โพสต์ทูเดย์
Post Today
Circulation: 320,000
Ad Rate: 1,100

Section: DIGITAL of things/interview
วันที่: พฤหัสบดี 6 เมษายน 2560
ปีที่: 15 ฉบับที่: 5173 หน้า: C2(ล่างขวา)
Col.Inch: 29.72 Ad Value: 32,692 PRValue (x3): 98,076 คลิป: สี่สี
คอลัมน์: INFO INTREND: ไลฟ์ The Mask Singer Facebook ปะทะ YouTube

INFO INTREND

โธธโซเชียล

ไลฟ์ The Mask Singer Facebook ปะทะ YouTube

จากกระแสโด่งดังของรายการ The Mask Singer รอบแชมป์ชนแชมป์!! ระหว่างหน้ากากทุเรียนและหน้ากากอีกาดำ ซึ่งช่องทางในการรับชมแบบไลฟ์ได้ทั้งเฟซบุ๊กและยูทูบ มีมุมหนึ่งที่น่าสนใจนั่นคือมุมของ Platform Engagement ระหว่างเฟซบุ๊กกับยูทูบ

จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า รายการ The Mask Singer นัดแชมป์ชนแชมป์ ใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ในการถ่ายทอดสดได้สร้างปรากฏการณ์มีจำนวนผู้เข้าชมมากถึง 11 ล้านคน ขณะที่ยูทูบไลฟ์มีจำนวนเข้าชม 7,238,384 คน นอกจากเรื่องยอดเข้าชมที่เฟซบุ๊กมากกว่ายูทูบแล้ว ก็จะเห็นว่าช่องทางเฟซบุ๊กยังได้รับ Engagement Rate ต่อผู้ชมที่สูงกว่าทางยูทูบถึง 8.5 เท่า

นั่นหมายความว่า หากเราต้องการความคิดเห็นที่รวดเร็วและรุนแรงต่อวิดีโอของเรา เฟซบุ๊กดูจะเป็นช่องทางที่เหมาะสมกว่า แต่นั่นก็หมายถึงการที่ต้องเตรียมพร้อมรับกับ Negative Feedback ด้วย

สุดท้ายไม่ว่านักการตลาดจะเลือกแพลตฟอร์มใดสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรกคือการวัดผลที่ต้องเลือกให้เหมาะกับจุดประสงค์ และค่า Engagement จะเป็นตัวชี้วัดเชิงคุณภาพที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อยอดได้อีกมาก ■

iQNewsClip www.iqnewsclip.com
บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทร 0-2253-5000, 0-2651-4700 แฟกซ์ 0-2253-5001, 0-2651-4701 อีเมล์: help@iqnewsclip.com