โมบายล์แอพแซงหน้าโมบายล์เว็บในเอเชีย-แปซิฟิก เกมครองอันดับแอพสูงสุดสำหรับการเผยแพร่โฆษณา

โมบายล์แอพแซงหน้าโมบายล์เว็บในเอเชีย-แปซิฟิก เกมครองอันดับแอพสูงสุดสำหรับการเผยแพร่โฆษณา
SDK สำหรับโฆษณาโมบายล์ปรับปรุงประสบการณ์ผู้ใช้

รายงานการตลาดโมบายล์ของ Opera Mediaworks เผยแนวโน้มสำคัญในปี 2559
นำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่นำไปใช้งานได้สำหรับผู้ลงโฆษณาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์

ประเทศไทย, 25 กรกฎาคม 2559: Opera Mediaworks เปิดเผยข้อมูลจากรายงาน Mobile First Insights (MFI) สำหรับภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (APAC) รวมถึงออสเตรเลีย อินเดีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ไทย และเวียดนาม

รายงานดังกล่าวระบุว่า โฆษณาในแอพแซงหน้าช่องทางโมบายล์เว็บในเกือบทุกตลาดในเอเชีย-แปซิฟิก โดยอัตราการคลิกผ่าน (Click-through) บนแอพพบว่าอยู่ในช่วงระหว่าง 1.3 เท่า ถึง 2 เท่า เมื่อเทียบกับอัตราการคลิกผ่านบนโมบายล์เว็บในทุกตลาดที่สำรวจใน APAC ทั้งนี้ รายได้จากโฆษณาบนแอพแซงหน้าช่องทางโมบายล์เว็บในตลาดส่วนใหญ่ใน APAC โดยมากกว่าถึง 13 เท่าในสิงคโปร์และไทย มีเพียงอินเดียและอินโดนีเซียเท่านั้นที่รายได้จากโมบายล์เว็บยังคงสูงกว่า

นายวิคัส กูลาติ กรรมการผู้จัดการประจำภูมิภาคเอเชียของ Opera Mediaworks กล่าวว่า “เอเชีย-แปซิฟิกเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องสำหรับการใช้แอพและโฆษณาบนแอพ แนวโน้มบางอย่างที่พบนับเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เช่น การใช้งานเกมในอัตราที่สูง ซึ่งพบเห็นได้ในเกือบทุกตลาดในเอเชีย-แปซิฟิก แม้ว่าปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจในแต่ละประเทศในภูมิภาคนี้จะมีความแตกต่างหลากหลาย เราหวังว่ารายงานฉบับใหม่นี้จะช่วยตอบสนองความต้องการของแบรนด์ต่างๆ รวมไปถึงเอเจนซี่ และผู้พิมพ์โฆษณา และนั่นคือข้อมูลที่องค์กรเหล่านี้จะตั้งหน้าตั้งตารอคอยในทุกๆ ไตรมาส เพราะให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีประโยชน์ และนำเสนอแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมซึ่งสามารถนำไปใช้กับธุรกิจ” เขากล่าวเพิ่มเติม

รายงานฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยให้นักการตลาดรับทราบแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินการในสภาพ

แวดล้อมโมบายล์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และทำการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมสำหรับธุรกิจ

ประเด็นสำคัญเพิ่มเติมที่ระบุในรายงาน:

ผู้ใช้ใน APAC ใช้เวลาบนโมบายล์แอพมากกว่า

เกมและหมวดหมู่ความบันเทิง (ข่าว ศิลปะ ดนตรี) เป็นหมวดหมู่ที่ผู้ลงโฆษณา “ต้องซื้อ” หรือที่เรียกว่า “ระดับพรีเมียม” เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ชมในระดับเดียวกับทีวี โดยเป็นหมวดหมู่แอพที่ผู้ใช้ใช้เวลาจำนวนมากอยู่ในนั้น เมื่อพิจารณาข้อมูลจาก 100 แอพสูงสุดที่ใช้แพลตฟอร์มโฆษณาโมบายล์ของ Opera เพื่อสร้างรายได้จากแทรฟฟิกข้อมูล เราพบว่าผู้ใช้อุปกรณ์พกพาแต่ละรายในเอเชีย-แปซิฟิกใช้เวลาราว 46 นาทีในแอพยอดนิยมแต่ละแอพ ซึ่งนานกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกที่ 30 นาที ระยะเวลาการใช้งานแต่ละเซสชั่นโดยเฉลี่ยของผู้ใช้อุปกรณ์พกพาในเอเชีย-แปซิฟิกอยู่ที่ 9.6 นาที ซึ่งนานกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกที่ 8.5 นาทีเช่นกัน

เกมครองอันดับหมวดหมู่โมบายล์แอพสูงสุดในประเทศส่วนใหญ่ใน APAC ตามจำนวนการเผยแพร่โฆษณา

หมวดหมู่เกมมียอดการเผยแพร่โฆษณาสูงสุดบนแพลตฟอร์มโฆษณาโมบายล์ของ Opera Mediaworks ในออสเตรเลีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม อย่างไรก็ตาม มีสองตลาดที่แสดงผลลัพธ์ที่ต่างออกไป นั่นคือ อินเดีย ซึ่งการใช้งานแอพกระจุกตัวอยู่ในหมวดหมู่ดนตรี วิดีโอ และสื่อ และอินโดนีเซีย ซึ่งประกอบด้วยเยาวชนที่มีความรู้ด้านเทคนิคเป็นจำนวนมาก จึงผลักดันการใช้แอพทางด้านเทคโนโลยีและการประมวลผลในอัตราที่สูง

อย่างไรก็ดี โฆษณาบนแอพเกมไม่จำเป็นต้องมีอัตราการแปรเปลี่ยนมาเป็นลูกค้า (Conversion Rate) หรืออัตราการคลิกผ่าน (Click-through Rate) สูงสุดเสมอไป โฆษณาบนแอพกีฬาและสุขภาพและการออกกำลังกายมีอัตราการแปรเปลี่ยนมาเป็นลูกค้าที่สูงกว่าหมวดหมู่อื่นๆ ในประเทศส่วนใหญ่ใน APAC ยกเว้นออสเตรเลียที่ซึ่งโฆษณาบนแอพช้อปปิ้งมีอัตรา Conversion สูงกว่า

เทคโนโลยี SDK คือกุญแจสำคัญสำหรับการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
รายงานฉบับนี้ระบุว่า เทคโนโลยีสามารถสร้างความแตกต่างระหว่างแคมเปญที่ขาดประสิทธิภาพในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายกับแคมเปญที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างถูกต้องแม่นยำ ผู้ลงโฆษณาที่ใช้แพลตฟอร์มโฆษณาโมบายล์ แทนที่จะทำงานกับบริษัทสื่อโดยตรง จะต้องมั่นใจในความแพร่หลายของ SDK เพื่อเพิ่มความเป็นไปได้ในการเข้าถึงผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

SDK สำหรับโฆษณาโมบายล์จะช่วยปรับปรุงประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์สำหรับลูกค้า “นี่เป็นเรื่องของการสร้างสัมพันธภาพภายใต้ความไว้วางใจระหว่างผู้เผยแพร่โฆษณาและผู้ลงโฆษณา ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการปรับปรุง

ประสิทธิภาพและสร้างผลลัพธ์ที่ดีกว่าตามดัชนีชี้วัดผลสำเร็จ (KPI) ของผู้ลงโฆษณา” กูลาติกล่าว

สร้างสรรค์เป็นพิเศษสำหรับโมบายล์
รายงานฉบับนี้บอกเล่าถึงแคมเปญโฆษณาทางโมบายล์สองแคมเปญที่เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของงานสร้างสรรค์ที่ตรงตามวัตถุประสงค์ กล่าวคือ สร้างสรรค์ขึ้นเป็นพิเศษสำหรับแพลตฟอร์มโมบายล์ ซึ่งมักจะใช้ประโยชน์จากความสามารถของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ในอุปกรณ์พกพา

ผู้อ่านจะได้เรียนรู้ว่า:
● Hilton Hotels & Resorts ใช้วิดีโอ 360° เพื่อให้ผู้ใช้อุปกรณ์พกพาได้สัมผัสประสบการณ์ที่เต็มอิ่ม เสมือนอยู่ในสถานที่จริง ซึ่งช่วยเพิ่มยอดการจองที่พัก และขับเคลื่อนดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) อื่นๆ
● Stoli ใช้เอฟเฟ็กต์การสั่น เพื่อให้การเขย่ามาร์ตินี่ดูสมจริงมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ชมรู้สึกประทับใจและเล่นโฆษณาซ้ำครั้งแล้วครั้งเล่า เพราะรู้สึกสนุกกับแรงสั่นของอุปกรณ์ในมือ
หากต้องการอ่านรายงานฉบับเต็ม โปรดคลิกที่ลิงค์นี้

เกี่ยวกับรายงาน MFI

ข้อมูลเชิงลึกจากรายงานดังกล่าวอ้างอิงแพลตฟอร์มของ Opera ซึ่งเข้าถึงผู้ใช้กว่า 1.4 พันล้านคน และระบุแนวโน้มรายไตรมาส รวมไปถึงแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการลงโฆษณา และสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในแวดวงเทคโนโลยีโมบายล์และการสร้างสรรค์

Opera Mediaworks ตรวจสอบข้อมูลจากแคมเปญโฆษณาทั่วโลกหลายร้อยแคมเปญ รวมถึงการเผยแพร่โฆษณาหลายพันล้านรายการบนแพลตฟอร์มดังกล่าว และผสานรวมเข้ากับข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงภายนอก เพื่อแสดงภาพรวมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการตลาดโมบายล์ในปัจจุบัน รวมไปถึง “สิ่งที่ได้รับความนิยมสูงสุด” ในตลาดโมบายล์แอพ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อเนื้อหาคอนเทนต์และข้อความโฆษณาบนแพลตฟอร์มโมบายล์ สามารถดาวน์โหลดรายงาน MFI เพิ่มเติมได้ที่นี่

เกี่ยวกับ Opera Mediaworks

Opera Mediaworks เป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มโฆษณาและการตลาดโมบายล์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยเข้าถึงผู้บริโภค 1.4 พันล้านคนทั่วโลก เราช่วยให้ลูกค้านำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่เกี่ยวกับแบรนด์ ซึ่งกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมและก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม โดยอาศัยข้อมูล เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ แพลตฟอร์มของเราได้รับความไว้วางใจจากแบรนด์ชั้นนำที่ติดอันดับ Fortune 500 และกว่า 85% ของผู้เผยแพร่โฆษณาระดับชั้นนำของโลก โดยรองรับการโฆษณาและการสร้างรายได้อย่างมีประสิทธิภาพบนระบบโมบายล์ เรามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของเทคโนโลยีวิดีโอ Instant-Play™ HD ส่งผลให้ธุรกิจโฆษณาและ SDK ของเราปรากฏอยู่ในแอพยอดนิยมสูงสุด 1,000 แอพทั่วโลก เรามุ่งมั่นที่จะช่วยให้แบรนด์ต่างๆ เข้าถึงผู้

บริโภคอย่างกว้างขวางบนหน้าจอที่มีความสำคัญที่สุดสำหรับผู้บริโภค Opera Mediaworks เป็นบริษัทในเครือของ Opera ASA เปิดดำเนินงานทั่วโลก โดยมีสำนักงานสาขากว่า 20 แห่งในประเทศต่างๆ

###

ติดต่อข้อมูลประชาสัมพันธ์

เจอราดีน ลิม

Hive Consulting for Opera Mediaworks Asia
Geraldine@hiveconsulting.com / +65 6737 4833

หรือ

วราวอง จงรักษ์

FAQ Co., Ltd.

warawong@pc-a.co.th / โทร. 087-0753301