

# popIn เครือข่ายโฆษณาแบบ Native ads ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ประกาศขยายพื้นที่ในการให้บริการสู่ จีน ฮองกง สิงคโปร์ และไทย



popIn บริษัทให้บริการแบบครบครันในเรื่องของจอภาพที่สามารถควบคุมการโฆษณาในหลากหลายภาษายังให้บริการโฆษณาใน ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน และมาเลเซีย ภายใต้แคมเปญ popIn Discovery Global โดยปลายปี 2019 บริษัทมีแผนการจะขยายพื้นที่การให้บริการในอีก 4 ประเทศ ได้แก่ จีน ฮองกง สิงคโปร์ และไทย

นายเทอิ โท ตัวแทนผู้อำนวยการ กล่าวว่า popIn นั้นดำเนินการโฆษณาภายใต้วัฒนธรรมที่หลากหลายของทวีปเอเชีย โดยการสร้างความร่วมมือกับสื่อท้องถิ่นของแต่ละประเทศ สามารถสร้างโฆษณาที่มีคุณภาพสูงและสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างดี นำเสนอโปรโมชันคุณภาพสูง และมีประสิทธิภาพในการตลาดขององค์กรลูกค้าทั้ง inbound, outbound และ cross-border e-commerce marketing

นายไคสุเกะ ทาคาฮาชิ รองกรรมการผู้จัดการ กล่าวว่า การที่เรามีโอกาสนำเสนอการขยายตัวของบริการ popIn Discovery global ทางบริษัทได้รับคำขออย่างมากมาจากลูกค้าในเรื่องของการขยายพื้นที่ให้บริการ ที่ผ่านมาผลประกอบการในไต้หวันและเกาหลีนั้นดีขึ้น จากการขยายการให้บริการในครั้งนี้ จะสามารถช่วยในการทำ inbound promotion สำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศในเอเชียที่มาเที่ยวที่ญี่ปุ่น และสามารถทำโปรโมชันให้กับลูกค้าที่ต้องการขยายผลิตภัณฑ์จากญี่ปุ่นโดยใช้ cross boarder e-commerce

เครือข่าย ณ ปัจจุบันมีดังนี้

- ญี่ปุ่น: เครือข่ายที่หลากหลาย ตั้งแต่สื่อขนาดใหญ่ เช่น สื่อโฆษณาข่าวขนาดใหญ่ สื่อสิ่งพิมพ์ไปจนถึงสื่อเฉพาะทาง และมีจำนวนโฆษณาที่มีส่วนร่วม 800 ตัวขึ้นไป จำนวนยอดวิวต่อเดือน 6 พันล้าน วิวขึ้นไป
- ไต้หวัน: เครือข่ายสื่อทางด้านธุรกิจและเว็บไซต์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ด้านแฟชั่น จำนวนโฆษณาที่มีส่วนร่วม 220 ตัวขึ้นไป จำนวนยอดวิวต่อเดือน 1 พัน 2 ร้อยล้าน วิวขึ้นไป
- เกาหลี: ร่วมมือกับบริษัทสื่อขนาดใหญ่ และสื่อชั้นนำ มีจำนวนโฆษณาที่มีส่วนร่วม 180 ตัวขึ้นไป จำนวนยอดวิวต่อเดือน 1 พันล้าน วิวขึ้นไป
- มาเลเซีย: ร่วมมือกับบริษัทสื่อหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่ที่ใช้ภาษาจีน และ news media มีจำนวนโฆษณาที่มีส่วนร่วม 14 ตัว จำนวนยอดวิวต่อเดือน 1 ร้อยล้าน วิวขึ้นไป

popIn นั้น ไม่ได้มีการวัดการรับรู้ของผู้เข้าถึงการโฆษณาจากยอดวิวหรือการคลิกของหน้าโฆษณาเท่านั้น หลังจากการคลิกหน้าโฆษณาแล้ว มีความสนใจในสื่อหรือไม่ วัดจากการตั้งใจอ่านสื่อ (ใช้การวัดอัตราการอ่าน เรียกว่า "READ") ดังนั้นจากการประเมินเนื้อหาของโฆษณา สามารถส่งสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องได้

ปัจจุบัน popIn มีออฟฟิศอยู่ในญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลี ให้บริการในเรื่องการวางแผนสื่อ และการสร้างสรรค์สื่อที่เหมาะสมกับตลาดของเอเชียทั้งหมด พร้อมทั้งยังสามารถกระจายขอบข่ายการสื่อสารออกไปได้หลายหลายภาษา โดยการทำงานเป็นส่วนหนึ่งของการโฆษณาสินค้าในรูปแบบ Smart Intelligence ที่ตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคที่เน้นช่องทางการสื่อสารออนไลน์เป็นหลัก สอดรับกับการทำงานของ IoT หรือ Internet of Thing ที่สอดคล้องกับรูปแบบการสื่อสารออนไลน์ ในช่วงปลายปี มีโครงการจะเพิ่มขยายเครือข่ายเข้าสู่ตลาดจีน ฮองกง สิงคโปร์ และไทย ซึ่งคาดว่าจะได้การตอบรับที่ดีไม่แพ้ตลาดญี่ปุ่น และเกาหลีด้วยเช่นกัน