

GM Group พร้อมก้าวสู่สื่อยุคดิจิทัล ชู GM Live เป็นเรื่อง



GM Group พร้อมก้าวสู่สื่อยุคดิจิทัล ชู GM Live เป็นเรื่อง

ผู้ผลิตสื่อชั้นนำ GM Group ได้จัดงานแถลงข่าว GM Live “Know the World, GM Live” เปิดตัวสื่อออนไลน์ GM Live อย่างเป็นทางการ ประกาศความพร้อมในการรับมือภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลง นำเสนอเว็บ GM Live เป็นคอนเทนต์ทางเลือกระดับพรีเมียม สำหรับผู้บริโภคข่าวสารที่ต้องการความเท่าทันโลก โดยยังคงรักษาเสน่ห์ ความลุ่มลึก ความน่าเชื่อถือตามแบบฉบับของ GM ที่สามารถครองใจผู้อ่านมานานกว่า 3 ทศวรรษ

นายปกรณ์ พงศ์วรภา ประธานกรรมการ บริษัท จีเอ็ม มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) แถลงว่า ตลอดระยะเวลา กว่า 30 ปี GM Group ได้ยืนหยัดในจิตวิญญาณความเป็นสื่ออย่างแน่วแน่ เรามุ่งผลิตคอนเทนต์ที่มีคุณภาพผ่าน นิตยสารหลายฉบับในเครือ ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมแง่มุมต่างๆ อย่างครบครัน ทั้งทางด้านสังคม การเมือง ธุรกิจ และไลฟ์สไตล์

“แต่โลกที่เปลี่ยนแปลงในวันนี้ ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคข่าวสารเปลี่ยนแปลง ซึ่งบริษัทได้ตระหนักถึงเรื่องนี้ มาโดยตลอด จึงปรับแผนธุรกิจไปสู่แพลตฟอร์มอื่นๆ ที่มีความคล่องตัวและหลากหลายยิ่งขึ้น โดยที่ยังรักษาธุรกิจ นิตยสารเอาไว้ ทั้งนี้ แพลตฟอร์มอื่นๆ ของบริษัท ประกอบด้วยการผลิตรายการทีวี ภาพยนตร์สารคดี ธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ อีเวนท์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การผลิตคอนเทนต์ออนไลน์ โดยมี GM Live เป็นตัวแทนความพร้อมของ GM Group ในการก้าวไปสู่สื่อยุคดิจิทัล”

นายอนันต์ ลือประดิษฐ์ บรรณาธิการอำนวยการ GM กล่าวเพิ่มเติมว่า GM Live คือตัวอย่างที่ชัดเจนในแง่การปรับตัวของกลุ่มผู้ผลิตนิตยสาร ที่จะเปลี่ยนผ่านไปสู่พื้นที่ของโลกออนไลน์ หลังจากที่เม็ดเงินโฆษณาของอุตสาหกรรม นิตยสารหดตัวลง และการใช้งบประมาณผ่านสื่อออนไลน์กำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทาง GM Group ต้องหันมาให้ความสำคัญแก่เรื่องปรับตัว ปรับองค์กร ปรับแนวคิดและวิธีการทำงานเสียใหม่ ระหว่างแนวทางของสื่อดั้งเดิมกับสื่อออนไลน์ ทำอย่างไรให้ GM Live สามารถสร้างคอนเทนต์และบุคลิกภาพ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรม การบริโภคข่าวสารของคนยุคใหม่ และสร้างกราฟฟิคกลุ่มผู้อ่านที่มีพลังให้เกิดขึ้น แต่ยังคงรักษาความน่าเชื่อถือและนำเสนอข่าวสารเชิงลึกไปพร้อมๆ กัน ด้วยความคิดและความเชื่อมั่นที่ว่า ด้วยคอนเทนต์ที่ดีเท่านั้น จึงจะสร้างกลุ่มผู้อ่านที่มีคุณภาพ สร้างสังคมออนไลน์ที่ดีขึ้นมาได้

นายณัฐกร เวียงอินทร์ บรรณาธิการ GM Live กล่าวในมุมมองของผู้รับผิดชอบโดยตรงว่า ตลอดระยะเวลา 4-5 เดือนที่ผ่านมา ทีมงานได้เรียนรู้แนวทางการผลิตคอนเทนต์ออนไลน์ที่มีลักษณะเฉพาะขึ้นมา โดยด้านหนึ่งสามารถรักษาเสน่ห์ ความลุ่มลึก และเนื้อหาในระดับพรีเมียมตามแบบฉบับของ GM เอาไว้ แต่ในอีกด้านหนึ่ง ต้องสร้างฐาน

จำนวนผู้อ่านเว็บที่น่าพอใจสำหรับความต้องการของเอเยนซี ซึ่งหากพิจารณาจากสถิติเพจวิวของ GM Live จะพบว่า มีพัฒนาการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ในรอบครึ่งปีที่ผ่านมา เว็บไซต์ gmlive.com มีผู้อ่านรวมกัน 3.4 ล้านเพจวิว และมียอดผู้อ่านมากขึ้นทุกเดือน จากเดือนกันยายน 2560 มีผู้อ่านเว็บไซต์ของ GM Live 267,700 เพจวิว ผ่านไป 6 เดือน ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561เว็บไซต์นี้มีคนอ่านทั้งสิ้น 835,200 เพจวิว เป็นการเพิ่มในจำนวนก้าวกระโดด และเป็นที่น่าทึ่งว่า เว็บไซต์นี้จะมีผู้อ่านทะลุ 1 ล้านเพจวิวต่อเดือนในเร็ววันนี้

ด้านนายพีศิลป์ พงศ์วรภา รองประธานกรรมการ ฝ่ายนิเวศน์ บริษัท จีเอ็ม มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้ผลักดันธุรกิจสายนิเวศน์ของทางบริษัท กล่าวในท้ายที่สุดว่า ทางบริษัทมีสินค้าและบริการอื่นๆ ที่สืบเนื่องคอนเทนต์ออนไลน์ GM Live ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการด้านแอดเวอร์ทอเรียล การผลิตสื่อเชิงสร้างสรรค์ ในรูปแบบต่างๆ ตั้งแต่ภาพ ข้อความ ศิลปกรรมกราฟิก และคลิปวิดีโอ ตลอดจนจนถึงการให้คำปรึกษาด้านวางแผนสื่อสารการตลาด ปัจจุบัน ทางบริษัทยังได้มีการจับมือกับพันธมิตรกลุ่มต่างๆ อาทิ เช่น Kapook ; Happen เพื่อขับเคลื่อนงานดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งให้แก่ GM Group ต่อไป

นอกจากนี้ ภายในงานยังได้มีการเสวนาภายใต้หัวข้อ “พลังคอนเทนต์ออนไลน์ในยุคเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ” โดยจักรพงษ์ คงมาลัย กรรมการผู้จัดการ มูนช็อต ดิจิทัล จำกัด ,กล้า ตั้งสุวรรณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โธโซเซียล โอปีย็อค จำกัด ,จิรัฐ บวรวิวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท BNK48 Office จำกัด โดยมี โดมร สุขปรีชา บรรณาธิการที่ปรึกษานิเทศสาร GM และ อนันต์ ลือประดิษฐ์ บรรณาธิการอำนวยการ นิเทศสาร GM ร่วมพูดคุย นายจักรพงษ์ คงมาลัย จาก MoonShot บริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์ดิจิทัล กล่าวว่า โลกโซเชียลเน็ตเวิร์กนั้นมีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ออนไลน์เป็นทางเลือกไม่ใช่ทางเลือก การปรับตัวของสื่อจึงไม่ใช่แค่การย้ายแพลตฟอร์มจากรูปแบบหนึ่งไปสู่อีกรูปแบบหนึ่ง แต่สิ่งสำคัญคือ Publisher จะต้องปรับตัว มีเป้าหมายชัดเจน สร้างคอนเทนต์ที่ดี มีคุณภาพ และมีความน่าเชื่อถือ สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคข่าวสารของคนยุคใหม่ เพื่อความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว สร้างการจดจำ ไม่ควรโฟกัสเรื่องจำนวนเพจวิว และทราฟฟิก เพื่อมุ่งเน้นการโฆษณาเท่านั้น

นายกล้า ตั้งสุวรรณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โธโซเซียล โอปีย็อค จำกัด ในฐานะผู้เชี่ยวชาญการวิเคราะห์ข้อมูลจากโซเชียล มีเดีย กล่าวว่าโซเชียลมีเดียเปรียบเสมือนเป็นเครื่องขยายเสียง เปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิต และมีมือถือหนึ่งเครื่องอยู่ในมือก็สามารถทำอะไรได้มากขึ้น และรวดเร็วขึ้น สิ่งที่อยู่ในโลกออนไลน์มีอิทธิพลเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันรูปแบบการใช้ข้อมูลก็เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีอยู่หลากหลายและเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว แบบเรียลไทม์ พบว่าบางคนดูแล้วไม่มีฟีดแบค บางคนอาจคอมเมนต์ บางคนดูแล้วแชร์ต่อ และ ฯลฯ นอกจากนี้ยัง พบว่าแม้คนที่อยู่ในวัยเดียวกัน มีรสนิยมคล้ายกัน แต่หน้าฟีดในเฟซบุ๊กของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน สนใจเรื่องที่แตกต่างกัน เมื่อ 24 ชั่วโมงที่ผ่านมาคนพูดถึงเรื่องอะไรมากที่สุด แชร์ข้อความหรือภาพอะไรกันบ้าง ดังนั้นไม่มีสูตรตายตัวว่าจะสร้างคอนเทนต์อย่างไรจึงจะประสบความสำเร็จ แต่การใช้เทคโนโลยีและข้อมูลมหาศาลอย่างถูกวิธี ก็จะสามารถต่อยอดธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมสามารถติดต่อได้ที่ :

ดวงเนตร ชีวะวิชาวาลกุล (เอ๋) 081-903-2262 / ศรัณยา หวานสนิท (ต๊อ) โทร 089-600-0870