

AsiaMX จับมือ เดนทส์ อีจิส เน็ตเวิร์ค นำร่องระบบ ซื้อขายโฆษณาโทรทัศน์แบบอัตโนมัติในประเทศไทย

สิงคโปร์-24 พ.ย.-พีอาร์นิวส์ไวร์/อินโฟเควสท์

เอเชีย มีเดีย เอ็กซ์เชนจ์ (AsiaMX) มีความภูมิใจที่จะประกาศว่า ประเทศไทยจะเป็นประเทศแรกในเอเชียที่ได้ใช้งานระบบซื้อขายแลกเปลี่ยนโฆษณาโทรทัศน์ (Programmatic TV) ผ่านการทำข้อตกลงครั้งสำคัญร่วมกับ เดนทส์ อีจิส เน็ตเวิร์ค (DAN)

“ประเทศไทยเป็นตลาดที่ไม่เคยหยุดนิ่ง มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา และพร้อมต้อนรับความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เสมอ ธุรกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ของไทยเติบโตอย่างมากนับตั้งแต่การเข้ามาของทีวีดิจิทัล (DTT) ดังนั้น จึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมในการแนะนำระบบ Programmatic TV ซึ่งจะช่วยให้เปลี่ยนผ่านและเพิ่มขีดความสามารถให้กับธุรกิจมีเดีย” นิค ฉั่ว ผู้ร่วมก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายพาณิชย์ของ AsiaMX กล่าว

ภายใต้ข้อตกลงดังกล่าว ลูกค้าของ เดนทส์ อีจิส เน็ตเวิร์ค ทั่วโลก จะได้รับสิทธิพิเศษในการเข้าถึงโฆษณามูลค่าสูงก่อนใครผ่านแพลตฟอร์มแบบอัตโนมัติ โดยไทยจะเป็นประเทศแรกในโลกที่เริ่มต้นการเป็นพันธมิตรตามข้อตกลงซึ่งลงนามโดยแอมพลิฟาย (Amplifi) บริษัทในกลุ่มเดนทส์ อีจิส เน็ตเวิร์ค ที่เน้นการลงทุนทางด้านมีเดีย และแอมเน็ต (Amnet) ซึ่งเป็นธุรกิจบริการการซื้อขายโฆษณาแบบอัตโนมัติ

“เรารู้สึกตื่นเต้นที่ได้ร่วมเป็นพันธมิตรกับ AsiaMX ในการเปิดตัวระบบซื้อขายแลกเปลี่ยนโฆษณาโทรทัศน์ (Programmatic TV) ครั้งแรกในประเทศไทยและทั่วภูมิภาคเอเชีย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ของกลุ่มบริษัท ที่ต้องการจะเปลี่ยนผ่านธุรกิจเข้าสู่ระบบดิจิทัล 100% เราต้องการนำความเป็นดิจิทัลเข้าไปยังสื่อทุกรูปแบบและทั่วทั้งองค์กร การจับมือเป็นพันธมิตรกับ AsiaMX เปิดโอกาสให้เราสามารถเข้าถึงคอนเทนต์ที่วีระดับพรีเมียมผ่านระบบ Programmatic TV และช่วยให้การวางแผนและซื้อสื่อโฆษณาที่วีเป็นไปแบบอัตโนมัติ อีกทั้งยังมีความสามารถในการจัดกลุ่มโดยอิงจากข้อมูลกลุ่มผู้ชมเป้าหมายได้อีกด้วย” สุนิล ยาดาฟ ประธาน แอมพลิฟาย เอเชียแปซิฟิก กล่าว

AsiaMX นำเสนอพื้นที่โฆษณาระดับพรีเมียมจากเพย์ทีวีชั้นนำ และเครือข่ายโทรทัศน์แบบฟรีทีวี ผ่านทางแพลตฟอร์มอัลกอริธึม สำหรับช่องทีวีจากต่างประเทศที่ได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของระบบได้แก่ A+E Networks Asia, Discovery Networks, NBCUniversal International Networks และ Turner Asia Pacific รวมถึงช่องทีวีไทยที่มีชื่อเสียงอย่าง บีบีซี เทโร เอ็นเทอร์เทนเมนท์ ช่อง 3, โมโนบรอดคาสท์ ช่อง Mono29 และ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ช่อง ONE 31 HD

รายงานงบโฆษณา Adspend Report เดือนกันยายน 2559 ซึ่งจัดทำโดย คาราท (Carat) ในเครือ เดนทิส อีจิส เน็ตเวิร์ค ระบุว่า ทีวียังคงเป็นสื่อที่แข็งแกร่งในประเทศไทย โดยคิดเป็นสัดส่วน 63.1% ของงบโฆษณารวมทั้งหมด ซึ่งแนวโน้มนี้ยังเกิดขึ้นทั่วเอเชียแปซิฟิก โดยที่วีคิตเป็นสัดส่วน 46.4% ของงบโฆษณาในภูมิภาค เมื่อเทียบกับทั่วโลกที่มีสัดส่วนอยู่ที่ 41.1%

เกี่ยวกับ ASIAMX

Asia Media Exchange Pte Ltd (AsiaMX) เป็นบริษัทบริหารจัดการโฆษณาแบบข้ามสื่อ โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ในสิงคโปร์ AsiaMX ได้บุกเบิกระบบซื้อขายแลกเปลี่ยนโฆษณาที่เชื่อมโยงเจ้าของสื่อชั้นนำกับนักโฆษณาและมีเดียเอเจนซีทั่วโลก AsiaMX นำเสนอช่องทางการเข้าถึงโฆษณาระดับพรีเมียมที่มีมูลค่าสูงก่อนใคร ผ่านโทรทัศน์กระจายเสียง วิทยุออนไลน์ และอุปกรณ์เคลื่อนที่

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม โปรดเข้าไปที่ www.asiamx.com