

ช่อง 8 มาแรง

เรตติ้งคอนเทนต์ ข่าว-ละคร-มวย พุ่ง!! รับปี 2020

ช่อง 8 เครื่องร้อน เปิดศักราชปีหนูทอง ปลื้มเรตติ้งทีวีดิจิทัลพุ่งแรง ปังทั้งคอนเทนต์ข่าว-ละคร-มวย โดนใจ แนวคิด “Connext To The New Era” สุดสตรอง เชื่อมโยงทุกแพลตฟอร์มทั้งออนแอร์-ออนไลน์ ดึงดูดสายตาผู้ชมสำเร็จ ล่ำสุด!! เสริมกลยุทธ์เด็ด People, Cost & Content, Entertainmerce และ Platform & Partner หวังแรงขับช่อง 8 คว่ำแชมป์เรตติ้งท็อป 5 มั่นใจทำนิวไฮ รายได้ทะยานสู่ 1,250 ล้านบาท หนุนกลุ่มอาร์เอสทะลุ 5,250 ล้านบาท มุ่งสู่ New S Curve

นายสุรชัย เชษฐโชติศักดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า “ปี 2020 ผู้ประกอบอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัล ยังคงต้องเผชิญกับแรงกดดันต่อเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจมหภาคทั้งในและต่างประเทศ ในส่วนของอาร์เอสเอง เราไม่เคยหยุดนิ่งในการปรับตัว เพิ่มความพร้อมในองค์กรและกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อรักษาความเป็นผู้นำและนำพาสู่ความสำเร็จและเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในส่วนของสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ภายใต้สโลแกน “ไครๆ ก็ดูช่อง 8 กตเลข 27” ยังคงเป็นเรือธงและหัวหอกของธุรกิจสื่อที่ทำรายได้เติบโตดีมาตลอด หลังจากเมื่อปลายปีที่ผ่านมา เรามีการเสริมทัพผู้บริหารใหม่ที่บริหารงานเชิงรุก ควบคู่กับการพลิกโฉมปรับผังรายการใหม่ยกแผง เชื่อมโยงโครงสร้างสัปดาห์คอนเทนต์การตลาดที่แม่นยำ พันธมิตรผู้นำธุรกิจ เพื่อเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ภายใต้แนวคิด “Connext To The New Era” จนสำเร็จ ทำให้เดือนมกราคมที่ผ่านมา ปรากฏว่า!! เรตติ้งช่อง 8 พุ่งสูงทุกมิติ ทั้งคอนเทนต์รายการข่าว-ละคร-มวย ติดอันดับเรตติ้งสูงประจำเดือนมกราคม โดยเฉพาะการถ่ายทอดสดมวยไทยระดับโลกรายการ “มวยไทยซูเปอร์แชมป์” มีเรตติ้งสูงสุด 3.09 สำหรับคอนเทนต์ข่าวแม่เหล็ก ข่าวเช้าและข่าวเย็นที่ตอกย้ำคอนเซปต์ “เล่าง่าย เข้าใจง่าย เชื่อถือได้” เรตติ้งก็มาแรงติดอันดับท็อป 5 ประจำเดือนมกราคมเช่นกัน อีกทั้งยังได้ละครฟอร์มยักษ์ ‘เรือนสายสวาท’ ลงจอไปกระแสเรตติ้งก็ปัง สร้างทอล์กออฟเดอะทาวน์ได้เช่นกัน ถือว่าการปรับกลยุทธ์ที่มุ่งให้ความสำคัญกับ 3 คอนเทนต์หลักประสบความสำเร็จอย่างยอดเยี่ยม ดังนั้น เพื่อตอกย้ำความสำเร็จแบบเบ็ดเสร็จ ในไตรมาสแรกปี 2020 เราได้เสริมแกร่งด้วย 4 กลยุทธ์สำคัญ People, Cost & Content, Entertainmerce และ Platform & Partner มาบริหารจัดการ พร้อมชูการตลาดนำร่อง ลุยสู่ศึกทีวีดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ”

นางสาวนงลักษณ์ งามโรจน์ Head of Digital Television Business กล่าวว่า “เพื่อให้ทันกับสถานการณ์สื่อที่เปลี่ยนไป ปีนี้ช่อง 8 ต้องปรับตัวและปรับกลยุทธ์อีกรอบ เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจสื่อ โดยโฟกัสไปที่ 4 เรื่องสำคัญ ได้แก่ People อีกหนึ่งกลยุทธ์หลักในการผลักดันธุรกิจสำเร็จ เราจำเป็นต้องจัดทัพใหม่ คนช่อง 8 ต้องกระชับ ฉบับใด มีศักยภาพสูง พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายใหม่ๆ และมีทัศนคติที่ดีต่อ

งานของตน พร้อมเดินไปในทิศทางเดียวกัน เปิดโอกาสให้ทีมงานคิดนอกกรอบ ทำงานด้วย Multitasking Skills มากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับ Cost & Content แม้รายได้จากธุรกิจสื่อจะทรงตัว แต่ความสามารถในการทำกำไรของช่อง 8 ดีขึ้นทุกปี เพราะสามารถบริหาร Cost ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การลงทุนทำคอนเทนต์ใหม่ๆ ต้องบริหารต้นทุนให้สอดคล้องกับรายได้ โดยงบประมาณในการลงทุนต้องสัมพันธ์กับเรตติ้ง เรามุ่งแข่งขันกับตัวเอง และความผันผวนทางธุรกิจ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในยุค Disruption ที่เกิดขึ้น นอกจากข่าว ละคร มวย ที่ช่อง 8 ให้ความสำคัญ เรายังมีอีกกลุ่มรายการ Entertainmerce ที่ถือว่าเราเป็นผู้นำตลาด สามารถทำรายได้ให้กับช่องมาโดยตลอด ปีนี้ปรับรูปแบบรายการให้สนุก ผู้ชมไม่รู้สึกลำบาก อยากติดตามต่อเนื่อง ประเดิมลงจอในรายการ ‘ปากท้องต้องรู้’ ที่สามารถสร้างเรตติ้งและรายได้ให้กับกลุ่มธุรกิจ RS Mail ได้เป็นอย่างดี และกลยุทธ์สุดท้ายคือ Platform & Partner เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ชมเปลี่ยนไป ช่อง 8 จึงเดินหน้าจับมือพันธมิตรผู้นำธุรกิจแพลตฟอร์ม ออนไลน์มากขึ้น เพื่อขยายคอนเทนต์ของช่องไปถึงผู้ชมทุกกลุ่ม อาทิ YouTube, Facebook, Line TV เป็นต้น เพื่อเพิ่มฐานผู้ชมช่อง 8 ไปยังคนดูกลุ่มใหม่ๆ เสริมการทำธุรกิจให้ทันต่อโอกาสของการเติบโตในช่องทางออนไลน์ แบบ win win ทั้งคู่ วันนี้คอนเทนต์ของช่อง 8 เติบโตและเปลี่ยนแปลง ส่งผลไปยังเรตติ้งที่จะดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ล่าสุดช่อง 8 ได้ฉลองยอด 10 ล้าน Subscribers ขึ้นแท่นเป็นอันดับ 4 ของช่องทีวีทั้งหมด มีฐานการเข้าถึงโพสต์ผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจช่อง 8 เดือนละกว่า 40 ล้านคน โดยฐานคนดูคอนเทนต์ N ช่อง 8 ผ่าน YouTube มากกว่า 47 ล้านคน ทำให้ปัจจุบันคอนเทนต์ของช่อง 8 เข้าถึงคนดู 55 ล้านคน หรือ 86% ของคนดูทั่วประเทศ จะเห็นได้ว่าช่องทางออนไลน์มีฐานคนดูเติบโตอย่างต่อเนื่อง สำหรับการรับชมผ่านหน้าจอและสื่อโฆษณาต่างๆ ยังมีบรรณไฟฟ้า BTS และ LED AD อีกด้วย

นายสุรัชย์ กล่าวปิดท้ายว่า “การเสริมกลยุทธ์ และปรับแผนธุรกิจในครั้งนี้ เป็นการบูรณาการความพร้อมขององค์กร ใช้ศักยภาพของคนทำงานให้เต็มที่ วางคนให้เหมาะกับงาน คิดกลยุทธ์ธุรกิจที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เล่นในเกมส์ของตัวเอง ใช้จุดแข็งและจุดได้เปรียบของเราให้มากที่สุด เพื่อการเติบโตที่แข็งแกร่งและมั่นคง พร้อมมุ่งไปสู่เป้าหมายเดียวกันคือสร้าง New S Curve และนิวไฮให้ได้”

#####

สายงานสื่อสารองค์กร บมจ.อาร์เอส ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้
สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ : ภัทรปภา (เหมียว) 095-945-4266