

ถอด3กลยุทธ์ Amazon เปลี่ยน Prime Video เป็น‘หน้าร้านบนจอ’ เชื่อมคอนเทนต์โฆษณา และการซื้อ หลังรายได้ Ads โต 26%

จากแพลตฟอร์มคอนเทนต์ สู่จุดเริ่มต้นของการซื้อ เติบโตที่จุดแข็งของ Amazon Ads อยู่กับการเข้าถึงผู้บริโภคบนหน้าค้นหาและหน้าสินค้า ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้บริโภคเริ่มแสดงความต้องการซื้ออย่างชัดเจน การนำโฆษณาเข้าสู่ Prime Video ช่วยให้ Amazon ขยับเข้าหาผู้บริโภคได้ตั้งแต่ช่วงสร้างการรับรู้ ก่อนเชื่อมความสนใจนั้นเข้าสู่หน้าสินค้า ตะกร้า และระบบชำระเงินของ Amazon กลยุทธ์นี้จึงทำให้ Prime Video มีบทบาทมากกว่าการขายพื้นที่โฆษณาแค่ระหว่างคอนเทนต์ และสามารถถอดออกมาได้เป็น 3 แนวทางสำคัญ

1. ลดระยะห่างระหว่าง เห็น กับ ซื้อ Amazon พัฒนาโฆษณาบน Prime Video ให้ผู้ชมโต้ตอบได้ผ่านรีโมทหรือสแกน QR Code ผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยรูปแบบที่เปิดตัวก่อนหน้านี้ ได้แก่ Shoppable Carousel Ads ซึ่งแสดงสินค้าหลายรายการระหว่างช่วงโฆษณา ผู้ชมสามารถเลื่อนดูและเพิ่มสินค้าลงตะกร้าผ่านรีโมทได้ ขณะที่วิดีโอจะหยุดชั่วคราวระหว่างการเลือกสินค้า และเล่นต่อหลังจบการโต้ตอบ อีกหนึ่งรูปแบบคือ Interactive Pause Ads ซึ่งแสดงโฆษณาเมื่อผู้ชมกดหยุดวิดีโอ พร้อมตัวเลือกอย่าง Add to Cart สำหรับสินค้าที่ขายบน Amazon หรือ Send to Email สำหรับแบรนด์และบริการที่ต้องการส่งข้อมูลเพิ่มเติมให้ผู้ชม จากเดิมที่ผู้ชมต้องจำซื้อสินค้า หยิบโทรศัพท์ และค้นหาอีกครั้ง Amazon จึงพยายามลดขั้นตอนเหล่านี้ และเปลี่ยนจอทีวีให้กลายเป็นอีกหนึ่งทางเข้าสู่ร้านค้า

2. ปรับโฆษณาตามพฤติกรรมของผู้ชมแต่ละคน ในเดือนพฤษภาคม 2026 Amazon Ads เปิดตัว Dynamic TV Creative สำหรับ Prime Video ซึ่งใช้สัญญาณจากการซื้อปิง การเปิดดูสินค้า และการรับชมคอนเทนต์ มาช่วยปรับองค์ประกอบของโฆษณาในขณะที่กำลังแสดงผล ระบบสามารถปรับรูปแบบการโต้ตอบ ข้อความกระตุ้นให้เกิดการกระทำ พาดหัว รูปสินค้า

ราคา คะแนนรีวิว และสิทธิประโยชน์ Prime ตามช่วงที่ผู้ชมแต่ละคนอยู่ในเส้นทางการซื้อ ตั้งแต่เพิ่งรู้จักสินค้าไปจนถึงพร้อมตัดสินใจ ผู้ลงโฆษณาจึงสามารถใช้ชิ้นงานหลักเพียงชุดเดียว ก่อนให้ระบบสร้างโฆษณาหลายเวอร์ชันตามความเกี่ยวข้องกับผู้ชม อย่างไรก็ตาม ฟีเจอริ่งเริ่มเปิดให้ผู้ลงโฆษณาบางกลุ่มในสหรัฐฯ และการเปิดใช้งานของเครื่องมือโฆษณาแต่ละรูปแบบยังแตกต่างกันตามประเทศ

3. เชื่อมคอนเทนต์โฆษณา และระบบค้าปลีกเข้าด้วยกัน ข้อได้เปรียบสำคัญของ Amazon อยู่ที่มีการมีทั้ง Prime Video, Amazon Ads และระบบ E-Commerce ภายในเครือข่ายเดียวกัน ผู้บริโภคจึงสามารถเริ่มจากการดูหนัง ซีรีส์ หรือกีฬา ก่อนเห็นโฆษณา เปิดดูสินค้าเพิ่มเติมตะกร้า และซื้อผ่านบัญชี Amazon เดิม ขณะที่แบรนด์สามารถวัดผลตั้งแต่การมีส่วนร่วมกับโฆษณา ไปจนถึงการเปิดหน้าสินค้าและการซื้อได้ Prime Video จึงช่วยให้ Amazon ขยายธุรกิจโฆษณาจากพื้นที่ใกล้จุดซื้อ ไปสู่ช่วงสร้างการรับรู้ พร้อมทำให้เส้นทางการดูคอนเทนต์และการซื้อสินค้าสั้นลง การเพิ่มพื้นที่โฆษณาบน Streaming ยังมาพร้อมโจทย์เรื่องประสบการณ์ผู้ชม งานวิจัยปี 2024 ของ FreeWheel ร่วมกับ MediaScience ซึ่งทดลองกับผู้ชม 420 คน พบว่า 71% รู้สึกว่าค่าโฆษณาที่แทรกในจังหวะซึ่งขัดกับเนื้อหา และ 78% รู้สึกว่าค่าโฆษณาที่โผล่ซ้ำหรือเกิดอาการสะดุด

(ที่มา : MarketingOops!)



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียน พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๘๘๘๕๖๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรรณ เดชานุวัตร
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๔๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทย

ชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่น

ระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวัน

ชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

ชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

ตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรรณ เดชานุวัตร เป็นผู้พิมพ์
นางสาวพรรณ เดชานุวัตร เป็นผู้โฆษณา
นางสาวพรรณ เดชานุวัตร เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่ วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)

(นางสาวกนกอร ศักดาเดช)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนสำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร

