นทีน (Seventeen)

เรชินา อูเบรอย บาจาชจ้ รองผู้อ่านวยการ บริษัท มีเดีย ทรานส์เอเซีย ไทยแลนด์ จำกัด เปิดเผยใ้โอกาส
ครบรอบ 10 ปี นิตยสารเซเว่นทีน ว่า “ทิศทางการตลาดนิตยสารในเมืองไทยมีการแข่งขันค่อนข้างสูง เหตุเพราะมี
นิตยสารหัวใหม่จ้เพิ่มขึ้น ซึ่งยังทำให้เล่มที่มีอยู่เดิมกลับแข็งแรงมากขึ้นด้วยต้องพัฒนาตัวเองเพื่อตอบโจทย์ความ
ต้องการผู้อ่านทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็้เนื้อหา รูปเล่ม รวมถึงเทคโนโลยีใหม่จ้ที่เข้ามาบีบคั้นผู้อ่านยุคปัจจุบัน
แน่นอนที่สุดสำหรับเราเองก็ต้องพัฒนาตัวเองตลอดเวลาเช่นกันเพื่อตอบสนองความต้องการสูงสุดต่อกลุ่มผู้อ่าน อาทิ
เช่น การทำแอปพลิเคชันใหม่บนมือถือ จากที่ปรับรูปแบบการทำธุรกิจนิตยมีเดีย ผลปรากฏว่าเราได้รับการตอบรับ
เป็นอย่างดีและคาดว่าสัดส่วนรายได้จากธุรกิจนิตยมีเดียเป็นไป้ตามเป้าหมายที่วางไว้ประมาณ 7% ของรายได้ทั้งหมด
โดยยอดดาวนั้โหลดอันดับ 1 มาจาก Men’s Health”

คุณเรชินา กล่าวต่อไปว่า “ถึงแม้การแข่งขันในตลาดดิจิทัลแมกกาซีนจะไม่ได้ร้อนแรง แต่เราก็ยังให้ความ
สำคัญเพราะเป็นเทรนด์ใหม่ที่กำลังเข้ามาในอนาคต จากยอดดาวนั้โหลดทั้งหมด ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว ทำให้เรา
มั่นใจว่าตลาดกลุ่มนี้ยังเติบโตต่อไปได้อีก อย่างไรก็ตามเราไม่ได้ มุ่งพัฒนาไปด้านใดด้านหนึ่ง ด้วยกลุ่มผู้อ่านที่มี
ความหลากหลายดังนั้นเราต้องเข้าถึงผู้บริโภคแบบ 360 องศา ไม่ว่าจะเป็้เนื้อหาที่ครอบคลุมทุกด้าน ได้แก่
แฟชั่น สุขภาพ ความงาม ฯลฯ รูปเล่ม ที่ครอบคลุมทุกช่องทางสื่อสาร ทั้งฉบับหนังสือ ทั้งดิจิทัลแมกกาซีน
รวมถึงบนมือถือ นั้นหมายความว่า เราจะอยู่ในทุกเทคโนโลยีและทุกกลุ่มผู้อ่าน จากจุดขายดังกล่าวทำให้เรา
มั่นใจว่าจะยิ่งเสริมศักยภาพ ให้นิตยสารทุกเล่มในเครือของเราเข้มแข็ง และสามารถตอบโจทย์ความต้องการได้
มากขึ้น”

Men's Health, Women's Health, OK, Golf Digest, Travel & Leisure South East Asia, Beyond, PATA
Compass, Expression, Power, Q-House, My World และ Seventeen

คุณเรจินา กล่าวเพิ่มเติมว่า “สำหรับ **เซเว่นทีน** ตลอดระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา เรามีการปรับตัวเพื่อให้ทันกับกลุ่มผู้อ่านที่โตขึ้นถึงแม้กลุ่มเป้าหมายผู้อ่านคือ กลุ่มวัยรุ่น แต่เราก็ไม่ได้หยุดตัวเอง ไว้กับที่เพราะเราต้องการทำให้ **เซเว่นทีน** เป็นเสมือนพี่สาวสามารถแนะนำความรู้และให้คำปรึกษา แก่น้องๆ นัยหนึ่งก็สามารถเป็นเพื่อนกับผู้อ่านกลุ่มนี้ได้ อีกประการคือ การเข้าถึงเนื่องจากวัยรุ่นส่วนใหญ่ซึ่งเป็นทาร์เก็ตใช้สมาร์ตโฟนเพื่อการสื่อสารแต่ไม่ใช่เพื่อการอ่าน ดังนั้นจึงต้องปรับรูปแบบการสื่อสาร ผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ก อาทิ เฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์ ฯลฯ มากขึ้น พร้อมทั้งเพิ่มกิจกรรมต่างๆ ไปตามมหาวิทยาลัยและโรงเรียน นับเป็นจุดแข็งสำคัญของหนังสือเล่มนี้ และในโอกาสครบรอบ 10 ปีของ **นิตยสารเซเว่นทีน** เราจึงเตรียมจัดกิจกรรมเพื่อฉลองความสำเร็จ โดยจะมีกิจกรรมความสนุก ความบันเทิงมากมายมามอบให้ กิจกรรมดังกล่าวจะมีขึ้น วันเสาร์ที่ 27 ตุลาคมนี้ ที่ลานพาร์ค พารากอน”

“จากแผนการดำเนินงาน 360 องศา บริษัทฯ คาดว่าสามารถดำเนินธุรกิจในเมืองไทยเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ปีนี้ **มีเดีย ทรานส์เอเซีย ไทยแลนด์** ตั้งเป้าเติบโต 25% เมื่อเทียบปีที่ผ่านมา มาจากยอดโฆษณา 70% และยอดจัดจำหน่าย 30% ทั้งนี้ในปีถัดไปบริษัทฯ มีแผนเปิดตัวนิตยสารใหม่เพิ่มขึ้นอีก 1 ฉบับ เจาะผู้อ่านเฉพาะกลุ่มเพื่อตอบโจทย์ผู้อ่านที่ต้องการนิตยสารเฉพาะด้านมากขึ้น” **คุณเรจินา** กล่าวทิ้งท้าย