

AdVoice เปิดตัวเครือข่ายโฆษณาผ่านช่องทาง โทรคมนาคมรายแรกของโลก เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มากที่สุดใอินเดีย



ขณะนี้ ผู้โฆษณาในประเทศอินเดียสามารถเข้าถึงคลังเสียงโฆษณาทางโทรศัพท์มือถือที่ใหญ่ที่สุดในอินเดีย ผ่านเครือข่ายโฆษณาทางโทรคมนาคมที่กำลังขยายตัวไปทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง

(โลโก้: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20161101/434880LOGO>)

AdVoice ช่วยให้ผู้โฆษณาสามารถส่งเสียงโฆษณาผ่านมือถือไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้ที่โทรศัพท์ไปยังผู้ใช้เครือข่ายมือถือ Bharti Airtel ซึ่งเลือกรับบริการ Reward Tunes จะได้ฟังเสียงโฆษณาแทนที่เสียงรอสาย ทั้งนี้ AdVoice จะมอบเทคโนโลยี แพลตฟอร์มการจองแคมเปญออนไลน์ และบริหารการขายโฆษณา ขณะที่เครือข่ายของ Bharti Airtel จะช่วยให้ผู้โฆษณาสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางกว่าสื่ออื่นๆ ในอินเดีย

เสียงโฆษณาผ่านมือถือจะดึงความสนใจของผู้โทรขณะรอสายเป็นเวลาประมาณ 10-15 วินาที ซึ่งจากสถิติพบว่า ผู้โทรหนึ่งรายใช้เวลารอสายเฉลี่ย 500 นาทีต่อปี และมีจำนวนการโทรประมาณ 1,800 ครั้งต่อหนึ่งเลขหมายต่อปี คิดเป็นจำนวนการแสดงผลโฆษณา (Impression) ที่ 1.8 ล้านล้านครั้งในอินเดีย จึงนับว่ายังมีโอกาสมากมายที่รอให้ปลดล็อก

การใช้เสียงโฆษณาเหล่านี้แทนเสียงรอสายรูปแบบเดิมสามารถเข้าถึงผู้รับสารหรือผู้บริโภคได้กว้างขวางกว่าสื่ออื่นๆ โดยจากจำนวนประชากรกว่า 1 พันล้านคนในอินเดีย พบว่าประชากร 65% ยังคงใช้โทรศัพท์มือถือแบบพีเอเจอร์โฟน และ 30% ในจำนวนนี้อาศัยอยู่ในชนบทที่สื่อเข้าไม่ถึง

ตลาดโทรศัพท์มือถือนั้นมีขนาดใหญ่อย่างคาดไม่ถึง แชนหน้าทีวี พีซี แท็บเล็ต วิทยุ หรือแม้กระทั่งหนังสือพิมพ์รายวัน โดยมูลค่าการโฆษณาบนมือถือทั่วโลกอยู่ที่ 1 แสนล้านดอลลาร์ แต่ถึงกระนั้นผู้ประกอบการมือถือยังคงไม่ได้รับผลประโยชน์จากเค้กก้อนนี้ เนื่องด้วยสินค้าและบริการที่มีอยู่ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ลงโฆษณายุคดิจิทัลได้

ภายในปี 2563 ทุกๆ 1 ใน 3 ดอลลาร์ที่ใช้ในการโฆษณานั้นจะจ่ายไปกับการโฆษณาบนโทรศัพท์มือถือ และ AdVoice ได้ช่วยตอบโจทย์ด้วยการผนวกรวมเครือข่ายเข้าในระบบนี้ ตามมาตรฐานอุตสาหกรรมโฆษณาดิจิทัล ซึ่งช่วยให้แบรนด์ต่างๆ เอเจนซีโฆษณา และเครื่องประมวลผลสัญญาณดิจิทัล (DSP) สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

หมายผ่านช่องทางโทรคมนาคมต่างๆ ได้

ไม่ต้องสนว่าทีวี วิทยุ หรือระบบดิจิทัลจะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หรือไม่ เพราะ AdVoice สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในอินเดียได้ทั้งหมด

Dennis Oudejans ซีอีโอของ AdVoice กล่าวว่า “การใช้สเปดโฆษณาระหว่างรอยายนั้นช่วยให้ผู้โฆษณาสามารถวัดผลการลงทุนได้โดยที่ไม่เป็นการลงทุนแบบสูญเปล่า อีกทั้งยังกำหนดเป้าหมายได้ชัดเจน จับลูกค้าได้ตรงกลุ่ม และสามารถสร้างรายชื่อผู้มุ่งหวัง เนื่องจากผู้โทรสามารถแสดงความสนใจในตัวสินค้าผ่านการกดปุ่มได้”

เสียงโฆษณาดังกล่าวสามารถใช้ได้กับโทรศัพท์ทุกประเภท และด้วยจำนวนการแสดงผลโฆษณาหลายล้านครั้งต่อวัน AdVoice จึงวางตนเองเป็นเครือข่ายโฆษณาระดับต้นๆ ของประเทศ เทียบชั้นเฟซบุ๊กและกูเกิล

สำหรับทั่วโลก จำนวนการแสดงผลโฆษณาต่อวันนั้นอยู่ที่ 1.5 หมื่นล้านครั้ง นับเป็นสี่เท่าของจำนวนยอดค้นหาบนอินเทอร์เน็ต และชี้ให้เห็นว่าการเดินทางของ AdVoice นั้นเพิ่งจะเริ่มต้น

เกี่ยวกับ AdVoice

AdVoice เป็นเครือข่ายโฆษณาทางโทรคมนาคมรายแรกและรายเดียวของโลกที่ช่วยให้นักการตลาดสามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายผ่านทางข้อความสั้น SMS และ USSD การส่งภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต หรือวิดีโอสตรีมมิ่ง รวมถึงระบบเสียงรูปแบบต่างๆ อาทิ เสียงรอสาย ระบบตอบรับอัตโนมัติ และสตรีมมิ่ง โดยอินเทอร์เน็ตเฟชออนไลน์และเครื่องมือรวบรวมข้อมูลของ AdVoice เปิดทางให้ผู้โฆษณาสามารถใช้ช่องทางการสื่อสารโทรคมนาคมในการโฆษณาแบบดิจิทัลและโปรแกรมเมติก เพื่อผลลัพธ์ในระดับสูงสุด ทั้งในแง่ของการเข้าถึง (Reach) การกำหนดเป้าหมาย (Targeting) การสร้างรายชื่อผู้มุ่งหวัง (Lead Generation) และการวิเคราะห์ (Analytics)

ติดต่อ

Igor Hendriksen

ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด AdVoice

อีเมล: igor.hendriksen@advoice.com

โทร. +971(0)56-899-6945

ที่มา: AdVoice