

# NOX ประเดิมร่วมงาน Taipei Game Show เผย วิสัยทัศน์ “AI + Digital Marketing” เจาะตลาดจัด จำหน่ายเกมมือถือโลก



มหกรรมเกมชั้นนำระดับโลก “Taipei Game Show” เปิดโซน B2B เมื่อวันที่ 25 มกราคม โดย NOX เครือข่ายจัดหาความบันเทิงชั้นนำระดับโลก ได้ประเดิมร่วมงานนี้เป็นครั้งแรก พร้อมพูดคุยเกี่ยวกับประเด็นการตลาดที่กำลังอยู่ในกระแส เช่น สถานการณ์การโปรโมทเกมทั่วโลกในปัจจุบัน การตลาดโดยใช้เซเลบบนโลกอินเทอร์เน็ต และการโฆษณาเชิญชวนทดลองใช้งาน ในโอกาสนี้ NOX ได้นำเสนอเครื่องมือการตลาดดิจิทัลที่ใช้เทคโนโลยี AI สำหรับการจัดจำหน่ายและโปรโมทเกมมือถือทั่วโลก ซึ่งกำลังเป็นที่สนใจอย่างมากในหมู่นักพัฒนาในขณะนี้

ในยุคการตลาดดิจิทัล ลูกค้าต้องการการปรับตั้งค่าเองมากขึ้น และต้องการประสบการณ์การใช้งานที่ดีขึ้น ดังนั้นการรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าปัจจุบันควบคู่กับการแสวงหาลูกค้าใหม่จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ของ NOX อย่าง NoxPlayer มีผู้ใช้ 110 ล้านคนทั่วโลก และมีการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันหลายพันล้านครั้งทุกเดือน โดยมีการผนวกเทคโนโลยี AI เข้ามาเพื่อแก้ปัญหาซ้ำซากที่พบระหว่างการจัดจำหน่ายเกม (อัตราการกลับมาของลูกค้าและการชำระเงินต่ำ) ทั้งยังช่วยให้ลูกค้าหลีกเลี่ยงปัญหากราฟฟิคปลอมและปัญหาอื่นๆ ด้วย

ขณะเดียวกัน เครือข่ายจัดจำหน่ายเกม AiadMobi ของ NOX ใช้เครือข่ายนิเวศในรูปแบบ Deep Learning ที่เป็นของตนเอง เพื่อสนับสนุนลูกค้าในการเจาะกลุ่มผู้ใช้อย่างแม่นยำ โมเดล AI และการวิเคราะห์ความต้องการผู้ใช้ในหลายมิติ นำไปสู่การตลาดแบบหวังผลแม่นยำและการโฆษณาแบบเจาะตัวบุคคล ขณะที่แพลตฟอร์มการตลาด NoxInfluencer ก็เชื่อมโยงกับเซเลบบนโลกอินเทอร์เน็ตกว่า 100,000 รายอย่างฉลาดล้ำ ช่วยให้เข้าถึงผู้ใช้ที่ยอมควักเงินจ่ายโดยใช้ต้นทุนต่ำ แพลตฟอร์มนี้ยึดความต้องการของผู้ใช้เป็นหลัก และมีอัตราความแม่นยำในการจัดหาโฆษณาให้เหมาะกับแต่ละบุคคลสูงถึง 89%

ในการประชุม Asia Pacific Forum ในวันที่ 26 มกราคม ผู้อำนวยการแผนกธุรกิจระหว่างประเทศของ NOX ได้ร่วมแบ่งปันข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันและทิศทางของการตลาดมือถือทั่วโลก โดยกล่าวว่า สำหรับสถานการณ์โฆษณาถืออยู่นั้น การโฆษณาเชิญชวนทดลองใช้งานและการตลาดเซเลบกำลังเป็นกระแสนิยม ขณะเดียวกัน จุดโฟกัสของ NOX และแพลตฟอร์มการตลาดดิจิทัลที่หลากหลายของบริษัท ก็สามารถตอบสนอง

ความต้องการที่แตกต่างกันในตลาดเกมเซกเมนต์ต่างๆ และช่วยให้ลูกค้าได้รับผลตอบแทนสูงสุดจากการลงทุน  
โฆษณาเกม

มหกรรม Taipei Game Show ในปีนี้ดึงดูดบริษัท OEM ที่มีชื่อเสียงระดับโลกหลายเจ้า ให้มาร่วมอภิปรายเจาะลึก  
เกี่ยวกับสถานการณ์ในตลาดโลก การส่งเสริมการตลาด ความร่วมมือทางธุรกิจ และประเด็นอื่นๆในวงการเกม ทั้งนี้  
ในฐานะแพลตฟอร์มโฆษณาที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี NOX ให้ความสนใจไปที่ “AI + Digital Marketing” และ  
เดินทางต่อยอดความสมบูรณ์แบบของกลุ่มผลิตภัณฑ์อันหลากหลายของบริษัท ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ผู้บริโภคไป  
จนถึงภาคธุรกิจ นอกจากนี้ยังให้การสนับสนุนการตลาดเกมตลอดวงจรชีวิต และมีส่วนช่วยในการจัดจำหน่ายเกม  
ทั่วโลกให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20180125/2041115-1-a>

คำบรรยายภาพ: บรรยากาศภายในงาน

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20180125/2041115-1-b>

คำบรรยายภาพ: ผลิตภัณฑ์อันหลากหลายจาก NOX