

# การสื่อสารการตลาดโดยใช้ Social Media

ดร.อุดมธิปก ไพรเกษตร

Chief Digital Media & Marketing Director

บริษัท ไนซ์ฟิเนียร์ จำกัด

กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดิจิทัล บิสิเนส คอนซัลท์ จำกัด



**ดร.อุดมธิปก ไพรเกษตร (โดม)**

[www.facebook.com/udompk](https://www.facebook.com/udompk)

[www.twitter.com/udompk](https://www.twitter.com/udompk)

**Tel. 082-222-1288**

**e-Mail : [udom.pk@gmail.com](mailto:udom.pk@gmail.com)**

28/10/61

### **การศึกษา :**

- ปริญญาเอก ปรัชญาดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปริญญาตรี เศรษฐศาสตรบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

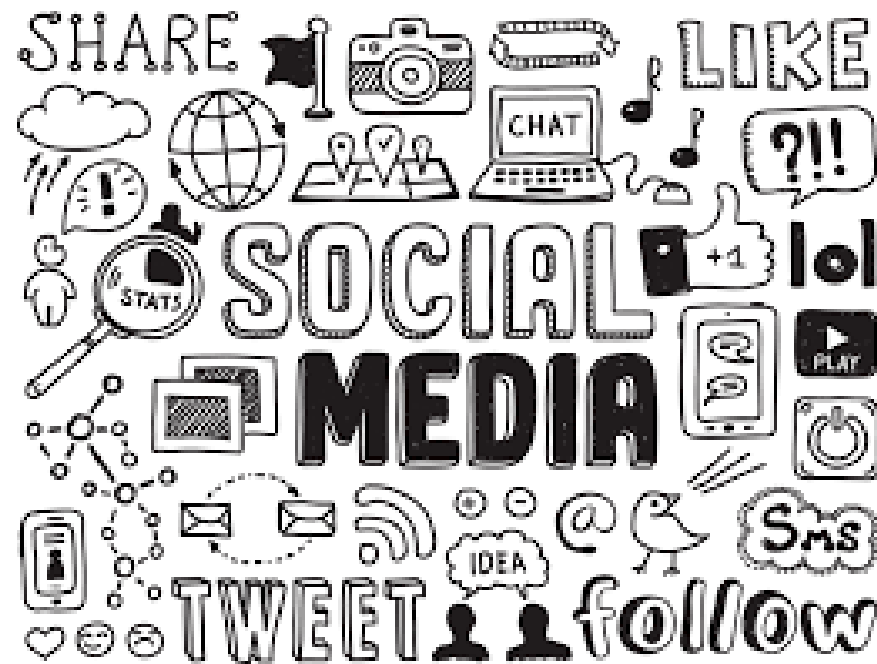
### **ตำแหน่ง :**

- Chief Digital Media & Marketing Director บริษัท ไนซ์ไฟน์เวิร์ค จำกัด
- กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดิจิทัล บิสิเนส คอนซัลท์ จำกัด
- รองประธานสมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย
- กรรมการสมาคมดิจิทัลไทย
- อุปนายกสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย
- อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยเนชั่น / มหาวิทยาลัยมหิดล / มหาวิทยาลัยสวนดุสิต / มหาวิทยาลัยศรีปทุม ฯลฯ
- วิทยากรฝึกอบรมหลักสูตรต่าง ๆ อาทิ Business Model / Digital Marketing / การจัดการโครงการ / การบริหารการเปลี่ยนแปลง / การจัดการความรู้ / ภาวะผู้นำ / การจัดการการตลาด และการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นต้น

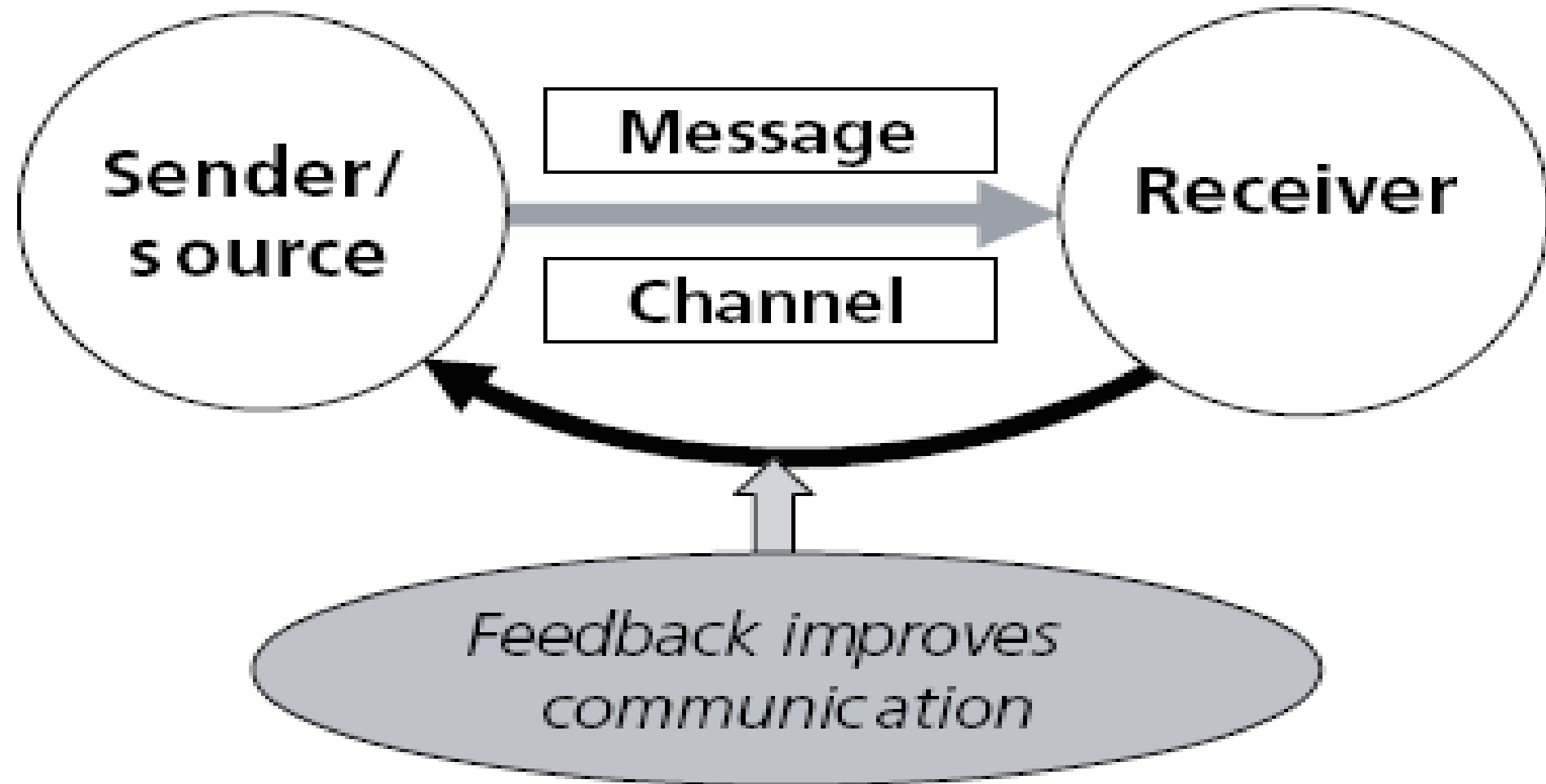
### **ประวัติ :**

- กรรมการผู้จัดการ บริษัท อินเทลลิเจนท์ รีเสิร์ช แอนด์ คอนเซาท์ จำกัด
- กรรมการและรองกรรมการผู้จัดการ บริษัท พีเอ็มจี คอร์ปอเรชั่น จำกัด
- ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ บริษัทเนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเนชั่น
- อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม และ ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยศรีปทุม ฯลฯ

# การสื่อสารการตลาดโดยใช้ Social Media



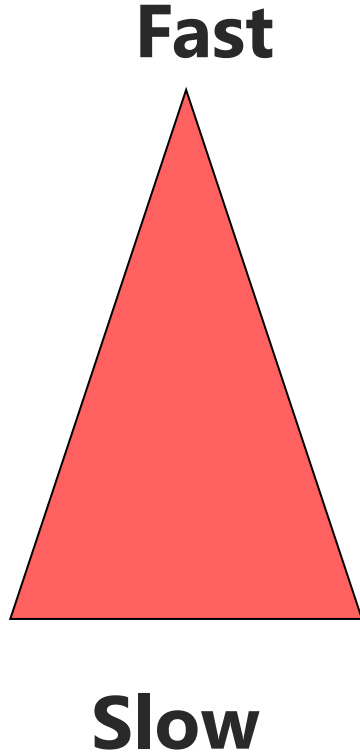
## Two way communication



# จุดเด่นของ Digital Media

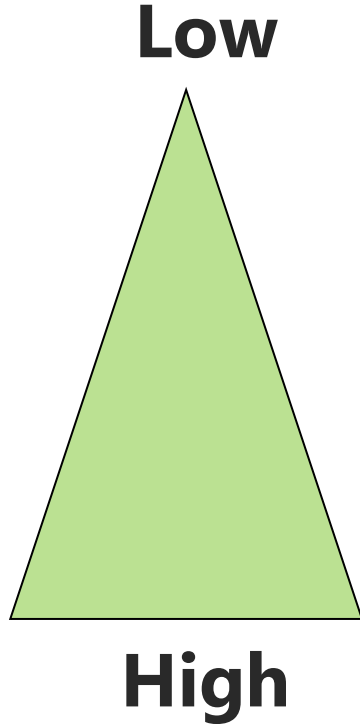
1. การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค (ชื่อ เบอร์โทร อีเมล เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ครอบครัว อาชีพ ความสนใจ ฯลฯ) ของผู้ใช้
2. การเข้าถึงข้อมูลที่ผู้บริโภคเคยดูหรือฟัง และสถานที่ที่ผู้บริโภคอยู่หรือเคยอยู่
3. รู้พฤติกรรมของผู้บริโภค
4. เข้าถึงผู้บริโภคได้ทันที (ทันต่อเหตุการณ์)
5. สามารถวัดผลได้ทันทีที่ใช้
6. กฎแห่งการการดึงดูดและจำกัด
7. ความยั่งยืน

# Information Speed



1. Mobile & Tablet (Social Media , SMS/MMS)
2. Website
3. Radio
4. Television
5. Newspaper

# Information Credit Score



1. Mobile & Tablet (**Social Media ,  
SMS/MMS**)
2. Website
3. Radio
4. Television
5. Newspaper

# คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันมากน้อยแค่ไหน

ปี 2559 ใช้เน็ตเฉลี่ยอยู่ที่ 6 ชั่วโมง 24 นาทีต่อวันเท่านั้น

| ภาพรวม                       |                          |
|------------------------------|--------------------------|
| วันทำงาน/<br>วันเรียนหนังสือ | 6 ชม.<br>30 นาที<br>/วัน |
| วันหยุด                      | 6 ชม.<br>48 นาที<br>/วัน |



Gen Z



Gen Y



Gen X



Baby Boomer

วันทำงาน/  
วันเรียนหนังสือ

5 ชม.  
48 นาที/วัน

7 ชม.  
12 นาที/วัน

5 ชม.  
48 นาที/วัน

4 ชม.  
54 นาที/วัน

วันหยุด

7 ชม.  
12 นาที/วัน

7 ชม.  
36 นาที/วัน

5 ชม.  
18 นาที/วัน

4 ชม.  
12 นาที/วัน

คำถามจากแบบสำรวจข้อ 9

ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ และช่วงวันหยุด โดยเฉลี่ยต่อวันมากน้อยเพียงใด (ไม่นับรวม การเปิดอินเทอร์เน็ตทิ้งไว้ โดยไม่มีการใช้งานทางออนไลน์)

Gen Z อายุ น้อยกว่า 17 ปี

Gen Y อายุ 17-36 ปี

GenX อายุ 37-52 ปี

Baby Boom อายุ 53 – 71 ปี

Gen Y ครองแชมป์ใช้เน็ต  
มากที่สุด 3 ปีซ้อน

# คนไทยชอบใช้อินเทอร์เน็ต ที่ไหนกัน ?

ปี 2559



บ้าน/ที่พักอาศัย  
87.6 %



ที่ทำงาน  
49.5 %



สถานศึกษา  
19.7 %



ที่สาธารณะ  
15.9 %



ระหว่างเดินทาง  
14 %



อินเทอร์เน็ตคาเฟ่  
3.7 %

ปี 2560



บ้าน/ที่พักอาศัย  
85.6 %



ที่ทำงาน  
52.4 %



ระหว่างเดินทาง  
24.1 %



ที่สาธารณะ  
18.8 %



สถานศึกษา  
17.5 %



อินเทอร์เน็ตคาเฟ่  
2.3 %

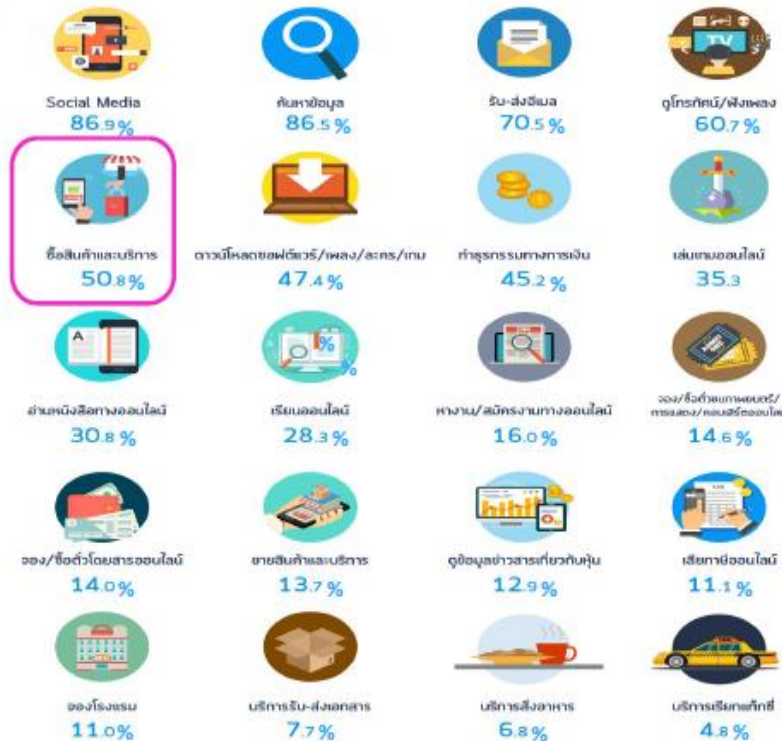
สำถามจากแบบสำรวจข้อ 11 ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านใช้อินเทอร์เน็ตที่ไหนเป็นส่วนใหญ่  
(เลือกตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

# Social Media ครองใจคนไทยในยุคดิจิทัล



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 13 ในรอบ 3 เดือน ที่ผ่านมา ท่านใช้ Social Media/ Online Community ใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

# กิจกรรมออนไลน์ยอดนิยม



กำหนดจากแบบสำรวจข้อ 12 ในรอบ 3 เดือน ที่ผ่านมา ด้านทำกิจกรรมต่าง ๆ  
ต่อไปนี้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วยหรือไม่ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปี 2559 Shopping ทางออนไลน์  
อยู่ในอันดับที่ 8  
แต่ในปีนี้จะก้าวกระโดดขึ้นมา  
ติด 1 ใน 5

# Social Media Marketing

"86% ของคนทั่วไปมักไม่เชื่อสิ่งที่สินค้าหรือ

Brand พูดถึงตัวเอง

แต่ 78% ของคนทั่วไปมักเชื่อในสิ่งที่ คนอื่นพูด  
ถึง Brand"

# Social Media Marketing

บทวิจัยของ Nielsen Global Online Consumer Survey  
ในเรื่องของความเชื่อถือในสื่อประเภทต่างๆพบว่าผู้บริโภค

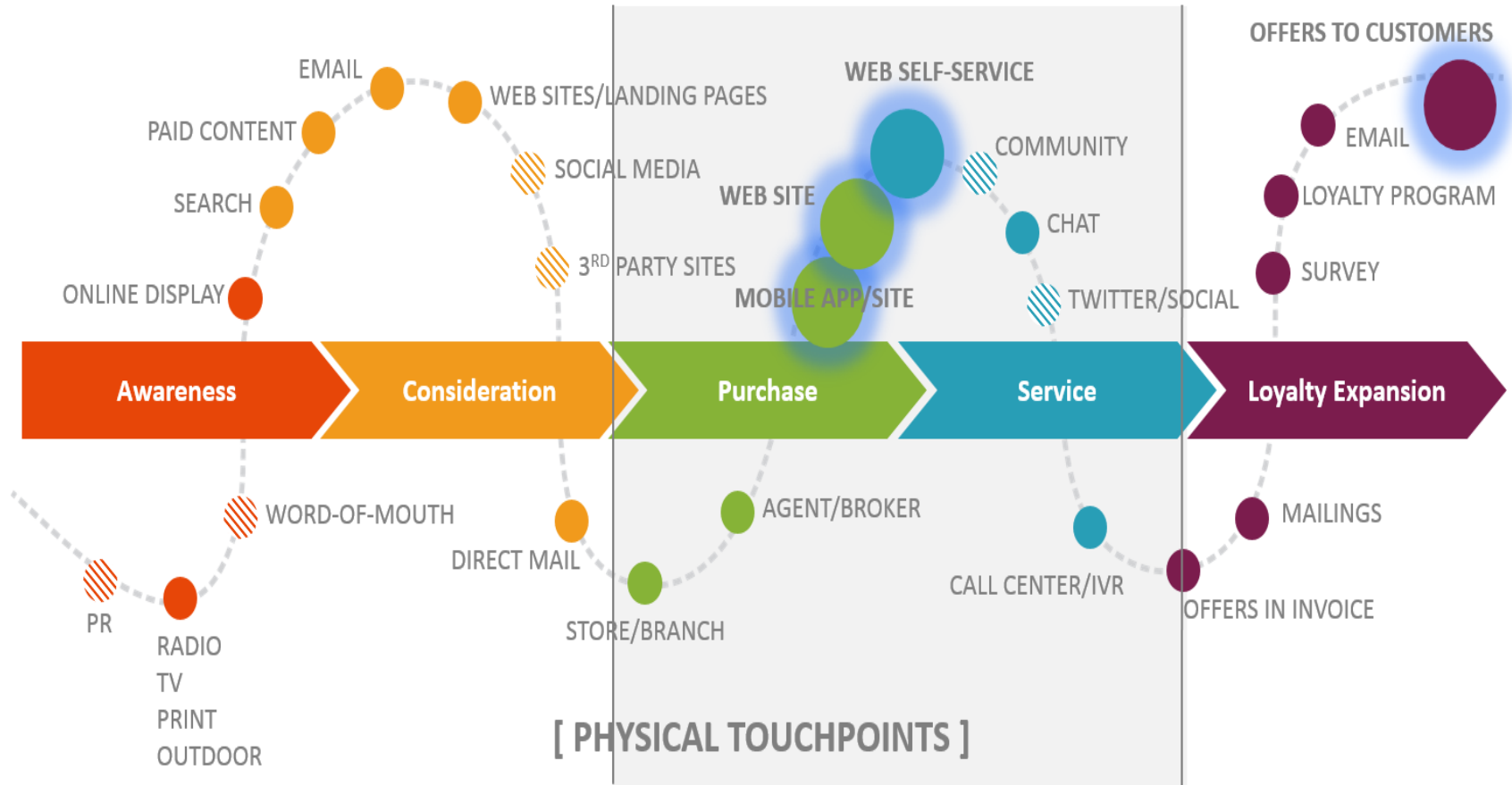
- เชื่อถือคำแนะนำจากคนรู้จัก 90%
- เชื่อความคิดเห็นบนโลกออนไลน์ 70%
- เชื่อโทรทัศน์ 62%
- เชื่อหนังสือพิมพ์ 61%
- เชื่อวิทยุ 55%

# การวางกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโดยใช้ Social Media

1. **Customers** – เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย
2. **Platform** – เลือกใช้ platform ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
3. **Content** – นำเสนอแต่ Content ที่เหมาะสม
4. **Data & Analytics** – เก็บและใช้ข้อมูลเพื่อการพัฒนา
5. **Community** - สร้างชุมชน
6. **Loyalty** - ความจงรักภักดี

# Customer Journey Analytics

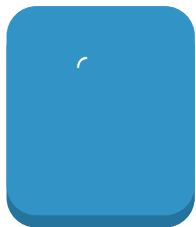
## 1. เข้าใจพฤติกรรมลูกค้า



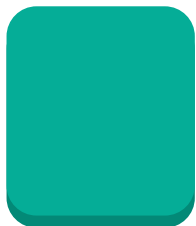
## ยุคสมัยแห่ง Audience

- ยุคสมัยแห่ง Search Engine นักการตลาดไม่สนใจว่าลูกค้าคือใคร อายุเท่าไร เพศอะไร มีความสนใจในด้านใด สนใจแค่ลูกค้ากำลังหาอะไร
- ยุคสมัยแห่ง Social Network ทิศทางการทำโฆษณาได้เปลี่ยนไป ผู้ให้บริการเจ้าใหญ่ชูจุดขายที่ว่า จะสนใจไปทำไมว่าลูกค้ากำลังอ่านอะไรอยู่ ถ้ารู้ว่าคนนั้นเป็นใคร เพศอะไร ช่วงอายุเท่าไร มีความสนใจในเรื่องใด

# การหา Customer Insights



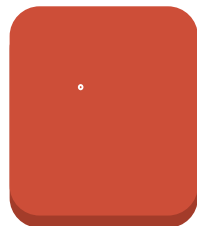
ทำ Customer Research



ทำแบบสอบถาม  
ออนไลน์/ออฟไลน์



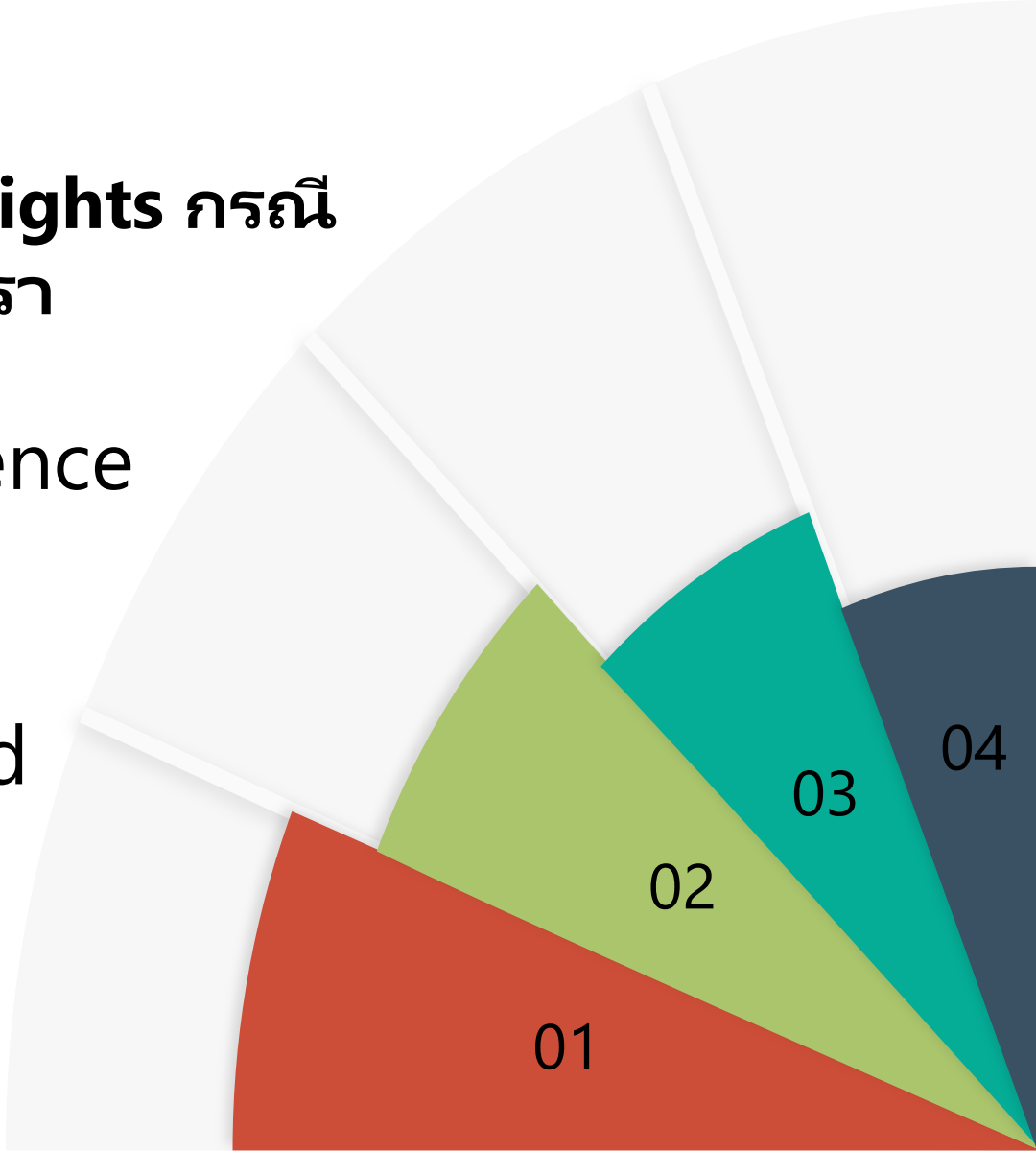
ใช้ชีวิตเป็นลูกค้า



เก็บข้อมูลจาก Digital Media ต่างๆ

## Tools for Customer Insights กรณี ยังไม่เป็นลูกค้าเรา

- Facebook Audience Insights
- Google Keyword Planner
- Google Trends



# Facebook Audience Insights

- Facebook audience insights ทำให้คุณสามารถรู้พฤติกรรมลูกค้า ข้อมูลที่ตั้ง การศึกษา อาชีพ อุปกรณ์ที่ใช้เฟสบุ๊ก รวมไปถึงถึงผู้คนเหล่านี้มีความสนใจและความสัมพันธ์ติดตามแฟนเพจต่างๆ อย่างไร
- Facebook audience insights จะต่างจากข้อมูล insights ใน fanpage คือคุณสามารถดูภาพรวมผู้ใช้งานของทั้งเฟสบุ๊กได้ ไม่จำกัดเฉพาะแค่แฟนเพจของคุณ



# Facebook Audience Insights

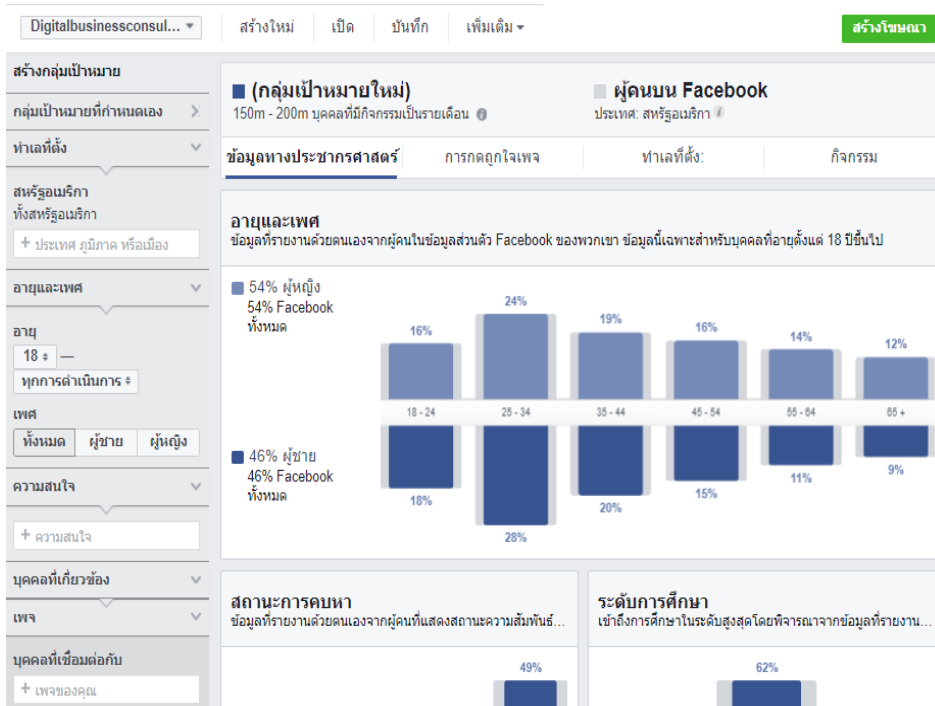
## ช่องทางที่ 1. ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับ

The screenshot shows the Facebook mobile app interface. In the bottom left corner, the 'สร้าง' (Create) button is highlighted with a red box. The main content area shows a post from 'ความรู้สึของผู้หญิงคนหนึ่ง' (A woman's feeling) with a video thumbnail. The right sidebar shows a list of suggested pages, including 'SOD Official', 'Digital Business C...', and 'Customer Insight'. The bottom navigation bar shows icons for Home, Search, Create, Activity, and Profile.

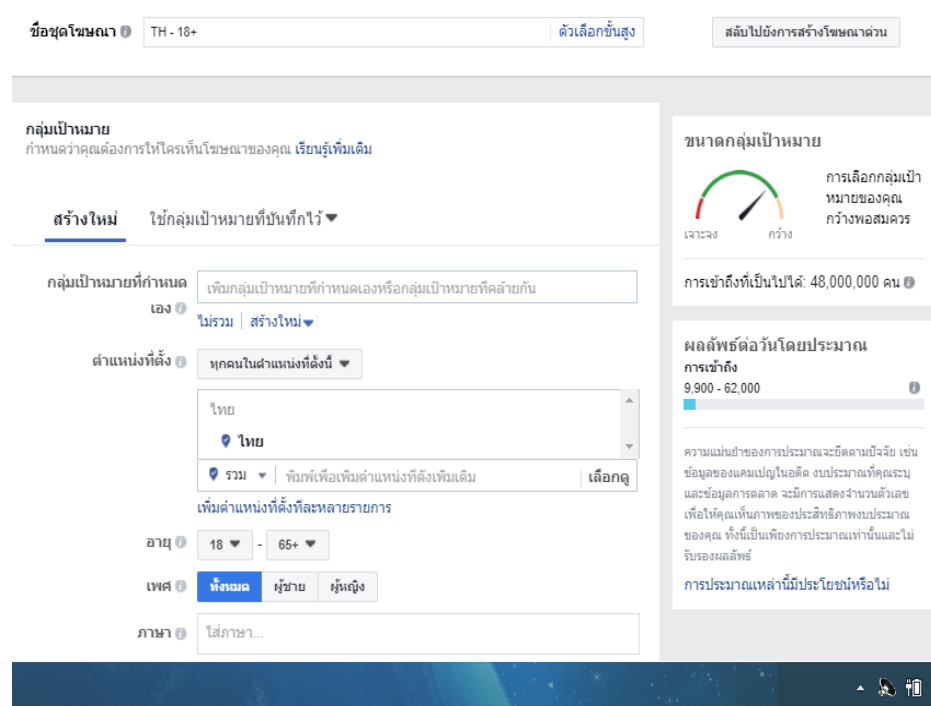
**Step 1.**

**คลิกการสร้าง  
โฆษณา**

# Facebook Audience Insights



ช่องทางที่ 1. ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับ  
กลุ่มเป้าหมาย



ช่องทางที่ 2. ตัวจัดการโฆษณา

# Google Trends

- รู้แล้วลูกค้าเป็นใคร รู้แล้วลูกค้าอยู่ไหน แต่ถ้าคุณคุยคนละภาษากับลูกค้า ทุกอย่างก็ไม่มีความหมาย
- Google Trends เครื่องมือที่จะช่วยให้คุณทราบถึง Trends ในโลกโซเชียลในปัจจุบัน เขาพูดถึงเรื่องใดอยู่



เทรนด์

ไทย 21 เมษายน ค.ศ. 2018

ดูหนึ่งปีกับการค้นหา 2017

สำรวจเลย

### ตามเทรนด์ให้ทันกันเถอะ

#### ข้อความค้นหา

ไทย



HUAWEI P20

มีการค้นหา 10,000+ ครั้ง

แหล่งที่มาของรูปภาพ - thaimobilecenter (นสอศ)



วันศุกร์

มีการค้นหา 10,000+ ครั้ง

แหล่งที่มาของรูปภาพ - ข่าวสด

### แผนภูมิ 2017

รายการที่กำลังมาแรง

ไทย

#### การซื้อขายสินค้า

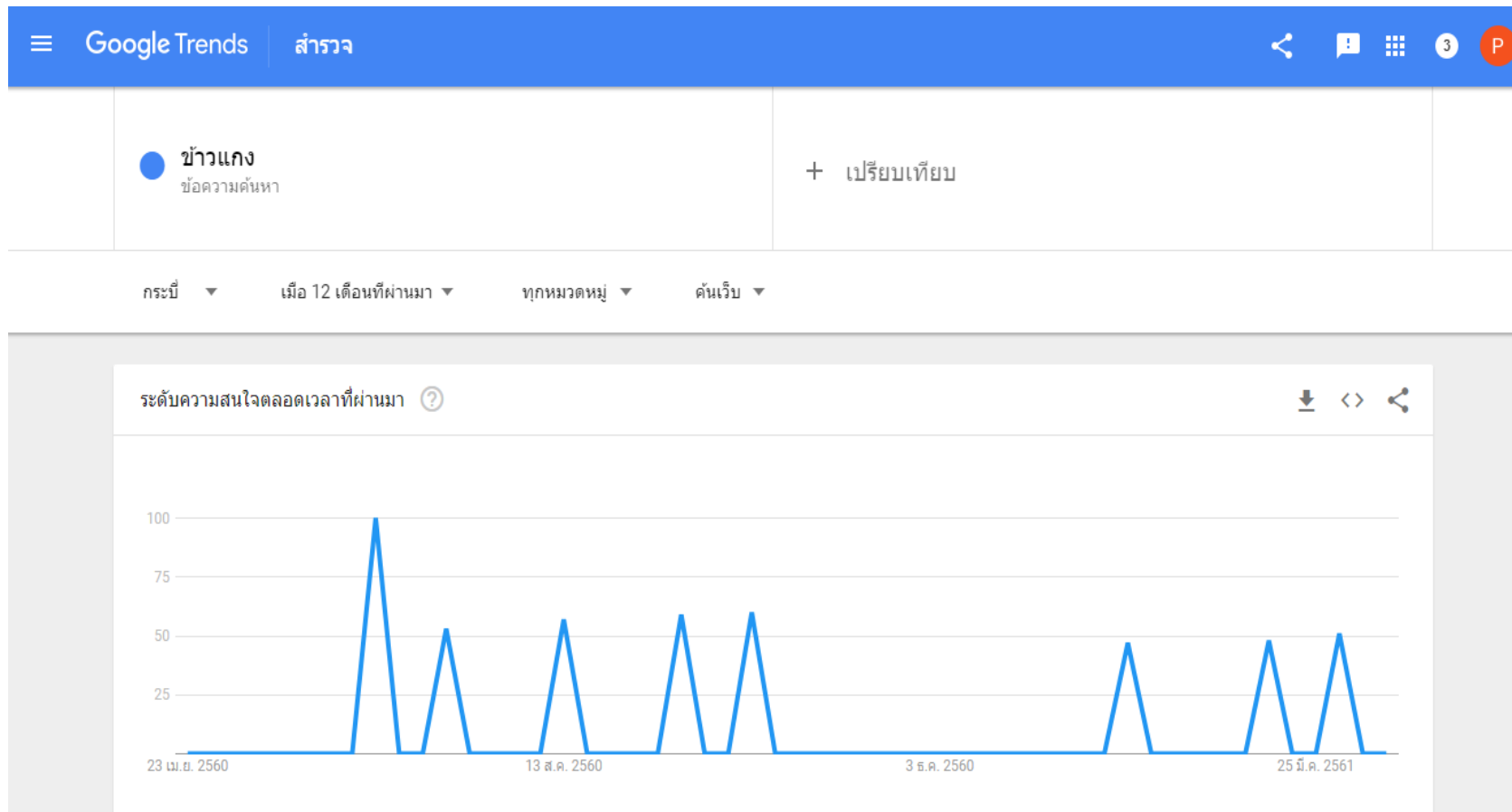
- 1 ซื้อ วัน AIS
- 2 ซื้อ วันทรูฟ
- 3 ซื้อ ซากุหลาบตรามือ
- 4 ซื้อ สีสันคอสโม

### สำรวจข้อมูลเชิงลึก

ความสนใจในการค้นหาเกี่ยวกับ  
Cupcake



# สามารถค้นหาเป็นคำๆ และเป็นรายจังหวัดได้



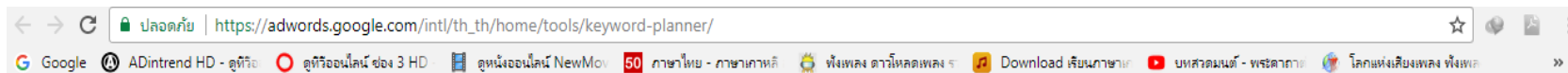
# Google Keyword Planner

- เครื่องมือที่ช่วยให้คุณสามารถวางแผนคีย์เวิร์ดในการกำหนดเป้าหมายโฆษณา รวมถึงคุณสามารถใช้ในการแผนการทำ SEO ที่มีคุณภาพ



# Google Keyword Planner

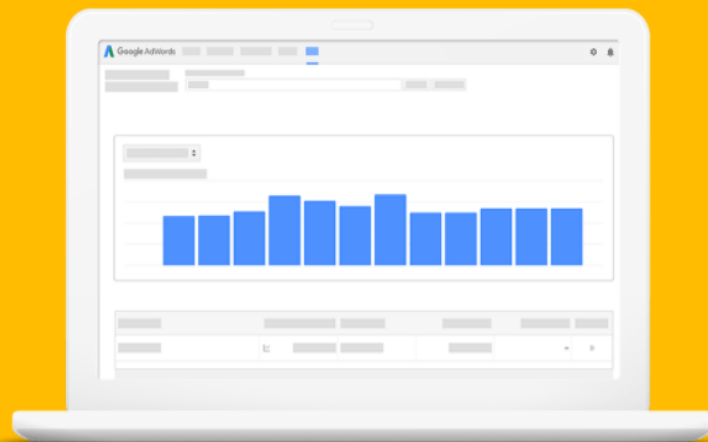
Login ด้วยบัญชี Gmail



เข้าถึงลูกค้าที่  
ต้องการ  
ด้วยคำหลักที่เหมาะสม

ดูแนวคิดคำหลักด้วยเครื่องมือวางแผนคำหลักของ  
AdWords เพื่อช่วยในการสร้างแคมเปญ

เริ่มใช้เครื่องมือวางแผนคำหลัก



# Google Keyword Planner

แคมเปญทั้งหมด

ภาพรวม

คำแนะนำ

แคมเปญ

กลุ่มโฆษณา

โฆษณาและส่วนขยาย

หน้า Landing Page

คีย์เวิร์ด

กลุ่มเป้าหมาย

การวางแผน

เครื่องมือวางแผนคีย์เวิร์ด

ดูตัวอย่างและวิเคราะห์โฆษณา

โลกรที่ใชร่วมกัน

ตัวจัดการกลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์การเสนอราคาแบบพอร์ดโฟล์โอ

รายการคีย์เวิร์ดเชิงลบ

งบประมาณที่ใช้ร่วมกัน

รายการการยกเว้นตำแหน่ง

การดำเนินการแบบกลุ่ม

การดำเนินการแบบกลุ่มทั้งหมด

กฎ

สคริปต์

การอัปโหลด

การวัดผล

Conversion

Google Analytics

การระบุแหล่งที่มาของการค้นหา

ตั้งค่า

การเรียกเก็บเงินและการชำระเงิน

ข้อมูลธุรกิจ

การเข้าถึงบัญชี

บัญชีที่เชื่อมโยง

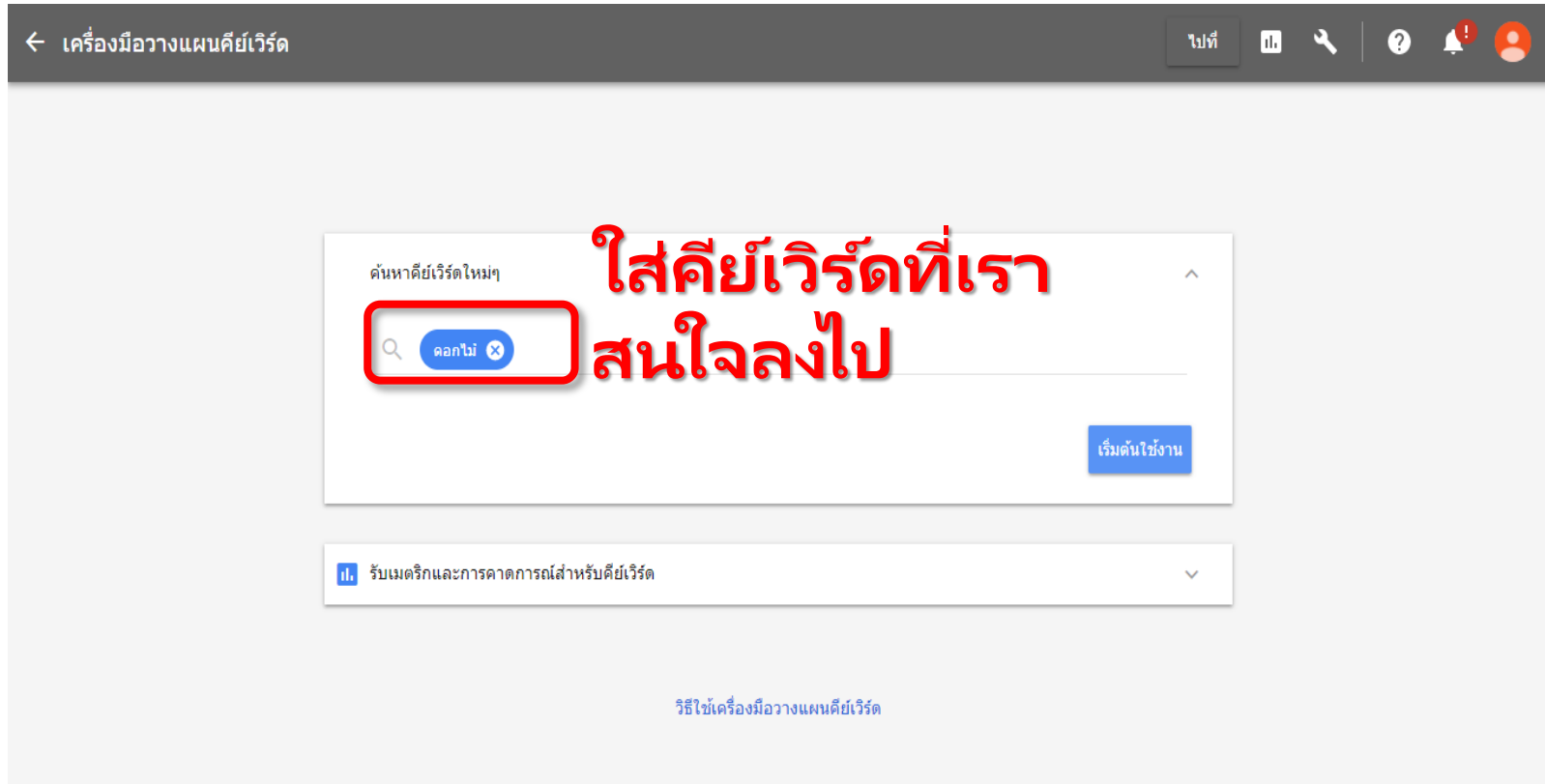
คำกำหนด

กลับไป AdWords เวอร์ชันก่อนหน้า

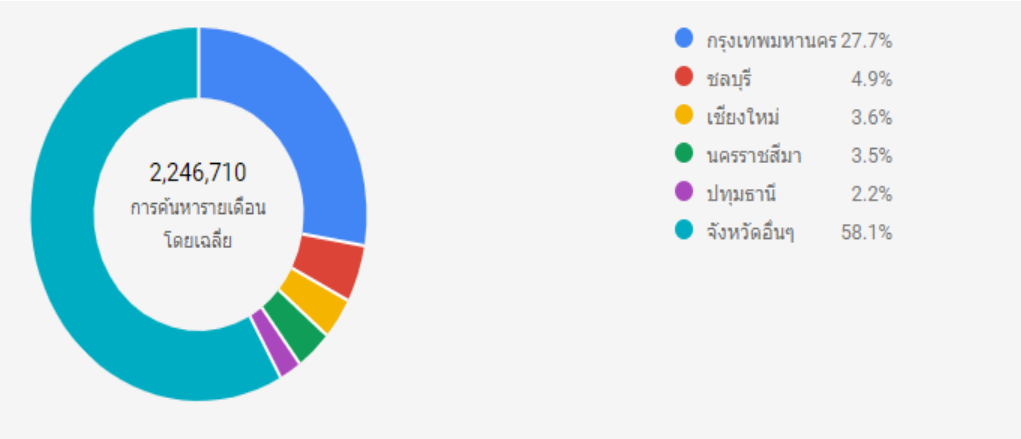
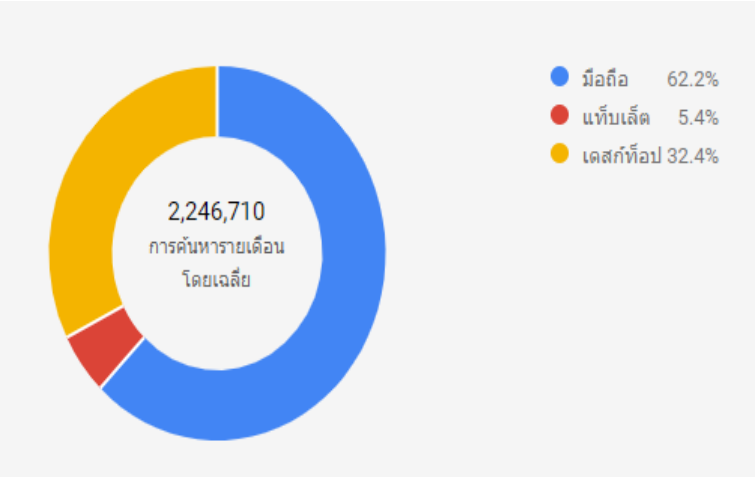
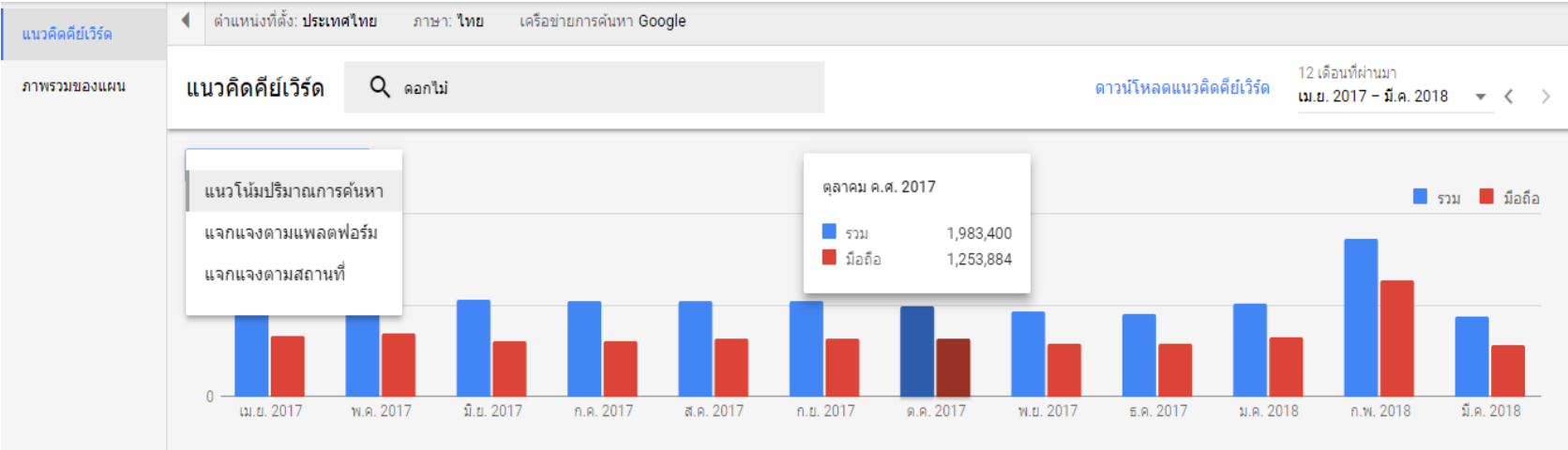
1 เม.ย. 2018

21 เม.ย. 2018

# Google Keyword Planner



# Google Keyword Planner แสดงปริมาณการค้นหา

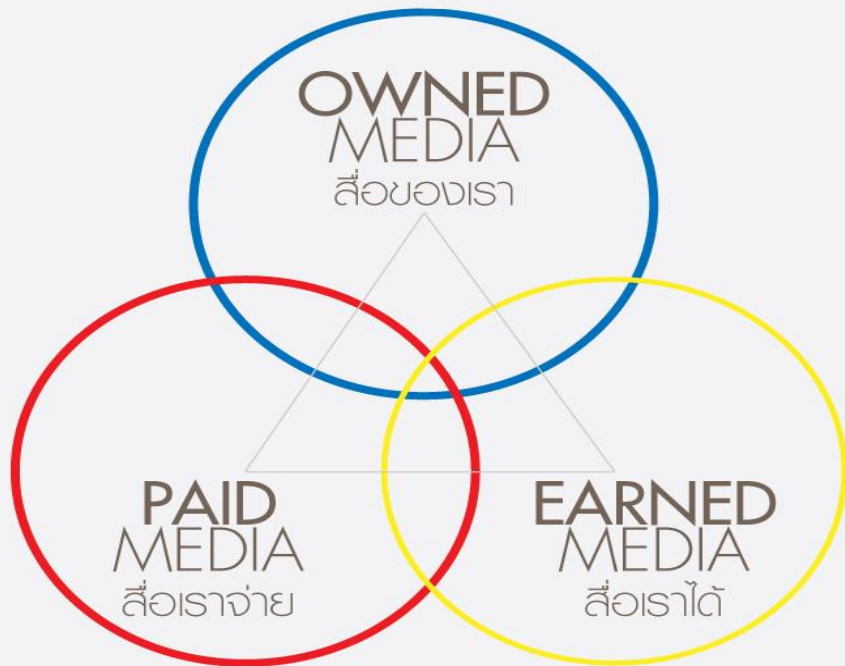


# Google Keyword Planner

| ✕ แผนคีย์เวิร์ด          |                                    |                           |            |                           |                                       |                                       |            |
|--------------------------|------------------------------------|---------------------------|------------|---------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|------------|
| แนวคิดคีย์เวิร์ด         |                                    |                           |            |                           |                                       |                                       |            |
| ภาพรวมของแผน             | 🔼 ยกเว้นแนวคิดเนื้อหาสำหรับผู้ใหญ่ |                           |            |                           |                                       |                                       |            |
| <input type="checkbox"/> | คีย์เวิร์ด (ตามความเกี่ยวข้อง)     | การค้นหารายเดือนโดยเฉลี่ย | การแข่งขัน | ส่วนแบ่งการแสดงผลของโฆษณา | ราคาเสนอสำหรับด้านบนของหน้า (ช่วงต่ำ) | ราคาเสนอสำหรับด้านบนของหน้า (ช่วงสูง) | สถานะบัญชี |
| <input type="checkbox"/> | ดอกไม้                             | 135,000                   | ต่ำ        | —                         | ฿2.20                                 | ฿3.62                                 |            |
| <input type="checkbox"/> | ร้าน ดอกไม้                        | 9,900                     | ปานกลาง    | —                         | ฿12.91                                | ฿39.25                                |            |
| <input type="checkbox"/> | ช่อ ดอกไม้                         | 14,800                    | ต่ำ        | —                         | ฿7.97                                 | ฿35.19                                |            |
| <input type="checkbox"/> | วาเลนไทน์                          | 60,500                    | ต่ำ        | —                         | ฿8.52                                 | ฿14.44                                |            |
| <input type="checkbox"/> | ส่ง ดอกไม้                         | 3,600                     | สูง        | —                         | ฿5.35                                 | ฿33.07                                |            |
| <input type="checkbox"/> | ของขวัญ                            | 33,100                    | ต่ำ        | —                         | ฿19.94                                | ฿35.25                                |            |
| <input type="checkbox"/> | จัด ดอกไม้                         | 2,900                     | ต่ำ        | —                         | ฿4.65                                 | ฿13.59                                |            |
| <input type="checkbox"/> | วัน วาเลนไทน์                      | 40,500                    | ต่ำ        | —                         | —                                     | —                                     |            |
| <input type="checkbox"/> | ต้นไม้                             | 27,100                    | ต่ำ        | —                         | ฿0.60                                 | ฿2.43                                 |            |
| <input type="checkbox"/> | ร้าน ขาย ดอกไม้                    | 1,600                     | ปานกลาง    | —                         | ฿5.98                                 | ฿15.09                                |            |

## 2. ใช้ Platform ให้เหมาะสมกับเป้าหมายและลูกค้า

# รูปแบบของการใช้สื่อปัจจุบัน



# สื่อองค์กร

เช่น เว็บไซต์, หน้าเพจเฟซบุ๊ก,  
ช่องรายการของตนเอง  
เราควบคุมได้ (จบ, เนื้อหา,เวลา)

# สื่อมวลชน

เช่น รายการวิทยุ-โทรทัศน์-หนังสือพิมพ์  
โฆษณาข่าวประชาสัมพันธ์, ป้ายบิลบอร์ด  
เราควบคุมได้บางส่วน (จบ, ความถี่)

สื่อสังคม

เช่น นักกลุ่มเฟรนด์, เว็บกระชู้, กวีตเตอร์  
กระดานสนทนา, บทสนทนาในสื่อออนไลน์  
เราควบคุมไม่ได้ แต่สังเกตการณ์ได้

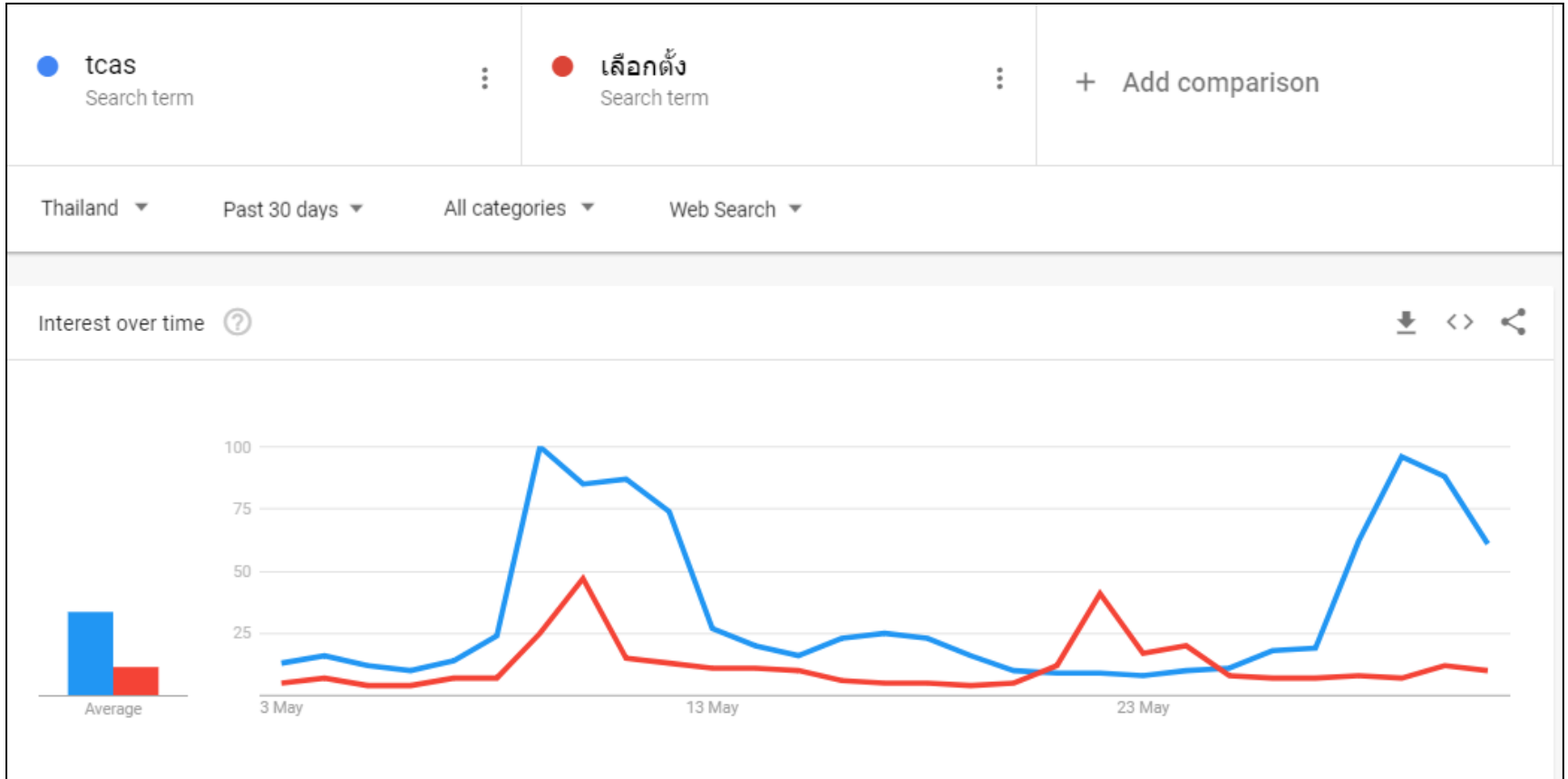
# Social Media ครองใจคนไทยในยุคดิจิทัล



คำถามจากแบบสำรวจข้อ 13 ในรอบ 3 เดือน ที่ผ่านมา ท่านใช้ Social Media/ Online Community ใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

# 3. Content

นำเสนอเนื้อหาที่ใช้และตรงความต้องการกลุ่มลูกค้า  
ในเวลาของลูกค้าต้องการ



## 8 Content ที่น่าแชร์ น่าบอกต่อ

1. มีความเกี่ยวข้องกับคนอ่าน [Think about Them]
2. มีความเกี่ยวข้องกับแบรนด์ / ตัวตนของผู้ส่งสาร [Think about You]
3. คนที่แชร์ แชร์แล้วรู้สึกว่าคุณดี [Make Them Look Good]
4. ข้อมูลน่าเชื่อถือ [Must be Trustable]

## 8 Content ที่น่าแชร์ น่าบอกต่อ

5. Emotional สร้างอารมณ์ร่วม หรือเข้าถึงคน [Human Touch & Emotional]
6. ทันสมัย ทันเหตุการณ์ [Up-to-Date and In-Trend]
7. เป็นสิ่งที่ดึงดูดสายตาให้หยุดมองได้ [Eye Contact]
8. ส่งคอนเทนต์ได้ถูกต้องกับจังหวะเวลา [Right contents, Right time]

## 4. Analytics

สามารถวัดผลหรือวิเคราะห์กิจกรรมต่างๆ ที่มีการสื่อสารหรือดำเนินการไป ว่าได้ผลคุ้มค่าหรือไม่ เพื่อเป็นประโยชน์ในการเลือกใช้เครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะสมและตอบโจทย์ธุรกิจได้ดีที่สุด และนอกจากรู้จักกลุ่มเป้าหมายแล้ว ต้องรู้จักคู่แข่งด้วย



# Fanpagekarma

เครื่องมือที่ช่วยให้คุณสามารถวิเคราะห์ fanpage  
ของกลุ่มของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพ  
รู้แค่ลูกค้าของคุณนั้น อาจไม่พอ คุณจำเป็นต้อง  
รู้ด้วยว่าในตลาด กลุ่มของคุณมีพฤติกรรมแบบใด

**“รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้ง  
ชนะร้อยครั้ง”**



Profiles (3) ⚙️

Yay!

Here you can choose **which profiles** should be shown or hidden for this analysis.

📄 Excel

✎ SELECT PERFORMANCE INDICATORS

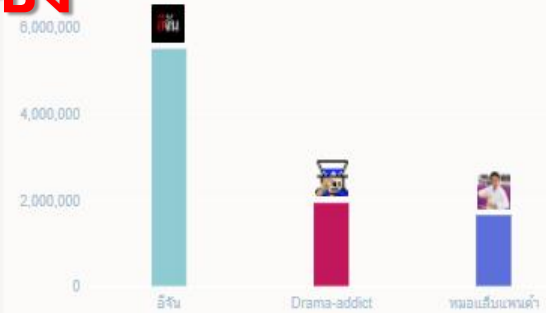
Profile Name ▾

|                                                                                                 |  Page Performance Index |  Number of fans |  Average Weekly Growth |  Engagement |  Post interaction |  Service Level |  Response time |  Posts per day |  Ad-Value (EUR) |  Total reach per day |  Post reach per day |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  Drama-addict  | 🟢 57%                                                                                                    | 1.9M                                                                                             | 0.19%                                                                                                   | 7.2%                                                                                          | 0.27%                                                                                                | 9.4%                                                                                              | 0.6 h                                                                                             | 27                                                                                                | 1.7M €                                                                                             | n.a.                                                                                                    | n.a.                                                                                                   |
|  หมอล้านแพนด้า | 🟢 20%                                                                                                    | 1.7M                                                                                             | 0.14%                                                                                                   | 1.5%                                                                                          | 1.3%                                                                                                 | 0%                                                                                                | n.a.                                                                                              | 1.1                                                                                               | 243k €                                                                                             | n.a.                                                                                                    | n.a.                                                                                                   |
|  อีจัน        | 🟢 97%                                                                                                    | 5.5M                                                                                             | 0.83%                                                                                                   | 4.6%                                                                                          | 0.16%                                                                                                | 0.63%                                                                                             | n.a.                                                                                              | 29                                                                                                | 3.7M €                                                                                             | n.a.                                                                                                    | n.a.                                                                                                   |
| Average values                                                                                  | 🟢 58%                                                                                                    | 3.0M                                                                                             | 0.39%                                                                                                   | 4.4%                                                                                          | 0.58%                                                                                                | 3.3%                                                                                              | 0.6 h                                                                                             | 19                                                                                                | 1.9M €                                                                                             | n.a.                                                                                                    | n.a.                                                                                                   |

## ENGAGEMENT

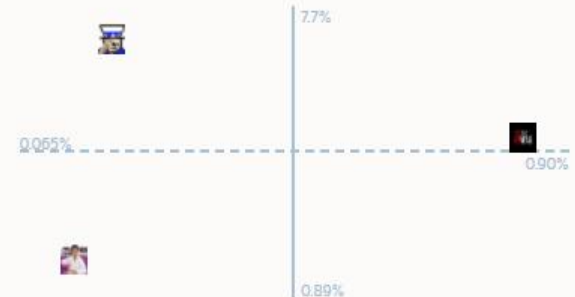
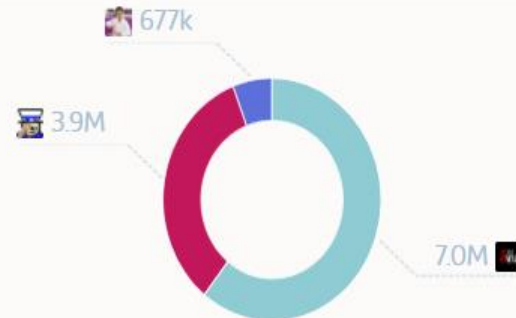
## NUMBER OF FANS

# สามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่ง แบบภาพรวม

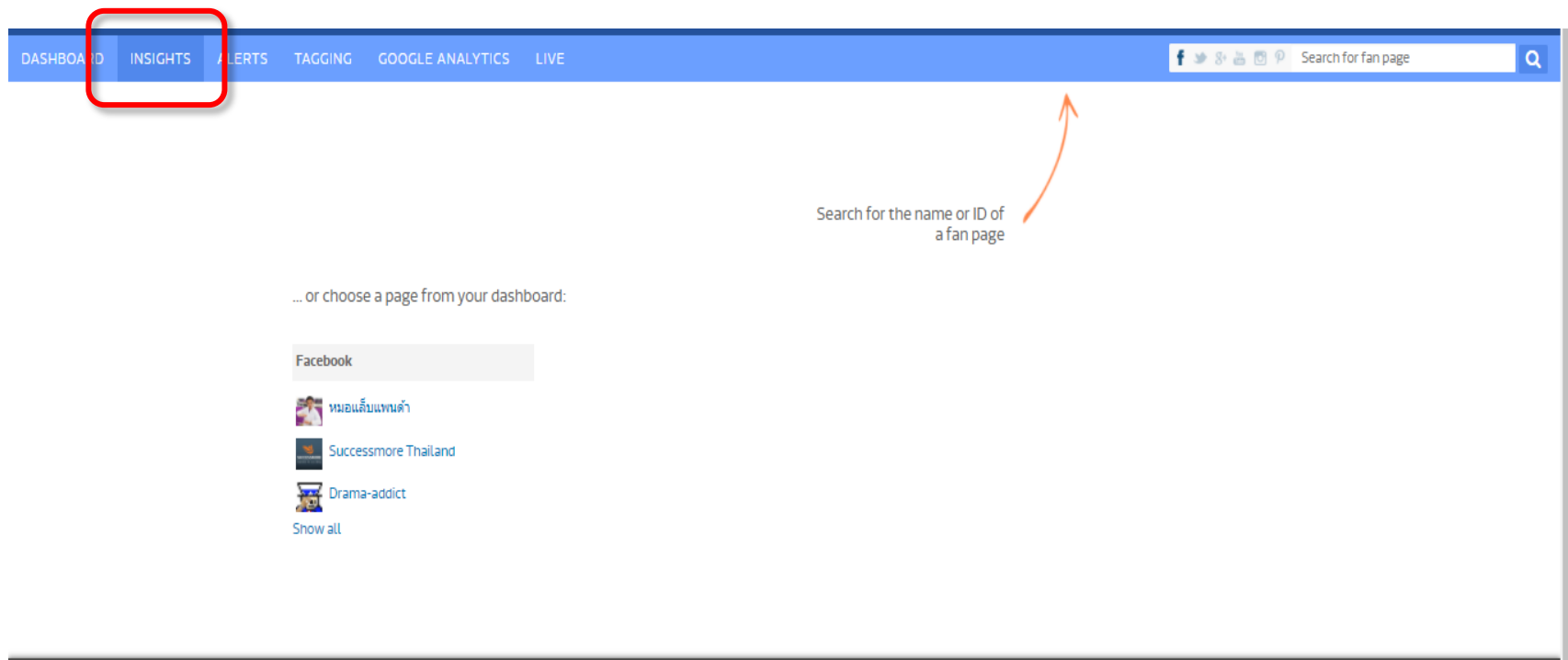


## TOTAL REACTIONS, COMMENTS, SHARES

## ENGAGEMENT VS. AVERAGE WEEKLY GROWTH



# สามารถวิเคราะห์ข้อมูล Insight ของคุณเองได้



# Fanpagekarma : Insight

fanpage karma

ANALYTICS

ENGAGE

PUBLISH

MONITORING

TEAMBOARD

PRICING

ELON

EXTRAS



## หมอแล็บแพนด้า Facebook Insights

About: "เข้าไปกับนักเทคนิคการแพทย์ต่างๆ สนุก เข้าใจ ได้สาระ ติดต่องาน khunpark@gmail.com"

Category: Brands & Co. [change](#) Most popular in: Thailand

First Insight: หมอแล็บแพนด้า might rethink its growth strategy.

Last update of analytics data 18 hours ago - [Update](#)

[On Facebook](#) | [Excel Export](#)

## FACEBOOK

หมอแล็บแพนด้า

Successmore

Thailand

Drama-addict

อีจัน

[Go to Dashboard](#)

## KPI overview

Number of fans

1.7M

Average Weekly Growth

0.14%

Ad-Value (EUR)

243k €

Service Level

0%

Response time

n.a.

Posts per day

1.1

Engagement

1.5%

Post interaction

1.3%

Total reach per day

n.a.

Post reach per day

n.a.

Profile  
Performance  
20%

## Detailed analytics

[CONTENT](#)

[TIMES & TYPES](#)

[INFLUENCERS](#)

[FAN POSTS](#)

[AD VALUE](#)

[HISTORY](#)

[VIDEOS](#)

Identify topics, messages and images that work

[Last 28 days](#)

## POSTING HISTORY

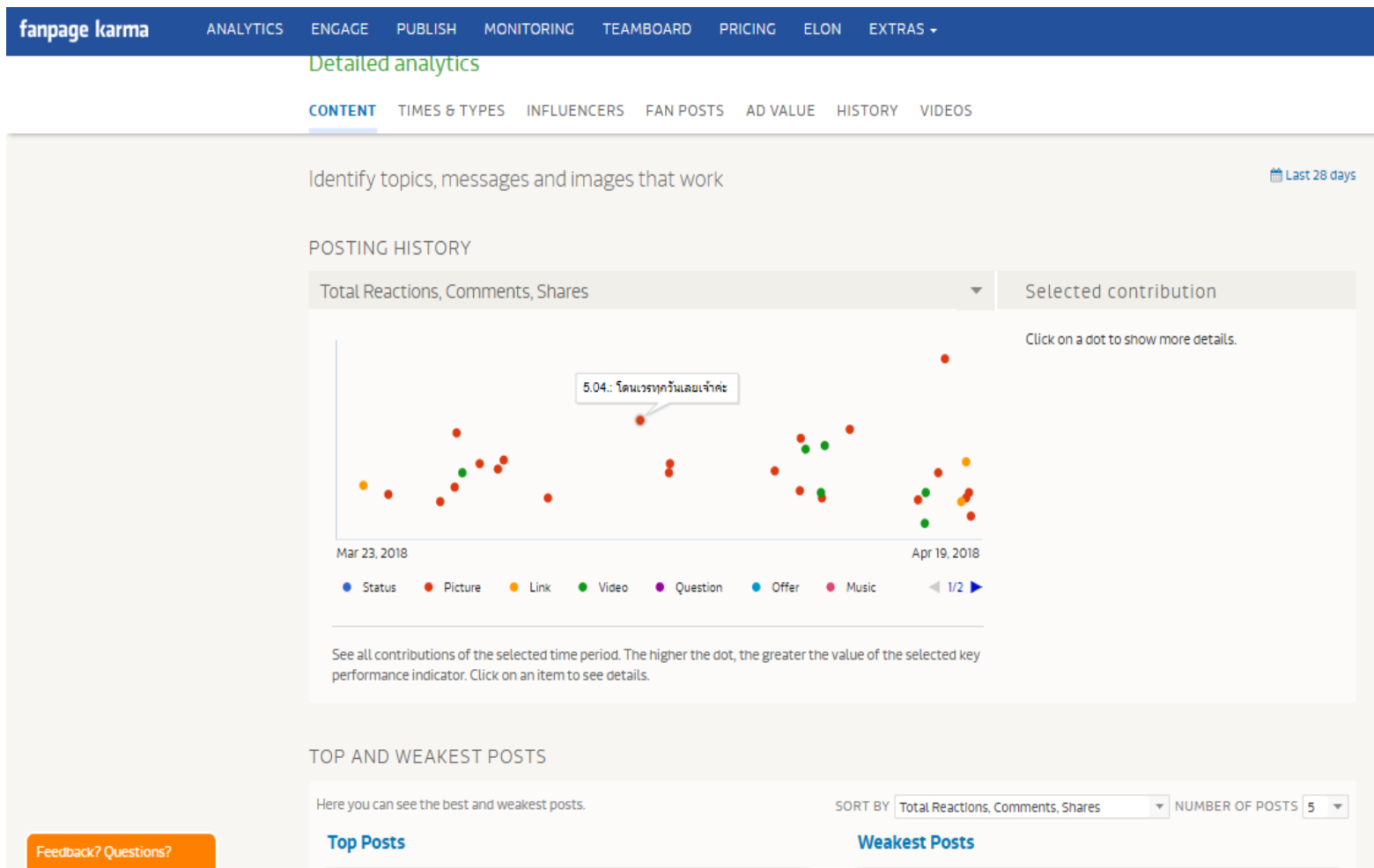
Total Reactions, Comments, Shares

Selected contribution

Click on a dot to show more details.

[Feedback? Questions?](#)

# Fanpagekarma : Insight



# Fanpagekarma : Insight

fanpage karma

ANALYTICS

ENGAGE

PUBLISH

MONITORING

TEAMBOARD

PRICING

ELON

EXTRAS ▾

CONTENT

TIMES & TYPES

INFLUENCERS

FAN POSTS

AD VALUE

HISTORY

VIDEOS

## TOP AND WEAKEST POSTS

Here you can see the best and weakest posts.

SORT BY Total Reactions, Comments, Shares ▾

NUMBER OF POSTS 5 ▾

### Top Posts

หมอแล็บแพนด้า shared a picture - April 18 4:00 PM

เมื่อทำงานรถรางรถไฟใต้ดินไทย แต่คุณต้องเข้าเวรดึก



👍 77,054 ❤️ 307 😬 38,019 😊 1,288 😏 322 😬 17 💬 2,803 📄 6,147

หมอแล็บแพนด้า shared a picture - April 5 11:47 AM

โดนเวรทุกวันเลยจ้าคะ



👍 33,079 ❤️ 123 😬 18,236 😊 313 😏 217 😬 2 💬 1,083 📄 2,934

หมอแล็บแพนด้า shared a picture - April 14 1:58 PM

ปีใหม่ไทยทั้งที ต้องปิดกวาดกาลกิณีออกจากบ้าน



### Weakest Posts

หมอแล็บแพนด้า shared a video - April 18 4:00 PM



ตอนนี้กรุงไทยเขามีทั้งแอปและเว็บไซต์แล้วละครับ ต่อไปก็การทำธุรกรรมทางการเงินทุกอย่างจะตอบใจทุกคนยุค 4.0 สมชายเลขที่นี้ ตามสโลแกน "Live Smart กรุงไทยเข้าใจคุณ" โฆษณาให้ขนาดนี้ ธกสกรุงไทยโอนเงินผ่านแอปมาให้หมดด้วยละครับ 555555555 สงกรานต์ดีไปไหนหมดแล้ววรว #LiveSmart #กรุงไทยเข้าใจคุณ

👍 1,026 ❤️ 8 😬 28 😊 4 💬 11 📄 21

หมอแล็บแพนด้า shared a picture - April 19 7:28 PM

พจน์เข้า 9.00 น. เป็นดูรายการนำกล่าวโงะครับ Amarin TVเข้าเชิญไป แต่ผมไม่ไปหรอก 555555555



Feedback? Questions?

# Fanpagekarma : Insight

fanpage karma

ANALYTICS

ENGAGE

PUBLISH

MONITORING

TEAMBOARD

PRICING

ELON

EXTRAS ▾

CONTENT

TIMES & TYPES

INFLUENCERS

FAN POSTS

AD VALUE

HISTORY

VIDEOS



facebook.com

👍 4,900 🗨 2 😊 6 🤔 469 😞 304 🙄 4 💬 105 📄 578

## COMPLETE POST LIST

| Date ▼        | Picture | Post                                                        | Likes  | Comments | Shares | Love | Haha  | Wow | Sad   | Anger |
|---------------|---------|-------------------------------------------------------------|--------|----------|--------|------|-------|-----|-------|-------|
| 19 เม.ย. 2018 |         | ผู้ปวยเคสนี้เสียชีวิตแล้วครับ จากข่าวรถเก๋งที่ชนแซ่ชวรา...  | 16,531 | 570      | 1,948  | 1    | 3     | 35  | 3,123 | 2,011 |
| 19 เม.ย. 2018 |         | หนังสือที่น่าดูมาก กำลังจะเข้าโรง "อู่เวรเดอ อินฟิน...      | 6,259  | 121      | 170    | 17   | 2,029 | 26  | 14    | 0     |
| 19 เม.ย. 2018 |         | พักชมสิ่งที่น่าสนใจสักครู่ครับ แอร์ฟออากาศ รุ่น Ultraf...   | 5,934  | 87       | 20     | 11   | 1,089 | 46  | 2     | 1     |
| 19 เม.ย. 2018 |         | นักข่าวท่านนี้เป็นเพื่อนผมเอง เราช่วยกันทำงานหนักจนถึงเพ... | 5,030  | 163      | 503    | 25   | 11    | 97  | 55    | 3     |
| 19 เม.ย. 2018 |         | พ่วงนี้เข้า 9.00 น. เปิดดูรายการปากลาโงะละคร Amarin TV...   | 1,870  | 36       | 20     | 10   | 197   | 21  | 0     | 0     |



Total number of posts: 31 [Show 10 posts per page](#) [Show all posts](#)

# Fanpagekarma : Insight

fanpage karma

ANALYTICS

ENGAGE

PUBLISH

MONITORING

TEAMBOARD

PRICING

ELON

EXTRAS ▾

## Detailed analytics

CONTENT

**TIMES & TYPES**

INFLUENCERS

FAN POSTS

AD VALUE

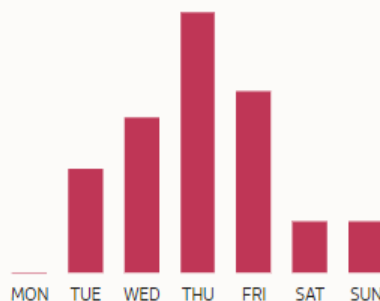
HISTORY

VIDEOS

Identify the most engaging posting rhythm and time

📅 Last 28 days

### POSTS PER DAY



“หมอลิ้นแพนด้า seems to prefer Thursday but is more successful on another day.”

When does this fan page usually post? What about the weekend? Here is the distribution of posts per weekday in the selected period.

### POSTING FREQUENCY



“หมอลิ้นแพนด้า Is a regular poster.”

Here you see the number of posts per day in the selected time period. Remember that good content is more important than frequency and posting too often will annoy fans.

# Fanpagekarma : Insight

fanpage karma

ANALYTICS

ENGAGE

PUBLISH

MONITORING

TEAMBOARD

PRICING

ELON

EXTRAS ▾

CONTENT

**TIMES & TYPES**

INFLUENCERS

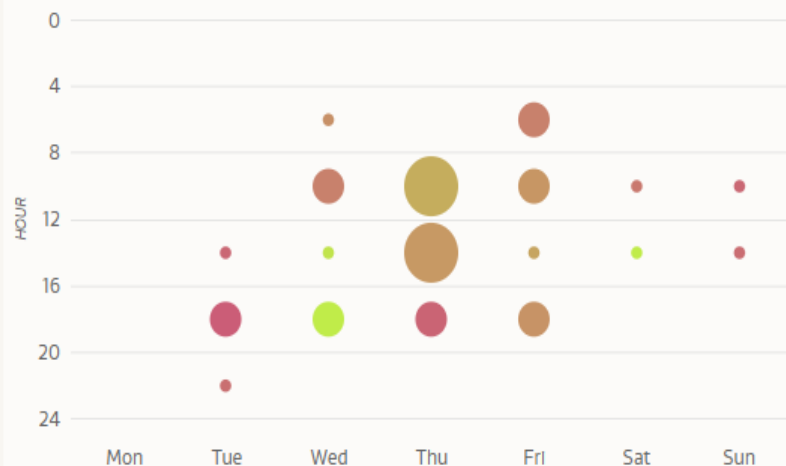
FAN POSTS

AD VALUE

HISTORY

VIDEOS

## ENGAGEMENT PER DAYTIME



Timezone perspective

GMT+7 Bangkok, Phnom Penh ▾

Group every...

4 hours ▾

Click on the graph to see the posts at that time

It is vital to know, which time slots work best for posts. This timetable shows when this page has posted. The bigger the bubble, the more posts. The color of the bubble indicates how well fans reacted. The greener the more likes, comments and shares.

# Fanpagekarma : Insight

fanpage karma

ANALYTICS

ENGAGE

PUBLISH

MONITORING

TEAMBOARD

PRICING

ELON

EXTRAS ▾

CONTENT

**TIMES & TYPES**

INFLUENCERS

FAN POSTS

AD VALUE

HISTORY

VIDEOS

Here you can see the mixture of post types. Find out which types of posts are used most often in the selected time period. Generally speaking, it is good advice to try out all post types and entertain fans with a good mixture.

“หมอล้านแพนคำ should keep up the good work with pictures.”

The Engagement Matrix has four areas. The aim is to get the dots in the upper right area, where engagement is high and you post often. Posts types in the upper left area could be used more often, posts types in the lower right area might need improvement contentwise.

## SUCCESS RATE BY POST TYPE

| Type       | Total | Avg. Likes | Avg. Comments | Avg. Shares | ∅ Total interactions / Post |
|------------|-------|------------|---------------|-------------|-----------------------------|
| Status     | 0     | 0          | 0             | 0           | 0                           |
| Pictures   | 22    | 15,224     | 566           | 806         | 24,149                      |
| Links      | 3.0   | 10,548     | 327           | 856         | 13,857                      |
| Videos     | 6.0   | 11,552     | 595           | 912         | 17,390                      |
| Offers     | 0     | 0          | 0             | 0           | 0                           |
| Music      | 0     | 0          | 0             | 0           | 0                           |
| Slideshows | 0     | 0          | 0             | 0           | 0                           |
| Others     | 0     | 0          | 0             | 0           | 0                           |
| Total      | 31    | 14,061     | 548           | 832         | 21,844                      |

Feedback? Questions?

# Google Analytics

- เครื่องมือทรงพลังที่ช่วยให้คุณวิเคราะห์ผู้เข้าชมเว็บไซต์ของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- คุณสามารถทราบ Geography ผู้เข้าชมเว็บไซต์
- คุณสามารถทราบได้ว่าผู้เข้าชมเว็บไซต์ของคุณอยู่ที่เว็บไซต์คุณนานแค่ไหน อยู่หน้าไหนเป็นหน้าสุดท้าย



# Google Analytics

https://analytics.google.com/analytics/web/provision/?authuser=0#provision/SignUp/

Google ADintrend HD - ดูทีวี ดูหนังออนไลน์ ช่อง 3 HD ดูหนังออนไลน์ NewMov 50 ภาษาไทย - ภาษาเกาหลี ฟังเพลง ดาวโหลดเพลง Download เรียนภาษา บทสวดมนต์ - พระคาถา โลกแห่งเสียงเพลง ฟังเพลง



## Login ด้วยบัญชี Gmail



### เริ่มต้นวิเคราะห์การเข้าชมไซต์ของคุณใน 3 ขั้นตอน

#### 1 ลงชื่อสมัครใช้ Google Analytics



เราต้องการแค่ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับไซต์ที่คุณต้องการติดตามดู

#### 2 เพิ่มโค้ดติดตาม



คุณจะได้รับโค้ดติดตามเพื่อวางลงในหน้าเว็บของคุณ เพื่อให้ Google จะได้ว่าไซต์ของคุณมีการเข้าชมเมื่อใด

#### 3 ดูข้อมูลกลุ่มเป้าหมายของคุณ



ในอีกไม่กี่ชั่วโมง คุณจะเริ่มเห็นข้อมูลเกี่ยวกับไซต์ของคุณ

#### เริ่มใช้ Google Analytics

**สมัครใช้งาน**

สมัครเลย ใช้ง่าย -- และฟรี!

หากยังคงมีข้อสงสัย โปรดไปที่ [ศูนย์ช่วยเหลือ](#)

# Google Analytics



## บัญชีใหม่

คุณต้องการติดตามอะไร

เว็บไซต์

แอปบนอุปกรณ์เคลื่อนที่

วิธีการติดตาม

พร็อพเพอร์ตี้ทำงานโดยใช้ Universal Analytics คลิกรับรหัสติดตาม และติดตั้งข้อมูลโค้ดติดตาม Universal Analytics เพื่อดึงค่าให้เสร็จสมบูรณ์

การตั้งค่าบัญชีของคุณ

ชื่อบัญชี ต้องระบุ

บัญชีมีรหัสติดตามได้มากกว่า 1 รหัส

ชื่อบัญชีใหม่ของคุณ

การตั้งค่าพร็อพเพอร์ตี้ของคุณ

ชื่อเว็บไซต์ ต้องระบุ

เว็บไซต์ใหม่ของคุณ

URL ของเว็บไซต์ ต้องระบุ

http://

ตัวอย่าง: http://www.mywebsite.com

กรอกรายละเอียด  
เกี่ยวกับเว็บไซต์ให้  
ครบถ้วน

# Google Analytics



เพื่อช่วยให้คุณสามารถใช้ Google Analytics ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น Google ได้ปรับปรุงข้อกำหนดในการให้บริการของ Google Analytics ให้ดียิ่งขึ้น โดยเพิ่มข้อกำหนดในการให้บริการสำหรับประเทศไทย/เขตการปกครองที่คุณอาศัยอยู่ หรือเปลี่ยนการตั้งค่าของคุณ

## ☒ การเปรียบเทียบ แนะนำ

ให้ข้อมูลที่ไมระบุตัวตนเพื่อเป็นข้อมูล แนวโน้มข้อมูลได้ ข้อมูลที่สามารถระบุตัว กับผู้อื่น

## ☒ ฝ่ายสนับสนุนด้านเทคนิค แนะนำ

อนุญาตให้ตัวแทนสนับสนุนทางเทคนิค แก้ไขปัญหาทางเทคนิค

## ☒ ผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชี แนะนำ

อนุญาตให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดขอ ให้พวกเขาสามารถหาวิธีในการปรับปรุง ผู้เชี่ยวชาญด้านการขายโดยเฉพาะ คุณ เรียนรู้วิธีที่ Google Analytics ปกป้องข้อมูล

คุณกำลังใช้ 0 บัญชีจากทั้งหมด 100 บัญชี

รับรหัสการติดตาม

ยกเลิก

### ข้อกำหนดในการให้บริการของ Google Analytics

เมื่อต้องการใช้ Google Analytics ก่อนอื่นคุณต้องยอมรับข้อตกลงของข้อกำหนดในการให้บริการสำหรับประเทศ/เขตการปกครองที่คุณอาศัยอยู่

ไทย

Google Analytics

## ข้อกำหนดในการให้บริการของ GOOGLE ANALYTICS

ข้อกำหนดในการให้บริการของ Google Analytics (หรือ "ข้อตกลง" ฉบับนี้) ทำขึ้นระหว่างบริษัท Google Inc. (หรือ "Google") กับผู้เข้าทำข้อตกลงฉบับนี้ (หรือ "คุณ") ข้อตกลงฉบับนี้มีไว้เพื่อควบคุมการใช้งาน Google Analytics ตามปกติของคุณ (หรือ "บริการ") เมื่อคุณคลิกปุ่ม "ข้าพเจ้ายอมรับ" เพื่อดำเนินขั้นตอนการลงทะเบียนหรือการใช้บริการ หมายความว่า คุณยอมรับว่าได้อ่านและยอมรับข้อตกลงฉบับนี้ และ

☒ ฉันยอมรับ [ข้อกำหนดการประมวลผลข้อมูล](#) ตามที่ GDPR กำหนดด้วย [ข้อมูลเพิ่มเติม](#)

ฉันยอมรับ

ฉันไม่ยอมรับ

# Google Analytics

บัญชีทั้งหมด > dbc.in.th

ข้อมูลเว็บไซต์ทั้งหมด ▾

ผู้ดูแลระบบ ผู้ใช้

ร็พเพอร์ดี + สร้างร็พเพอร์ดี

dbc.in.th

←

การตั้งค่าร็พเพอร์ดี

การจัดการผู้ใช้

.js ข้อมูลการติดตาม

**โค้ดติดตาม**

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรักษาข้อมูล

รหัสผู้ใช้

การตั้งค่าการเข้าชม

แหล่งที่มาของการค้นหาทั่วไป

รายการยกเว้นการอ้างอิง

รายการยกเว้นข้อความค้นหา

การลิงก์ผลิตภัณฑ์

รหัสติดตาม UA-117926580-1

สถานะ ไม่มีข้อมูลที่ได้รับใน 48 ชั่วโมงที่ผ่านมา [Learn more](#)

การติดตามเว็บไซต์

แท็กไซต์สากล (gtag.js)

นี่คือโค้ดติดตามแท็กไซต์สากล (gtag.js) ของร็พเพอร์ดีนี้ คัดลอกและวางโค้ดนี้เป็นรายการแรกใน <HEAD> ของหน้าเว็บทุกหน้าที่คุณต้องการติดตาม หากคุณมีแท็กไซต์สากลในหน้าเว็บอยู่แล้ว เพียงเพิ่มแถว **config** จากข้อมูลโค้ดด้านล่างในแท็กไซต์สากลที่มีอยู่

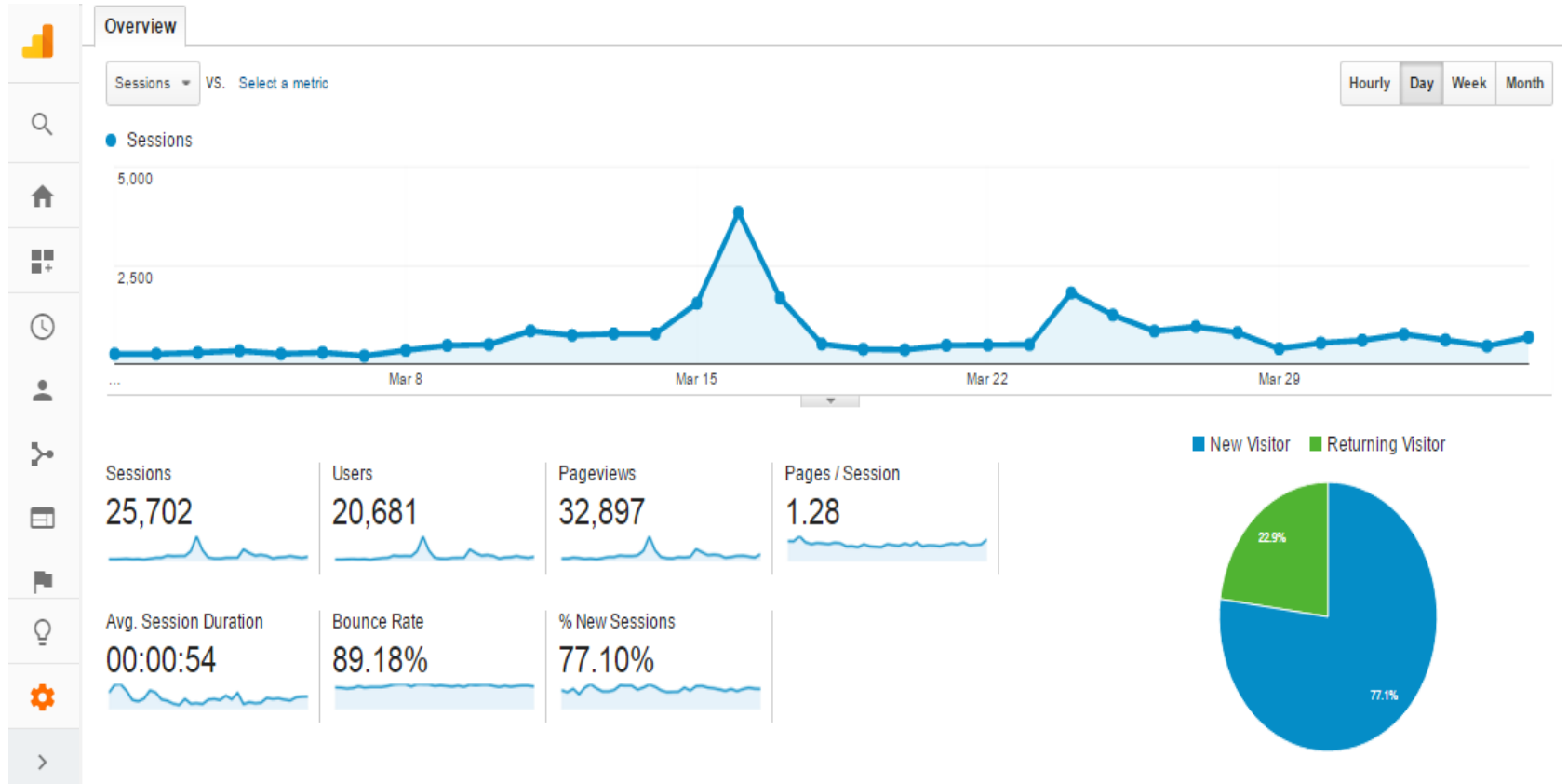
```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-117926580-1"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'UA-117926580-1');
</script>
```

**นำโค้ดติดตั้งที่หน้าเว็บทุกหน้าที่ต้องการติดตาม**

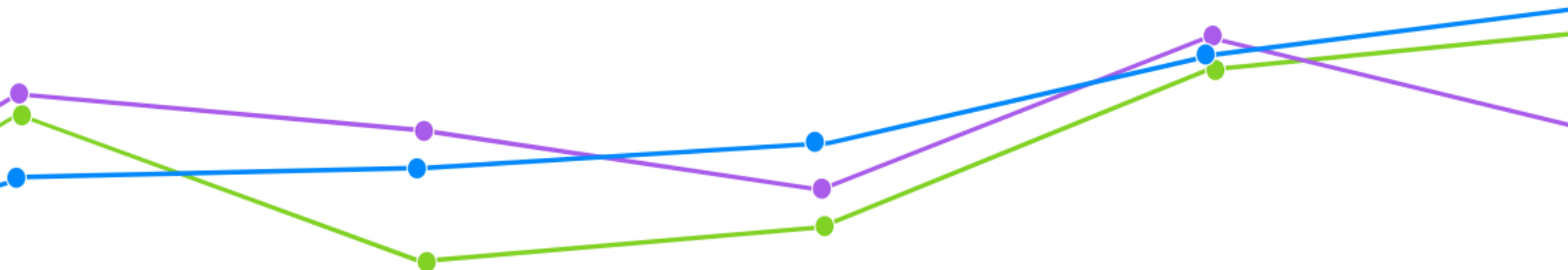
© 2018 Google | หน้าแรกของ Analytics | ข้อกำหนดในการให้บริการ | นโยบายความเป็นส่วนตัว | ส่งความคิดเห็น

# Google Analytics



# Similarweb

Similarweb เครื่องมือที่จะช่วยให้คุณวิเคราะห์  
คู่แข่งของคุณในโลกของเว็บไซต์ได้อย่างมี





Free Report On Any Website or App 🔍

Products

Solutions

Resources

Pricing

About Us

Login

EN ▾

GET STARTED

# Market Intelligence Solutions to Optimize your digital effectiveness

Free Sign Up

#2  
sanook.com

#1  
pantip.com

#3  
news.sanook.com

#5  
yahoo.com

#4  
thairath.co.th

Top 5 🌐 News and Media ▾ Websites in 🇹🇭 Thailand ▾

# ค้นหาเว็บไซต์ที่คุณต้องการวิเคราะห์

SimilarWeb Research Track Grow

Search: matic

Web

- matichon.co.th
- matichonweekly.com
- matica.org.ua
- Show More

MOBILE APPS

- Automatic Call Recorder (Appliqato)
- Framatic - Collage Editor (Lotogram)
- Repost for Instagram (Lotogram)
- Show More

CATEGORIES

No Categories were found for this query

KEYWORDS

- matic

Site

- tmall.com
- so.com
- taobao.com
- yidianzixun.com
- 10086.cn

# สามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบแต่ละเว็บไซต์พร้อมกันได้

The screenshot displays the SimilarWeb interface for analyzing the website matchon.co.th. The top navigation bar includes tabs for Research, Track, and Grow. The 'Research' tab is active, and the 'COMPARE' button is highlighted with a red box. The main content area shows the 'Website Overview' for matchon.co.th, including a 'Download' button and a 'Website Audience' section. The 'Website Audience' section displays the following data:

| Rank                           | Value   |
|--------------------------------|---------|
| Global Rank                    | #10,523 |
| Country Rank (Thailand)        | #157    |
| Category Rank (News and Media) | #1,270  |

The interface also includes a sidebar with various analysis categories and a top navigation bar with a search bar and user profile icon.



matichon.co.th

COMPARE

Jan 18 - Mar 18 (3 Months)



Worldwide



All traffic



Web

Website Analysis

Website Overview



Website Audience

Traffic &amp; Engagement

Geography

Demographics BETA

Audience Interests

App



Traffic Sources



Traffic Destination



Website Content

Competitors

Global Rank #10,523Country Rank #157  
[Thailand](#)Category Rank #1,270  
[News and Media](#)

## Website Audience

Total Visits

Jan 2018 - Mar 2018, Worldwide

30.64M

↑ 26.22% from last month

Unlock Unique  
Visitors metrics

Traffic Share

Jan 2018 - Mar 2018, Worldwide



19.83 %

80.17 %

Monthly Visits 10.21M

Monthly Unique  
Visitors BETA 4.113M

Avg. Visit Duration 00:01:57

Pages / Visit 1.71

Bounce Rate 75.39%



matchon.co.th

COMPARE

Jan 18 - Mar 18 (3 Months)

Worldwide

All traffic



Web



Website Analysis

Website Overview



Website Audience

Traffic &amp; Engagement



Geography

Demographics BETA

App



Audience Interests



Traffic Sources



Traffic Destination



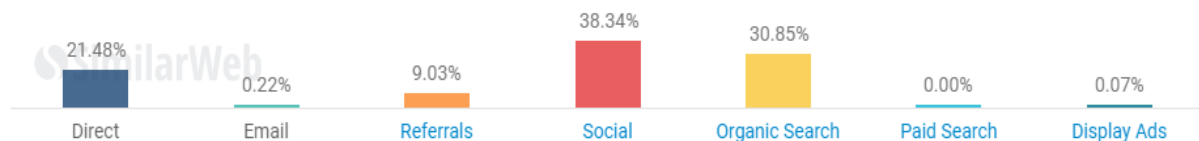
Website Content

Competitors

## Marketing Mix

### Channels Overview ⓘ

Jan 2018 - Mar 2018, Worldwide Desktop Only





matichon.co.th

COMPARE

Jan 18 - Mar 18 (3 Months)



Worldwide



All traffic



Web

Website Analysis

Website Overview



Website Audience

Traffic &amp; Engagement

Geography

Demographics BETA

Audience Interests



App

Traffic Sources

Traffic Destination



Website Content



Competitors

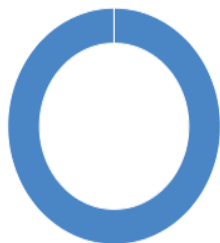
## Search



## Search Traffic



Jan 2018 - Mar 2018, Worldwide Desktop Only



Q Organic 100.00%

P Paid 0.00%

## Top Search Terms Organic



Jan 2018 - Mar 2018, Worldwide Desktop Only

|                |        |          |
|----------------|--------|----------|
| มดี ชน         | 13.94% | ↑ 3.74%  |
| matichon       | 3.50%  | ↓ -8.52% |
| มดี ชน         | 1.52%  | ↑ 10.28% |
| ข่าวต่างประเทศ | 1.45%  | ↓ -6.23% |
| มดี ชนออนไลน์  | 1.37%  | ↓ -3.95% |

[See more search terms >](#)



matchon.co.th

COMPARE

Jan 18 - Mar 18 (3 Months)



Worldwide



All traffic



Web



Website Analysis

Website Overview



Website Audience

Traffic &amp; Engagement



Geography

Demographics **BETA**

Audience Interests



Traffic Sources



Traffic Destination



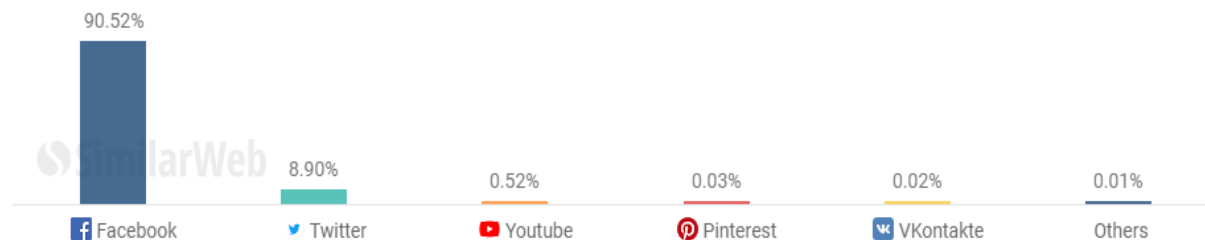
Website Content

Competitors

## Social

## Social Traffic ⓘ

Jan 2018 - Mar 2018, Worldwide Desktop Only



## Display Advertising



matichon.co.th

COMPARE

Jan 18 - Mar 18 (3 Months)

Worldwide

All traffic



Web

Website Analysis

Website Overview



Website Audience

Traffic &amp; Engagement

Geography

Demographics BETA

Audience Interests

App

Traffic Sources

Traffic Destination

Website Content

Competitors

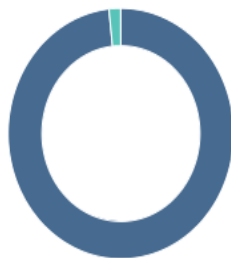
## Display Advertising



## Display Ad Network ⓘ



Jan 2018 - Mar 2018, Worldwide Desktop Only



|             |        |
|-------------|--------|
| Taboola     | 98.31% |
| RevenueHits | 1.69%  |
| Others      | 0.00%  |

## Top Publishers ⓘ



Jan 2018 - Mar 2018, Worldwide Desktop Only

|                             |        |        |
|-----------------------------|--------|--------|
| facebook.com                | 72.07% | -65.3' |
| cpacademy.com               | 13.96% | -      |
| sheratongrandesukhumvit.com | 13.96% | -      |

[See more publishers >](#)



matichon.co.th

COMPARE

Jan 18 - Mar 18 (3 Months)



Worldwide



All traffic



Web



Website Analysis

Website Overview



Website Audience

Traffic &amp; Engagement

Geography

Demographics BETA

Audience Interests

App



Traffic Sources



Traffic Destination



Website Content

Competitors

## Outgoing Links

## Top Links Destination ⓘ



Jan 2018 - Mar 2018, Worldwide Desktop Only

|                           |        |                                  |
|---------------------------|--------|----------------------------------|
| <b>khaosod.co.th</b>      | 23.41% | <div><div></div></div> ↓ -23.76% |
| <b>twitter.com</b>        | 12.46% | <div><div></div></div> ↑ 90.41%  |
| <b>matichonweekly.com</b> | 11.62% | <div><div></div></div> ↓ -28.69% |
| <b>facebook.com</b>       | 11.55% | <div><div></div></div> ↑ 12.85%  |
| <b>avp.innity.com</b>     | 9.33%  | <div><div></div></div> ↓ -32.32% |

[See more outgoing links >](#)

## Outgoing Ads

## Top Ads Destination ⓘ



Jan 2018 - Mar 2018, Worldwide Desktop Only

|                     |        |                                 |
|---------------------|--------|---------------------------------|
| <b>lazada.co.th</b> | 84.20% | <div><div></div></div> ↓ -19.4% |
| <b>nissan.co.th</b> | 1.95%  | <div><div></div></div> ↓ -49.4% |
| <b>looksi.com</b>   | 1.38%  | <div><div></div></div> -        |
| <b>priceza.com</b>  | 0.99%  | <div><div></div></div> ↑ 138.7% |
| <b>konvy.com</b>    | 0.68%  | <div><div></div></div> ↑ 492.2% |

[See more outgoing ads >](#)

# 5.Community

**Pantip** 

เลือกห้อง ▼ แท็ก กิจกรรม <sup>N</sup> อื่นๆ ▼

Search 

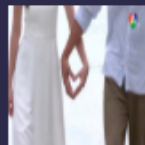
 เข้าสู่ระบบ / สมัครสมาชิก

**ราเยวิชพลาดมากๆ ฟุตบอลไทยเมื่อคืน**  
จากเมื่อคืนที่ทีมชาติไทยแพ้น 0-2 เข้าใจว่าฝนตก สนามไม่ดี กรรมการไม่เป็นใจให้เรา แต่ส่วนนี้เป็นเพราะราเยวิชพลาดด้วยเช่นกัน ที่ผ่าน  
มาผมสนับสนุนแกตตลอด แต่นัดนี้พลาดมากในการจัดตัวผู้เล่น ไอ้แกก็ดิกรับแล้ว  
สมาชิกหมายเลข 4479321

**Pantip.com และเว็บในเครือ รับสมัครผู้ร่วมงานหลายอัตรา**  
**Ad** Community Manager, Event Coordinator, Advertorial Creator ฯลฯ

**PANTIP NETWORK**

**เลนจับมือจับขัง**  
งาน bnk48 เวลาไปจับมือจับขัง ไปเล่าปัญหาไปคุยการแก้ไข เขาเอาไปทำการปรับปรุงมั้ยครับ หรือแค่ไปคุยเล่นๆแต่ไม่ได้ปรับปรุง  
เพราะเห็นม้งานหลายครั้งแล้ว แต่ปัญหาเดิมๆก็ยังคงเกิด อย่างการจัดการของญี่ปุ่นทำไม!  
สมาชิกหมายเลข 3302225

**ขอบคุณแบบใหม่ ที่ทำสัมปทานหัวใจตอนจบ ให้เป็น special edition ได้ดังงามเหลือเกิน**  
อย่างไรก็ดีว่าละครได้ออกเพิ่มเติมมาอีก 1 ตอน ตามเรื่องย่อที่อ่านมา จะจบตรงที่ นายหัววิ่งเล่นกับมันปู และ พี่ไผทชวน  
คุณน้องเล่นบทร พ่อแม่ลูกกัน และเรื่องราวหลังจากนั้นจึงเป็นส่วนที่เพิ่มเติมขึ้นมาแล้ว  
ทลีสุง

**มากินพิซซารอบดึกที่ Mr.Pizza ( The Street รัชดา ) ▶ Misasaki**  
อึ้ง อึ้ง . . . สวรรค์ดะ วันนี้เรามาหาอะไรกินกันดีกว่า ฮี ๆ มาที่ The Street Ratchada กัน จะว่าไปมีก็มาที่นี้บ่อยเหมือน  
กันนะ เพราะว่าร้านอาหารหลายร้านเปิด 24 ชม. ถ้าหัวช่วงดึก ๆ ที่นี้มีทั้งอาหา  
Tisiny

**กนควร**  
ร้านอาหาร สุตรา...

**กรุงโซล**  
เค-ป๊อป ซีรีส์เกาหลี...

**การ์ตูน**  
การ์ตูนญี่ปุ่น การ์ตูน...

**แกลเลอรี**  
ภาพถ่ายบุคคล ภาพ...

**จดจึกร**  
สัปดาห์เสียง สุโขทัย...

**เฉลิมไทย**  
ภาพยนตร์ ดารา...

**ขายคา**  
บ้าน คอนโดมีเนีย...

**ดีโอล์ดสยาม**  
ผู้สูงอายุ สุขภาพ...

**ถนนนักเขียน**  
แต่งนิยาย เรื่องสั้น...

**บางขุนพรหม**  
ละคร นักแสดง ซี...

**พรหมชาติ**  
ดูดวง ฮวงจุ้ย ไฟ...

**ภูมิภาค**  
ภาคเหนือ ภาคอีสาน...

**กรนไชย**  
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม...

**กล้อง**  
กล้องถ่ายรูป กล้อง...

**แก๊ดเจ็ต**  
Gadget, Action ...

**ไกลบ้าน**  
เรียนต่อต่างประเทศ...

**เฉลิมกรุง**  
นักร้องนักดนตรี...

**ชานเรือน**  
ครอบครัว แต่งคร...

**ซิลิคอนวัลเลย์**  
คอมพิวเตอร์ อินเท...

**โคะเครื่องแปง**  
เครื่องสำอาง เสรี...

**บลูแพลนเน็ต**  
เที่ยวไทย เที่ยว...

**บางรัก**  
ความรัก แต่งงาน...

**พันทิป**  
ข้อเสนอแนะถึง...

**นาบุญครอง**  
โทรศัพท์มือถือ S...

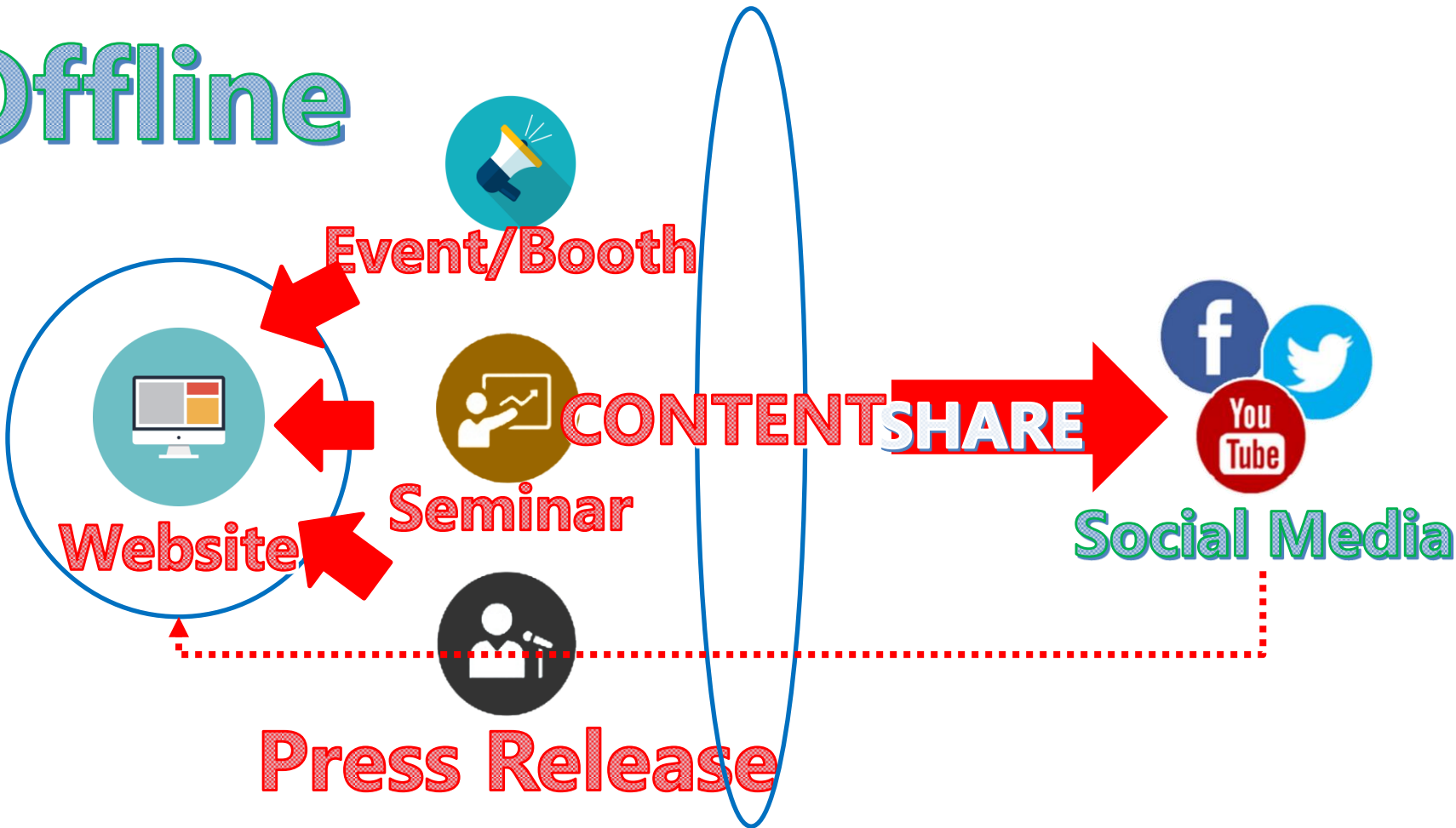
## 6. Loyalty

ความสามารถในการทำให้กลุ่มเป้าหมายรักและภักดีต่อแบรนด์ เพื่อต่อยอดไปสู่การสร้างฐานแฟนคลับของแบรนด์



# สรุป การสื่อสารการตลาดโดยใช้ Social Media

Offline



# สรุป การสื่อสารการตลาดโดยใช้ Social Media

Online



Google Search

## > Digital Content

- Content On Website อื่นๆ (Advertorial)
- Content On Social Media
- Content VDO



Website



Direct

## > การประชาสัมพันธ์เชื่อมโยง Offline

- กลุ่มเป้าหมายรู้จัก Social Media
- กลุ่มเป้าหมายรู้จัก Website



Social Media

## > ดูแลบริหารจัดการ Social Media

- สร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น facebook twitter youtube
- ตอบคำถามกลุ่มเป้าหมายของออนไลน์

# สรุป การสื่อสารการตลาดโดยใช้ Social Media



# สรุป การสื่อสารการตลาดโดยใช้ Social Media

1. ผ่าน Digital Media
  - Website
  - Google
  - Social Media
  - SMS
2. Content Marketing
  - Text
  - Picture / Graphic / Infographic
  - VDO

# สรุป การสื่อสารการตลาดโดยใช้ Social Media

- |     |                    |                          |
|-----|--------------------|--------------------------|
| 1.  | Website            | = Home / PR / Community  |
| 2.  | Google             | = Advertising / PR       |
| 3.  | Google Ads Network | = Advertising / PR       |
| 4.  | Facebook Page      | = Advertising / PR       |
| 5.  | Facebook Group     | = PR / Community         |
| 6.  | Line Group         | = PR / Community         |
| 7.  | Line@              | = Advertising / PR / CRM |
| 8.  | Email              | = Advertising / PR       |
| 9.  | SMS                | = Advertising / PR       |
| 10. | Wikipedia          | = PR                     |

A close-up photograph of a typewriter keyboard. A piece of white paper is placed over the keys, and the word "Questions?" is typed in a black, monospaced font. The paper is slightly wrinkled and has some faint smudges. The keyboard itself is dark, and the keys are visible around the edges of the paper. The lighting is soft, highlighting the texture of the paper and the keys.

Questions?

