

ไทยรัฐทีวี ครองตำแหน่งผู้นำกลุ่มช่อง Variety HD

!!



จัดหนักกลยุทธ์ใหม่รับปี 2558 เข้มข้น เข้าถึง ชูจุดแข็งเนื้อหาคุณภาพ

พร้อมทุ่มงบเทคโนโลยีออกอากาศทันสมัยที่สุดในภูมิภาคเพื่อคนดู



บริษัท ทริปเปิล วี บรอดคาสท์ จำกัด ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 3 / 32 / 42 จัดงานแถลงข่าว
ทิศทางธุรกิจของไทยรัฐทีวีในปี 2558 พร้อมโชว์ไฮไลต์รายการใหม่ที่เพิ่มความเข้มข้น ทั้งเนื้อหาข่าว รายการวาไรตี้

การถ่ายทอดสดกีฬาตั้งระดับโลก รวมถึงการจัดกิจกรรมการตลาดทั่วประเทศอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี พร้อมเตรียม
ทุ่มงบลงทุนสร้างตึก Broadcasting Complex 13 ชั้นแห่งใหม่ในรั้วไทยรัฐและห้องส่งที่ใช้ระบบ Virtual Studio
ห้องปฏิบัติการการออกอากาศระบบ Robotic และการใช้ ระบบ Media Asset Management ที่ทันสมัยที่สุดในภูมิภาค ณ ชั้น 4 อาคาร 12 ไทยรัฐทีวี ถนนวิภาวดีรังสิต เมื่อวันที่พฤหัสบดีที่ 30 ตุลาคม 2557 ที่ผ่านมา

คุณจิตสุภา วัชรพล เจ้าหน้าที่บริหารสายงานกลยุทธ์และการตลาด บริษัท ทริปเปิล วี บรอดคาสท์ จำกัด ผู้บริหาร
สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 3 / 32 / 42 เปิดเผยว่า หลังจากที่สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวีได้เปิดตัวและออกอากาศ
อย่างเป็นทางการเพียงแค่ 6 เดือน ถือว่าประสบความสำเร็จและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ทั้งจากคนดูและ
พันธมิตรต่างๆ โดยไทยรัฐได้ถูกจัดอันดับให้เป็นผู้นำในกลุ่ม วาไรตี้ เอชดี ตั้งแต่เดือนแรกของการเปิดตัวสถานี
พร้อมแสดงความมั่นใจว่าจะสร้างรายได้ตามเป้าหมาย 500 ล้านบาท ที่วางไว้ในปีนี้ได้อย่างแน่นอน

สำหรับแผนธุรกิจในปีหน้า (2558) ไทยรัฐทีวีพร้อมเดินหน้าเต็มตัว เตรียมพิจารณาเพิ่มเป้ารายได้จาก 1,200 ล้าน
บาท เป็น 1,500 ล้านบาท ตามความสำเร็จและการตอบรับจากสปอนเซอร์ที่มีแนวโน้มดีขึ้น ในด้านความสำเร็จของ
งานข่าวโดยตั้งแต่เปิดสถานี มีสำนักข่าวต่างประเทศชื่อดังหลายสำนักสนใจและติดต่อขอซื้อเนื้อหาและภาพของ
รายการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง โดยในส่วนของ content ในด้านข่าวสารที่เราเน้นย้ำในปีนี้ (2557) ค่อนข้างแข็งแรง
และประสบความสำเร็จถูกใจคอข่าว ซึ่งในปีหน้า 2558 เรามีแผนที่จะใช้ ครีเอทีฟ ในการสร้างสรรค์ข่าวที่คนดูส่วน
ใหญ่ให้ความสนใจและเป็นประโยชน์ต่อสังคม ผสมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยถ่ายทอดออกมาเป็นภาพที่เข้าใจและเข้า
ถึงคนดูมากที่สุด อาทิ เทคโนโลยีการทำ Immersive Graphic ที่เป็นไฮโซฮาและได้รับการพูดถึงอย่างมากตั้งแต่เปิด
ตัวจนได้รับการยอมรับว่าเป็นสถานีโทรทัศน์ที่นำเทคโนโลยีกราฟฟิกมาใช้ในงานข่าวได้สมบูรณ์ที่สุดเทียบเท่าสถานี
โทรทัศน์ชั้นนำของโลกนอกจากนี้ยังเพิ่มขีดความสามารถในการรายงานสดครอบคลุมทุกพื้นที่แม้แต่ในพื้นที่

ทุกร้านดาร์ด้วยอุปกรณ์ครบทุกขนาด ตั้งแต่รถดาวเทียม ไปจนถึงอุปกรณ์ Manpack เพื่อให้ทุกสนามข่าวเป็นเหมือน กับห้อง ออกอากาศกลางแจ้ง

ในส่วนของการวางไรต์บนเท็ง ในปี 2558 เรามีแผนที่จะเพิ่มความเข้มข้นของเนื้อหาในเรื่องของการวางไรต์บนเท็งให้แข็งแกร่งเท่าเทียมกับข่าว โดยยังคงสัดส่วนตามกลยุทธ์เดิม ได้แก่ รายการข่าวและสาระ 50 เปอร์เซ็นต์ รายการวางไรต์บนเท็ง 50 เปอร์เซ็นต์ และเพิ่มรายการประเภท เกมโชว์, ซีรีส์ และ *เรียลลิตี้* โปรแกรม ให้มากขึ้น โดยมีรายการไฮไลท์ของช่อง อาทิ “เกมฆ่าเวลา” รายการเกมโชว์แรกของเมืองไทยที่ให้รางวัลเป็น “เวลา”, “ยัยเปิดซีโร่ UGLY BETTY THAILAND” ฟอรัมซีรีส์เรื่องแรกของสถานี จากผลงานซีรีส์ที่ประสบความสำเร็จมาแล้วทั่วโลกที่เชื่อว่าจะถูกใจคนไทย, กองทัพ “สารคดีจาก BBC”, ภาพยนตร์จีน “เปาบุ้นจิ้น” ที่จะออกอากาศในรูปแบบ HD หรือแม้แต่การร่วมถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกที่คนไทยรอคอย

นอกจากนี้ในปี 2558 ไทยรัฐทีวียังเตรียมเดินหน้าเปิดตัวโปรเจกต์ **Connected TV ในไตรมาสแรกของปี 2558** ต่อเนื่องจากปีแรกที่เรำทำรายการ เกมโชว์ไซเชี่ยล ซึ่งเป็นรายการแรกที่ให้คนดูสามารถร่วมเล่นเกมกับรายการผ่านทาง 2nd Screen ไม่ว่าจะเป็นจอโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต หรือจคอมพิวเตอร์ได้ โดยจำนวนยอดดาวน์โหลด App เพื่อเล่นเกมนี้ ล่าสุด อยู่ที่ 60,000 ดาวน์โหลด ผู้ร่วมสนุกเติบโต 60 เปอร์เซ็นต์ / วัน เมื่อเทียบกับวันแรกที่ออกอากาศ และเตรียมเปิดตัว Application ของสถานี เพื่อรองรับกลุ่มคนดูในกลุ่มที่นิยม *ไซเชี่ยลเห็นตเวิร์ค* เพิ่มขึ้นอีกในไตรมาสแรกของปีหน้า

นอกจากนี้ยังมีการลงทุนก่อสร้างอาคาร Broadcasting Complex 13 ชั้นแห่งใหม่ในรั้วไทยรัฐ ที่จะมียังห้องส่งที่ใช้ระบบ Virtual Studio ห้องปฏิบัติการการออกอากาศระบบ Robotic และ การใช้ระบบ Media Asset Management ที่ทันสมัยที่สุดในภูมิภาค เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตรายการ in-house และสร้างรายการที่เป็น signature ของไทยรัฐทีวีเอง ขณะเดียวกันยังมีแผนในการเข้าถึงกลุ่มคนดูให้มากขึ้นจากปัจจุบันเป็นคนกลุ่มอายุ 25-45 ปี โดยจะเพิ่มรายการเพื่อรองรับการขยายกลุ่มคนดูใหม่ๆ คือ ระหว่างอายุ 15 – 30 ปี ให้มากขึ้น พร้อมเพิ่มช่องทางการสื่อสารไปยังคนดูให้ครอบคลุม ทั้ง โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ มือถือ ตลอดจน สายการบิน และ รถโดยสารต่างๆ

ส่วนกิจกรรมทางการตลาดที่ไทยรัฐทีวีจะรุกหนักในปีหน้า มีแคมเปญต่อเนื่องที่สานต่อความสำเร็จในปีนี้อย่าง อาทิ แคมเปญ **เข้าอ่านสิบบ เ็นหยิบแสน ปี 2** ต่อเนื่องจากปีแรกที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก มีผู้ংশั้นส่วนมาร่วมกิจกรรมถึง 1 ล้านชิ้นส่วน ภายใน 1 เดือน จากที่ตั้งเป้าไว้ที่ 1 แสนชิ้นส่วน โดยเป็นกิจกรรมที่เน้นกลยุทธ์การเปลี่ยน “ผู้อ่าน” เป็น “ผู้ชม” เพื่อให้แฟนหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ กลายเป็นผู้ชมไทยรัฐทีวีกลุ่มแรก โดยให้ตัดชิ้นส่วนหนังสือพิมพ์ส่งมาชิงโชคทุกวัน ประกาศผลและจับรางวัลสดทุกวันในช่วง รายการ ไทยรัฐ นิวส์ โชว์ ซึ่งได้รับการ

ตอบรับดีเกินคาด จนส่งผลให้เรตติ้งรายการไทยรัฐ นิวส์โชว์ ครองตำแหน่งรายการที่มีเรตติ้งสูงสุดของสถานี และ ไทยรัฐทีวีขึ้นเป็นผู้นำในกลุ่มช่องวาไรตี้ เอชดี ได้ตั้งแต่เดือนแรกที่ออกอากาศ

นอกจากนี้ยังมีแคมเปญ คาราวานไทยรัฐทีวี แจกใหญ่ เซอร์ไพรส์จริง ปี 2 ยกขบวนลงพื้นที่กว่า 15 จังหวัดทั่วประเทศ ด้วยกลยุทธ์แจกทีวีดิจิตอล 32 นิ้ว ซึ่งตรงกับเลขช่อง ให้ประชาชนในพื้นที่ตลาด ชุมชน ร้านดังประจำจังหวัด และร้านเอเย่นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐทั่วประเทศ พร้อมการทำวิจัยผู้ชมไปในตัว เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาช่องให้ได้ รายการที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของคนดูอย่างแท้จริง

รวมถึงโปรเจกต์ใหม่ๆ ที่สานต่อจุดยืน “คิดต่างอย่างเข้าใจ” ของสถานีที่จะเพิ่มเข้ามาในปี 2558 อาทิ “THE TV BATTLE THAILAND” ที่จะเปิดสนามประลองไอเดียรายการทีวีจากคนไทยทั่วประเทศ เพราะเราเชื่อว่า “รายการของคนไทยต้องให้คนไทยช่วยกันคิด” หรือการจัด “THAIRATH EXPO” เป็นครั้งแรกในรอบ 60 ปี เพื่อเป็นการ showcase ศักยภาพของไทยรัฐในทุกสื่อ

ปิดท้ายด้วยการรุกเต็มรูปแบบของกลยุทธ์การขายแบบ “Cross Media Package” ในทุกสื่อในเครือไทยรัฐ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, ไทยรัฐออนไลน์ และไทยรัฐทีวี สำหรับพันธมิตรทางธุรกิจที่สนใจ เพื่อให้แบรนด์สินค้าสามารถใช้ “พลังแห่งการเข้าถึง (Power of Reach)” ของไทยรัฐในการสื่อสารตรงถึงคนไทยทั่วประเทศอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด