

ASIA-PACIFIC TELECOMMUNITY

15th APT Policy and Regulatory Forum (PRF-15)) 3-5 August 2015, Singapore

Document PRF-15/INP-25

3 *August*2015

Facebook, Singapore

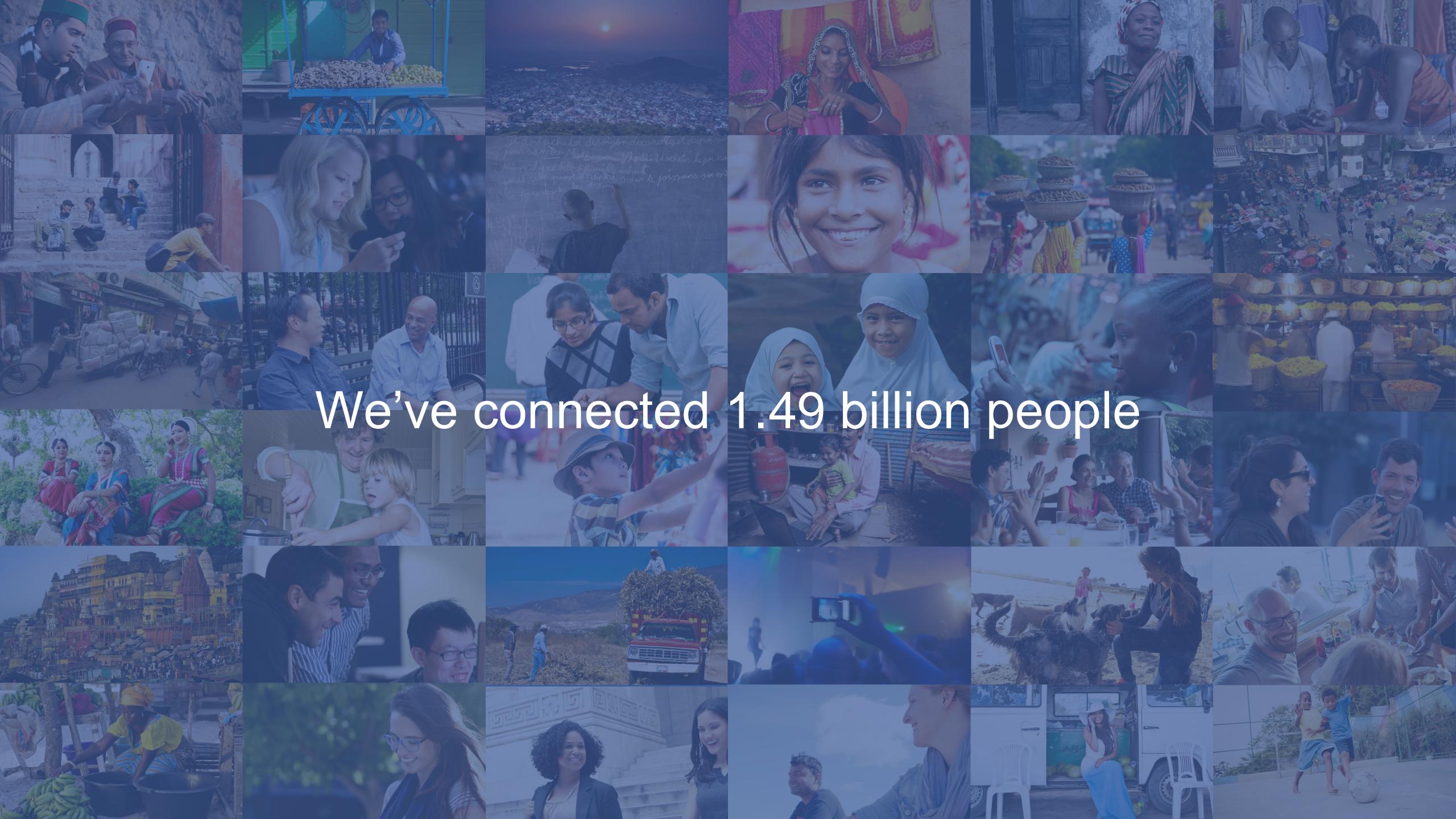
Enhancing Internet Connectivity Through Innovation & Partnerships

Contact:

Tel:

Email:





facebook Community Update



1.49 Billion

people on Facebook each month



800 Million

people on Whatsapp each month



700 Million

people on Messenger each month



300 Million

people on Instagram each month



1.5 Billion

searches daily



1 Billion

people offered access through Internet.org



850 Million

people using Groups on Facebook



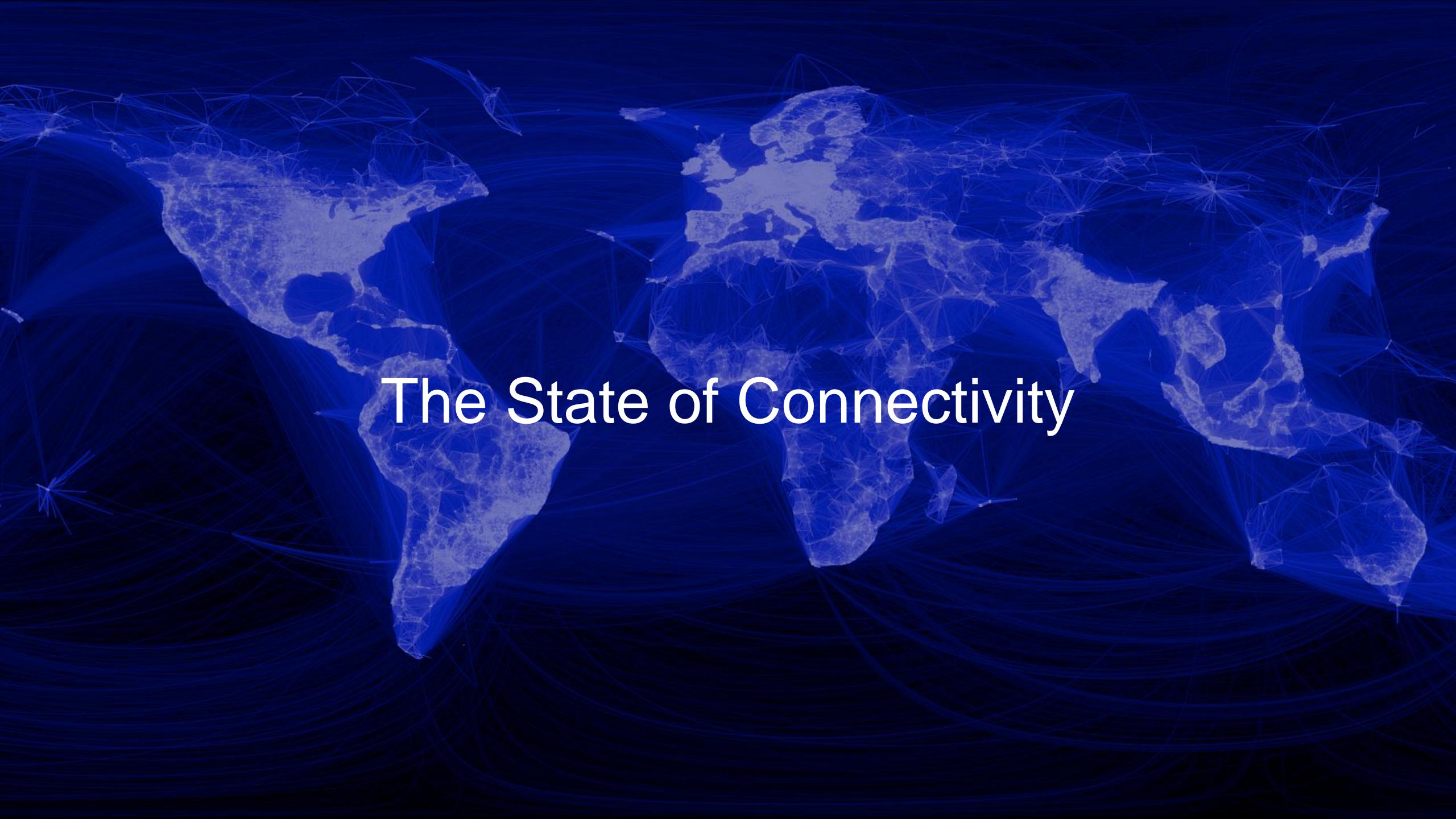
450 Million

people using Events on Facebook



40 Million

small businesses using Pages



3 billion 4 billion World Population







Create more than 140 million new jobs and lift 160 million people out of poverty



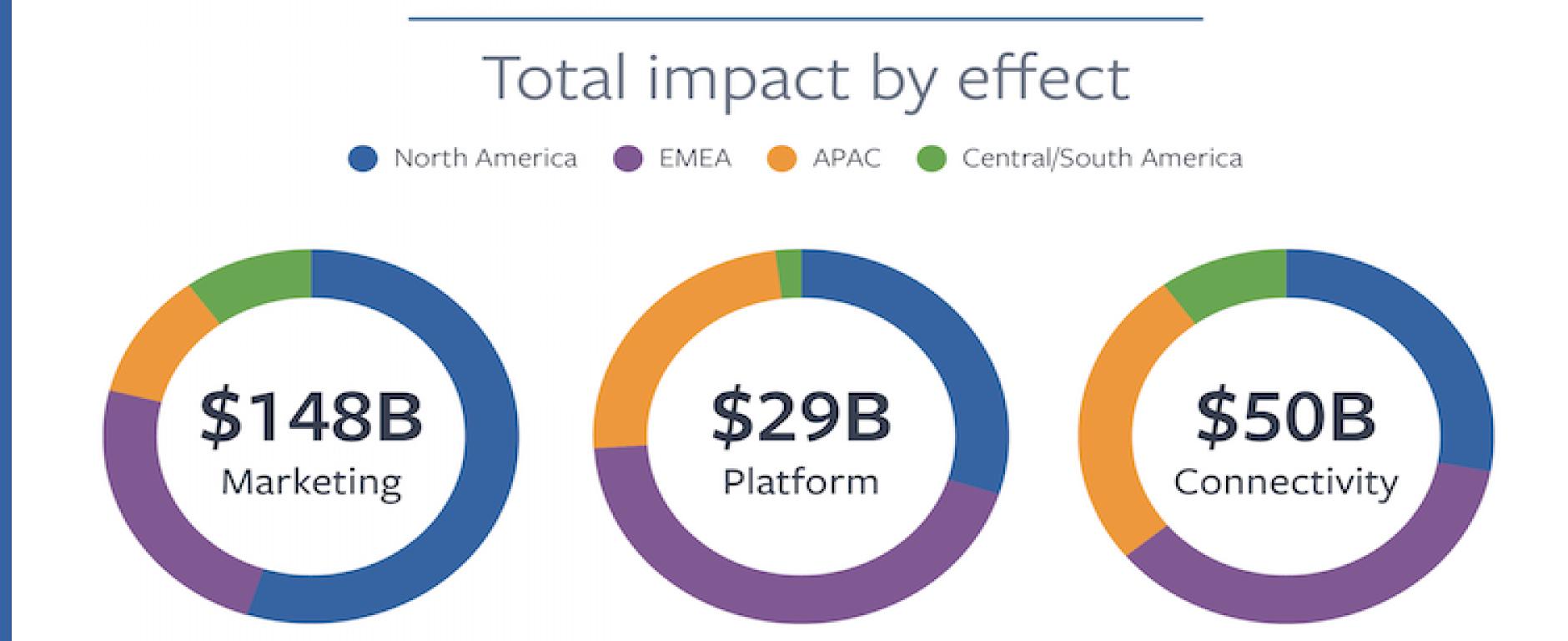
Reduce child mortality by 7% and save the lives of 2.5 million people



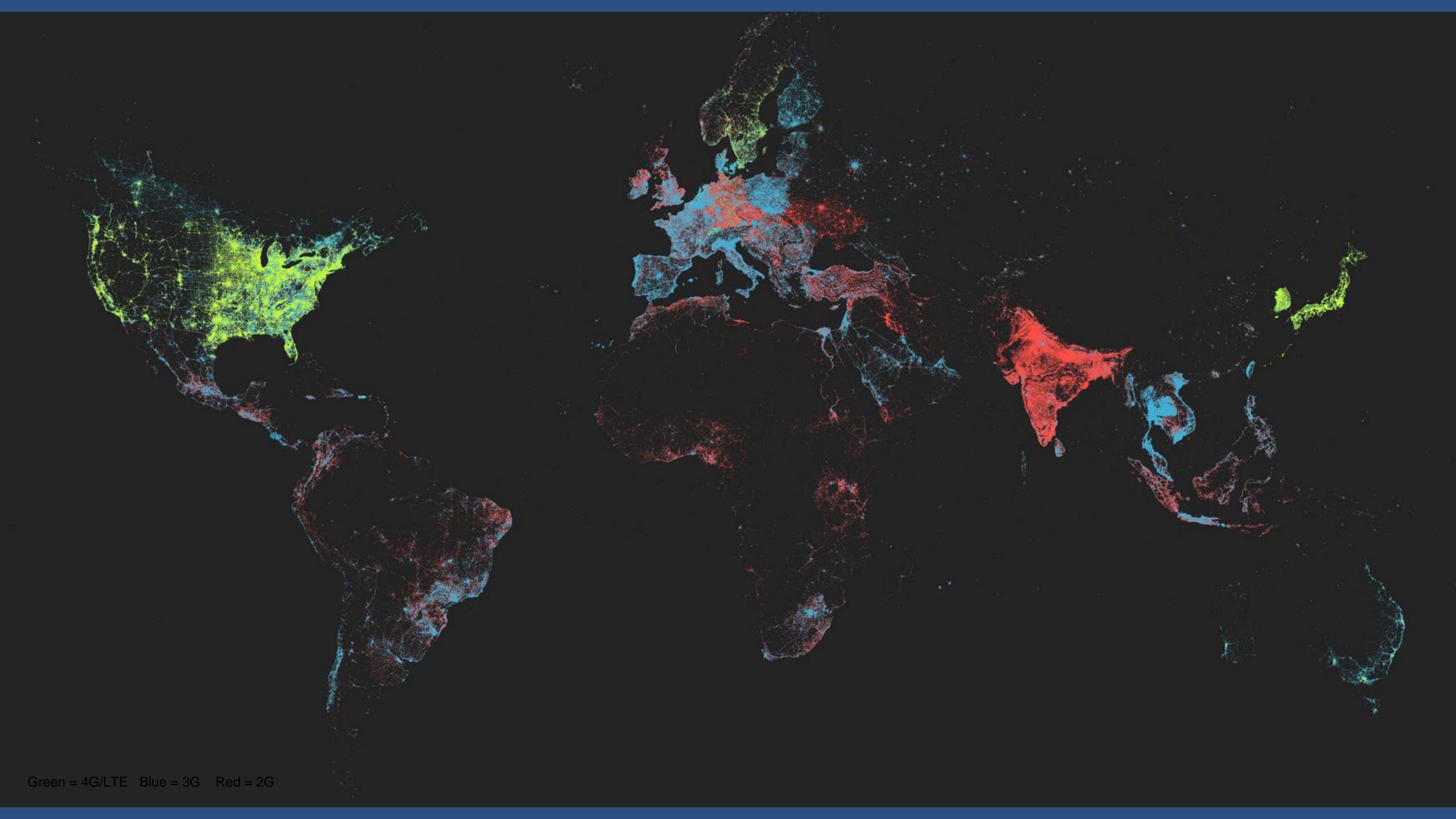
Give 640 million children access to cost effective learning tools and resources

facebook

Deloitte.









Infrastructure



Affordability



Relevance

Internet.org



Connectivity Lab @Facebook

Research alternative physical network technologies to deliver connectivity in remote regions.



Free Basic Services

Constructively align with traditional mobile network operators to motivate purchase consideration of mobile data.





Mark Zuckerberg uploaded a new video.

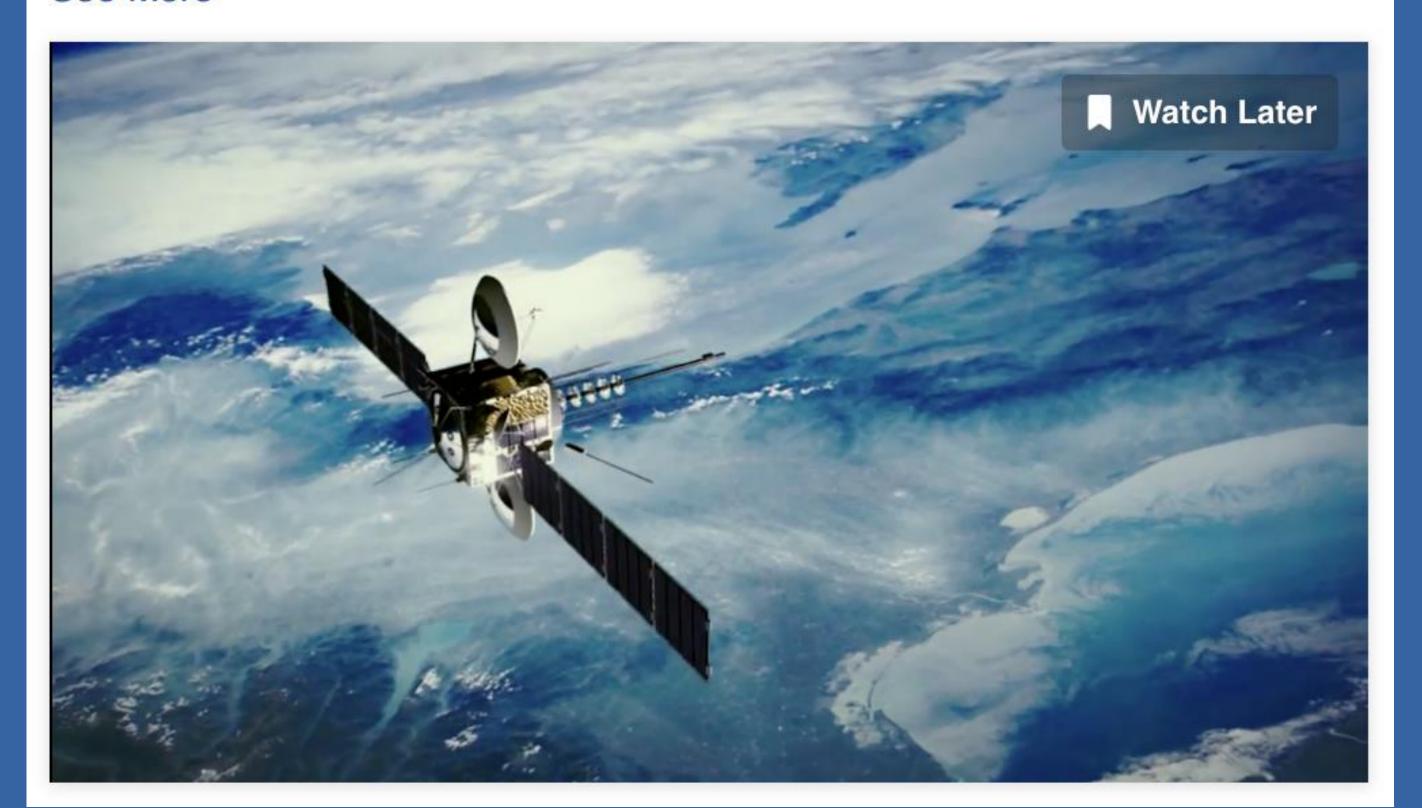
8 hrs · 🚱

I'm excited to announce we've completed construction of our first full scale aircraft, Aquila, as part of our Internet.org effort.

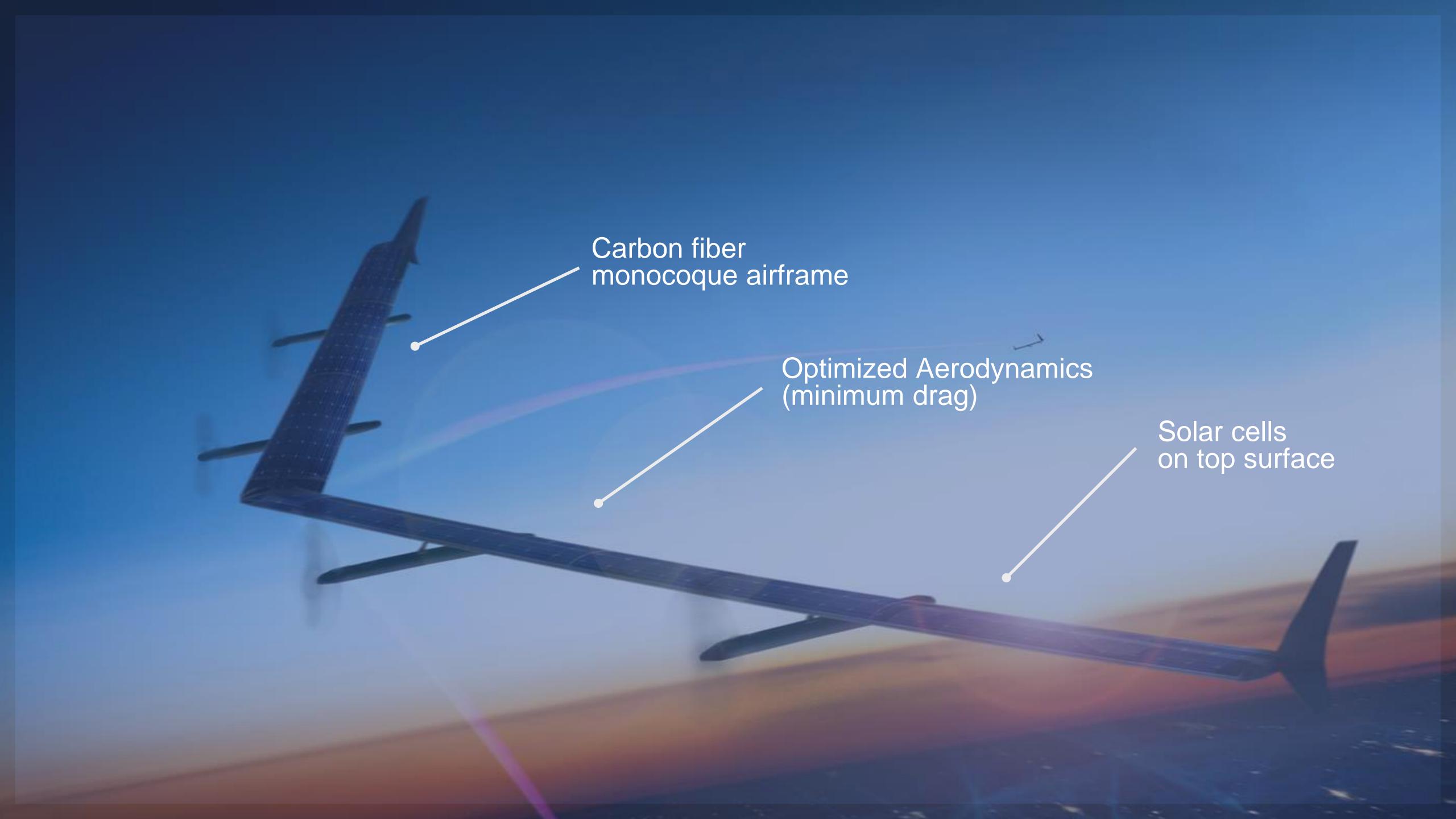
Aquila is a solar powered unmanned plane that beams down internet connectivity from the sky. It has the wingspan of a Boeing 737, but weighs less than a car and can stay in the air for months at a time.

We've also made a breakthrough in laser communications technology. We've successfully tested a new laser that can transmit data at 10 gigabits p...

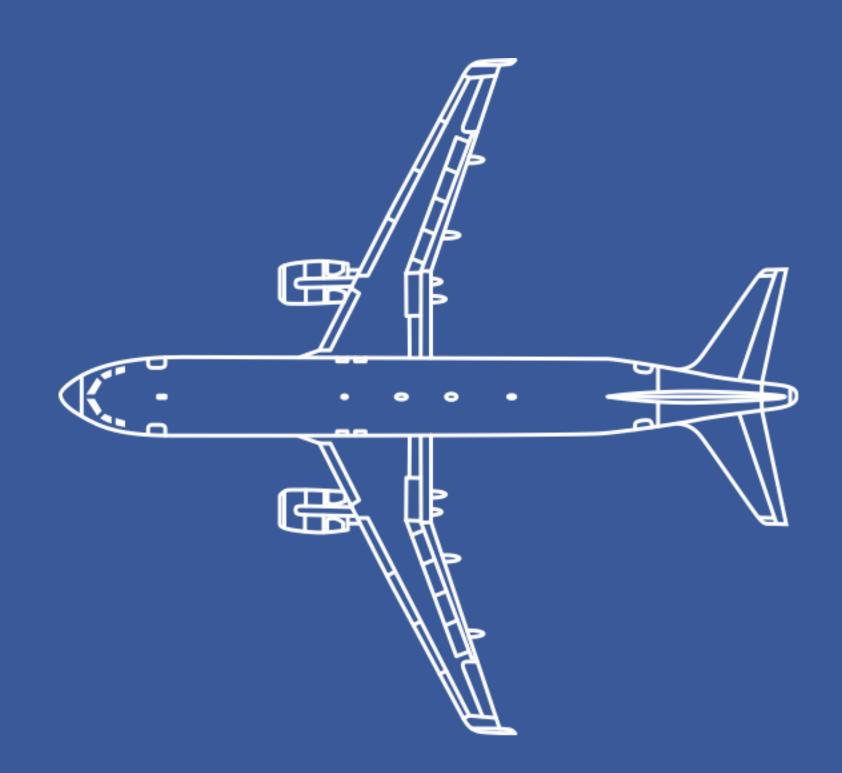
See More







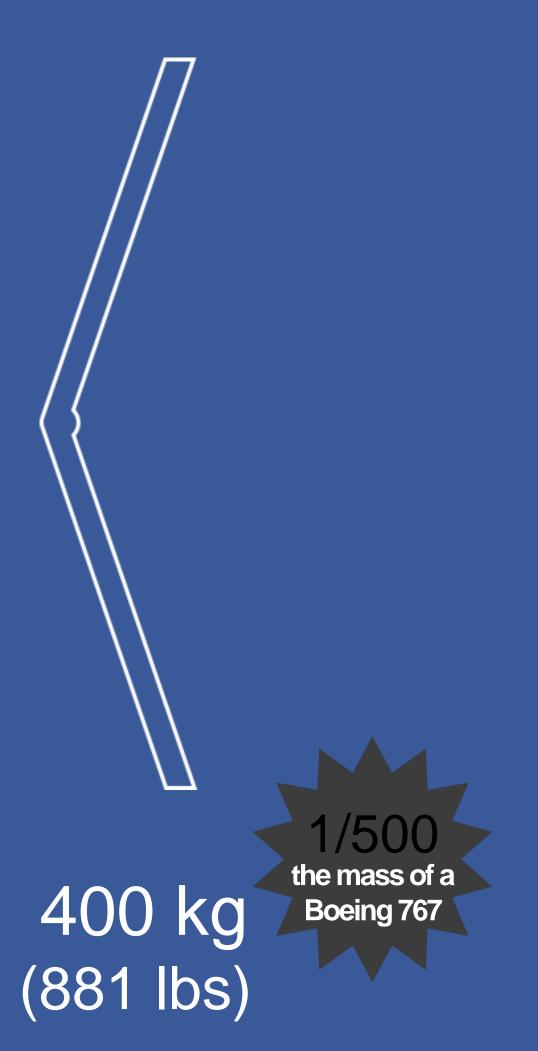
Airbus A320



78,000 kg (172,000 lbs)

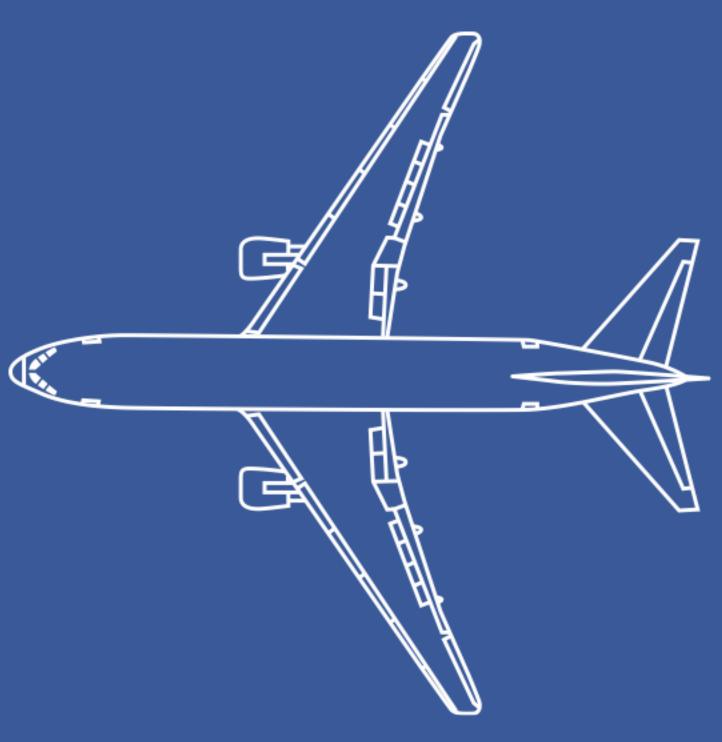
~1 day

FB



3 months

Boeing 767



205,000 kg (450,000 lbs)

~1 day



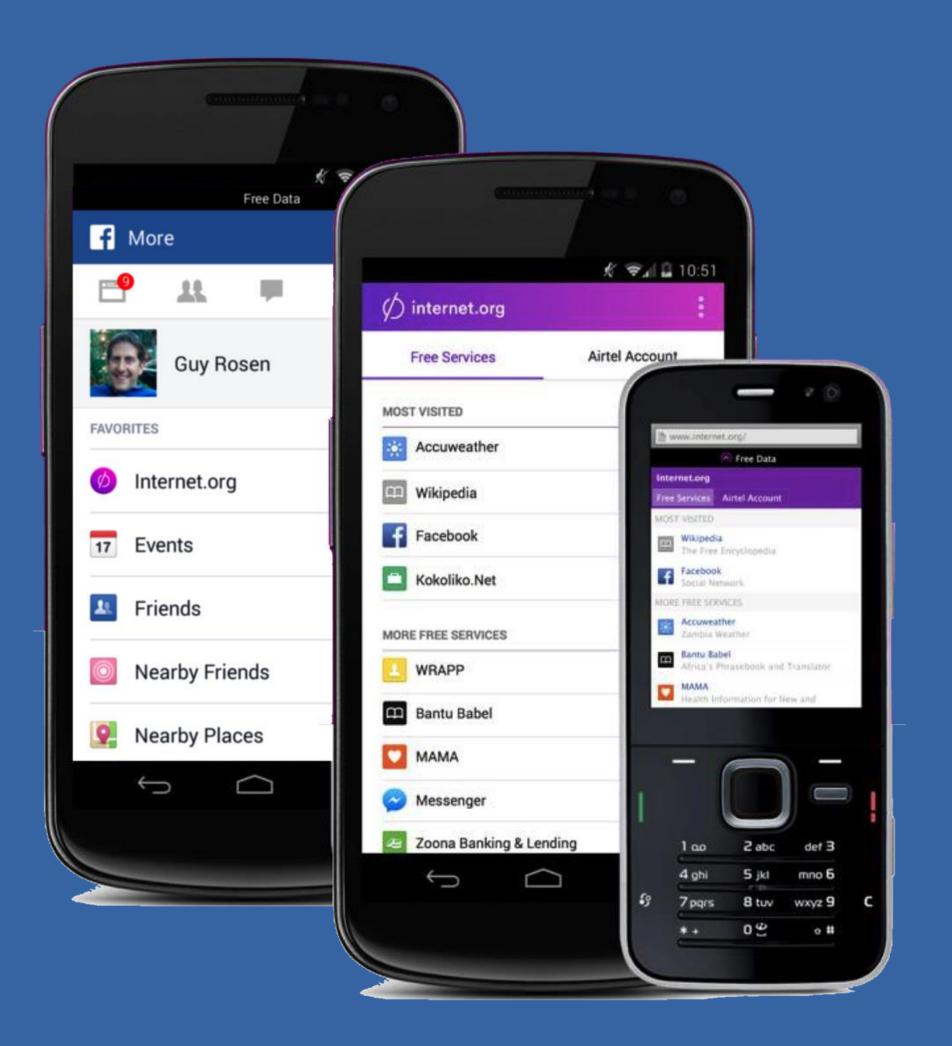




Internet org Free Basic Services



- Provide people with free access to a set of locally-relevant basic services
- Addresses two barriers:
 - Affordability
 - Awareness



Free Basic Services & the Internet or ginternet.org











Information

News
Weather
Reference
Search

Communication

Free Facebook Free Messenger

Health

General health Information Maternal health

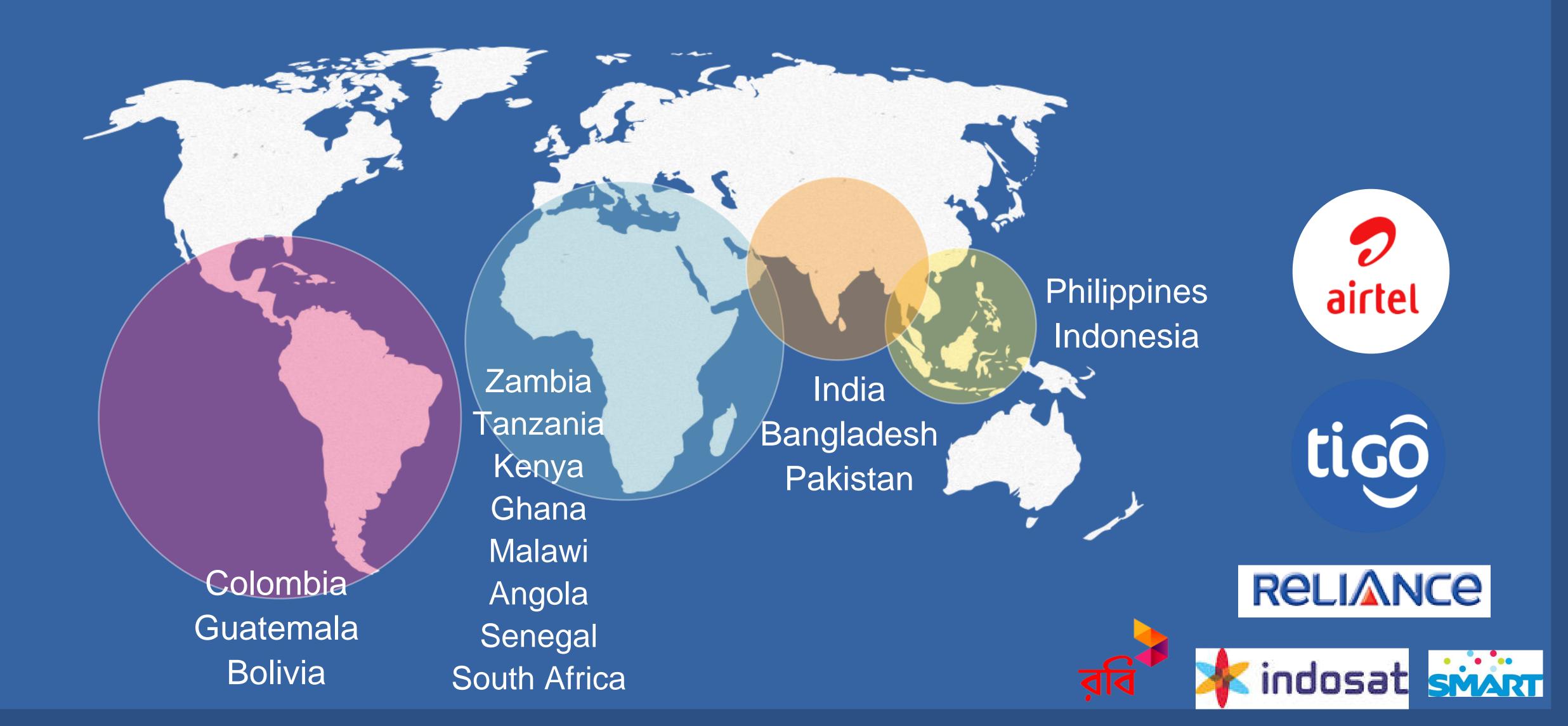
Education

Education materials
Job skills

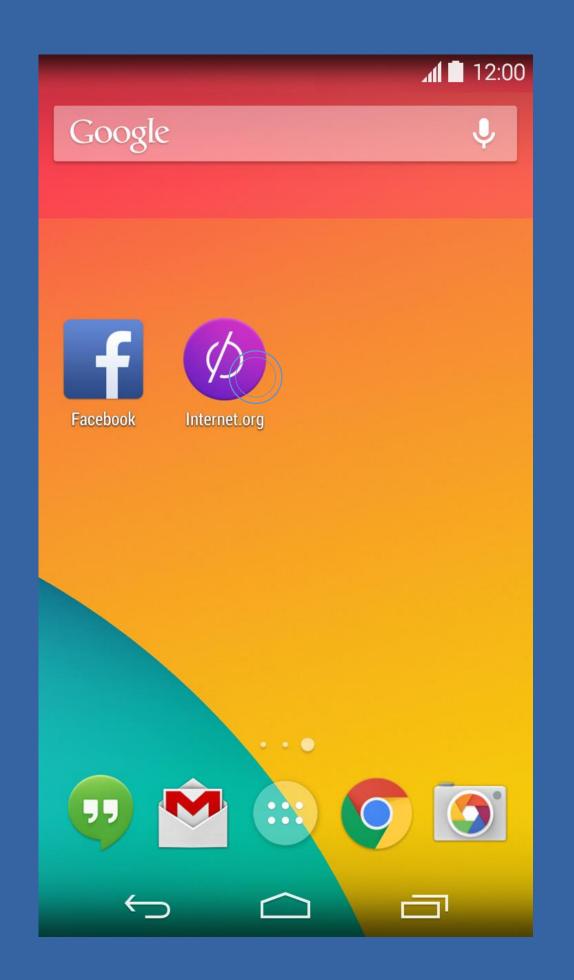
Finance

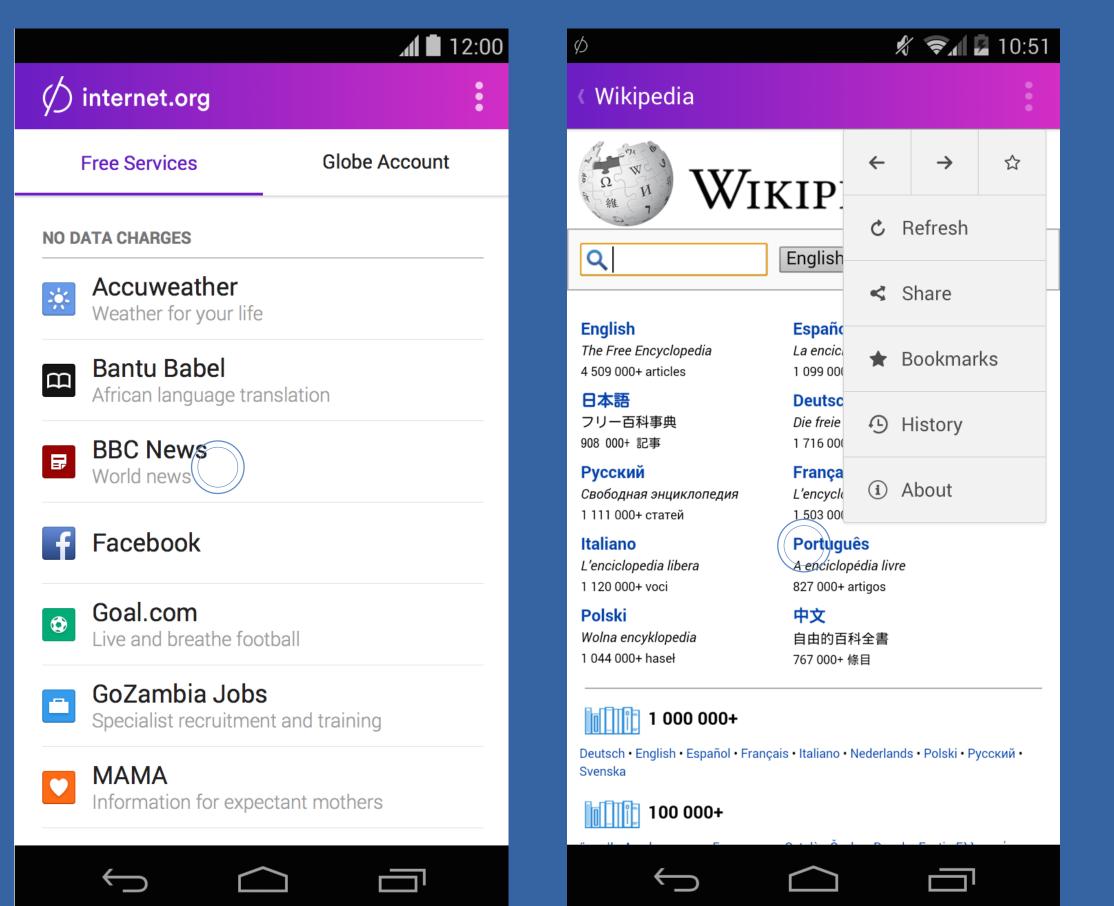
Agriculture
Employment
Banking
Marketplaces

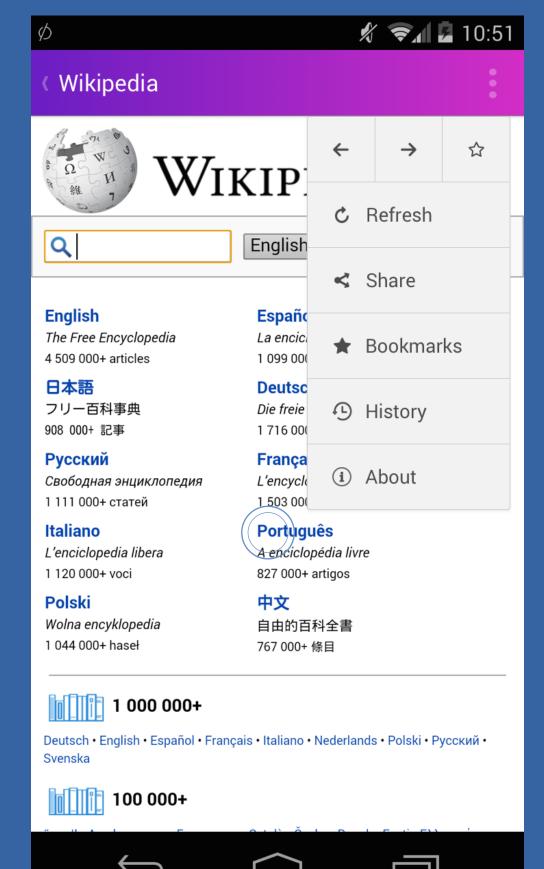
Internet.org app deployments

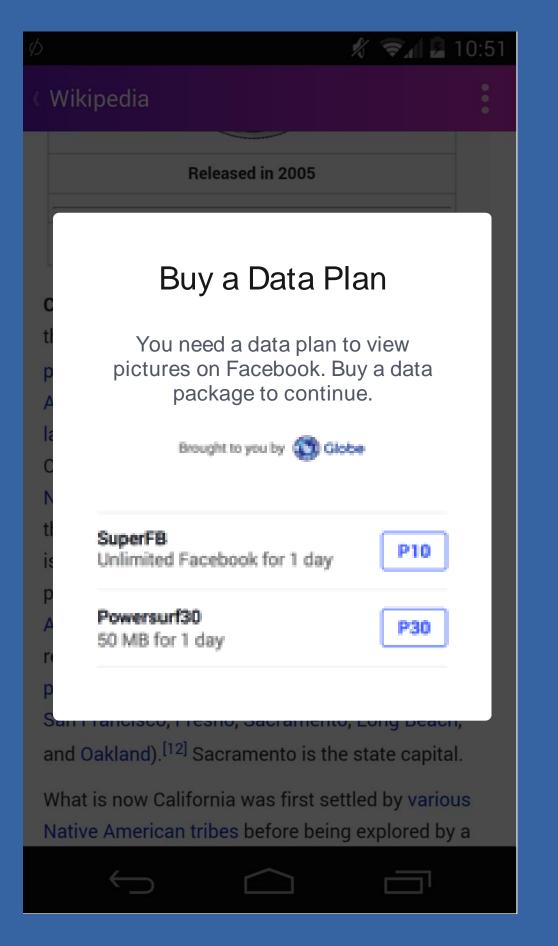




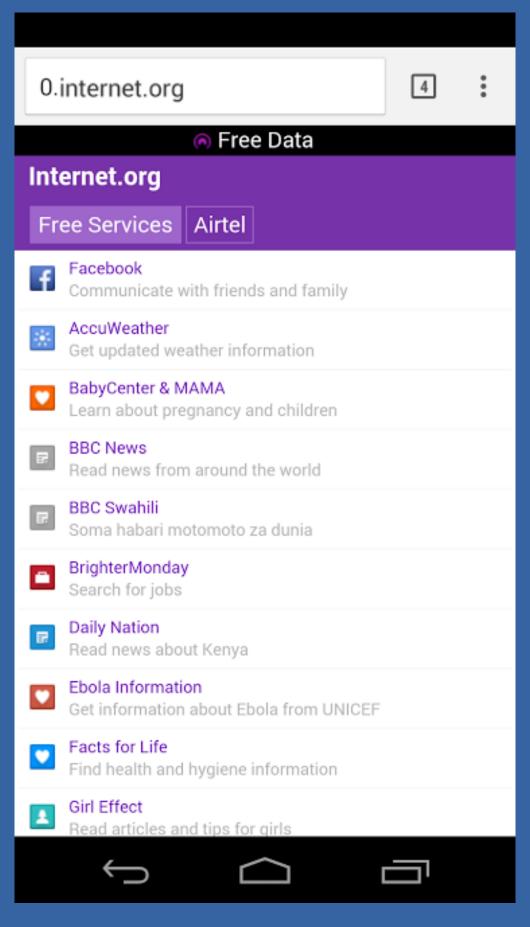






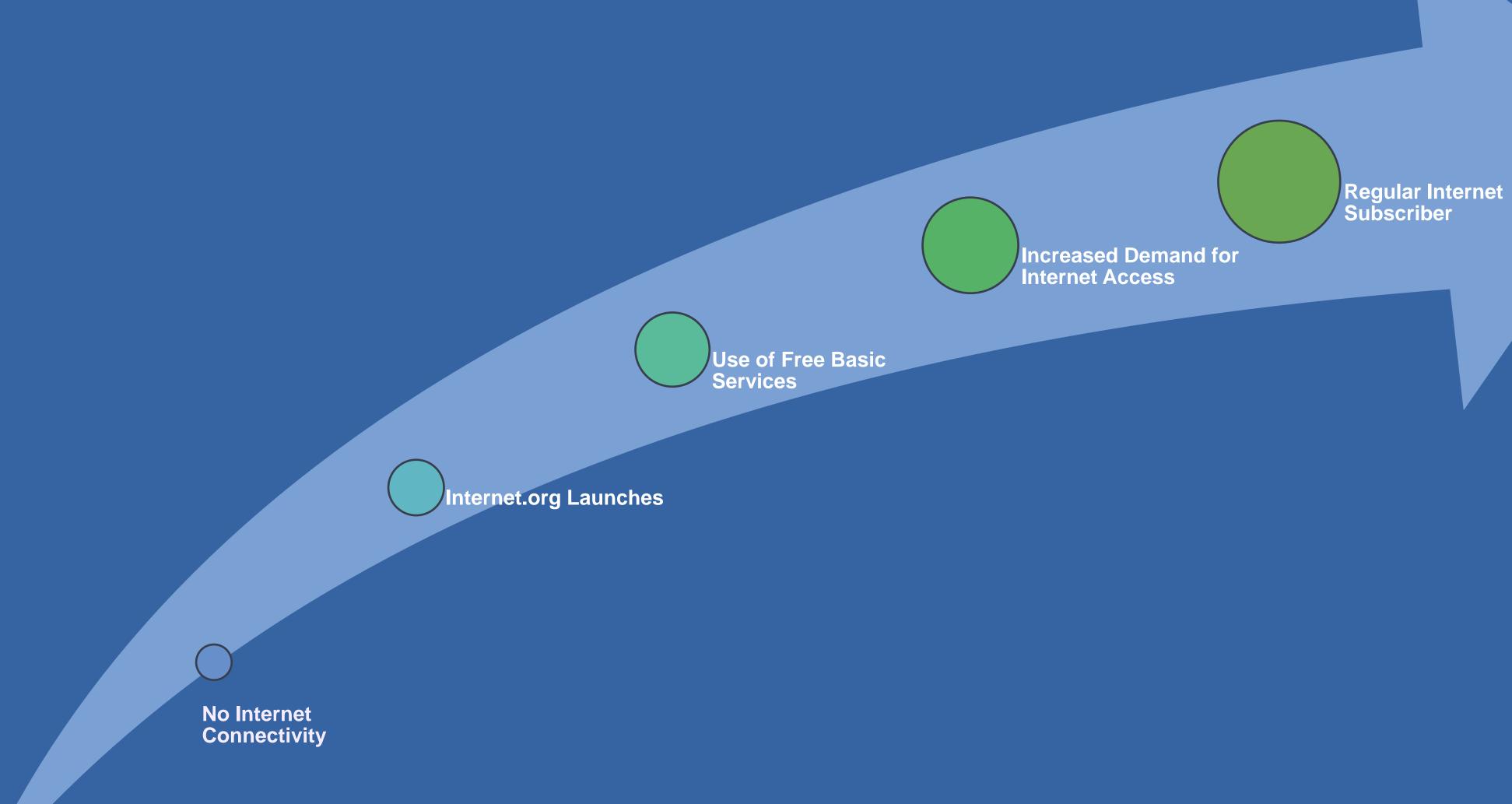


On feature phones



Via Browser (for Feature Phone Support)

Onramp to the Internet



Lazada

Bringing Southeast Asia's shoppers online



BO% FOX

reach of online population in Indonesia, Malaysia, and Thailand reach of online population in Philippines

fan growth in one year to 5 million fans

Brodo Footwear

Success on a shoestring



5 X increase in sales

90% of sales from Facebook 100%
of assisted conversions from

Facebook





Regional Events in North America













Regional Event in Seoul









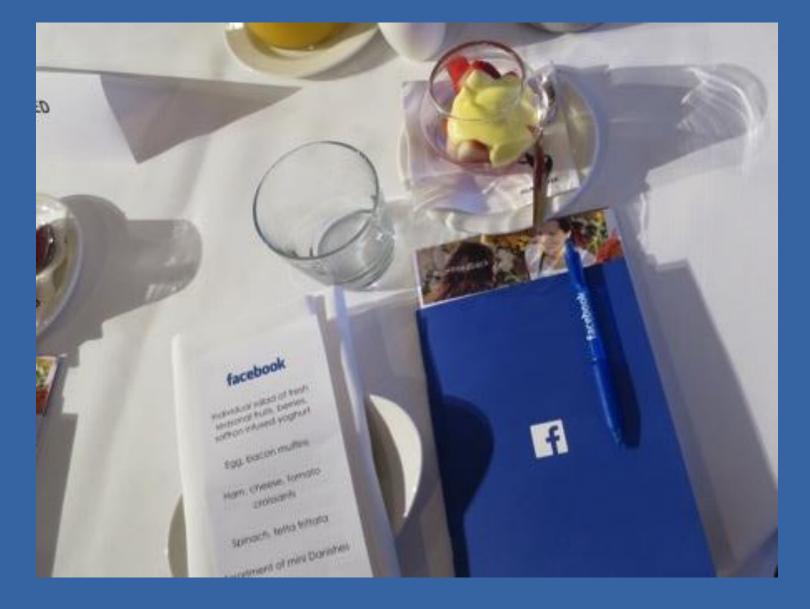




Local event in Melbourne













Industry Event in Bangk





รฐิยา ชิสระชัยกุล Team Lead-Account Management Facebook Global กล่าวว่าการสำรวจในเพื่อน ก.ย.2557 พบว่ามีคนไทยใช้งานเฟซบุค 28 สำนราย จำนวนดังกล่าวใช้งานผ่าน "มือถือ" 26 ล้านราย ใช้เวลากับเฟซบิค 2.35 ชั่วโมมต่อวัน โดยมี พฤติกรรมใช้งานเป็นช่วงๆ แต่ใช้ตลอดเวลา ทั้งวัน โดยพบว่าช่วงเวลายอดฮิสการใช้เพ่ชบุ๊ค ของคนไทยคือ "ละครภาคค่า" เป็นพฤติกรรม การเสพคอนเทนท์แบบมัดติ สกรีนที่มีจำนวน

ยอมรับว่ารับรู้เกี่ยวกับแบรนด์และสินค้าเป็น วีดิโอบนเฟซบุ๊ค นิ้ว ฟิล ครั้งแรกฝานทางเฟซบุ๊ค ตัวอย่างการแจ้งเกิด ครั้งแรกผ่านทางเฟซบุ๊ค ตัวอย่างการแจ้งเกิด สัตส่วน ราช ของผู้ใช้เฟซบุ๊คในไทย ธุรนิจทางเฟซบุ๊คที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักเป็น เคยโพสต์วิดิโอมนเพชบุ๊ค ขณะที่ทั่วโลกมี

ครั้งแรก คือเพจ "เจคิว ปู่มัวนึง" ร้านอาหาร ทะเลเคลิเวอรี่

เครื่องมือ "เพชบุ๊ค นิว ฟิต" จึงเปรียบ ด้กับ การดันพบ (Discovery) ถึงใหม่ๆ ดยเฉพาะ "แบรนด์ใหม่" ถือเป็นเรื่องสำคัญ ของแบรนด์ ที่ทำให้ลูกตัวหรือผู้บริโภครู้จัก และ "ค้นพบ" แบรนค์เป็นครั้งแรก หรือกระทั่ง เบรนด์ที่มีอยู่แล้ว สามารถใช้เป็นเครื่องมือ แการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

ที่สำคัญสัดส่วน 68% ของผู้ใช้งานไทย าข้อมูดเกี่ยวกับแบรนค์หรือผลิตภัพณ์บน เฟซบุ๊คก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ

"สถิติดังกล่าวเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับ แบรนด์และนักการคลาด เพื่อทำให้เข้าใจ พฤติกรรมการใช้เฟซบัคของคนไทย"

: 'วีดิโอคอนเทนท์'เทรนต์แรง

สำหรับแนวโน้มที่เป็นกระแสแรงของ เพรบุคในปีที่ผ่านมา และกำลังจะ"ระบิด" ในปีนี้ คือ Facebook Video หรือการนำ เสนอ "วีดิโอ คอนเทนท์" บนเฟชบุ๊ค เริ่มต้น จากเดือน ก.ย.2557 เฟซบุ๊คได้ประกาศด้วเลข การรับชมวีดิโอทั่วโลกจำนวน 1,000 ล้านครั้ง ต่อวัน สอดคล้องกับการวิจัยของ "ทีเอ็นเอส" นอกจากนี้คนใทยใช้เฟซบุิคลัดส่วน 57% ระบุว่า 71% ของผู้ใช้เฟซบุิคบอกว่าเคยรับชม

การโพลต์วิดิโอจากผู้ใช้งานและจาก แบรนต์เพิ่มขึ้น 3.6 เท่าในปีที่ผ่านมา พฤติกรรมตั้งกล่าวจะทำให้จำนวน วีดีโอบนนิวพิดเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง าณะที่ "โมบาย คอนเทนด์" จะสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ โดย 65% ของ วีดีโอ ริวบนเฟซบุ๊ค เกิดจากมือถือ โดย ซิสโก้ คาคการณ์ว่าลัดส่วน 2ใน3 ของบริมาณโมบาย ตาต้า จะมา จาก "วีดีโอ" ภายในปี 2561 แสดงให้ เห็นว่าผู้คนเริ่มใช้วิดีโอในการสื่อสาร ในชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ วิดีโอ เริ่มเป็นคอนเทนท์ที่มีพื้นที่ บนนิวพีตมากขึ้นนับจากนี้

: เฟซบุ๊ควีดิโอแซง'ยูทูบ' จากการสำรวจแบรนค์ชั้นนำ 20,000 แบรนด์ ที่ทำการโพสด์ วีดิโอ ทั้งหมด 180,000 ครั้ง ในปีที่ผ่านมา พบว่าวีดิโอโพลด์บนเพชบุค" เป็นแพลตฟอร์ม "อันดับหนึ่ง" เมื่อเทียบกับ แพลตฟอร์มการโพลต์วีดีโอต่างๆ ในขณะนี้

ช่วงกลางปี2557การโพสต์วิติโอบนเพชบุค เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง กระทั่งเดือน ค.ศ.2557 จำนวน การโพสต์วิติโอบนเพชบุ๊คโต้แชงหน้า "ยูทูบ"

การเต็บโตของปริมาณการโพลด์วีดิโอ บนเฟซบุ๊ค เพิ่มขึ้นชัดเจนและเป็นกระแสนิยม ในเดือน มิ.ย.2557 จากแจมนาโญ Ice Bucket Challenge ถือเป็นจุดคิกออฟการเปิดตัว "เฟรบิค วิดิโอ"

ผลลัพธ์ของแลมเปญไอซ์ บัคเก็ต ชาเลนจ์ ทำให้มีการแชร์วิดิโอ แท็ก ALS และ Ice Bucket Challenge จำนวน 17 ล้านครั้ง ทั่วโลก รวมกว่า 10,000 ล้านวิว จาก 440 ด้านคน ถือเป็นปรากฏการณ์ที่ยิ่งใหญ่ในโลก ออนไลน์ สามารถระคมเงินบริจาคได้กว่า 100 ล้านดอลลาร์ในช่วง 3 เดือน

ความสำเร็จดังกล่าวมาจากแพลดฟอร์ม ของเพชบุ๊ค ที่เน้นให้เกิด Connection, Discovery และ Sharing ถือเป็นจุดแข็งของ เพชบุค เนื่องจากผู้ใช้งานเข้าถึงวีดิโอที่ อัพโหลด ได้เห็นคอนแทนท์เป็นครั้งแรก เมื่อขึ้นขอบคอนเทนท์และเห็นว่าเป็นประโยชน์ จึงเกิด การแชร์ นับเป็นเบื้องหลังความสำเร็จ ของแคมเปญไอซ์ บัคเก็ต







Industry Event in Ho Chi





