

4. การวิจัยและพัฒนา

บริษัทประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในการพัฒนาธุรกิจด้านสื่อโฆษณา เนื่องจากบริษัทมีการศึกษาวิจัยทางด้านการตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สื่อโฆษณาของบริษัทสามารถเข้าถึงผู้ชมสื่อโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญและใส่ใจในคุณภาพการผลิต การติดตั้งสื่อโฆษณา และการให้บริการลูกค้า ดังนั้นการวิจัยและพัฒนาของบริษัท จึงมุ่งเน้นไปที่การวิจัยด้านการตลาด การพัฒนาการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาระบบควบคุมการปฏิบัติการ ดังนี้

4.1 การวิจัยด้านการตลาด

บริษัทได้รับสิทธิในการบริหารจัดการด้านการตลาดเกี่ยวกับพื้นที่โฆษณา (Advertising Space) ใน Tesco Lotus ทำให้บริษัทได้รับข้อมูลการวิจัยทางด้านการตลาดจากบริษัท ดันน์ฮัมบี้ (ประเทศไทย) จำกัด (“dunnhumby”) ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคของ Tesco Lotus ในเชิงลึก ผ่านข้อมูลการใช้จ่ายในแต่ละครั้งและ Clubcard ของลูกค้า Tesco Lotus บริษัทนำข้อมูลที่ได้จาก dunnhumby มาใช้วิเคราะห์ให้สามารถหาจุดติดตั้งสื่อโฆษณาในพื้นที่ที่เหมาะสมมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อผู้ลงโฆษณา พร้อมทั้งนี้ฝ่ายการตลาดและฝ่ายขายจะติดตามข้อมูลทางการตลาดและข้อมูลของคู่แข่งในธุรกิจต่างๆ อย่างใกล้ชิด เพื่อพัฒนาให้สื่อโฆษณาของบริษัททันสมัยและเป็นที่ยอมรับตลอดเวลา

4.2 การพัฒนาการปรับปรุงวิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์

สื่อโฆษณาในปัจจุบัน ต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าของเม็ดเงิน ดังนั้น บริษัทจึงต้องมีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นและสะดุดตา ดึงดูดความสนใจ มีการพัฒนาในด้านความคิดสร้างสรรค์ แนวคิดแปลกใหม่ ให้เข้ากับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค บริษัทมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา เช่น บริษัทให้บริการสื่อโฆษณาวิทยุ ณ จุดขาย โดยใช้วิธีการส่งแผ่นซีดีที่มีความยาวประมาณ 8 นาที 45 วินาที ต่อ 1 loop ไปยังสาขาต่างๆ ทั่วประเทศ ปัจจุบันบริษัทมีโครงการในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการออกอากาศเพื่อให้รายการถ่ายทอดดังกล่าวมีความยืดหยุ่นมากขึ้น จึงมีการทดสอบระบบออกอากาศให้เป็นระบบ Streaming ในโมเดิร์นเทรด ซึ่งระบบดังกล่าวทำให้โมเดิร์นเทรดสามารถปรับเปลี่ยนรายการวิทยุออกอากาศสด (Live) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไปยังสาขาและเว็บไซต์ของห้างได้ในระหว่างวัน ทำให้บริษัทสามารถปรับเปลี่ยนสื่อโฆษณาได้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บริษัทยังมีโครงการปรับเปลี่ยนสื่อโฆษณาภาพนิ่งให้เป็นจอภาพดิจิทัลเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการผลิตชิ้นงานโฆษณาภาพนิ่งให้กับลูกค้าและลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนสินค้าที่จะลงโฆษณาได้ง่ายและรวดเร็ว รวมทั้งเพิ่มโอกาสทำรายได้เพิ่มเติมบนพื้นที่โฆษณาที่มีอยู่เดิมของบริษัท หรือแม้กระทั่งการปรับเปลี่ยนรูปแบบไฟล์สำหรับจอดิจิทัลในเครือข่ายระบบรถไฟฟ้าบีทีเอสให้เป็นไฟล์ MP4 เพื่อให้สื่อโฆษณาผ่านจอดิจิทัลคมชัดขึ้น และมีคุณภาพเสียงที่ดีขึ้น เป็นต้น

4.3 การพัฒนาระบบควบคุมการปฏิบัติการ

บริษัทได้ว่าจ้างบริษัทภายนอกเป็นผู้พัฒนาซอฟต์แวร์สำหรับควบคุมระบบการทำงานของจอภาพดิจิทัลทั้งหมด เช่น การรับคำสั่งลูกค้า จัดตารางการติดตั้ง ตรวจสอบสถานะจอภาพ การควบคุมเสียง การเปิด/ปิดเครื่อง รวมถึงการจัดทำรายงานส่งลูกค้า โดยการควบคุมระบบทั้งหมดเป็นแบบ Real-Time ผ่าน Web-Based สามารถตรวจสอบได้รวดเร็วและแม่นยำ

นอกจากนี้ ผู้บริหารของบริษัทและหน่วยงานต่างๆ จะร่วมกันศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลถึงโอกาสและความเป็นไปได้ในการขยายธุรกิจไปยังธุรกิจเกี่ยวเนื่องอื่น รวมถึงพิจารณาเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการ หรืออาจเป็นช่องทางในการเผยแพร่สินค้าและบริการช่องทางใหม่ของบริษัทในอนาคต