TSF ขยายสื่อกลางแจ้งครอบคลุมทุกภูมิภาค เล็งขยายตลาดหัวเมืองเพิ่ม 3-5 จังหวัด

TSF ขยายสื่อกลางแจ้งครอบคลุมทุกภูมิภาค
เล็งขยายตลาดหัวเมืองเพิ่ม 3-5 จังหวัด
ทรีซิกตี้ไฟว์ขยายสื่อกลางแจ้งครอบคลุมครบทุกภาคทั้งในกทม.และภูมิภาค TSF ยึดจุดแข็งมีเน็ตเวิร์คป้ายโฆษณามากที่สุดในประเทศ เตรียมขยายพื้นที่ป้ายในกทม.เพิ่มอีกพันกว่าป้ายและขยายตลาดตจว.เพิ่มอีก 3-5 จังหวัดรองรับความต้องการของตลาด
นายวิโรจน์ วชิรเดชกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทรีซิกตี้ไฟว์ จำกัด (มหาชน)หรือ TSF เปิดเผยว่า บริษัทฯ มีจุดแข็งที่มีเน็ตเวิร์คป้ายโฆษณามากที่สุดในประเทศ โดยกระจายอยู่ในเขตต่าง ๆ ของกรุงเทพฯ รวม 1,800 ป้าย และภายในปีนี้จะติดตั้งเพิ่มอีกพันกว่าป้าย ส่วนพื้นที่ต่างจังหวัดนั้นเน้นติดตั้งในเขตที่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภูมิภาคจำนวน 9 แห่งรวมกว่าเกือบหนึ่งพันป้าย ได้แก่ อุดรธานี อุบลราชธานี ขอนแก่น พัทยา ชลบุรี เชียงใหม่ เชียงราย หาดใหญ่ และสุราษฎร์ธานีรวมทั้งในปีนี้ โดยในปีนี้จะขยายตลาดต่างจังหวัดเพิ่มอีก 3-5 จังหวัด นอกจากนี้แล้วบริษัทฯ ยังมีป้ายโฆษณากลางแจ้งแบบใหม่คือ Mini BillBoard ซึ่งจะทยอยติดตั้งในตัวเมืองเชียงใหม่และหาดใหญ่ การมีพื้นที่ป้ายโฆษณากลางแจ้งครอบคลุมทุกภูมิภาค ทำให้ TSF ได้เปรียบสามารถทำให้สินค้าและบริการของลูกค้าเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ในปีที่ผ่านมาลูกค้าหลายรายประสบความสำเร็จในการวางแผนโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกลางแจ้งของ TSF เช่น ธุรกิจการบิน ไอที และสินค้าอุปโภคและบริโภค รวมทั้งสินค้าอีกหลายๆ ชนิด เนื่องจากสื่อโฆษณาของ TSF สามารถสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของสินค้าแบรนด์ต่าง ๆ ซึ่งทำให้นักการตลาดและเอเจนซี่เห็นว่าสื่อโฆษณาของ TSF มีศักยภาพ จึงทำให้สื่อโฆษณากลางแจ้งของ TSF ในบางพื้นที่ถูกจองเกือบหมด ถึงแม้ว่าแบรนด์สินค้าจะใช้งบโฆษณาอย่างระมัดระวังมากขึ้น อย่างไรก็ตาม TSF มีแผนที่จะขยายและเพิ่มพื้นที่ป้ายโฆษณาอีกพันกว่าจุดภายในปีนี้ และจะเพิ่มพื้นที่ในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อเป็นการเสริมศักยภาพสื่อโฆษณากลางแจ้งของบริษัทฯ ในอนาคต