

# Dable เปิดเวทีพูดคุยเทรนด์โฆษณามาแรง ที่งาน Indonesia Native Ads Conference 2018



Dable แพลตฟอร์มสืบค้นคอนเทนต์ ได้จัดงานเสวนาเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคตของวงการโฆษณาและการตลาดออนไลน์

Dable บริษัทในเครือของ K-ICT Born2Global Centre ประกาศเมื่อวันที่ 12 กันยายนที่ผ่านมา บริษัทได้จัดงาน Indonesia Native Ads Conference (INAC) 2018 ในย่านคูนิงกัน กรุงจาการ์ตา เพื่อเปิดเวทีพูดคุยเรื่องต่าง ๆ ตั้งแต่ตัวอย่างการตลาดที่ประสบความสำเร็จ ไปจนถึงแนวโน้มล่าสุดในอุตสาหกรรม งานนี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี โดยมีตัวแทนจากองค์กรสื่อและการตลาดเข้าร่วมงานประมาณ 150 คน

Dable เป็นผู้ให้บริการ “Dable Content Recommendation” และ “Dable Native Ad” ซึ่งแนะนำคอนเทนต์และโฆษณาตามความชอบและความสนใจของผู้ใช้แต่ละราย ด้วยการประมวลผลชุดข้อมูลขนาดใหญ่หรือบิ๊กดาต้าในแบบเรียลไทม์ รวมถึงใช้เทคโนโลยี personalization และ recommendation สำหรับงานที่อินโดนีเซียนี้เป็นการต่อยอดความสำเร็จของงาน Korea Native Ads Conference ซึ่ง Dable จัดขึ้นในเกาหลี เมื่อปี 2017

งาน INAC จัดขึ้นภายใต้ธีม “Performance-Driven Content Marketing” และได้รับเกียรติจากวิทยากรหลายท่าน ได้แก่ Wikan Pribadi (เจ้าหน้าที่ระดมทุนดิจิทัลจาก UNICEF), Wahyu Dhyatmika (บรรณาธิการบริหารเว็บข่าว Tempo), Nendra Primonik Sekar Rengganis (ผู้อำนวยการเว็บข่าว Hipwee) และ Herni Wijaya (รองประธานบริษัท Leverage Media Asia) ซึ่งทุกท่านมีความรู้กว้างขวาง รวมทั้งมีประสบการณ์ภาคสนามเกี่ยวกับแนวโน้มการตลาดล่าสุด ทั้งนี้ INAC เปิดงานด้วยการนำเสนอที่มีชื่อว่า “Native Ad vs. Display Ad” ซึ่งสำรวจและวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและอนาคตของการโฆษณาในรูปแบบเนทีฟแอด จากนั้นจึงเป็นการอภิปรายเกี่ยวกับกรณีตัวอย่างของการทำยอดขายและการทำตลาดแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จด้วยการใช้โฆษณาแบบเนทีฟแอด ตลอดจนพูดคุยเกี่ยวกับเทรนด์การตลาดล่าสุด ซึ่งรวมถึงการทำตลาดในรูปแบบ Personalized Marketing

Herni Wijaya กล่าวว่า “ปัจจุบันโฆษณาแบบดิสเพลย์แอดสร้างความหงุดหงิดกวนใจให้กับผู้ใช้งานเว็บไซต์มากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งที่จริงแล้ว การโฆษณาออนไลน์ควรที่จะต้องกระตุ้นความสนใจ มีประโยชน์ และโดนใจผู้ชม รูปแบบโฆษณาแบบเน้นเนื้อหา อย่าง เนทีฟแอด จึงเป็นการผสมผสานที่ลงตัวระหว่างประสิทธิภาพและประสบการณ์ผู้ใช้ เราได้เห็นแคมเปญจำนวนมากที่ประสบความสำเร็จในการหลอกล่อค่าใหม่ (prospecting) โปรโมตคอนเทนต์ หรือแม้แต่เปลี่ยนผู้ชมหรือลูกค้าให้เป็นยอดขาย (conversion) ด้วยการใช้นาทีฟแอดอย่างถูกต้องเหมาะสม”

Sewon Yoon ซึ่งดูแลธุรกิจต่างประเทศของ Dable กล่าวว่า “แพลตฟอร์มเน็ตเวิร์กของ Dable ซึ่งมาพร้อมกับเทคโนโลยี personalization และ recommendation นั้น ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นในอินโดนีเซีย เราหวังว่า INAC จะมีส่วนช่วยสนับสนุนความพยายามที่กำลังเกิดขึ้นอยู่ในขณะนี้ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับเน็ตเวิร์ก และวางแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับโฆษณา”

Dable ได้เข้าสู่ตลาดอินโดนีเซียเมื่อไม่นานมานี้ ด้วยการเซ็นสัญญาดำเนินงานบริการร่วมกับบริษัทสื่อชั้นนำของอินโดนีเซีย (Tempo, Kontan, JPNN, ฯลฯ) และกำลังดำเนินงานเพื่อซื้อ Inventory นอกจากนี้ บริษัทยังอยู่ระหว่างการสรรหานักโฆษณาทั้งจากบริษัทท้องถิ่นของอินโดนีเซียและบริษัทนานาชาติ

รับชมรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Dable ได้ที่ <http://dable.io/id/>

สื่อมวลชนติดต่อ :

Sabrina Rahma Azalia  
Partnership Manager of Dable  
bizdev@dable.io

Jina Lee  
PR Manager of Born2Global  
jlee@born2global.com

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20180912/2233856-1>