

เวิร์คพอยท์ขึ้นโฆษณาเรตติ้งพุ่งไทย2.8พันล.

นายชลากรณ์ ปัญญาโฉม ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายงานดิจิทัลทีวี บมจ.เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ เปิดเผยว่าเตรียมส่งรายการเดอะ เมสซิงเจอร์ ซีซั่น 2 ลงผังรายการในเดือน เม.ย.นี้ หลังจากพบว่าเป็นรายการที่มีเรตติ้งเฉลี่ย 10.447 พร้อมคิดอัตราค่าโฆษณาณาทึละ 3.5-4 แสนบาท เพิ่มขึ้นจากซีซั่นแรกอีก 1 เท่าตัว ขณะเดียวกันตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา ได้ปรับค่าโฆษณาเพิ่มขึ้นจากนาที่ละ 50,000 บาท เป็นนาที่ละ 62,000 บาท แล้วเพื่อให้สอดคล้องกับเรตติ้งที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังลงทุนด้านคอนเทนต์อีก 600-700 ล้านบาท ซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ 4 รายการ เตรียมออกอากาศตั้งแต่ต้นเดือน ก.พ.นี้เป็นต้นไป ทำให้ตั้งเป้าหมายว่าในปี 60 จะมีรายได้รวมจากทีวีประมาณ 2,800 ล้านบาท เติบโต 20%

นายชลากรณ์ กล่าวอีกว่า บริษัทยังเน้นให้ความสำคัญกับช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยจะสร้างลูกเล่นหรือทำกิจกรรมในช่องทางดังกล่าวเพื่อต่อยอดกับการรับชมรายการบนหน้าจอกีวีพีและหวังสร้างรายได้ในอีกช่องทางหนึ่ง.