

LINE เผยตัวเลขสุดพีค การใช้งานช่วงสังคมเว้นระยะห่าง ถึงไกลแค่ไหนก็ยังติดต่อกันได้ไม่ห่างกัน



LINE เผยตัวเลขสุดพีค การใช้งานช่วงสังคมเว้นระยะห่าง ถึงไกลแค่ไหนก็ยังติดต่อกันได้ไม่ห่างกัน

LINE ประเทศไทย เปิดเผยตัวเลขการใช้งานแพลตฟอร์มไลน์ในช่วงเดือนที่ผ่านมา ที่ภาครัฐมีนโยบายให้ประชาชน และทุกภาคส่วนเว้นระยะห่างทางสังคม หรือ Social Distance รวมถึงการลดการออกไปนอกบ้านโดยไม่จำเป็น การไม่เข้าร่วมกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น และการทำงานอยู่ที่บ้าน เพื่อช่วยลดอัตราการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ทำให้การใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์มีตัวเลขสูงขึ้นมาก สะท้อนการให้บริการของไลน์ที่ตอบโจทย์ชีวิตแบบ LIFE On LINE อำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชน ไม่ว่าจะอยู่ไกลแค่ไหนก็เหมือนใกล้กันได้ด้วยแพลตฟอร์มไลน์

ดร.พิเชษฐ ฤกษ์ปรีชา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร LINE ประเทศไทย เปิดเผยว่า “จากการเก็บข้อมูลของ LINE ประเทศไทยในช่วงเดือนมีนาคมที่ผ่านมา ซึ่งเป็นเดือนที่มีการเริ่มนโยบายเว้นระยะห่างทางสังคม หรือ Social Distance พบว่า LINE กลายเป็นเครื่องมือสื่อสารสำหรับคนไทย กับครอบครัว หรือเพื่อนฝูงมากขึ้นในทันที ทำให้มียอดการใช้ LINE Call ทั้งบนมือถือและบนคอมพิวเตอร์รวมกันสูงขึ้น 10% และจากการมีมาตรการลดความเสี่ยงการติดเชื้อโควิดของหลายหน่วยงานที่ประกาศนโยบายให้พนักงาน Work From Home ทำให้การใช้งาน LINE Call บนเครื่องคอมพิวเตอร์ ที่สูงขึ้นกว่าเดิมถึง 264% ในขณะที่การโทรวิดีโอ คอลผ่าน LINE Video call บนเครื่องคอมพิวเตอร์ ก็ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ด้วยอัตราการใช้งานที่สูงขึ้นกว่าเดิมถึง 270% และ Voice Call

ที่สูงขึ้นกว่า 236%”

อย่างไรก็ตาม นอกจากการใช้งานบนไลน์แชทแอป LINE ยังมีตัวเลขการใช้งานบริการด้านอื่นๆที่สะท้อนให้เห็นถึงความครบถ้วนในการตอบโจทย์ชีวิตอีกด้วย

Social Distancing ตัวห่างไกลแต่ยิ่งใกล้ทุกข่าวสาร

LINE TODAY ได้สร้างแท็บคอนเทนต์สำหรับรวบรวมข่าวสารและเรื่องควรรู้เกี่ยวกับโควิด-19 ขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลในภาวะที่คนต้องการทันเหตุการณ์ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้คนเข้ามาค้นหาและอ่านคอนเทนต์

เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนทำให้เกิดการเติบโตในภาพรวมของแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะช่วงเวลาสุดสัปดาห์ที่เพิ่มสูงถึง 35% ซึ่งต่างจากปกติที่คนมักจะเข้ามาอ่านช่วงเวลาระหว่างสัปดาห์มากกว่า นอกจากนี้ยังพบว่าคนใช้เวลาอ่านคอนเทนต์บน LINE TODAY นานขึ้น 12.5 % ขณะเดียวกันคอนเทนต์เพื่อการผ่อนคลายไม่ว่าจะเป็นบันเทิงและไลฟ์สไตล์ ก็สูงขึ้นเช่นกันโดยเฉลี่ย 15.5% และภายใต้สถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ก็ได้กระตุ้นให้คนอยากแชร์คอนเทนต์บอกต่อผ่านแชท LINE สูงขึ้นถึง 139% อีกด้วย

Social Distancing แต่ยังมีอินกับทุกคอนเทนต์โดนใจ ดูฟรี! ทั้งจอลเล็กและจอลใหญ่

LINE TV เติบโตมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วง 2 สัปดาห์ที่ผ่านมาที่คนเริ่มทำงานที่บ้านกันมากขึ้น LINE TV ก็สามารถดึงคนดูให้อยู่กับหน้าจอได้อยุ่หมัด โดยเฉพาะช่วงวันเสาร์ที่ยอดการดูเพิ่มสูงขึ้นจากช่วงเวลาปกติถึง 45% และยังทำให้คนนอนดึกขึ้นอีก 1 ชั่วโมง จากเดิมช่วงเวลา 4-5 ทุ่ม เพิ่มเป็นถึงเที่ยงคืน จากการดูซีรีส์ ซีทคอมที่ขึ้นชอบ นำเทรนด์ฮิตโดย ‘เพราะเราคู่กัน 2Gether The Series’, เป็นต่อ2020 และ ไปให้ถึงดวงดาว ขณะเดียวกันคอนเทนต์

ประเภทแอนิเมชัน – การ์ตูนเอาใจหนูๆ ก็ได้รับความนิยมสูงถึง 30 % โดยเฉพาะช่วงคืนวันศุกร์ที่คุณพ่อคุณแม่ให้ลูกดูการ์ตูนผ่าน LINE TV เพิ่มขึ้นกว่า 47% และยังพบว่าคนยังเลือกดูผ่าน Big Screen สูงขึ้น ถึง 33% ซึ่งให้เห็นว่าการอยู่บ้านครั้งนี้ LINE TV เป็นทางเลือกความบันเทิงที่ฟรีไม่มีค่าใช้จ่ายของคนไทยในช่วงนี้อย่างแท้จริง

Social Distancing ภารกิจผู้ช่วยเบอร์หนึ่งเพื่อทุกฝ่าย

LINE MAN ผู้ช่วยเบอร์หนึ่ง มียอดการใช้งานเพิ่มขึ้นถึง 3 เท่า จากช่วงเวลาปกติก่อนหน้านี้ นอกจากนี้ยังได้ทำหน้าที่ผู้ช่วยเบอร์หนึ่งให้กับทุกฝ่ายอย่างเต็มกำลัง ไม่ว่าจะเป็นการออกฟีเจอร์ Contactless ลดการสัมผัสและ Self-Pick-up สั่งอาหารผ่านแอปฯ และรับที่หน้าร้านเองโดยไม่มีค่าใช้จ่าย เพิ่มความมั่นใจและความสะดวกลูกค้า ขณะที่ได้เร่งขึ้นตอนรับสมัครร้านค้าใหม่ด้วยแอป Wongnai Merchant ขึ้นแพลตฟอร์มใน 1 วัน จนมีร้านใหม่เพิ่มขึ้นถึง 5 เท่า พร้อมเดินทางรับสมัครพนักงานขับเพิ่มไม่อัน

Social Distancing ก็ขอปิ้งได้ไม่มีสะดุด

ด้านการใช้จ่ายใช้สอยในขณะที่หลายคนต้องอยู่บ้านนั้น LINE ก็พบว่าจำนวนผู้ซื้อผ่าน LINE SHOPPING เพิ่มขึ้น 68% โดยมีจำนวนออเดอร์ของ สินค้าอุปโภคบริโภคและของใช้ในครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้นจากลำดับที่ 9 ขึ้นมาเป็นลำดับที่ 2 ในอันดับ Category ขายดีบน LINE SHOPPING โดยหากดูแล้วในแต่ละการซื้อจะมียอดเฉลี่ยหนึ่ง ครั้งอยู่ที่ 1,500 บาท

“จากสถานการณ์การระบาดในขณะนี้เป็นไปได้ว่าทุกคนจะต้องใช้ชีวิตแบบเว้นระยะห่างไปอีกสักระยะ LINE พร้อมที่จะเดินหน้าฝ่าวิกฤตนี้ไปกับคนไทยทุกคน ภายใต้วิสัยทัศน์ Life on LINE สำหรับตลาดประเทศไทย มุ่งมั่นในการทำให้แพลตฟอร์ม LINE เป็น โครงสร้างพื้นฐานชีวิตสำหรับผู้ใช้งานทุกคน” ดร.พิเชษฐ กล่าวทิ้งท้าย