

Clubhouse: Drop-in Audio Chat

โดย Min Sen tech 14 กุมภาพันธ์ 2564

รูปแบบใหม่ของ Social Media ที่ดำเนินการโดย Apple เป็นรูปแบบการเชิญเข้าร่วมเท่านั้น เริ่มดำเนินการในเดือนเมษายน 2020 เข้ามาเมืองไทยประมาณกลางปี 2020 และได้รับการยอมรับแล้วกว่า 600,000 คน และด้วยอิทธิพลของ COVID-19 ทำให้ app. นี้ได้รับความนิยมอย่างมาก เพียงภายในเดือนพฤษภาคม มีการระดมทุนแล้วกว่า 12 ล้านดอลลาร์ จาก Andreessen Horowitz และมีการระดมทุนไปแล้วเมื่อเดือนธันวาคม 2020 ไม่น้อยกว่า 100 ล้านดอลลาร์ คาดว่าจะมีการเปิดตัวร่วมกับ Android เร็ว ๆ นี้ app. นี้ได้รับความนิยมอย่างมากมาจาก Elon Musk ที่ถูกสัมภาษณ์ในเดือนมกราคม 2021 ใน Good Time Club และในเดือนกุมภาพันธ์ หรือไม่กี่วันที่ผ่านมาเขา Tweet ว่า เขา พร้อม จะ ร่วม กับ Kanye West ใน Clubhouse รวมถึงเขาจะคุยกับประธานาธิบดี Vladimir Putin ในวันที่ 13 กุมภาพันธ์ที่ผ่านมาใน Clubhouse

แนวคิดเบื้องหลังการสร้าง Clubhouse มาจาก คนที่ถูกกักตัวในช่วง COVID-19 และต้องการให้คนสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับคน โดยให้เกิดการใช้เสียง และไม่ต้องเปิดหน้าคุย สามารถใช้ app. นี้ร่วมกับการทำกิจกรรมอื่นไปด้วยได้ ช่วงแรกก็มีความนิยม รวมถึงมีลักษณะเป็น exclusive และมีความเป็นส่วนตัวในระดับหนึ่ง ซึ่งเป็นการตอบสนอง pain point หรือจุดขายในสังคม และมีความง่ายในการใช้ แต่คนที่ช่วยปั้นกระแส คือ Elon Musk ทำให้คนเข้าถึงเขาได้ง่ายขึ้นในห้อง และจำกัดคนสูงสุด

แค่ 5,000 คนในห้องนั้น และมีคนดังเข้ามาร่วมมากขึ้น เช่น Oprah Winfrey ในเดือนกุมภาพันธ์อย่างน้อยมีคนใช้งานกว่า 2,000,000 ราย และประเมินมูลค่าประมาณ 1,000 ล้านดอลลาร์แล้ว ลงทุนแมนคาดว่ามูลค่าน่าจะไม่น้อยกว่า 1,000 ล้านดอลลาร์ และทำให้ตื่นเต้นที่จะอยู่ใน clubhouse ค่อนข้างนานกว่า facebook

กลุ่มคนที่เข้ามาร่วม จะเป็นกลุ่มที่เป็น ผู้สร้างเนื้อหา นักการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กลุ่ม Tech Brand ๆ และมีหลากหลายภาษา ทั้งภาษาอังกฤษ จีน (แม้ว่าประเทศจีนจะกีดกันแล้ว) ญี่ปุ่น ๆ มีเนื้อหาค่อนข้างหลากหลาย เราสามารถเข้าฟังแล้วออกมาได้หลากหลายห้อง แต่อาจจะรบกวนการนอน เพราะแต่ละห้องมีประโยชน์ เหมือนงานสัมมนาที่ใหญ่ น่าสนใจมาก แต่เราต้องวิ่งเข้าออกในเรื่องที่เราสนใจ แต่ทั้งหมดเป็น Live ทำให้น่าสนใจ ช่องทางการสื่อสารนี้ เหมาะกับคนรุ่นใหม่ ที่มีลักษณะของ FOMO (Fear Of Missing Out) หรือกลัวตกกระแส โดยเฉพาะสาวกของ iPhone ที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรีบเสนาส่วนตัวเข้ามาร่วม และยังเป็นช่องทางที่คนในวงการทั้งในและต่างประเทศ เข้ามาร่วมแล้วไม่น้อย โดยในต่างประเทศ จะมี Drake, Kevin Hart, Tiffany Haddish สำหรับคนไทย ก็มีคนเข้าร่วมแล้วไม่น้อย ไม่ว่าจะเป็นคุณกรณ์ จาติกวณิช คุณสุทธิชัย หยุ่น คุณเคน นครินทร์ วนกิจไพบูลย์ จาก The Standard และคนที่ไม่คิดว่าจะตกขบวนนี้ คือ คุณวีระ ธีระภัทร สำหรับประสบการณ์ผู้ใช้ที่สหรัฐอเมริกา Sade Sellers จาก Burbank, California ซึ่งมีปัญหาจาก COVID การใช้ Clubhouse ช่วยให้เธอสร้างธุรกิจได้จากการทำ networking ทำให้มีคนติดตามเธอกว่า 1,000 คน ทั้งจาก Instagram และ Twitter

รูปแบบ เป็นการสื่อสารคล้ายกับการสัมมนา โดยมีผู้กำหนดห้องในการหารือ และเป็นผู้ดำเนินการ รวมถึงสามารถกำหนดหัวข้อในการดำเนินการ และสามารถให้ผู้เข้าฟังแสดงความคิดเห็นร่วมด้วยได้ รวมถึงสามารถปิดเสียงจากคนบางคนที่เข้ามารบกวนการสัมมนาได้ เป็นลักษณะของห้องเสมือน (virtual room) และสามารถจัดกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย เพลง การสนทนาทางการเมือง หัวข้อทางธุรกิจ ฯ เช่น Startup Club, Fit, Black Wealth Matters, Leadership Reinvented, Music & Technology, Health is Wealth, NBA Fan Club, Muslims & Friends, The Legacy Think Tank, Reinventing Health Care, The True Love Society, TikTok Marketing Secrets.

การเข้าร่วม เป็นลักษณะของการเชิญจากคนอื่นเท่านั้น แต่ละคนเชิญได้ไม่เกิน 2 คน แต่ถ้าสร้างห้องเองจะเชิญได้เพิ่มขึ้น จากนั้นเราจะต้อง log in และมี password และหลังจากนั้นเราจะต้องติดตามคนที่เราสนใจ เมื่อคนเหล่านั้นมีกิจกรรม online เราจะรับทราบ รวมทั้งจะมีกลไกที่ช่วยให้เราทราบว่าห้องไหนที่เราสนใจจะถูกนำเสนอมาให้เราติดตามและเข้ารับฟังได้ และหลังจากนั้นเราจะสร้างห้องของเราเองได้ ด้วยการกดเข้าไปที่ห้อง

ข้อมูลที่เป็นเสียงทั้งหมดนั้นจะหายไปทันทีที่จบ ไม่มีการอัด ถือเป็นระบบที่ privacy มาก มีคนคิดว่าจะมาแทนที่ podcast ได้ไหม คาดว่าไม่สามารถแทนที่ได้ แต่จะมีการปรับสมดุล และคนที่ทำเนื้อหา และการตลาด จะดึงคนให้เข้ามาได้มากขึ้น

เพียงใด และสิ่งสำคัญคือ exclusivity และ privacy จะหายไปไหมใน clubhouse

ข้อเสนอแนะที่น่าจะมี คือ การที่เราแอบเข้าไปในงาน โดยไม่มีคนเห็น หรือการซ่อนสถานะของตนเอง ซึ่งคาดว่าจะมีการเพิ่มลักษณะนี้ให้ในไม่ช้า การที่เป็น exclusive แต่เป็นลักษณะที่พิเศษ ทำให้ใครบางคนรู้สึกถูกกีดกัน และอาจจะรู้สึกในแง่ลบ โดยที่เขาไม่ได้ทำอะไรผิดอีกด้วย การจัดการข้อมูลข่าวปลอมหรือลักษณะ bully ก็มีการให้รายงานพฤติกรรมไม่เหมาะสมได้ แต่ขั้นตอนการตรวจสอบจะดำเนินการอย่างไร

รูปแบบการหารายได้ ด้วยการที่ brand ทำ account ของตนเองใน clubhouse แต่เจ้าของต้องการให้เป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน ไม่ใช่เชิงธุรกิจหรือเครื่องมือ แต่ถ้า brand ต้องการจริง ๆ ให้สร้างเป็น clubhouse ส่วนตัวของตนเอง ไม่ใช่อยู่ในห้อง และอาจจะมี club membership ซึ่งมีค่าใช้จ่าย หรือรวมถึงการมี reward ให้กับผู้จัด

ช่วงนี้จะเป็นการดึงคนให้มาใช้ clubhouse มากขึ้น และดึงคนมาช่วยกันพัฒนาในด้านการใช้งาน รวมถึงความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัย รวมถึงเราไม่สามารถหาห้องที่เราสนใจได้ด้วยตัวเอง และคนสำคัญเมื่อเข้ามาในห้อง แล้วถูกเชิญให้เข้าร่วมสัมมนา ซึ่งไม่สามารถปฏิเสธการเข้าร่วมสัมมนา ยกเว้นจะออกจากห้องนั้นไปเลย ซึ่งต่อไปน่าจะปฏิเสธการร่วมสัมมนา แต่เป็นการร่วมฟังได้ และไม่เป็นเป้าสายตาของใคร แนวทางการยืนยันตัวตนของตนเอง ทำให้เรารู้ได้อย่างไรว่าคนนั้นเป็นจริง โดย

ทั้งหมดจะต้องเชื่อมกับ twitter, instagram เพื่อช่วยในการยืนยันตัวตนของเรา

ติดตามเรื่องราวอื่นเพิ่มเติมได้จาก www.minsenconcept.com