

APR เผยเทรนด์การผลิตงานโฆษณาประจำปี ชู กลยุทธ์การผลิตคอนเทนต์เป็นไฮไลท์สำคัญ

ทุกวันนี้คอนเทนต์ถูกสร้างขึ้นอย่างฟุ้งกระโดด นักการตลาดจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ธุรกิจรองรับ

Advertising Production Resources [APR] ได้เปิดเผยเทรนด์การผลิตงานโฆษณาประจำปีครั้งที่ 18 เทรนด์เหล่านี้เป็นผลมาจากการรวบรวมข้อมูลที่ APR ได้ลงมือศึกษาและสำรวจทั่วโลก โดยเป็นข้อมูลจากงบสร้างทางการตลาดตลอดทั้งปีกว่า 1 พันล้านดอลลาร์ของแบรนด์ต่าง ๆ ทั่วโลกที่ทางบริษัทเป็นผู้บริหารจัดการเอง เทรนด์เหล่านี้เผยให้เห็นสิ่งที่ APR ได้ค้นพบจากการร่วมงานกับบริษัทกว่า 60 รายจากอุตสาหกรรมหลากหลายประเภท และทำหน้าที่เป็นข้อมูลเจาะลึกเพื่อให้ผลิตคอนเทนต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลในแวดวงการตลาดทุกวันนี้

เทรนด์อันดับหนึ่งได้แก่ความจำเป็นเร่งด่วนในการวางแผนกลยุทธ์ ซึ่งจะก้าวเข้าสู่จุดพลิกผันในปีนี้ เมื่อแบรนด์ต่าง ๆ มีการสร้างคอนเทนต์ในปริมาณที่มากอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน กลยุทธ์ที่ว่านี้มีทั้งการประเมินระบบนิเวศในการผลิตงานสร้างสรรค์ทั้งหมด และหาว่าผู้ให้บริการแต่ละรายสร้างคอนเทนต์ได้ดีที่สุด (เอเจนซีภายนอก เอเจนซีในองค์กร บริษัทผู้สร้างระดับบน กลไกคอนเทนต์ปริมาณมาก เป็นต้น) เจาะลึกวิธีการใช้ตามสื่อกลาง และ/หรือ ภูมิศาสตร์ต่าง ๆ พัฒนากลยุทธ์สร้างคอนเทนต์ที่ชาญฉลาดและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นสำหรับงานปริมาณมาก เช่น อีคอมเมิร์ซ โซเชียลมีเดีย อินฟลูเอนเซอร์ การวางแผนกลยุทธ์เช่นนี้ให้ผลลัพธ์สำคัญ ๆ ทั้ง ROI ที่มากขึ้น เข้าใจขั้นตอนทางครีเอทีฟ การผลิต และสื่อมากขึ้น ทั้งยังทำให้นักการตลาดมีความมั่นใจมากขึ้นเมื่อต้องตัดสินใจสร้างคอนเทนต์

“เรามีโอกาสร่วมกันในการสร้าง สำรวจ และตั้งคำถามกับทุกสิ่ง เพื่อปฏิวัติอุตสาหกรรมโฆษณามอบเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม” คุณจิลเลียน กิบส์ ผู้ก่อตั้งและซีอีโอของ APR กล่าว “ขอพื้นที่ให้นักการตลาดได้เผชิญกับความล้มเหลว แต่ปรับความล้มเหลวนี้ให้เป็นการเรียนรู้และก้าวหน้าโดยเร็ว”

ผลการศึกษาและบทวิเคราะห์ทั้งหมดเกี่ยวกับสิ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในปี 2562 และปีต่อ ๆ ไปนั้น ได้รับการเผยแพร่บนเว็บินาร์ ซึ่งเหล่าผู้เชี่ยวชาญในวงการเข้าชมได้ที่ [APRTrends.com](https://www.aprtrends.com) เท่านั้น

เกี่ยวกับ APR

Advertising Production Resources (APR) เป็นธุรกิจระดับโลกที่มีสำนักงานใหญ่อยู่ในเมืองเดนเวอร์ รัฐโคโลราโด สหรัฐอเมริกา โดยเป็นผู้ให้คำปรึกษาด้านการปรับกลยุทธ์การผลิตงานโฆษณา เพื่อให้ให้นักการตลาดเข้าใจระบบนิเวศการผลิตงานโฆษณายุคนี้ได้เป็นอย่างดี APR มีผู้เชี่ยวชาญราว 200 รายใน 28 ประเทศ ที่คอยทำงานร่วมกับแบรนด์ เอเจนซี และซัพพลายเออร์ในแพลตฟอร์มคอนเทนต์ต่าง ๆ ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นโฆษณาทีวี วิดีโอ

ออนไลน์ คอนเทนต์โซเชียล เว็บไซต์ แบนเนอร์โฆษณา แอป คอนเทนต์มือถือ สิ่งพิมพ์และภาพถ่าย การตลาดเชิง
ประสบการณ์ และอีเวนต์ APR เป็นบริษัทเอกชนที่มีผู้หญิงเป็นเจ้าของ โดยมีผู้หญิงทำงานเป็นสัดส่วนถึง 62% ของ
บุคลากรทั้งหมด และยังได้รับการรับรองจากสภา Women's Business Enterprise National Council (WBENC)
และ WEConnect International อีกด้วย ทั้งนี้ APR เป็นสมาชิกสมาคม Association of National Advertisers
(ANA) ในสาขาการผลิตโฆษณา และเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นทางการของสหพันธ์ World Federation of
Advertisers (WFA) รับชมข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.aprco.com/>