

เมเจอร์ซีเน็แอดรุก'วางแผนกลยุทธ์' เพิ่มทางเลือกนักการตลาด-ลบบภาพแค่มือโรงหนัง

"เมเจอร์ ซีเน็แอด" สลักคราบแค่มือโรงหนังสู่ "marketing service company" ให้บริการสร้างแบรนด์และขายสินค้าครบวงจร เผยทุ่มลงทุนกว่า 100 ล้านบาท ระบบดิจิทัลรองรับสื่อแอลซีดี-พลาสมาทีวี เล็งผนึกพันธมิตรค้านสื่อพัฒนานิวมีเดียต่อเนื่อง เพิ่มสื่อทางเลือกให้เจ้าของสินค้ามั่นใจปีนี้ขยายตัวได้อีก 15-20%

นายปณิธาน เศรษฐบุตร รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เมเจอร์ ซีเน็พลีทซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และประธาน บริษัท เมเจอร์ ซีเน็แอด จำกัด ผู้บริหารสื่อโฆษณาโรงภาพยนตร์ เปิดเผยว่า พฤติกรรมการใช้สื่อโฆษณาของนักการตลาดและเจ้าของสินค้าในปัจจุบันจะมองหาสื่อใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงมีนโยบายปรับตัวเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับนักการตลาด โดยจะไม่เป็นเพียงแค่มือให้บริการสื่อในโรงภาพยนตร์หรือสกรีนแอดเพียงอย่างเดียว แต่จะให้บริการด้านการวางแผนกลยุทธ์การตลาด และมีเครือข่ายครบวงจร (marketing service company) ทั้งในด้านการสร้างแบรนด์และสร้างยอดขายโดยใช้สื่อและโลกทัศน์ที่มีอยู่ครอบคลุมทั่วประเทศให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

โดยในช่วงปีที่ผ่านมาบริษัทได้ลงทุนกว่า 100 ล้านบาท สำหรับนำเข้าเทคโนโลยีใหม่จากต่างประเทศ พร้อมติดตั้งระบบสำหรับรองรับดิจิทัลมีเดีย พร้อมทั้งลงทุนติดตั้งสื่อแอลซีดีและพลาสมาทีวีให้ครอบคลุมทุกสาขาทั่วประเทศรวมประมาณ 1,000 จอภายในปีนี้ และลงทุนเพิ่มอีก 1,000 จอในปีหน้า ซึ่งจะครอบคลุมทั้งสาขาของเมเจอร์ ซีเน็พลีทซ์ แมคโคเน็ลด์ สยามฟิวเจอร์ รวมทั้งอาคารสำนักงาน และศูนย์



รูกหนัก - เมเจอร์ ซีเน็แอด ผู้ให้บริการสื่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์เมเจอร์ฯ และธุรกิจจิวเอเรีย ทุ่มทุนติดตั้งพลาสมาทีวีกว่า 1,000 จอในปีนี โดยนอกจากโรงภาพยนตร์แล้ว ร้านแมคโคเน็ลด์เป็นอีกโลกทัศน์หนึ่งที่กำลังเร่งติดตั้งให้ครอบคลุมทุกสาขา

การค้าอื่นๆ ด้วย

"ระบบดิจิทัลมีเดียนี้จะมีศูนย์กลางควบคุมอยู่ที่ออฟฟิศใหญ่ และสามารถ

ลิงก์ออนไลน์ไปยังทุกจอที่ติดตั้งอยู่ พร้อมระบุข้อมูลที่จะโฆษณาได้ว่าต้องการเผยแพร่ในพื้นที่ใดและเวลาไหนบ้าง ทำให้พนักงาน

ตลาดสามารถโฟกัสและเจาะพื้นที่ที่ต้องการ จะสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยเกิดความสูญเสียน้อยที่สุด" นายปณิธานกล่าว

และว่าปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนรายได้จากสื่อในโรงภาพยนตร์ประมาณ 80% ที่เหลืออีก 20% เป็นรายได้จากสื่ออื่นๆ ที่บริษัทพยายามพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยนอกจากจอแอลซีดีและพลาสมาทีวีแล้วยังมีสื่ออื่นๆ อีกจำนวนมาก อาทิ โลก์บ็อกซ์, ไตรวิชั่น, แร็ป, มีกอล์ฟ, วิดีโอ วอล์ค ฯลฯ

นายปณิธานกล่าวต่อไปว่า ด้วยศักยภาพในการให้บริการที่ครบวงจรนี้ จะทำให้บริษัทต้องทำงานร่วมกับทางเจ้าของสินค้าในแนวลึกมากขึ้น ตั้งแต่วางแผนกลยุทธ์ เลือกสื่อ จัดกิจกรรมเสริม ขณะเดียวกันยังมีแผนจับมือกับพันธมิตรด้านสื่อต่างๆ ในการพัฒนาสื่อร่วมกันอีกด้วย พร้อมทั้งสามารถให้บริการแบบเทเลเมคตามความต้องการของเจ้าของสินค้าอีกด้วย

นายปณิธานกล่าวต่อไปอีกว่า ด้วยโมเดลการทำธุรกิจแบบใหม่นี้ จะทำให้บริษัทสามารถเติบโตได้ในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น โดยในครึ่งปีแรกที่ผ่านมาตัวเลขรายได้รวมของบริษัทยังอยู่ในระดับใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้เป็นผลมาจากปัจจัยทางด้านการเมืองและงานพระศพของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอฯ แต่เชื่อมั่นในครึ่งปีหลังนี้รายได้จะปรับไปในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน และส่งผลให้ภาพรวมเติบโตได้เพิ่มขึ้น 15-20% จากรายได้รวมประมาณ 800 ล้านบาทเมื่อปีที่ผ่านมา โดยรายได้จากโฆษณาในโรงหนังจะมีสัดส่วนประมาณ 75-80% ตามด้วยสื่อพลาสมาทีวีประมาณ 10-15% ที่เหลืออีก 5% จะเป็นรายได้จากส่วนอื่นๆ