

Vì sao ứng dụng 'chat' trở nên quan trọng với các nhà xuất bản?

14:42 15/08/2016

Tác giả: Ngọc Huyền

Bốn ứng dụng nhắn tin, "chat" hàng đầu - Facebook Messenger, WhatsApp, WeChat và Viber - hiện đã có gần 3 tỷ người sử dụng hàng tháng hoạt động, gần đồng hơn số người hoạt động thường xuyên trên cả bốn mạng xã hội hàng đầu thế giới kết hợp lại, bao gồm cả Facebook.

Con số này đã gây sự chú ý với một loạt các doanh nghiệp, nhà xuất bản.

Những hãng tin tiên phong trong ngành công nghiệp truyền thông bao gồm Wall Street Journal, The Economist và BBC đang thiết lập sự hiện diện trên một số ứng dụng nhắn tin, "chat" và xây dựng một cộng đồng bạn đọc trên các nền tảng này.

Những hãng tin tiên phong trong ứng dụng đưa tin qua các ứng dụng nhắn tin đang tìm hiểu cách các ứng dụng này làm việc với các độc giả của họ và cách họ có thể tận dụng các ứng dụng nhắn tin, "chat" cho việc cung cấp các nội dung kỹ thuật số, bao gồm bài viết, hình ảnh, các cuộc thăm dò và video.

Trong một báo cáo mới từ BI Intelligence, ứng dụng nhắn tin di động đang thực sự hấp dẫn với các nhà xuất bản và chúng đang dần trở thành một nền tảng thống trị cho việc tiêu thụ tin tức.

BI Intelligence đã làm một so sánh các nền tảng nhắn tin hàng đầu, bao gồm WhatsApp, WeChat, Messenger của Facebook, Viber và chỉ ra những tính năng nào mà các nhà xuất bản cần biết khi tìm hiểu về các nền tảng này.

BI Intelligence cũng xem xét các chiến lược để phân phối nội dung trên các ứng dụng nhắn tin và cuối cùng là những thách thức mà các nhà xuất bản có thể gặp phải khi họ bắt đầu tham gia vào cung cấp tin tức thông qua các ứng dụng nhắn tin.

Dưới đây là một số trong những bài học quan trọng:

-Có rất nhiều các nền tảng nhắn tin, mỗi nền tảng có số người dùng và tính năng riêng biệt. Những khác biệt này sẽ xác định các ứng dụng mà một nhà xuất bản nên thử và loại nội dung gì là phù

hợp nhất.

-Các nhà xuất bản như The Wall Street Journal, The Economist, BBC đang thử nghiệm để học hỏi cách ứng dụng "chat," nhắn tin làm việc với bạn đọc của mình và cách họ có thể tận dụng "chat" cho việc phân phối các nội dung kỹ thuật số, bao gồm bài viết, hình ảnh, các cuộc thăm dò, video.

-Ứng dụng "chat" đặc biệt hấp dẫn đối với các nhà xuất bản vì chúng cho phép họ khai thác vào các hoạt động "ẩn giấu bên trong" của người dùng. Đó là những chia sẻ nội dung riêng tư thông qua các chương trình IM, ứng dụng gửi tin nhắn, email và các phương tiện khác.

-Do các ứng dụng "chat" được sử dụng chủ yếu qua giao thức ngang hàng (peer-to-peer), các nhà xuất bản có cơ hội để tiếp cận người đọc trên những nền tảng này thông qua trao đổi trò chuyện nhiều hơn./.

Nguồn: Vietnamplus

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/index.php/vi-sao-ung-dung-quot-chatquot-tro-nen-quan-trong-voi-cac-nha-xuat-ban>