DoubleClick by Google

สถานะของความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาวิดีโอในปี 2017

การจะทำให้โฆษณาวิดีโอสร้างผลลัพธ์ที่จับต้องได้นั้น ไม่ใช่เพียงแค่ทำให้โฆษณาแสดงผล แต่จะต้องทำให้มีผู้ดูโฆษณานั้น

ความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาวิดีโอ

โฆษณา YouTube คงความเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมในด้านความสามารถในการแสดงตัวโฆษณามาอย่างต่อเนื่องจากการวิเคราะห์ในปี 2017 เราพบว่าความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาเฉลี่ยของโฆษณา YouTube นั้นเพิ่มขึ้นทั่วโลก แต่ความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาวิดีโอในเว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือนั้นยังคงเท่าเดิม

YouTube

95%

ตัวเลขที่โฆษณาวิดีโอใน YouTube ได้แสดง

2017

เว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือ

66%

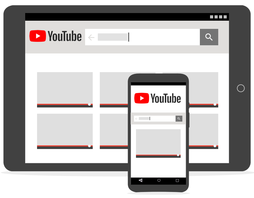
ตัวเลขที่โฆษณาวิดีโอในเว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือได้แสดง

อัตราความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาปี 2017 ในทวีปอเมริกา

ในปี 2017 อัตราความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาใน YouTube ยังคงสูงอย่างต่อเนื่องในทวีปอเมริกา ขณะที่ในเว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือนั้นมีอัตราแตกต่างกันไปอย่างมากตามประเทศ

ทวีปอเมริกา	เว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือ	YouTube
	2017	2017
สหรัฐอเมริกา	65%	94%
แคนาดา	67%	94%
อาร์เจนตินา	62%	95%
บราซิล	68%	95%
โคลอมเบีย	70%	92%
เม็กซิโก	69%	94%

YouTube บนมือถือและแท็บเล็ตยังคงให้ความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาสูงสุด



	เว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือ	YouTube
มือถือ	72%	**96%**
เดสก์ท็อป	63%	90%
แท็บเล็ต	77%	**95%**

แหล่งที่มา: ข้อมูลแพลตฟอร์ม วัดการโฆษณาของ Google และ DoubleClick พฤษภาคม 2017

DoubleClick by Google

สถานะของความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาวิดีโอในปี 2017

การจะทำให้โฆษณาวิดีโอสร้างผลลัพธ์ที่จับต้องได้นั้น
ไม่ใช่เพียงแค่ทำให้โฆษณาแสดงผล
แต่จะต้องทำให้มีผู้ดูโฆษณานั้น

ความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาวิดีโอ

โฆษณา YouTube คงความเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมในด้านความสามารถในการแสดงตัว
โฆษณามาอย่างต่อเนื่องจากการวิเคราะห์ในปี 2017 เราพบว่าความสามารถในการแสดงตัว
โฆษณาเฉลี่ยของโฆษณา YouTube นั้นเพิ่มขึ้นทั่วโลก แต่ความสามารถในการแสดงตัว
โฆษณาวิดีโอในเว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือนั้นยังคงเท่าเดิม

YouTube

95%

ตัวเลขที่โฆษณาวิดีโอใน YouTube ได้แสดง

2017

เว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือ

66%

ตัวเลขที่โฆษณาวิดีโอในเว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือได้แสดง

อัตราความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาปี 2017 ในยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกา

ในปี 2017 อัตราความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาใน
YouTube ยังคงสูงอย่างต่อเนื่องในยุโรป ตะวันออกกลาง
และแอฟริกา ขณะที่ในเว็บและแอปอื่นๆ
ที่เหลือนั้นมีอัตราแตกต่างกันไปอย่างมากตามประเทศ

ยุโรป ตะวันออกกลาง และแอฟริกา	เว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือ	YouTube
	2017	2017
เดนมาร์ก	71%	95%
ฝรั่งเศส	59%	94%
เยอรมนี	64%	95%
สหราชอาณาจักร	61%	95%
อิสราเอล	71%	95%
อิตาลี	72%	94%
เนเธอร์แลนด์	76%	94%
โปแลนด์	61%	94%
รัสเซีย	60%	95%
ซาอุดีอาระเบีย	82%	95%
แอฟริกาใต้	59%	94%
สเปน	70%	94%
ตุรกี	77%	95%
ยูเครน	64%	95%
สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	69%	95%

YouTube บนมือถือและแท็บเล็ตยังคงให้ความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาสูงสุด

	เว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือ	YouTube
มือถือ	72%	**96%**
เดสก์ท็อป	63%	90%
แท็บเล็ต	77%	**95%**

แหล่งที่มา: ข้อมูลแพลตฟอร์มการโฆษณาของ Google DoubleClick พฤษภาคม 2017

DoubleClick by Google

สถานะของความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาวิดีโอในปี 2017

การจะทำให้โฆษณาวิดีโอสร้างผลลัพธ์ที่จับต้องได้นั้น ไม่ใช่เพียงแค่ทำให้โฆษณาแสดงผล แต่จะต้องทำให้มีผู้ดูโฆษณานั้น

ความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาวิดีโอ

โฆษณา YouTube คงความเป็นผู้นำของ อุตสาหกรรมในด้านความสามารถในการแสดงตัวโฆษณามาอย่างต่อเนื่องจากการวิเคราะห์ในปี 2017 เราพบว่าความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาเฉลี่ยของโฆษณา YouTube นั้นเพิ่มขึ้นทั่วโลก แต่ความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาวิดีโอในเว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือนั้นยังคงเท่าเดิม

YouTube

95%

ตัวเลขที่โฆษณาวิดีโอใน YouTube ได้แสดง

2017

เว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือ

66%

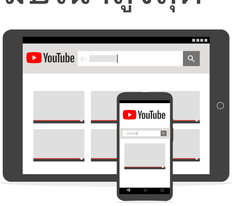
ตัวเลขที่โฆษณาวิดีโอในเว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือได้แสดง

อัตราความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาปี 2017 ในเอเชียแปซิฟิก

ในปี 2017 อัตราความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาใน YouTube ยังคงสูงอย่างต่อเนื่องในเอเชียแปซิฟิก ขณะที่ในเว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือนั้นมีอัตราแตกต่างกันไปอย่างมากตามประเทศ

เอเชียแปซิฟิก	เว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือ	YouTube
	2017	2017
ออสเตรเลีย	69%	94%
ฮ่องกง	57%	94%
อินเดีย	68%	95%
อินโดนีเซีย	67%	94%
ญี่ปุ่น	64%	95%
เกาหลี	66%	95%
มาเลเซีย	66%	94%
ฟิลิปปินส์	80%	92%
สิงคโปร์	72%	94%
ไต้หวัน	73%	94%
ไทย	67%	95%
เวียดนาม	69%	95%

YouTube บนมือถือและแท็บเล็ตยังคงให้ความสามารถในการแสดงตัวโฆษณาสูงสุด



	เว็บและแอปอื่นๆ ที่เหลือ	YouTube
มือถือ	72%	**96%**
เดสก์ท็อป	63%	90%
แท็บเล็ต	77%	**95%**

แหล่งที่มา: ข้อมูลแพลตฟอร์มการโฆษณาของ Google และ DoubleClick พฤษภาคม 2017