

WNYC ใช้ Google Analytics เพื่อสร้างเนื้อหาออนไลน์ที่น่าสนใจสำหรับรายการวิทยุที่ได้รับรางวัล



"Google Analytics ตอบสนองความต้องการด้วยเครื่องมือดีๆ ที่ WNYC และสถานีอื่นๆ สามารถใช้ได้โดยไม่มีขอบเขตจำกัด"

Bill Swersey
ผู้อำนวยการด้านสื่อดิจิทัล



เกี่ยวกับ GOOGLE ANALYTICS

บริการวิเคราะห์เว็บของ Google ช่วยให้ผู้โฆษณาและผู้เผยแพร่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่แคมเปญทางการตลาดและทำให้เว็บไซต์ได้รับผลมากยิ่งขึ้น ผู้โฆษณาสามารถเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุนได้ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพของแคมเปญการตลาดออนไลน์ ติดตามที่มาของการแนะนำ ปรับปรุงการออกแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ และระบุความต้องการของผู้เข้าชม ส่วนติดต่อผู้ใช้ที่ใช้งานง่ายของ Google Analytics ทำให้สามารถแบ่งส่วนลูกค้า ระบุแคมเปญโฆษณาที่มีประสิทธิภาพสูงสุด และทำความเข้าใจกับความต้องการของผู้ใช้ได้ดียิ่งขึ้น

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม โปรดไปที่
www.google.com/analytics/th

ที่มา

WNYC วิทยุสาธารณะของนิวยอร์กคือสถานีวิทยุที่มีผู้ฟังมากที่สุดในประเทศ มีฐานผู้ฟังกว่า 1 ล้านรายต่อสัปดาห์ สถานี WNYC แห่งนี้ดำเนินงานจากนิวยอร์ก ผลิตรายการข่าวรายวัน การพูดคุย และรายการด้านวัฒนธรรม รวมถึง The Brian Lehrer Show, The Leonard Lopate Show และ The Fishko Files ตลอดจนรายการที่ได้รับรางวัลและมีการกระจายเสียงไปทั่วประเทศ เช่น NPR's On the Media, PRI's Studio 360 with Kurt Andersen และ Radio Lab

ช่วงต้นปี 2006 Bill Swersey ซึ่งเป็นผู้อำนวยการด้านสื่อดิจิทัลของ WNYC ได้เริ่มศึกษาข้อมูลการวิเคราะห์เว็บให้กับสถานีและสมาชิกของสมาคม Integrated Media Association ซึ่งเป็นกลุ่มผู้กระจายเสียงสาธารณะและเครือข่าย 32 รายที่รวมตัวกันเพื่อความร่วมมือด้านการทำางานออนไลน์

เป้าหมายเฉพาะหน้าของ Swersey สำหรับสถานีก็คือการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีที่ผู้เข้าชมใช้ WNYC.org และเว็บไซต์ของรายการ onthemedial.org และ studio360.org เพื่อให้ทีมงานและผู้ผลิตรายการสามารถตัดสินใจได้ดีขึ้นว่าจะสร้างเนื้อหาใดทางเว็บ

ในการตอบสนองวัตถุประสงค์ที่กว้างยิ่งขึ้นของ IMA สิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดต้องสามารถเข้าถึงโซลูชันด้านการวิเคราะห์เว็บที่จำเป็น เพื่อดูข้อมูลรายละเอียดจากการนำเสนอที่ใช้งานง่าย และรองรับบัญชีของบุคคลต่างๆ ที่มีระดับสิทธิ์ต่างกัน

"Google Analytics นั้นเหมือนกับการเปลี่ยนแปลงของทะเล ถ้าเราพูดถึงบางสิ่ง ออกอากาศ ภายในวันนั้นเราจะเห็นว่าผู้คนตอบสนองกับเรื่องนั้นอย่างไร นี่คือข้อดีอันเหลือเชื่อที่เราไม่ต้องรอถึงหกเดือนเพื่อที่จะดูข้อมูล Arbitron"

"เราต้องการโซลูชันที่ใช้แท็กของหน้าเว็บซึ่งเข้าถึงได้ ทั้งในแง่ของต้นทุนการรับใบอนุญาตโดยรวม และทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดูแลระบบ สำหรับสถานีสมาชิกส่วนใหญ่" Swersey กล่าว "เป็นสิ่งที่วันหนึ่งจะเป็นมาตรฐานในโลกของวิทยุสาธารณะ"

หลังจากการศึกษาตัวเลือกอยู่หลายเดือน WNYC (และ KCRW ใน Santa Monica, แคลิฟอร์เนีย) ได้เริ่มต้นการศึกษานำร่องเพื่อประเมิน Google Analytics

กระบวนการต้นใหม่

วิทยุอินเทอร์เน็ตกลายเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจที่สามารถทดแทนการฟังวิทยุในพื้นที่ และผู้บริโภคก็คาดหวังความทันสมัยและข้อมูลใหม่ๆ จากเว็บไซต์ของสื่อต่างๆ ในวงกว้างยิ่งขึ้น WNYC รับรู้ถึงความจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนเว็บไซต์ของสถานีและเว็บไซต์ของรายการจากเครื่องมือทางการตลาดธรรมดาที่ดึงดูดผู้ฟังออกอากาศ ให้กลายเป็นส่วนสำคัญของประสบการณ์ WNYC โดยรวม

ขณะนี้ WNYC เข้าใจว่าเว็บไซต์ของตนเป็นจุดติดต่อที่สำคัญ ให้โอกาสที่ไม่เหมือนใครแก่ผู้ฟังในการโต้ตอบกับเนื้อหาของสถานี และเข้ามามีส่วนร่วมในชุมชนกับผู้ฟัง WNYC คนอื่นๆ เว็บไซต์นั้นไม่ใช่เพียงองค์ประกอบของรายการวิทยุอีกต่อไป แต่เป็นจุดเริ่มต้นของการเข้าสู่โลกของ WNYC สำหรับผู้เข้าชมที่เข้าสู่เว็บไซต์ผ่านบล็อก การค้นหาเว็บ และลิงก์

เว็บไซต์ "Studio 360" และ "On the Media" ได้รับการออกแบบใหม่ในตามหลักยุทธศาสตร์ในปี 2006 ด้วยการมุ่งสู่แกนหลัก ใช้ระบบจัดการเนื้อหาที่ช่วยให้ผู้ผลิตสามารถเพิ่มและจัดการเนื้อหาของเว็บไซต์ซึ่งสร้างปริมาณการเข้าชมที่หมุนเวียนกันไป ขยายประสบการณ์ในการรับฟังการกระจายเสียงและดึงดูดผู้เข้าชมเว็บให้ฟังผ่านทางพอดคาสต์และแบบออนดีมานด์

นับจากการนำมาใช้งานครั้งแรกในกลางปี 2006 Google Analytics ได้กลายเป็นเครื่องมืออันทรงค่า ช่วยให้ผู้ผลิตเว็บและผู้ผลิตรายการสามารถเข้าถึงสิ่งที่สามารถสะท้อนถึงความสนใจของผู้เข้าชมได้อย่างแท้จริง

มุ่งสู่ภารกิจ

WNYC มีประวัติดีเด่นในด้านการบุกเบิกใช้เทคโนโลยีใหม่ สถานีหันมาใช้สตรีมทางเว็บเป็นรายแรกๆ และสร้างพอดคาสต์ของรายการ NPR ด้วย On The Media และให้บริการสถานีทดสอบสำหรับสัญญาณวิทยุ HD ในนิวยอร์กซิตี้ WNYC ได้หลีกเลี่ยง “การใช้เทคโนโลยีเพียงเพื่อเทคโนโลยี” โดยหันมาใช้เทคโนโลยีเป็นหนทางในการดำเนินการกิจให้ดียิ่งขึ้น และนำรายการออกสู่ผู้ฟังในวงกว้างยิ่งขึ้น

“WNYC ผลิตรายการชั้นยอด แต่วิทยุเป็นสื่อที่มีอายุสั้น จนกระทั่งสถานการณ์เปลี่ยนไปในปัจจุบัน” Swersey อธิบาย “การปฏิวัติเทคโนโลยีเว็บและเสียงในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้ทำให้รายการต่างๆ สามารถเข้าถึงผู้ฟังได้มากขึ้น และมีอายุยาวนานขึ้น ขณะนี้ผลงานของพวกเราสามารถดำรงอยู่เกินกว่าเวลาออกอากาศได้แล้ว”

WNYC นำคุณค่าของการขยายภารกิจของสถานีนี้มาสู่แนวทางในการวิเคราะห์และนวัตกรรมทางเว็บของตน

“สิ่งที่เราต้องการทำอย่างจริงจังก็คือการหาคำตอบว่าเราได้ให้เนื้อหาที่ผู้ฟังของเราสนใจแล้วหรือไม่ จากทรัพยากรเท่าที่เรามีอยู่” Swersey กล่าว “เราไม่ได้มุ่งเน้นที่ผลกำไร แต่มุ่งเน้นที่ภารกิจ เราต้องการมั่นใจว่าเรามีประโยชน์และน่าสนใจมากที่สุดทั้งทางเว็บและเมื่อออกอากาศ”

ขณะนี้ WNYC ติดตามการแปลงสำหรับเนื้อหาบางส่วนและการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง

Swersey พบว่าแม้กระทั่งสถานีเล็กๆ ยังสามารถติดตามปริมาณการเข้าชมจำนวนมากเข้าสู่เว็บไซต์ของตน “ในโลกของวิทยุ เราสามารถโปรโมทเว็บไซต์ของเราทุก 10 นาที แล้วเราจะใช้ศักยภาพตรงนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้อย่างไร เราจะสร้างเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดและช่วยเพิ่มการเข้าถึงของเราและให้บริการแก่ผู้ฟังของเราได้ดียิ่งขึ้นอย่างไร นี่คือสิ่งที่เครื่องมือวิเคราะห์เว็บจะช่วยเราตอบคำถามได้”

การคิดเชิงกลยุทธ์

ความเข้าใจของ Swersey เกี่ยวกับคุณค่าของการเข้าถึงผลการวิเคราะห์เว็บที่จำเป็นนั้นได้รับการยืนยันหลังจากการเปิดตัว Studio360.org ใหม่ในเดือนกันยายน 2006 แม้กระทั่งก่อนที่ทีมงานของเขาจะมีเวลาจัดเตรียมการฝึกอบรม Google Analytics ให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของรายการทุกคนก็เริ่มติดต่อเขาพร้อมด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์

“Julie Burstein (ผู้ร่วมสร้างและผู้ผลิต Studio 360) ได้ระบุปัญหาหลายประการเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่ดูเหมือนจะทำให้ผู้เข้าชมไม่สามารถเข้าถึงเนื้อหาสำคัญได้” Swersey เล่า “สิ่งที่เราเคยคิดว่าน่าจะดูดีในเว็บไซด์ เช่นหน้าแนะนำนั้นกลับกลายเป็นอุปสรรค นอกจากนี้ สไลด์โชว์ของเรายังแทบไม่มีใครดู ทำให้เสียกำลังใจอยู่ไม่น้อยที่เห็นว่าเราได้ใช้ทรัพยากรมากมายไปกับสิ่งที่ไม่ได้รับความสนใจ แต่เราก็มินต์ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลนี้ได้อย่างรวดเร็ว หลังจากการเปิดตัวใหม่เพียงไม่นาน”

Burstein สังเกตว่าพวกเขาพูดถึงเว็บในรายการแตกต่างจากเดิมก่อนที่จะใช้ Google Analytics

“เราพบการเพิ่มปริมาณการเข้าชมเว็บไซต์ที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก เมื่อเราเปลี่ยนภาษาของเราจาก 'เข้าสู่เว็บไซต์ของเราเพื่ออ่านเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องนี้' เป็นคำแนะนำที่เจาะจงและให้ผลยิ่งขึ้น เช่น 'ชมสไลด์โชว์ภาพสวยๆ ของ Olivia”

นอกจากนี้เธอยังชี้ให้เห็นว่าพวกเขาได้เรียนรู้ว่าผู้ฟังตอบสนองต่อการเสริมด้วยภาพสำหรับเรื่องราวทางวิทยุ และทำให้พวกเขาสร้างรายการจากแคมเปญที่เป็นภาพ

ในเดือนธันวาคม Studio 360 ได้ว่าจ้างบริษัทนอกแบบ Pentagram ให้ “เปลี่ยนโฉม” คริสต์มาส และสไลด์โชว์แนวคิดของพวกเขาส่งแสดงอยู่ในเว็บไซต์ ได้รับการกล่าวถึงหลายครั้งตลอดรายการวิทยุ เป็นการดึงดูดปริมาณการเข้าชมเว็บไซต์ เมื่อผู้เข้าชมไปถึงเว็บไซต์ ยังได้พบกับเนื้อหาพิเศษเฉพาะในเว็บ เช่น บัตรอวยพรที่ใช้การออกแบบของ Pentagram

กลยุทธ์การแนะนำขณะออกอากาศ พร้อมด้วยการติดต่อของ blogger และการตลาดแบบเดิม ทำให้มีการเพิ่มการเข้าชมเว็บไซต์ถึง 55% สำหรับรายการ "เปลี่ยนโฉมคริสต์มาส" และนับจากนั้นเป็นต้นมา Studio 360 ได้ทดลองใช้กลยุทธ์คล้ายๆ กันมาทดลอง และวัดผลด้วย Google Analytics ตลอดมา

"Google Analytics นั้นเหมือนกับการเปลี่ยนแปลงของทะเล" Burstein กล่าว "ถ้าเราพูดถึงบางสิ่งออกอากาศ ภายในวันนั้นเราจะเห็นว่าผู้คนตอบสนองกับเรื่องนั้นอย่างไร นี่คือข้อดีอันเหลือเชื่อที่เราไม่ต้องรอถึงหกเดือนเพื่อที่จะดูข้อมูล Arbitron"

สำหรับ Swersey ผลที่ทำให้พึงพอใจมากที่สุดก็คือข้อมูลวิเคราะห์ช่วยให้ผู้ผลิตเข้าใจความสนใจหลักของผู้ฟังมากขึ้น และชักนำความพยายามและความสร้างสรรค์ของทุกคนไปในทิศทางที่มีความหมายยิ่งขึ้น "ผู้ผลิตไม่ต้องคล้ำทางอีกต่อไป ด้วยการสร้างเนื้อหาที่อาจจะดี แต่ไม่สามารถติดกับผู้ฟัง ขณะนี้ผู้ผลิตมีตัวเลขที่ชัดเจนให้ทราบว่าจะอะไรน่าสนใจและมีประโยชน์สำหรับผู้เข้าชมมากที่สุด นี่คือนิสัยที่ทำให้ศักยภาพอย่างมาก"

การหาเงินทุนและอื่นๆ

การสร้างประสบการณ์ทางเว็บที่มีการโต้ตอบมากยิ่งขึ้นทำให้ WNYC มีเส้นทางใหม่ในการสร้างรายได้ ผู้ชมเว็บที่มีความสนใจมากที่สุดคือผู้ที่มีการลงทุนมากเช่นกัน และเป็นผู้ที่มีความเป็นไปได้มากกว่าที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ WNYC ในทางการเงิน กว่า 50% ของการสมัครสมาชิกนั้นมาจากทางออนไลน์

นอกจากนี้ สถานียังสามารถใช้การบริจาคทางเว็บเหล่านี้แทนการแนะนำขณะออกอากาศ รูปแบบใหม่นี้ได้รับความนิยมกับผู้ฟังมาก และให้ผลกำไรแก่สถานีด้วย ทำให้ WNYC สามารถประหยัดเวลาออกอากาศที่มีค่า ในการส่งเสริมการสมัครสมาชิกและประชาสัมพันธ์เพื่อขอรับบริจาคจากผู้ฟังทางเว็บ "ในรูปแบบที่ผู้ฟังสะดวก" และเหมาะสมกับวิธีที่ผู้ฟังบริโภคสื่อ

กระแสรายได้ใหม่

WNYC ได้พบกระแสรายได้ใหม่ผ่านทางลิงก์ของ Amazon สำหรับ CD, DVD และหนังสือที่เกี่ยวข้องกับรายการที่ออกอากาศ

"การที่เราสามารถนำผู้ฟังไปยังเว็บไซต์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ได้ยินในรายการของเรา ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์กับเนื้อหาและตราสินค้าของเราได้ดียิ่งขึ้น" Swersey กล่าว "ข้อดีของ Amazon ก็คือทำให้เราสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น"

กระแสการจัดหาเงินทุนอื่นๆ รวมถึงหน้าร้านของ Amazon การสนับสนุนในรูปแบบต้นทุนต่อการแสดงผล และการสนับสนุนพอดคาสต์ ที่น่าสนใจก็คือ WNYC พบเห็นโอกาสในการขยายตัวมากกว่าผู้ฟังในท้องถิ่น Swersey เน้นว่าโอกาสทุกครั้งต้องอาศัยการดำเนินการในเชิงสร้างสรรค์ที่ต้องอาศัยความเข้าใจที่สมบูรณ์ว่าจะอะไรได้ผลและอะไรไม่ได้ผลในเว็บไซต์ของสถานีวิทยุ

"เป็นที่ชัดเจนว่า Google Analytics คือสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำความเข้าใจนี้" Swersey กล่าว สำหรับสถานีวิทยุสาธารณะอื่นๆ ผู้ที่หันมาใช้เป็นรายแรกๆ เช่น WNYC เป็นแรงบันดาลใจและแนวทางสำหรับการรวมระบบข้อมูลการวิเคราะห์เข้ากับการตลาดของสถานี ด้วยการศึกษาสำรองที่ประสบความสำเร็จที่ทั้งสองสถานี จะทำให้สถานีวิทยุสาธารณะมีรูปแบบในการปรับใช้งานและมีแนวทางในการปฏิบัติที่ดีที่สุดอยู่แล้ว

Swersey สรุป "Google Analytics ตอบสนองความต้องการด้วยเครื่องมือดีๆ ที่ WNYC และสถานีอื่นๆ สามารถใช้ได้โดยไม่มีขอบเขตจำกัด"

