

สิ่งที่คุณต้องรู้เกี่ยวกับ การเปลี่ยนวิธีการคำนวณ GMV

เรียนรู้หลักการคำนวณ GMV แบบใหม่และผลกระทบต่อข้อมูลของครีเอเตอร์และผู้ขายของคุณ

สิ่งที่คุณจำเป็นต้องรู้

- คุณอาจสังเกตเห็นว่ามีการเปลี่ยนแปลงวิธีคำนวณ GMV สำหรับผู้ขาย เพื่อให้คุณเข้าใจได้ง่ายขึ้นว่า GMV ของผู้ขายมาจากอะไรบ้าง
- วิธีการคำนวณ GMV แบบใหม่จะอิงจากคอนเทนต์ 3 ประเภท: **ไลฟ์** **วิดีโอ** และ **โปรดักการ์ด** โดย GMV จะมาจากประเภทของคอนเทนต์ลำดับสุดท้ายก่อนจะชำระเงิน

เปรียบเทียบวิธีการคำนวณ GMV

วิธีคำนวณ GMV แบบเก่า
GMV 100% =
ไลฟ์ + วิดีโอ + โชว์เคส + อื่นๆ

วิธีคำนวณ GMV แบบใหม่
GMV 100% =
ไลฟ์ + วิดีโอ + โปรดักการ์ด

⚡ ก่อนหน้านี้ การที่จะหาคำตอบว่า GMV ที่อยู่ในรายการ "อื่นๆ" หมายความว่าอย่างไรนั้นเป็นเรื่องยากมาก ดังนั้น เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น เราได้แทนที่ 'โชว์เคส' + 'อื่นๆ' ด้วย 'โปรดักการ์ด'

คุณ จะเห็นการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง

- ใน **Partner Center** ที่ใต้ส่วนการวิเคราะห์ เมื่อคุณดูรายละเอียด GMV คุณจะเห็นเมตริกต่างๆ เช่น '**GMV ไลฟ์โดยตรง**' และ '**GMV วิดีโอโดยตรง**' ซึ่งก่อนหน้านี้ไม่มีให้บริการ
- เมตริกเหล่านี้หมายถึง GMV ที่เกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อสั่งซื้อ **โดยตรง** จากคอนเทนต์ไลฟ์หรือวิดีโอของผู้ขาย
- คุณอาจสังเกตเห็นว่าตัวเลข GMV สำหรับวิดีโอและไลฟ์ ต่ำกว่าที่คุณอาจคาดไว้ เนื่องจากก่อนหน้านี้ **GMV ที่มาจาก**ไลฟ์และวิดีโอจะนับว่าเป็น GMV ของไลฟ์และวิดีโอโดยรวมด้วย อย่างไรก็ตาม ด้วยวิธีการคำนวณแบบใหม่ GMV เหล่านี้จะนับว่ามาจากโปรดักการ์ด
- 💡 **โปรดทราบ:** แม้ว่าโปรดักการ์ดจะเป็นช่องทางสร้าง GMV ที่สำคัญ แต่ผู้ขายควรให้ความสำคัญกับคอนเทนต์ไลฟ์และวิดีโอด้วย และควรสร้างสรรคไลฟ์สตรีมและวิดีโอที่มีคุณภาพเพื่อดึงดูดผู้ซื้อต่อไป เพราะจุดเด่นของ TikTok คือคอนเทนต์บนโซเชียล

ตัวอย่างประกอบความเข้าใจ

เรามีตัวอย่างที่จะช่วยให้คุณเข้าใจว่าการคำนวณ GMV ใหม่ทำงานอย่างไร

ตัวอย่างที่ 1:



ในกรณีนี้โปรดักการ์ดคือคอนเทนต์ลำดับสุดท้ายก่อนชำระเงิน

ตัวอย่างที่ 2:



ในกรณีนี้ แม้ว่าผู้ซื้อจะมีส่วนร่วมกับการสินค้าผ่านวิดีโอในตอนแรก แต่เนื่องจากพวกเขาเปลี่ยนสีโปรดักการ์ดจึงกลายเป็นคอนเทนต์ลำดับสุดท้ายก่อนชำระเงิน

ตัวอย่างที่ 3:



ในกรณีนี้ ไลฟ์คือคอนเทนต์ลำดับสุดท้ายก่อนชำระเงิน

มีอะไรที่ไม่เปลี่ยนแปลง

หลักการใหม่จะถูกนำมาใช้กับทุกส่วน ยกเว้นเมตริกที่เกี่ยวข้องกับ สูตรของ Affiliate (เช่น Affiliate GMV และค่าคอมมิชชั่นโดยประมาณ) เมตริกเหล่านี้จะใช้หลักการของ GMV ที่อิงตามการระบุแหล่งที่มาของค่าคอมมิชชั่นแบบเก่า เพื่อไม่ให้ค่าคอมมิชชั่นที่คุณจ่ายให้กับครีเอเตอร์ผ่าน Affiliate Plans มีการเปลี่ยนแปลง

สรุปสาระสำคัญ

- เราได้ปรับหลักการคำนวณ GMV ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นตามประเภทของคอนเทนต์
- มีประเภทของคอนเทนต์ 3 ประเภท คือ: โปรดักการ์ด ไลฟ์ และวิดีโอ
- คอนเทนต์แต่ละประเภทมีความสำคัญเท่าเทียมกัน และคุณควรมีกลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพคอนเทนต์แต่ละประเภท

แหล่งข้อมูล

หากคุณมีคำถามหรือต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม โปรดติดต่อ AM ของคุณ หรือติดต่อศูนย์ช่วยเหลือ