

Comscore ประกาศเปิดตัว Video Metrix Multi-Platform ในมาเลเซีย เพื่อวัดผลผู้ชมวิดีโอแบบข้ามแพลตฟอร์ม ทั้งสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เดสก์ท็อป

comscore



– พร้อมด้วยการรายงานการรับชมวิดีโอทางมือถือสำหรับ YouTube และช่องพันธมิตร เพื่อยกระดับการวัดผลการกระจายคอนเทนต์

Comscore ประกาศเปิดตัว Video Metrix(R) Multi-Platform ในมาเลเซีย วันนี้ เพื่อให้บริการวัดผลการรับชมวิดีโอดิจิทัลแบบข้ามอุปกรณ์ ทั้งสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และเดสก์ท็อป โดยเป็นการวัดแบบนับครั้งเดียว ไม่นับซ้ำ เพื่อให้ลูกค้ามีความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากขึ้นเกี่ยวกับวิธีการ ช่วงเวลา และสถานที่ในการรับชมคอนเทนต์วิดีโอของผู้บริโภค

พร้อมกันนี้ Comscore จะนำเสนอรายงานการรับชมวิดีโอทางมือถือสำหรับ YouTube และช่องพันธมิตร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้โฆษณาที่ต้องการเข้าถึงผู้ชมเฉพาะกลุ่ม รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตคอนเทนต์ที่มีฐานผู้ติดตามเหนียวแน่น

“เรามีความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องที่จะมอบข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำ และปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคคอนเทนต์บนหลายแพลตฟอร์มที่กำลังเติบโตขึ้นในมาเลเซีย เราจึงมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้ประกาศเปิดตัว Video Metrix Multi-Platform ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของความมุ่งมั่นดังกล่าว และตั้งตารอที่จะได้ให้ข้อมูลที่ครอบคลุม ซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้โฆษณา ผู้เผยแพร่โฆษณา และเอเจนซี่ เพื่อใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจที่ชาญฉลาดขึ้น” Kedar Gavane รองประธานอาวุโสประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกของ Comscore กล่าว “การเปิดตัว Video Metrix Multi-Platform ครั้งนี้ นับเป็นอีกเหตุการณ์สำคัญในวงการวัดผลแบบข้ามแพลตฟอร์ม”

การเปิดตัว Video Metrix Multi-Platform ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์วัดผลวิดีโอดิจิทัลของ Comscore จะช่วยให้ลูกค้าสามารถ:

- วัดปริมาณการรับชมทั้งหมด การรับชมที่เพิ่มขึ้น และจำนวนผู้รับชมแบบไม่นับซ้ำ ทั้งบนสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และเดสก์ท็อป
- มองเห็นภาพรวมการรับชมวิดีโอของผู้ชม ทั้งวิดีโอที่เป็นคอนเทนต์ของลูกตัวเองและของคู่แข่ง
- เข้าใจว่าการมีส่วนร่วม (Engagement) ของผู้ชมแตกต่างกันอย่างไรในแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างรายได้และวางแผนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

“ปัจจุบันไม่มีใครดูคอนเทนต์บนจอเพียงจอเดียวอีกต่อไป ผู้บริโภครับชมวิดีโอที่พวกเขาชื่นชอบผ่านทางอุปกรณ์และแพลตฟอร์มที่หลากหลาย และด้วยเหตุที่ผู้บริโภคดูวิดีโอผ่านจอจำนวนมากขึ้น จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้โฆษณาจะต้องเข้าใจว่า ผู้ชมเลือกวิธีการรับชมอย่างไรและจากที่ใด” Serm Teck Choon ประธานสมาคมดิจิทัลมาเลเซีย (MDA) กล่าว “Video Metrix Multi-Platform ของ Comscore จะทำให้นักโฆษณาในมาเลเซียสามารถตอบคำถามเหล่านี้ได้ ทั้งยังช่วยให้เข้าใจผู้บริโภคท้องถิ่นได้อย่างครอบคลุมมากขึ้นอีกด้วย”

Video Metrix Multi-Platform ใช้เฟรมเวิร์ก Unified Digital Measurement (UDM) ของ Comscore ซึ่งเป็นวิธีการวัดผลแบบผสม คือใช้ระบบ Panel ร่วมกับการวัดผลโดยตรงจากผู้เผยแพร่วิดีโอผ่านการติดแท็ก ผู้เผยแพร่วิดีโอที่สนใจมีส่วนร่วมในการวัดผลวิดีโอดิจิทัลแบบข้ามแพลตฟอร์ม จะได้เข้าใจพฤติกรรมกำรับชมของผู้บริโภคอย่างครอบคลุม ด้วยการ ใช้ระบบแท็กของ Comscore และการใช้ mobile SDK ของ Comscore เช่นกัน หากต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการติดแท็ก กรุณาติดต่อตัวแทน Comscore ที่ดูแลคุณ และสามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Video Metrix Multi-Platform ของ Comscore ได้ที่ www.comscore.com/VideoMetrixMP หรือติดต่อเราได้ทาง <https://www.comscore.com/Request/Contact/Contact-Us>

เกี่ยวกับ Comscore

Comscore (NASDAQ: SCOR) เป็นพันธมิตรที่ไว้ใจได้สำหรับการวางแผน ดำเนินการ และประเมินผลสื่อแบบข้ามแพลตฟอร์ม ช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ขายสื่อสามารถรับทราบพฤติกรรมกำรับชมแบบมัลติสกรีน และทำการตัดสินใจทางธุรกิจได้ด้วยคามมั่นใจ โดยอาศัยข้อมูลเชิงลึกที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นจำนวนผู้ชมคอนเทนต์ในสื่อดิจิทัล โทรทัศน์ และ OTT โดย Comscore คือผู้นำที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการวัดผลโฆษณาและจำนวนผู้ชมในสื่อดิจิทัลและทีวี อีกทั้งยังเป็นแหล่งข้อมูลอิสระสำหรับการวัดผลแบบข้ามแพลตฟอร์มที่ครอบคลุมและเชื่อถือได้ของอุตสาหกรรม

คำเตือนเกี่ยวกับข้อความที่มีลักษณะเป็นการคาดการณ์ในอนาคต

ข่าวประชาสัมพันธ์ฉบับนี้ประกอบด้วยข้อความที่มีลักษณะเป็นการคาดการณ์ในอนาคต (forward-looking statements) ภายในความหมายของ Section 27A of the Securities Act of 1933 และ Section 21E of the Securities Exchange Act of 1934 ซึ่งรวมถึงแต่ไม่ได้จำกัดเฉพาะ การคาดการณ์ถึงผลกระทบและผลประโยชน์ที่ ComScore จะได้รับจากกตระกูลผลิตภัณฑ์ MMX ด้านการเงิน หรืออื่นๆ ข้อความคาดการณ์เหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่อาจทำให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงแตกต่างออกไปอย่างมาก ซึ่งรวมถึงแต่

ไม่ได้จำกัดเพียง คุณสมบัติและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ อัตราการพัฒนาของข้อมูลการตลาดดิจิทัล การโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต และตลาดอีคอมเมิร์ซ, การเติบโตของอินเทอร์เน็ตในฐานะสื่อกลางด้านการพาณิชย์ คอนเทนต์ การโฆษณา และการสื่อสาร, และการที่ผลิตภัณฑ์และวิธีการใหม่ ๆ เป็นที่ยอมรับจากอุตสาหกรรม รวมถึงลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สำหรับรายละเอียดของปัจจัยความเสี่ยงเหล่านี้และอื่นๆ กรุณาอ้างอิงรายงานประจำปีไตรมาสล่าสุดของ Comscore ในแบบฟอร์ม 10-Q, รายงานประจำปีในแบบฟอร์ม 10-K และเอกสารอื่นๆ ที่ยื่นต่อคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (SEC) ซึ่งสามารถดูได้ที่เว็บไซต์ของ SEC (<http://www.sec.gov>)

ผู้ถือหุ้นของ Comscore ไม่ควรเชื่อถือข้อความที่มีลักษณะเป็นการคาดการณ์ในอนาคตมากเกินไปจนเกินควร เพราะข้อความเหล่านี้กล่าวถึง ณ วันที่ข้อความถูกจัดทำขึ้นเท่านั้น Comscore ไม่ขอรับผิดชอบในการปรับปรุงข้อความคาดการณ์เป็นปัจจุบัน เพื่อให้สะท้อนถึงเหตุการณ์ สถานการณ์ และข้อมูลใหม่ที่เกิดขึ้นหลังวันที่เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ฉบับนี้ หรือเพื่อให้สะท้อนถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด

โลโก้ - https://mma.prnewswire.com/media/327730/comScore_Logo.jpg