

#### 4. การวิจัยและพัฒนา

เนื่องจาก บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นความคุ้มค่าด้านราคา คุณภาพ หรือการบริการ บริษัทฯ จึงใส่ใจและให้ความสำคัญต่อทุกกระบวนการดำเนินการ ตั้งแต่ การคิดค้น ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ การคัดสรรวัตถุดิบและอุปกรณ์ การติดตั้ง การปฏิบัติงาน การบำรุงรักษา และการวัดผล โดยบริษัทฯ ได้มีการศึกษา วิจัย พัฒนา และร่วมมือกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม เพื่อให้มั่นใจว่า ทุกกระบวนการมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดีต่อลูกค้าและบริษัทฯ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ มีคุณภาพ หลากหลาย แปลกใหม่ ทันสมัย สามารถเข้าถึงผู้ชมสื่อโฆษณาของบริษัทฯ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

##### 4.1 การคิดค้น ออกแบบ และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

การวิจัยและพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์และการให้บริการจะอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของฝ่ายพัฒนาธุรกิจ และฝ่ายการขายและการตลาด ซึ่งบุคลากรที่เกี่ยวข้องสามารถเสนอแนะผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ โดยบริษัทฯ จัดให้มีการวิจัยและพัฒนา หรือการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกันทั้งในและต่างประเทศ และให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะของลูกค้า เพื่อให้เกิดการคิดค้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ บริษัทฯ ให้ความสำคัญ ได้แก่ ความต้องการของลูกค้า ความเหมาะสมของตัวสินค้า กับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ การรับรู้ เข้าถึง และ จดจำในตัวสินค้าของผู้ชมสื่อโฆษณาเป้าหมาย และสถานที่ตั้งสื่อโฆษณา

บริษัทฯ มีการพัฒนาการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ในรูปแบบใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง และไม่หยุดยั้ง ด้วยนวัตกรรมและแนวคิดที่ทันสมัย เหมาะกับผู้ชมสื่อโฆษณาของบริษัทฯ ในแต่ละประเภท โดยคำนึงถึงความต้องการ และความคุ้มค่าทางการเงินของลูกค้า/ผู้ลงโฆษณา โดยบริษัทฯ มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงและยกระดับรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และจัดให้มีการทำวิจัยทางการตลาดก่อนนำเสนอผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สื่อโฆษณาของบริษัทฯ ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับตลอดเวลา สามารถตอบสนองและก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้าและบริษัทฯ โดยบริษัทฯ มีจุดเด่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้รับความนิยมให้กลับมาเป็นที่นิยม ด้วยนวัตกรรมและแนวคิดที่ทันสมัย สร้างความแตกต่าง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี รวมถึงการเป็นผู้นำในการเชื่อมโยงสื่อของบริษัทฯ เข้ากับสื่อต่างๆ ที่กำลังเป็นที่นิยมหรืออยู่ในกระแส เช่น เชื่อมโยงสื่อของบริษัทฯ กับโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) เป็นต้น





นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในการจัดหาพื้นที่โฆษณาใหม่ๆ ในเขตเมือง บริเวณที่มีผู้ใช้การจราจรอย่างหนาแน่น หรือบริเวณที่สามารถเข้าถึงผู้ชมโฆษณาได้เป็นจำนวนมาก และก่อให้เกิดประโยชน์/ต่อยอดทางธุรกิจ (Synergy) กับสื่อโฆษณาที่บริษัทฯ มีอยู่เดิม หรือสร้างเครือข่ายการบริการให้ครอบคลุมสื่อโฆษณากายนอกที่อยู่อาศัยทุกประเภท (Out of Home Media) ได้อย่างครบวงจร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าแต่ละรายได้

ทั้งนี้ ในปี 2556 บริษัทฯ ได้จัดหาพื้นที่โฆษณาใหม่ๆ เช่น สื่อโฆษณาในห้างสรรพสินค้า สื่อป้ายโฆษณาริมถนน (Metro Poster) ในเขตกรุงเทพฯ และสื่อโฆษณาในรูปแบบ Pole Wrap เสาขนาดใหญ่ 2 ต้น บริเวณกลางสี่แยกได้ทางด่วน พระราม 4 เป็นต้น

ตัวอย่างการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์และการให้บริการของบริษัทฯ

สื่อโฆษณา	ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม		เหตุผล
	เดิม	ใหม่	
1. 90 Degree		 จอขนาดใหญ่รูปแบบ 90 องศา รายแรกในประเทศไทย ที่สามารถ สื่อสารและเชื่อมภาพโฆษณา ระหว่างกัน	ความต้องการของลูกค้าที่อยาก ได้สื่อโฆษณาที่โดดเด่น ไม่ เหมือนใคร และสามารถดึงดูด สายตาผู้ชมสื่อโฆษณา เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. Digital Coupon	-ไม่มี-	 จอแอลเอฟดีที่ให้บริการข้อมูล เกี่ยวกับร้านค้าและจุดบริการต่างๆ (In-Mall Management System) และสามารถโต้ตอบและสื่อสารกับ ผู้ใช้งาน (Interactive LFD) โดย ลูกค้าสามารถสั่งพิมพ์คูปองส่วนลด ในทุกร้านค้าที่ร่วมรายการภายใน ศูนย์การค้าเมกะบางนาได้	เพิ่มนวัตกรรม เทคโนโลยีใหม่ ให้เหมาะสมกับความต้องการของ ศูนย์การค้า สร้างความ สะดวกสบายให้แก่ลูกค้าที่เข้า มาใช้บริการ และยังเป็นอีก ช่องทางในการโฆษณาและ กระตุ้นยอดขายให้แก่ร้านค้า ต่างๆ ภายในศูนย์การค้าได้อีก ด้วย
3. Street Furniture			เล็งเห็นถึงศักยภาพของทำเล และผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ จึงได้มี การปรับรูปแบบการนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น ดึงดูด สายตาผู้ชมสื่อโฆษณา แต่เข้า กับสภาพแวดล้อมได้เป็นอย่างดี

สื่อโฆษณา	ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม		เหตุผล
	เดิม	ใหม่	
4. Metro Poster			เล็งเห็นถึงศักยภาพของทำเลและผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ จึงได้มีการปรับรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น ชัดเจนด้วยวัสดุและรูปแบบที่ทันสมัยดึงดูดสายตาผู้ชมสื่อโฆษณาได้เป็นอย่างดี
5. ภาพนิ่งที่เรียงติดต่อกันบริเวณทางด่วน (Series Pole)	-ไม่มี-	 เป็นชุด (Series) จำนวน 3 แผ่นป้ายโฆษณาต่อเนื่องกัน   แบบ 2 มิติ (2D)   แบบ 3 มิติ (3D)	เล็งเห็นถึงความสำคัญของจำนวนป้ายที่เรียงติดต่อกันและความหนาแน่นของจราจรบริเวณดังกล่าว และเพื่อให้เกิดการสื่อสารและการรับรู้อย่างชัดเจนสำหรับโฆษณาในแต่ละชุดแก่ลูกค้าและผู้ชมสื่อโฆษณาและกระตุ้นความสนใจและสร้างการรับรู้และความประทับใจของผู้ชมสื่อโฆษณาของบริษัทฯ และให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่ผู้ลงโฆษณา

สื่อโฆษณา	ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม		เหตุผล	
	เดิม	ใหม่		
6. ภาพนิ่ง ภายนอกตัวรถ ประจำทาง ปรับอากาศ	-ไม่มี-	 แบบครึ่งคันรถ (Half wrap)	ความต้องการของลูกค้าบางรายที่มีเม็ดเงินโฆษณาจำกัดแต่อยากเข้าถึงผู้ชมสื่อโฆษณาเพิ่มสูงขึ้น หรือต้องการให้สื่อโดดเด่นเข้าถึงผู้ชมสื่อโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	
	 แบบ 1 มิติ	 แบบ 2 มิติ (2D)		กระตุ้นความสนใจและสร้างการรับรู้และความประทับใจของผู้ชมสื่อโฆษณาของบริษัทฯ และให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่ผู้ลงโฆษณา
		 แบบ 3 มิติ (3D)		

ด้วยนวัตกรรมในการพัฒนาและนำเสนอสื่อโฆษณา ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับรางวัลและได้รับการยอมรับจากทั้งในประเทศและระดับสากล ดังต่อไปนี้

รางวัล	สถาบัน	ปี	ประเภทสื่อ	ผลิตภัณฑ์	เทคนิค
Bronze Prize	Asia OOH Awards	2555	Bus – Full Wrap	Bose Headphone	2D
Silver Prize transit ads	OHM Awards	2554	Bus – Full Wrap	Fanta	3D/EI
Silver Prize transit ads	OHM Awards	2554	Bus – Full Wrap	Hug the World	3D + special technic

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีการพัฒนาการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในขั้นตอนการผลิตและเตรียมงาน ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในเรื่องของคุณภาพ และการให้บริการ ทั้งการช่วยลูกค้าปรับเปลี่ยนภาพยนตร์โฆษณาให้เข้ากับรูปแบบการนำเสนอสื่อโฆษณาของบริษัทฯ การรับจ้างจัดพิมพ์หรือการจัดหาสื่อโฆษณาที่เหมาะสมและคุ้มค่าให้แก่ลูกค้าแต่ละราย รวมทั้งการซ่อมบำรุงสื่อโฆษณาเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าสื่อโฆษณาอยู่ในสภาพสมบูรณ์และเหมาะสมต่อการนำเสนอตลอดเวลา

## 4.2 การคัดสรรวัตถุดิบและอุปกรณ์

วัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ใช้ในการสร้างป้ายโฆษณาถือเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับบริษัท ในการดำเนินงาน ถึงแม้ว่า วัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ใช้ในการสร้างป้ายโฆษณาจะมีให้เลือกเป็นจำนวนมาก ทั้งในด้านรูปแบบ ขนาด สี ความสว่าง ความคมชัด คุณภาพ อายุการใช้งาน และประเทศที่ผลิต แต่บริษัท ให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของวัตถุดิบกับสื่อแต่ละประเภท รวมทั้งคุณภาพที่ดีของวัตถุดิบ โดยความเหมาะสมและคุณภาพที่ดีของวัตถุดิบที่บริษัท เลือกใช้ สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ รวมถึงความใส่ใจของบริษัท ต่อสินค้า ลูกค้าและสังคม

บริษัท ให้ความสำคัญในการพัฒนากระบวนการคัดสรรวัตถุดิบและอุปกรณ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ความพึงพอใจของลูกค้า และความคุ้มค่าทางการลงทุนของบริษัท เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่มีรูปแบบสวยงาม สะดุดตา คุณภาพได้มาตรฐาน คุ้มค่าราคา อายุการใช้งานยาวนาน และเหมาะแก่การใช้งาน โดยการวิจัยและพัฒนากระบวนการคัดสรรวัตถุดิบและอุปกรณ์จะอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของส่วนงานต่างๆ ในฝ่ายปฏิบัติการ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการคัดสรรวัตถุดิบและอุปกรณ์ โดยที่บุคลากรที่เกี่ยวข้องจะสามารถที่จะมีข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อที่จะคัดสรรวัตถุดิบและอุปกรณ์ใหม่ ปรับปรุงกระบวนการที่ดำเนินการอยู่ หรือเสนอแนวทางในการลดค่าใช้จ่ายได้ นอกจากนี้ บริษัท ไม่เพียงแต่แลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบหรือผู้ประกอบการเดียวกันในอุตสาหกรรม แต่ยังให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะของลูกค้าบริษัท ในการคัดสรรวัตถุดิบและอุปกรณ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ทั้งในแง่ คุณภาพและราคา

ทั้งนี้ ในปัจจุบัน บริษัท มีนโยบายคัดเลือกวัตถุดิบและอุปกรณ์ จากผู้จำหน่ายชั้นนำที่มีประสบการณ์ ฐานะการเงินที่มั่นคง เชื่อถือได้ มีการให้บริการและรับประกันหลังการขาย และเป็นที่ยังพอใจต่อลูกค้าของบริษัท (สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ในส่วนที่ 2 หัวข้อ 3.3.3 การจัดหาอุปกรณ์ดิจิทัล และ 3.3.4 การจัดหาซอฟต์แวร์และอุปกรณ์ควบคุมการบริหารสื่อมัลติมีเดีย)

## 4.3 การติดตั้ง การปฏิบัติงาน และการบำรุงรักษา

การติดตั้ง การปฏิบัติงาน และการบำรุงรักษา ถือเป็นหัวใจในการบริการของบริษัท บริษัท จึงให้ความสำคัญในการพัฒนากระบวนการดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพและมาตรฐานสูงสุดในอุตสาหกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามสภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นได้เป็นอย่างดี

ในการติดตั้ง บริษัท มีการพัฒนากระบวนการติดตั้ง ไม่เพียงแต่คำนึงถึงความโดดเด่น ความชัดเจน และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสื่อโฆษณาที่ติดตั้งเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับมาตรฐาน และความปลอดภัย เพื่อให้มั่นใจว่า ป้ายโฆษณาของบริษัท โดดเด่นและดึงดูดสายตาลูกค้าเป้าหมาย และไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่บุคคลอื่น และรักษาสิ่งแวดล้อม โดยการวิจัยและพัฒนากระบวนการติดตั้งผลิตภัณฑ์หรือสื่อโฆษณาของบริษัท จะอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของฝ่ายปฏิบัติการ โดยบุคลากรที่เกี่ยวข้องสามารถเสนอแนะวิธีการติดตั้งใหม่ๆ หรือปรับปรุงกระบวนการที่ดำเนินการอยู่ และบริษัท ยังแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกับผู้รับติดตั้งหรือผู้ประกอบการเดียวกันในอุตสาหกรรม หรือรับฟังข้อเสนอแนะของลูกค้าเพื่อให้กระบวนการติดตั้งเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ปลอดภัย และเป็นไปตามมาตรฐานตามที่ลูกค้าต้องการ

ในปัจจุบัน บริษัท ดำเนินการติดตั้งโดยใช้ผู้ชำนาญการภายในหรือภายนอกที่มีประสบการณ์ดำเนินการติดตั้งตามมาตรฐานความปลอดภัยที่สูงที่สุด ซึ่งบริษัท จะทำการตรวจสอบอย่างละเอียดในการรับมอบงานในแต่ละขั้นตอนอีกครั้งหนึ่ง เพื่อลดความผิดพลาด เวลา และค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง

สำหรับกระบวนการควบคุมการปฏิบัติงานและการบำรุงรักษา บริษัทฯ มีการพัฒนาระบบควบคุมการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท มีกล้องวงจรปิดและระบบควบคุมการปฏิบัติงานที่มีการพัฒนาให้ทันสมัยและตรวจสอบง่ายและแม่นยำ ควบคุมจากส่วนกลางแบบเรียลไทม์ (Real-Time Monitor) ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับควบคุม สั่งการ มอนิเตอร์และตรวจสอบป้ายโฆษณาในจุดต่างๆ มีทีมงานคอยควบคุม ดูแล แก้ปัญหา ซ่อมแซมและบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์หรือสื่อต่างๆ ของบริษัทฯ ตลอด 24 ชั่วโมง และมีการจัดตั้งทีมงานที่มีความรู้เฉพาะทาง และจัดตั้งศูนย์ดูแลรักษา (Maintenance Center) เพื่อรวบรวมงานที่เกิดขึ้นจากการรับแจ้ง และบริหารจัดการด้วยระบบซอฟต์แวร์เฉพาะที่จะช่วยกำหนดลำดับงาน และเส้นทางที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อให้มั่นใจว่า บริษัทฯ จะสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่กำหนดตามมาตรฐาน สร้างความพอใจให้แก่ลูกค้า และเพื่อให้มั่นใจว่า ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน สามารถดึงดูดสายตาของลูกค้าเป้าหมาย และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ การวิจัยและพัฒนากระบวนการควบคุมการปฏิบัติงานและการบำรุงรักษาจะอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของฝ่ายปฏิบัติการ โดยบุคลากรที่เกี่ยวข้องสามารถเสนอแนะวิธีการต่างๆ เพื่อปรับปรุงหรือพัฒนากระบวนการที่ดำเนินการอยู่ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญกับคำแนะนำของลูกค้าและผู้จัดจำหน่ายระบบควบคุมการปฏิบัติงานหรือผู้ประกอบการเดียวกันในอุตสาหกรรม เพื่อให้การปฏิบัติงานและการบำรุงรักษาเป็นไปอย่างราบรื่น และเป็นที่พอใจของลูกค้า

สำหรับการบริการหลังการขาย บริษัทฯ มีการกำหนดระดับของปัญหาที่สามารถเกิดขึ้นได้ และกำหนดมาตรฐานระยะเวลาในการแก้ไข และบริษัทฯ มีมาตรการและทีมงานในการตรวจสอบการทำงานของจอทีวีดิจิตอลตลอดเวลาการให้บริการของสื่อ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับเอเจนซี หรือเจ้าของสินค้าและบริการว่า สื่อโฆษณาที่รับบริการจากบริษัทฯ สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องโดยมาตรฐานการซ่อมบำรุงในสื่อส่วนใหญ่ คือ ภายใน 24 ชั่วโมงหลังจากได้รับแจ้ง

#### 4.4 การวัดผลด้วยบทวิจัยตลาดแก่ลูกค้า

เพิ่มเติมข้อมูล

เนื่องจาก บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นความคุ้มค่าด้านราคา คุณภาพ หรือการบริการ บริษัทฯ จึงได้มีการว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาและวิจัยตลาด เช่น บริษัท เดอะเน็ลเส็น คอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด ศูนย์วิจัยเอแบค นวัตกรรม มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และสวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต เป็นต้น ในการจัดทำบทวิจัยการตลาดเชิงลึกให้แก่ลูกค้าแยกตามประเภทสื่อโฆษณาเป็นประจำทุกปีสลับกันไป เพื่อเป็นเครื่องมือในการวัดผล/ประสิทธิภาพ/ความคุ้มค่าของเม็ดเงินโฆษณาที่ใช้กับบริษัทฯ (Measurement Tool) และเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการกับบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยในแต่ละปี บริษัทฯ จะจัดให้มีการทำวิจัยตลาดแตกต่างกันไป ตามความต้องการของลูกค้า และกระแสมโนมในชวงนั้นๆ เพื่อให้มั่นใจว่า บทวิจัยดังกล่าว สามารถวัดผล ทันสมัย และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้บทวิจัยยังสนับสนุนศึกษาถึงความต้องการของผู้พบเห็นสื่อ เพื่อนำไปพัฒนาสื่อให้เกิดสาธารณประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างบทวิจัยของบริษัทฯ เช่น มูลค่าการใช้สื่อโฆษณาภายนอกโดยสารปรับอากาศกับการรับรู้ จุดจำในตัวสินค้าของผู้ชมสื่อโฆษณาเป้าหมาย ป้ายจราจรอัจฉริยะและป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์บริเวณด่านเก็บค่าผ่านทาง เป็นต้น

พร้อมกันนี้ บริษัทฯ ยังสามารถนำข้อมูลดังกล่าว มาใช้วิเคราะห์รูปแบบโฆษณาใหม่ๆ หรือจุดติดตั้งสื่อโฆษณาใหม่ๆ ในทำเลที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาให้สื่อโฆษณาของบริษัทฯ ทันสมัย เกิดความหลากหลาย เป็นที่นิยม และก่อให้เกิดประสิทธิภาพแก่ผู้ลงโฆษณาสูงสุด นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้มีการติดตามข้อมูลทางการตลาดและคู่แข่งในอุตสาหกรรมอย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจว่า สื่อโฆษณาของบริษัทฯ ทันสมัยและเกิดประสิทธิภาพแก่ผู้ลงโฆษณาสูงสุด

ทั้งนี้ ในช่วงปี 2554 ถึงปัจจุบัน บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษาและวิจัยตลาดสำหรับสื่อโฆษณาภายนอก  
โดยสารปรับอากาศ สื่อภาพนิ่งและสื่อดิจิทัล จำนวน 0.9 ล้านบาทในปี 2554 และ 0.7 ล้านบาทในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2557