



# โครงการถ่ายทอดความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้วยดิจิทัล (KM Digital Sharing)

ระหว่างวันที่ 30 – 31 สิงหาคม 2564

กิจกรรมครั้งที่ ๒

- การเข้าใจความต้องการประชาชนด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่
- การใช้ดิจิทัลเป็นเครื่องมือสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจงานคมนาคม

จัดโดย ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร  
สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม

การเข้าใจความต้องการของประชาชน  
ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่

**“You cannot teach a man anything  
you can only help him  
to find it within himself.” (Galileo)**

**อย่าคิดว่าจะสามารถสอนใครได้  
ทำได้เพียงช่วยให้เขาค้นพบศักยภาพ  
ภายในตัวเขาเอง**

สรุปพฤติกรรมกรรมการใช้งาน *Digital* ของคนไทย  
**23 เรื่อง** ที่แบรนด์ต้องรู้



**DIGITAL 2021**

**GLOBAL OVERVIEW REPORT**

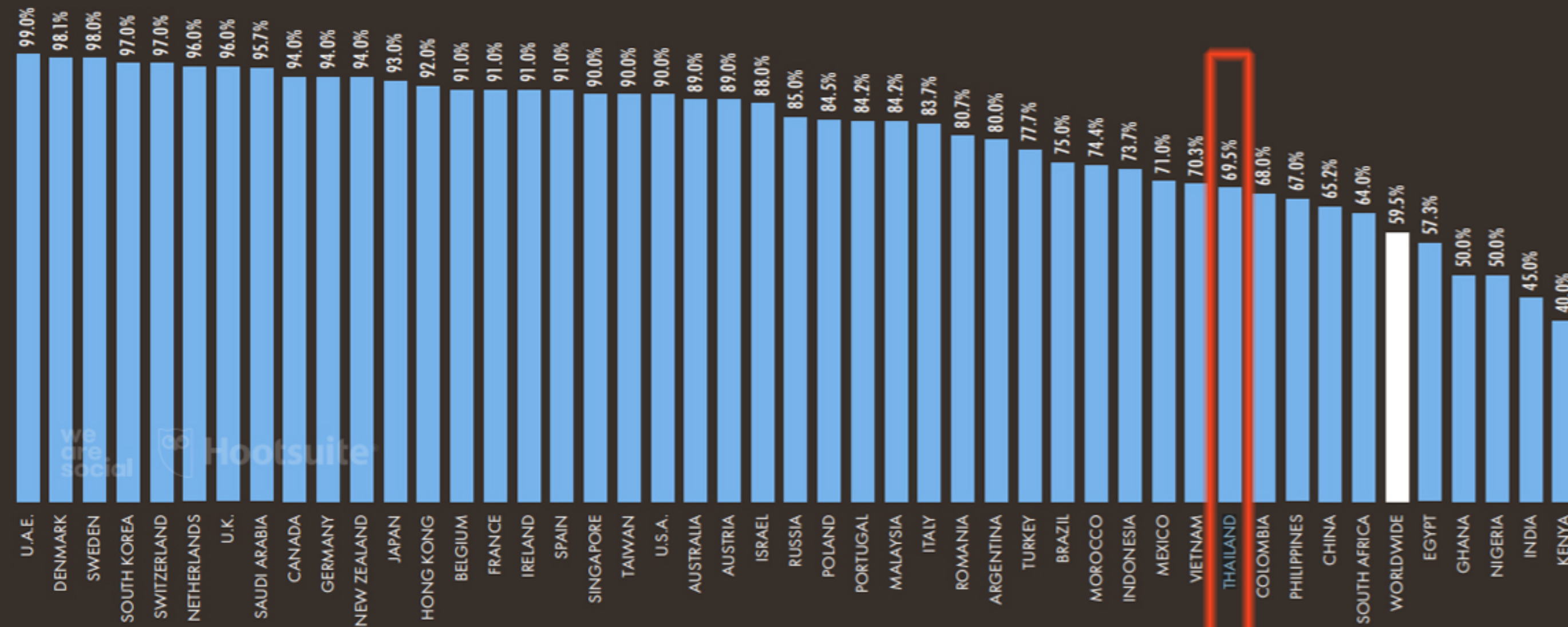
THE LATEST INSIGHTS INTO HOW PEOPLE AROUND THE WORLD USE  
THE INTERNET, SOCIAL MEDIA, MOBILE DEVICES, AND ECOMMERCE

# คนไทยใช้ Internet 69.5% ของจำนวนประชากร

JAN  
2021

## INTERNET ADOPTION BY COUNTRY

PERCENTAGE OF THE TOTAL POPULATION THAT USES THE INTERNET

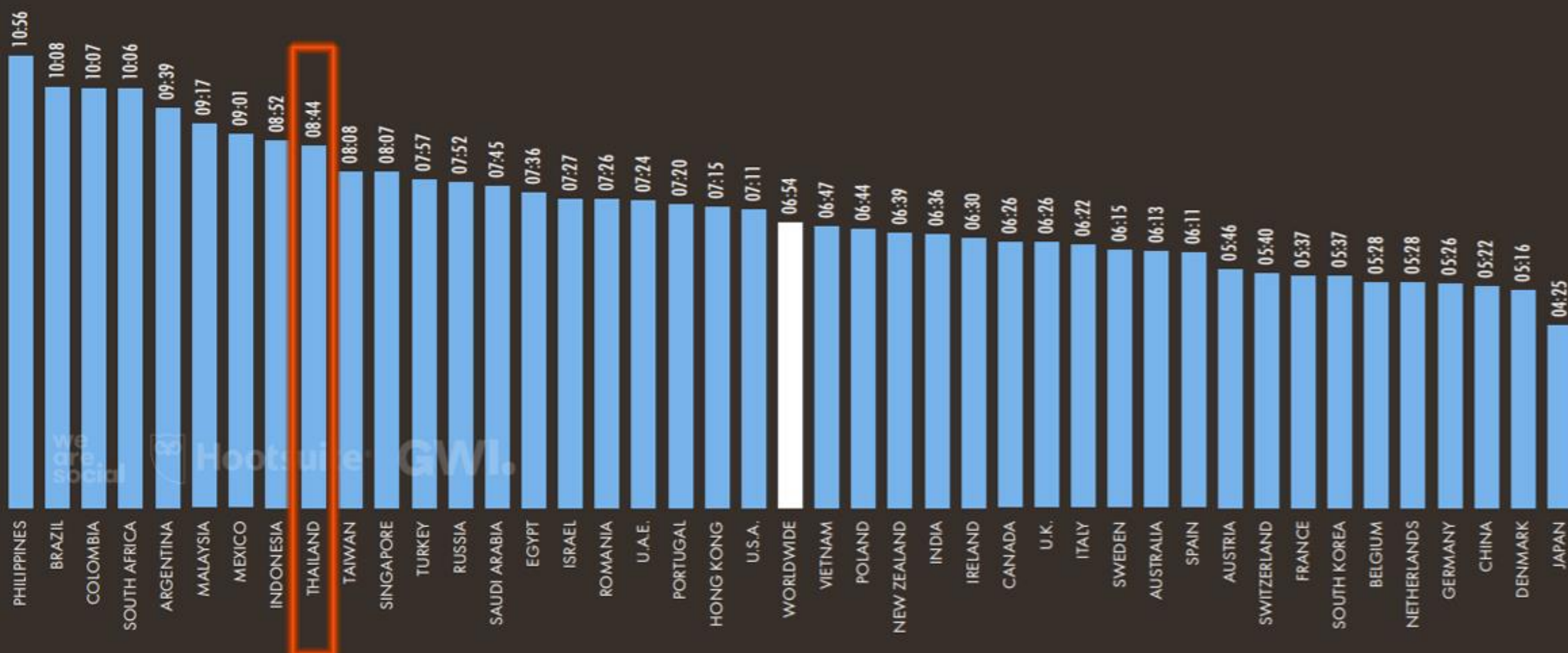


# คนไทยใช้ Internet เฉลี่ยต่อวัน เป็นอันดับ 9 ของโลก

JAN  
2021

## DAILY TIME SPENT USING THE INTERNET

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING THE INTERNET EACH DAY ON ANY DEVICE



# คนไทยใช้ Internet ผ่านมือถือต่อวัน เป็นอันดับ 3 ของโลก

JAN  
2021

## DAILY TIME SPENT USING THE INTERNET VIA MOBILES

AVERAGE AMOUNT OF TIME PER DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING THE INTERNET VIA MOBILE PHONES



# ความเร็วเฉลี่ย Internet บนมือถือ ไทย แรกเป็นอันดับ 21 ของโลก

JAN  
2021

## AVERAGE MOBILE INTERNET CONNECTION SPEEDS

THE AVERAGE DOWNLOAD SPEED OF MOBILE INTERNET CONNECTIONS, IN MEGABITS PER SECOND (MBPS)



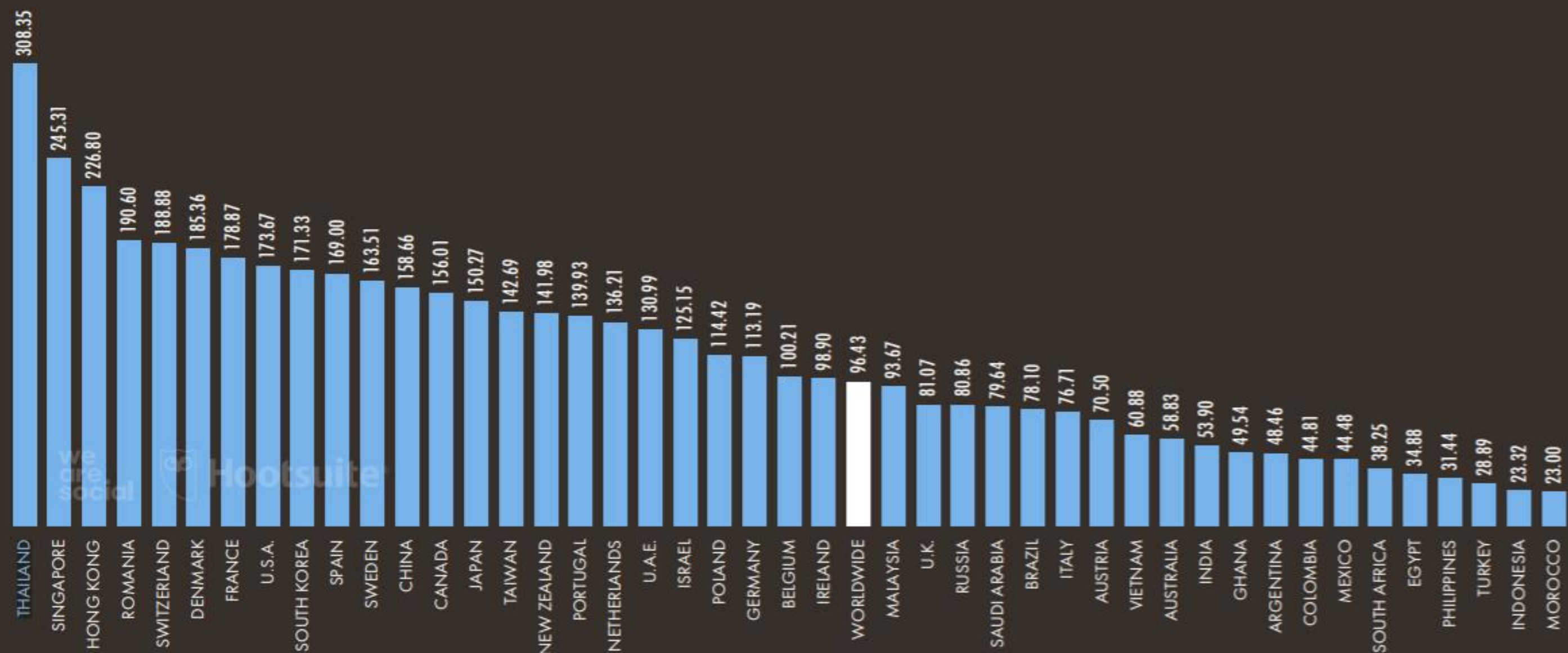
มีค่าเฉลี่ย Download Speed ที่ 51.75 Mbps

# ความเร็วเฉลี่ย Internet บ้าน ไทย แรกอันดับ 1 ของโลก

JAN  
2021

## AVERAGE FIXED INTERNET CONNECTION SPEEDS

THE AVERAGE **DOWNLOAD** SPEED OF **FIXED** INTERNET CONNECTIONS, IN MEGABITS PER SECOND (MBPS)



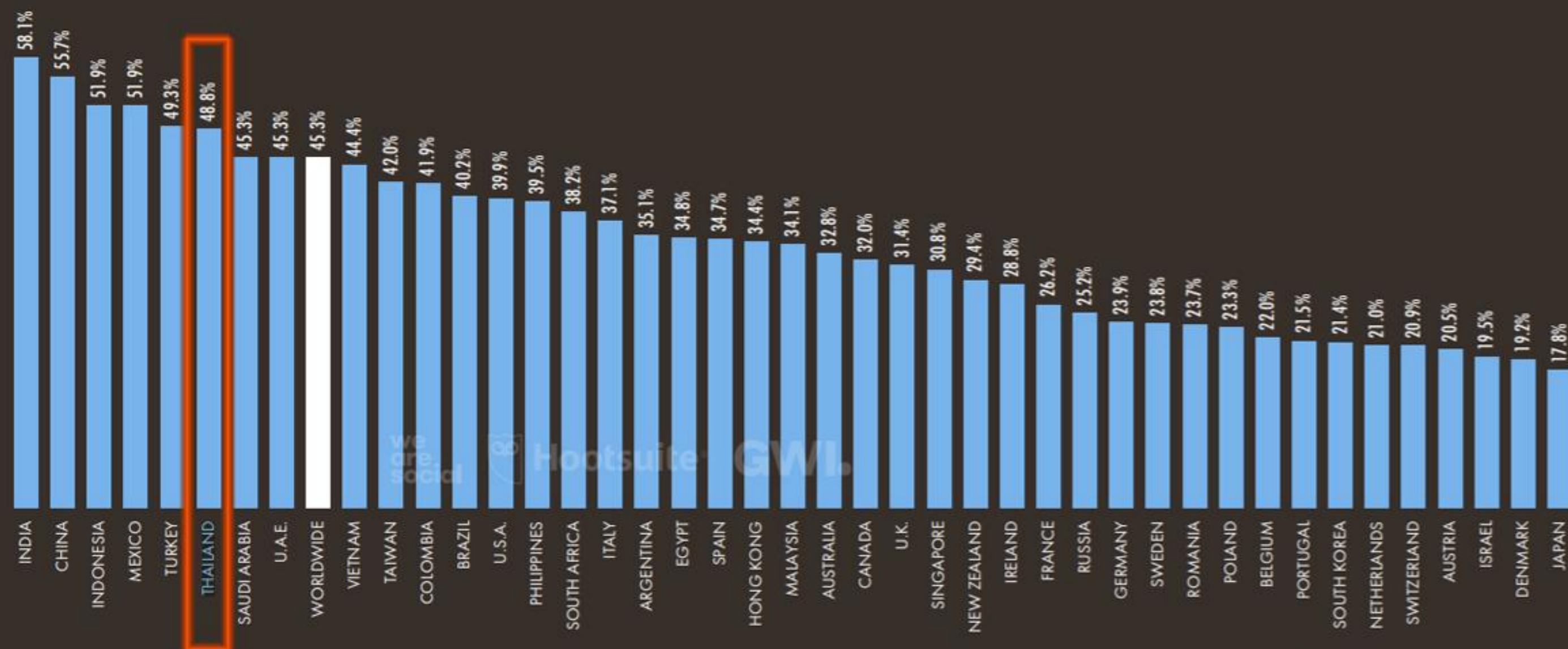
มีค่าเฉลี่ย Download Speed ที่ 308.35 Mbps

# คนไทย 'ค้นหาผ่านเสียง' มากเป็นอันดับ 6 ของโลก

JAN  
2021

## USE OF VOICE SEARCH AND VOICE COMMANDS

PERCENTAGE OF GLOBAL INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE VOICE INTERFACES EACH MONTH (ANY DEVICE)



# ผู้ใช้งาน Internet คนไทย

## ดู Streaming Content 60.8% ต่อเดือน

JAN  
2021

### STREAMING TV CONTENT VIA THE INTERNET

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO WATCH TV CONTENT VIA STREAMING SERVICES (E.G. NETFLIX) EACH MONTH

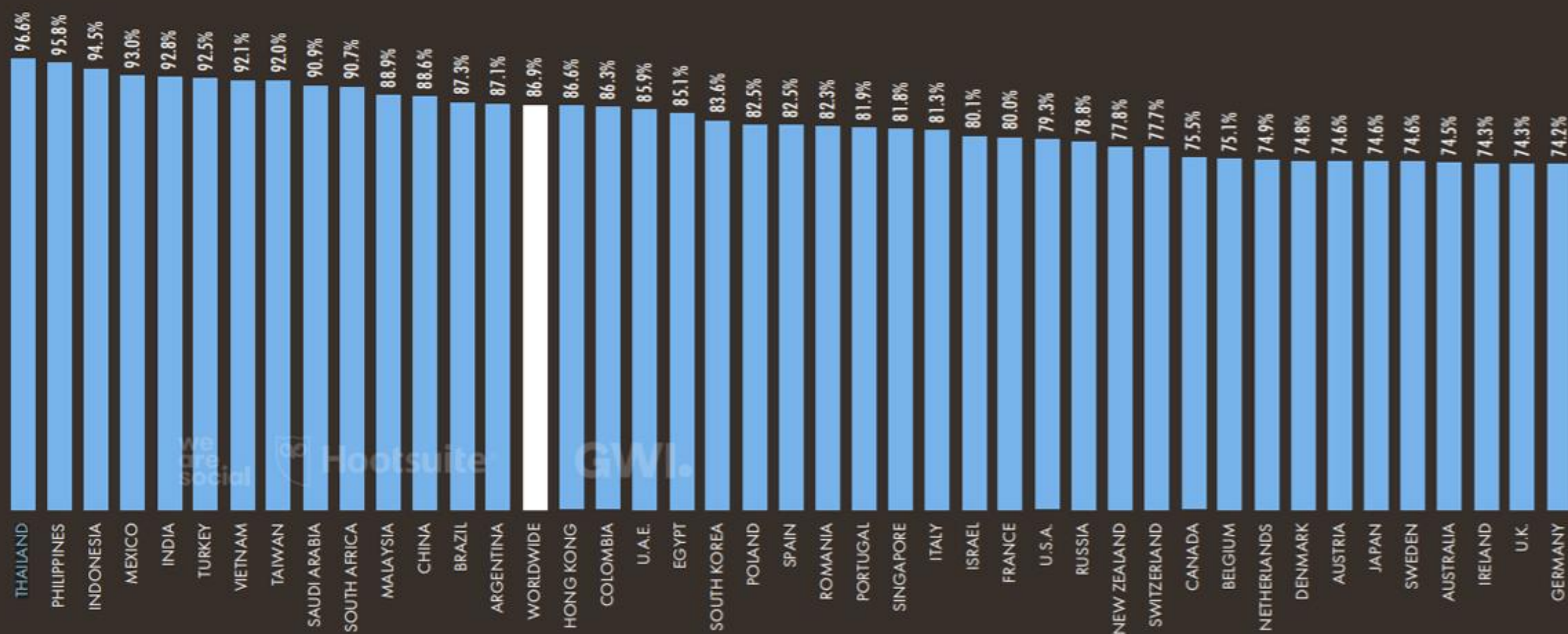


# ผู้ใช้งาน Internet คนไทย ชอบเล่นวิดีโอเกม เป็นอันดับ 1 ของโลก

JAN  
2021

## PLAYING VIDEO GAMES

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO PLAY VIDEO GAMES ON ANY DEVICE

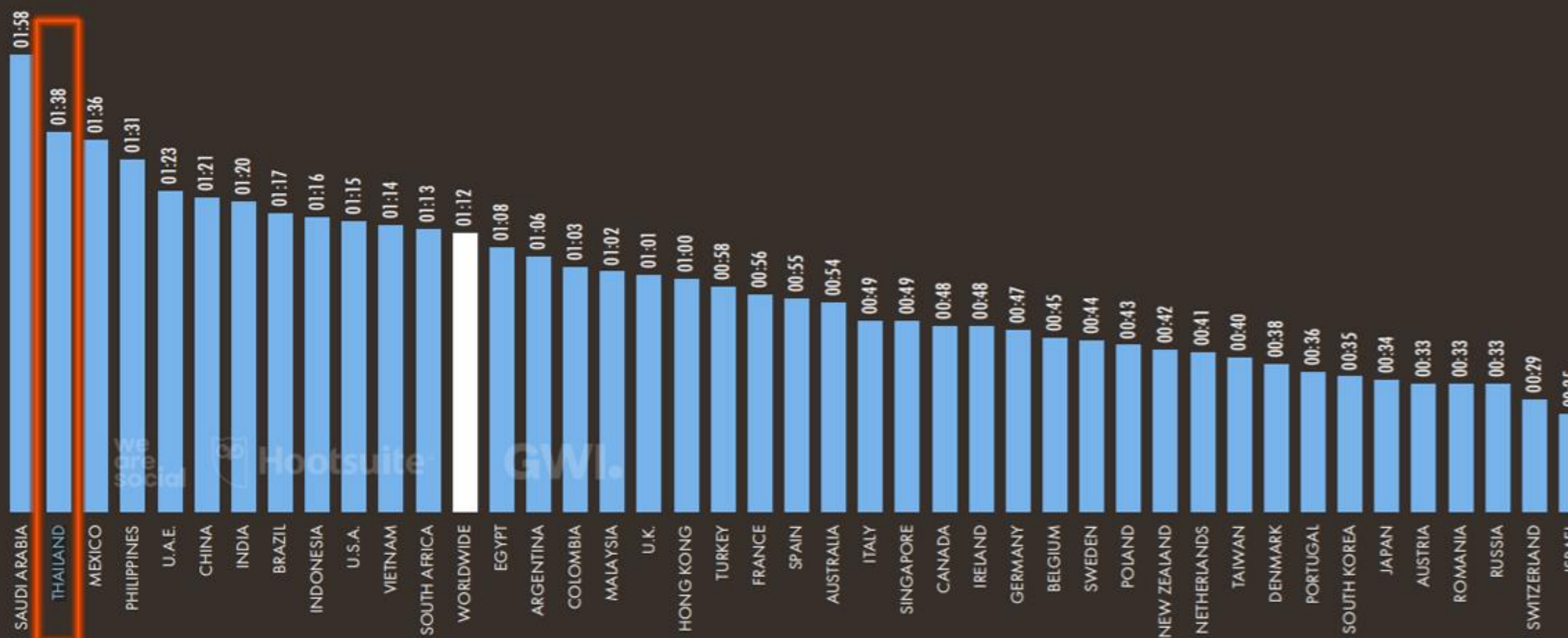


# คนไทยใช้เวลาเล่น Games Console 1.38 ชั่วโมงต่อวัน

**JAN  
2021**

## DAILY TIME SPENT USING A GAMES CONSOLE

AVERAGE AMOUNT OF TIME PER DAY (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING A GAMES CONSOLE

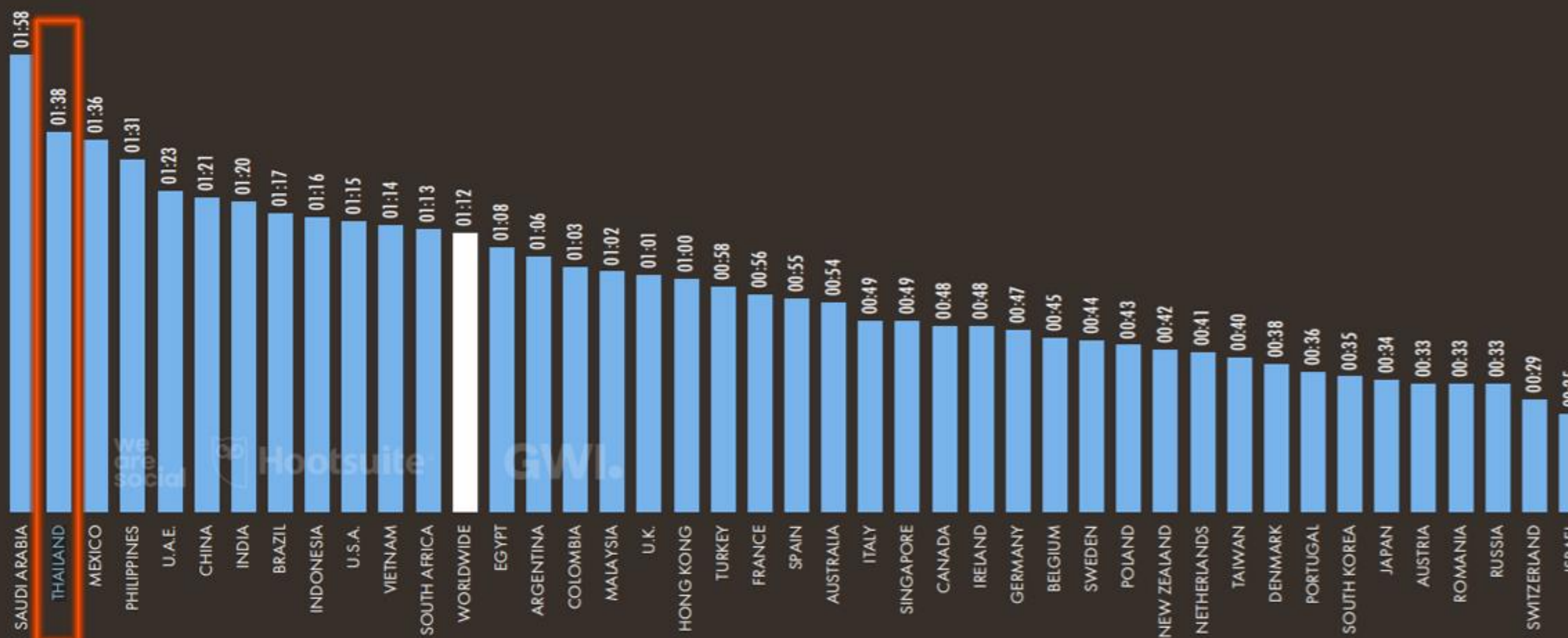


# คนไทยใช้เวลาเล่น Games Console 1.38 ชั่วโมงต่อวัน

**JAN  
2021**

## DAILY TIME SPENT USING A GAMES CONSOLE

AVERAGE AMOUNT OF TIME PER DAY (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING A GAMES CONSOLE



# คนไทย 26.2% มีความกังวล เรื่องข้อมูลส่วนตัว

JAN  
2021

## CONCERNS ABOUT MISUSE OF PERSONAL DATA

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO SAY THEY'RE WORRIED ABOUT HOW COMPANIES USE THEIR PERSONAL DATA ONLINE

⚠ THE SURVEY QUESTION THAT INFORMS THIS CHART HAS CHANGED, SO VALUES ARE NOT COMPARABLE WITH THOSE PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS



# คนไทยใช้เครื่องมือ

## Block โฆษณาออนไลน์ 40% ต่อเดือน

JAN  
2021

### USE OF AD BLOCKERS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE TOOLS TO BLOCK ONLINE ADVERTISING EACH MONTH

⚠ THE CONTEXT OF THE SURVEY QUESTION THAT INFORMS THIS CHART HAS CHANGED, SO VALUES ARE NOT COMPARABLE WITH THOSE PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS



# คนไทยมีผู้ใช้ Social Media 78.7% ของจำนวนประชากร

**JAN  
2021**

## SOCIAL MEDIA USERS vs. TOTAL POPULATION

ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS\* AS A PERCENTAGE OF THE TOTAL POPULATION

⚠ SOCIAL MEDIA USER NUMBERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS DUE TO SOURCE CHANGES.

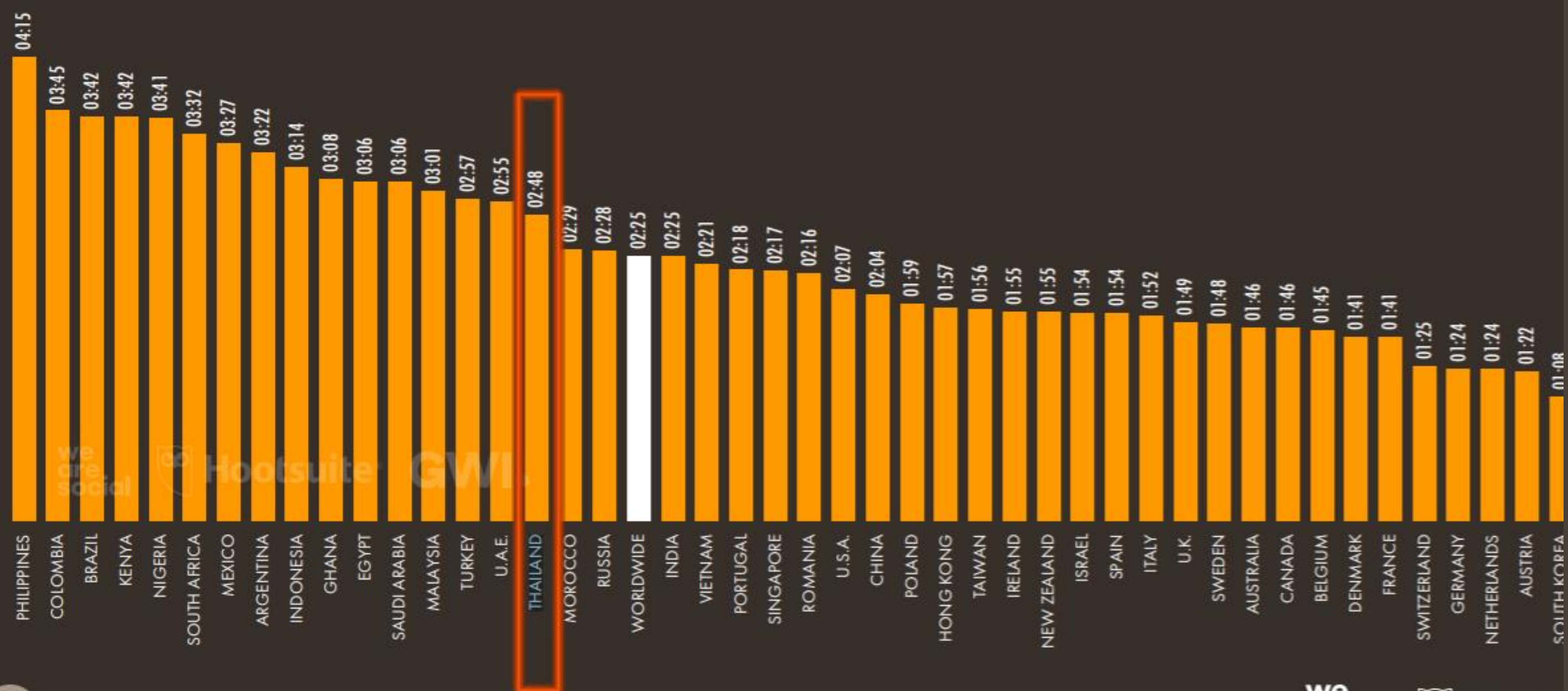


# คนไทยใช้ Social Media 2.48 ชั่วโมงต่อวัน

**JAN  
2021**

## DAILY TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING SOCIAL MEDIA EACH DAY

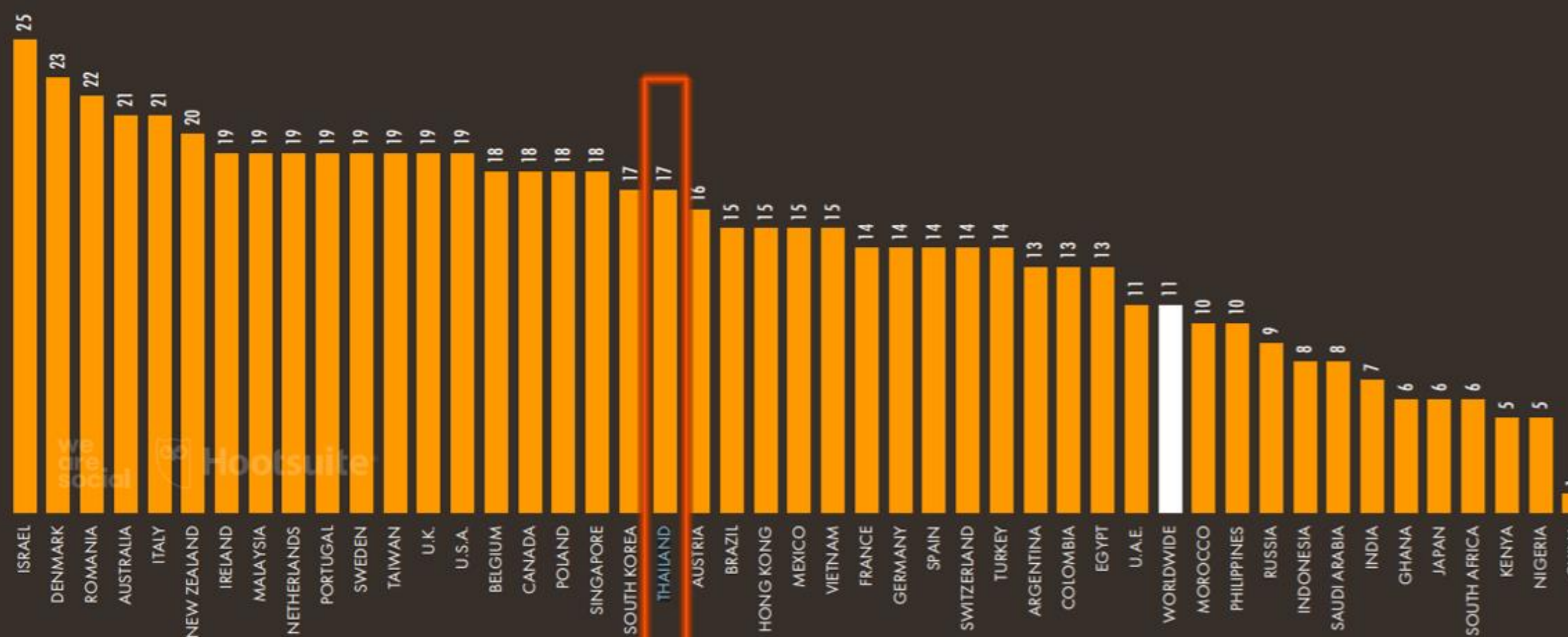


# คนไทยคลิกโฆษณาบน Facebook เฉลี่ย 17 ครั้งต่อเดือน

JAN  
2021

## FACEBOOK MONTHLY AD CLICKS

MEDIAN NUMBER OF TIMES EACH MONTH THAT FACEBOOK USERS\* CLICK ON FACEBOOK ADS\*



# คนไทยใช้ Social Media ค้นหาข้อมูลของแบรนด์ต่างๆ 55.5%

**JAN  
2021**

## USE OF SOCIAL MEDIA FOR BRAND RESEARCH

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO VISIT SOCIAL NETWORKS TO SEARCH FOR INFORMATION ABOUT BRANDS

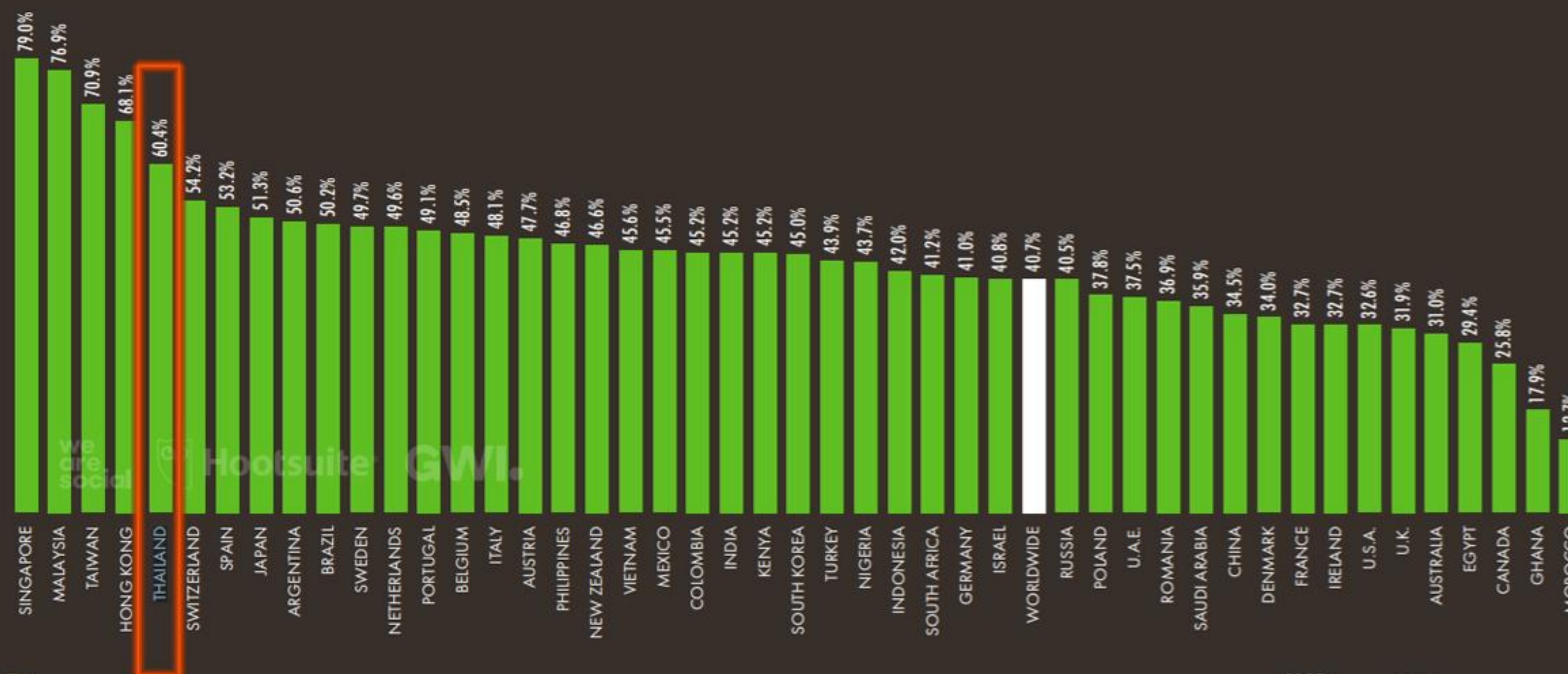


# คนไทยใช้ QR Codes 60.4% ต่อเดือน

**JAN  
2021**

## USE OF QR CODES

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO HAVE USED OR SCANNED A QR CODE ON A MOBILE DEVICE IN THE PAST MONTH

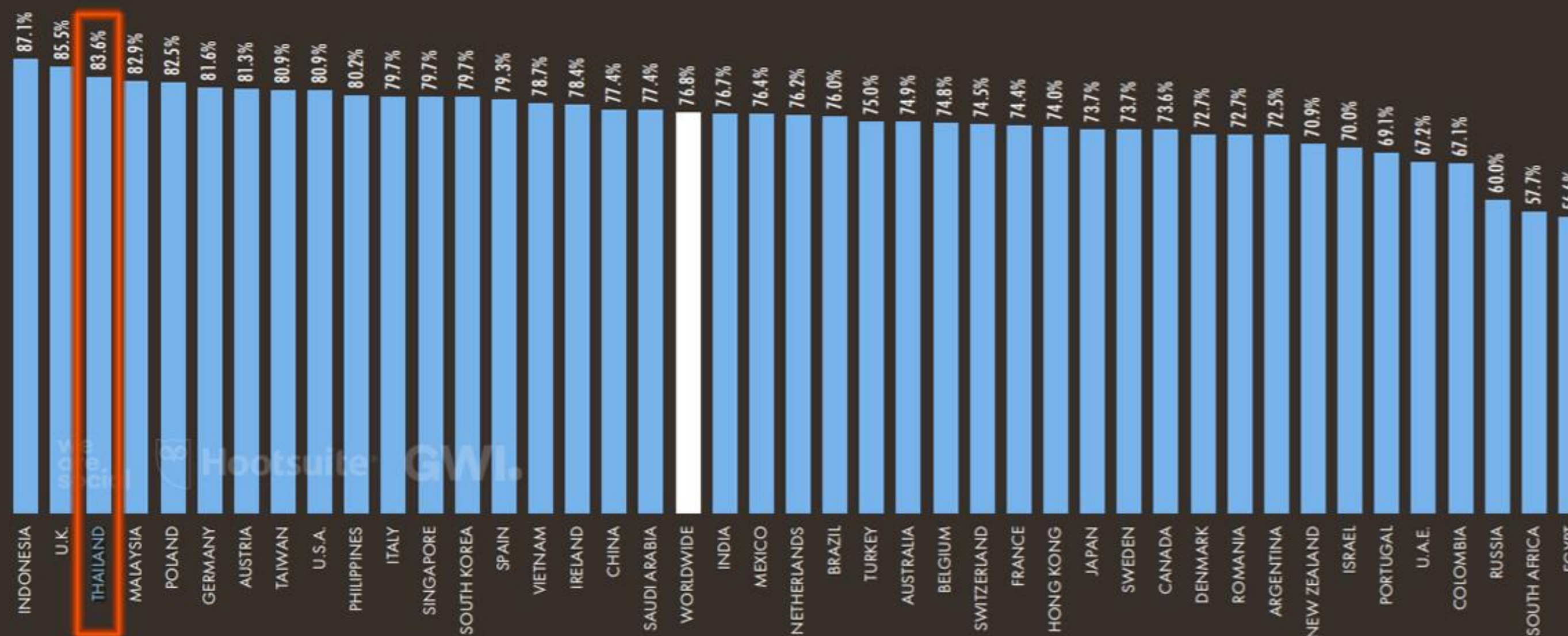


# คนไทยใช้ E-Commerce 83.6% เป็นอันดับ 3 ของโลก

JAN  
2021

## E-COMMERCE ADOPTION

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO BOUGHT SOMETHING ONLINE VIA ANY DEVICE IN THE PAST MONTH



# คนไทยใช้ E-Commerce 83.6% เป็นอันดับ 3 ของโลก

JAN  
2021

## E-COMMERCE ADOPTION

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO BOUGHT SOMETHING ONLINE VIA ANY DEVICE IN THE PAST MONTH

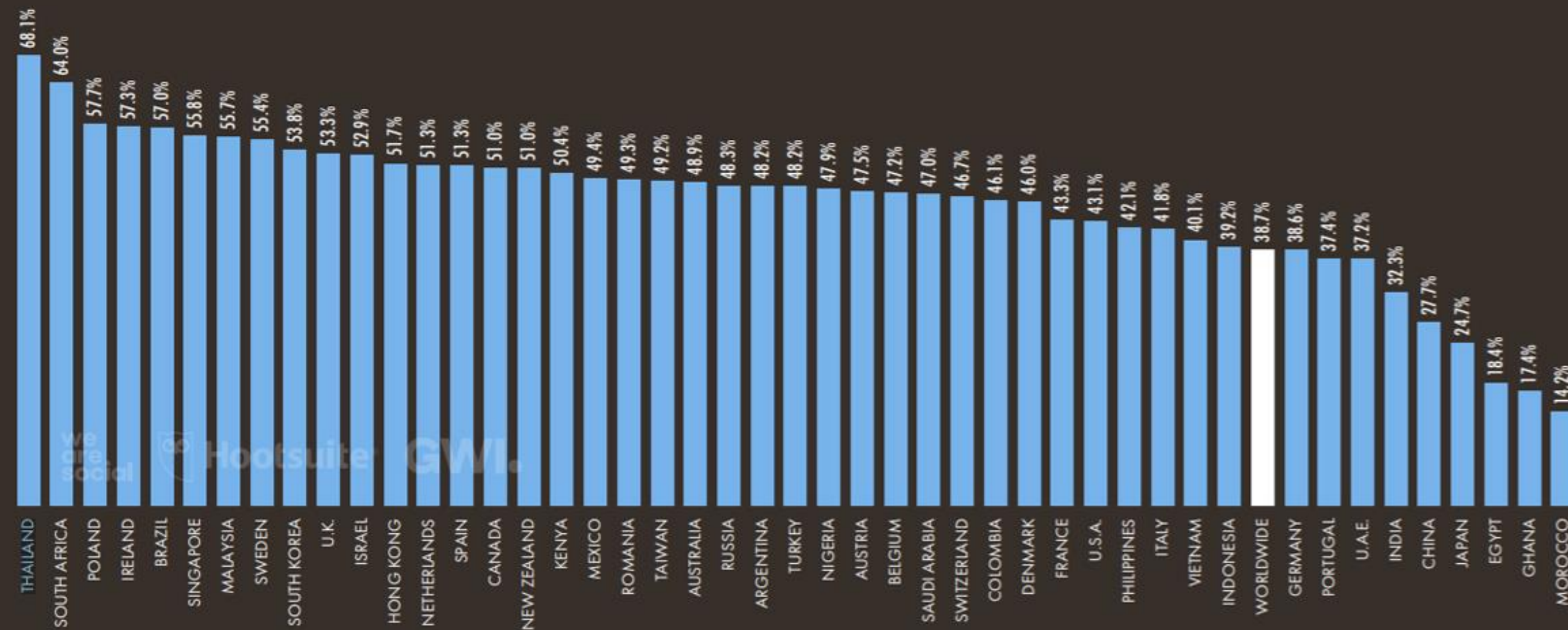


# คนไทยทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking 68.1% ต่อเดือน เป็นอันดับ 1 ของโลก

JAN  
2021

## USE OF BANKING AND FINANCIAL SERVICES APPS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO SAY THEY USE MOBILE BANKING OR FINANCIAL SERVICES APPS EACH MONTH



# คนไทย 70.3%

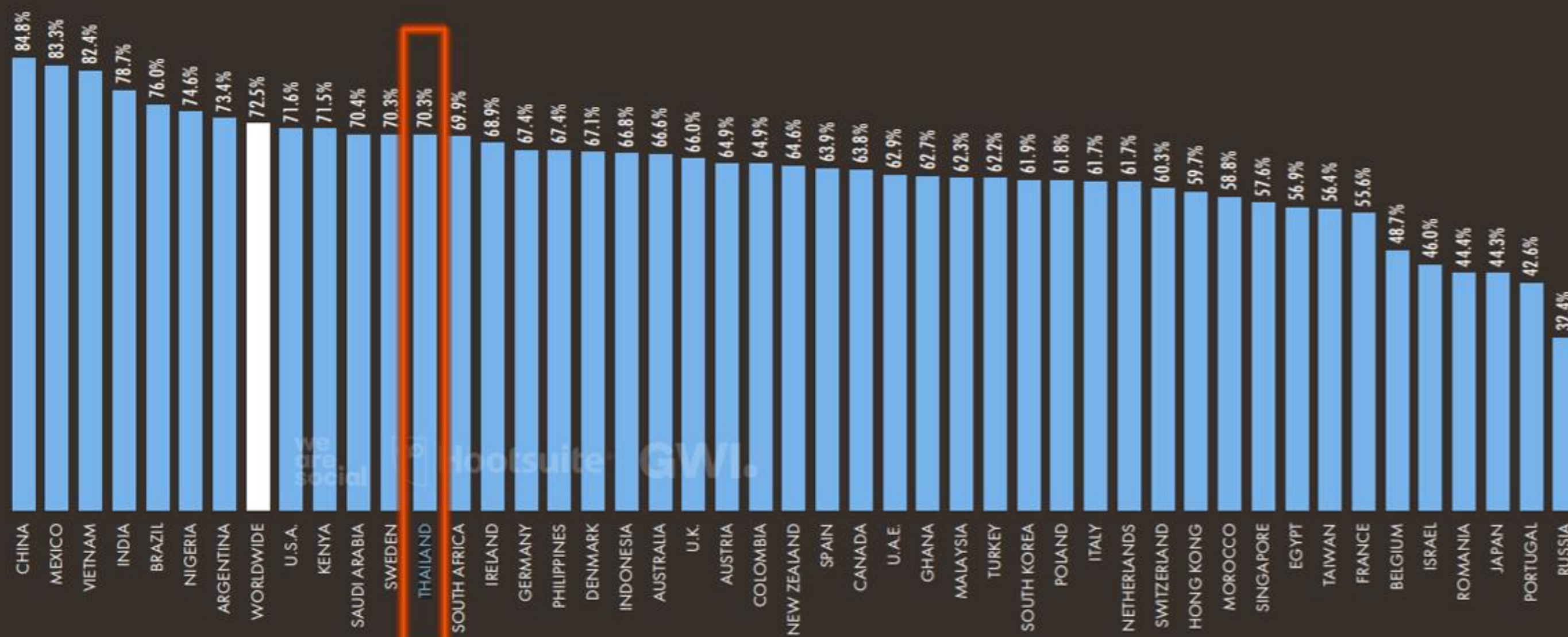
## จ่ายเพื่อ Digital Content

(เช่น เพลง , หนังสือ , เกม , แอปฯ Dating)

**JAN  
2021**

### PAYING FOR DIGITAL CONTENT

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO HAVE PURCHASED ANY TYPE OF DIGITAL CONTENT\* IN THE PAST MONTH

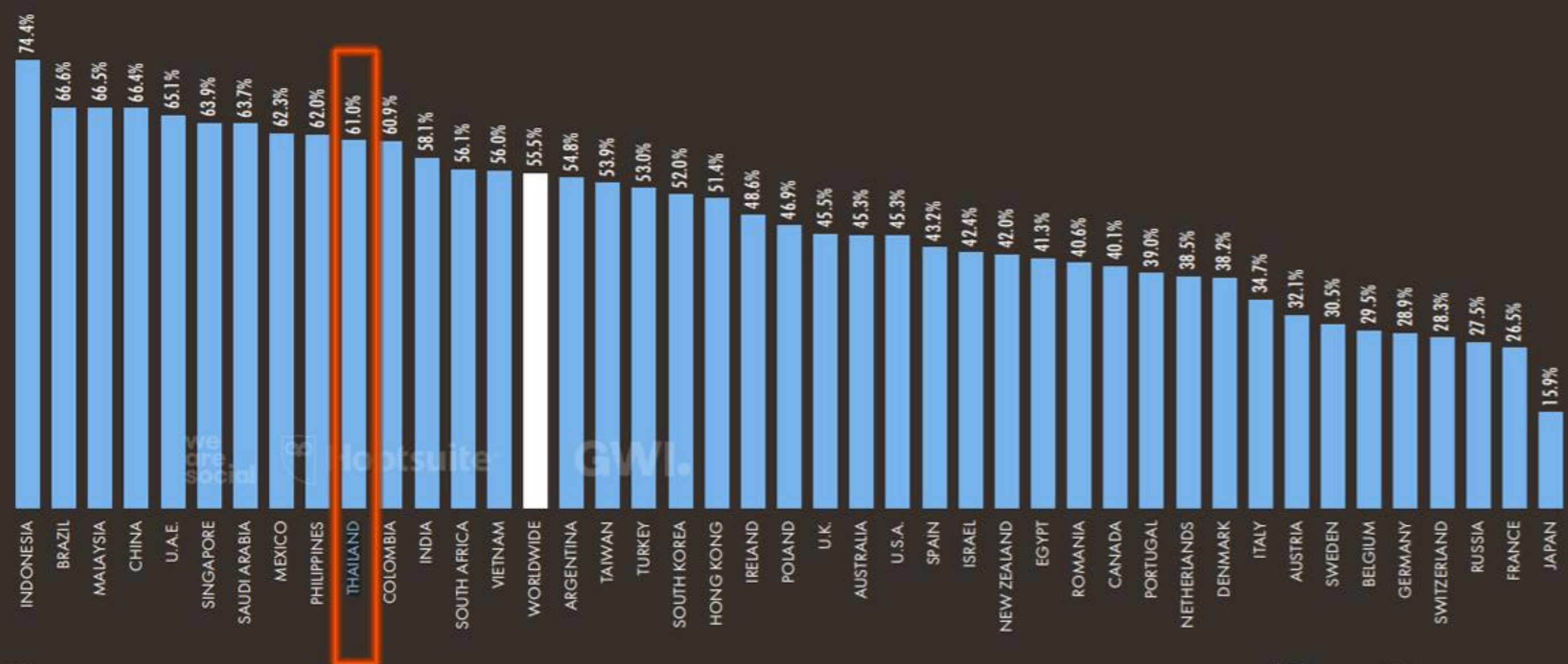


# คนไทย 61% สั่งอาหารผ่าน บริการ Delivery อยู่อันดับ 10 ของโลก

**JAN  
2021**

## ORDERING TAKE-AWAY FOOD ONLINE FOR DELIVERY

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO HAVE USED AN ONLINE SERVICE TO ORDER TAKE-AWAY FOOD FOR DELIVERY IN THE PAST MONTH

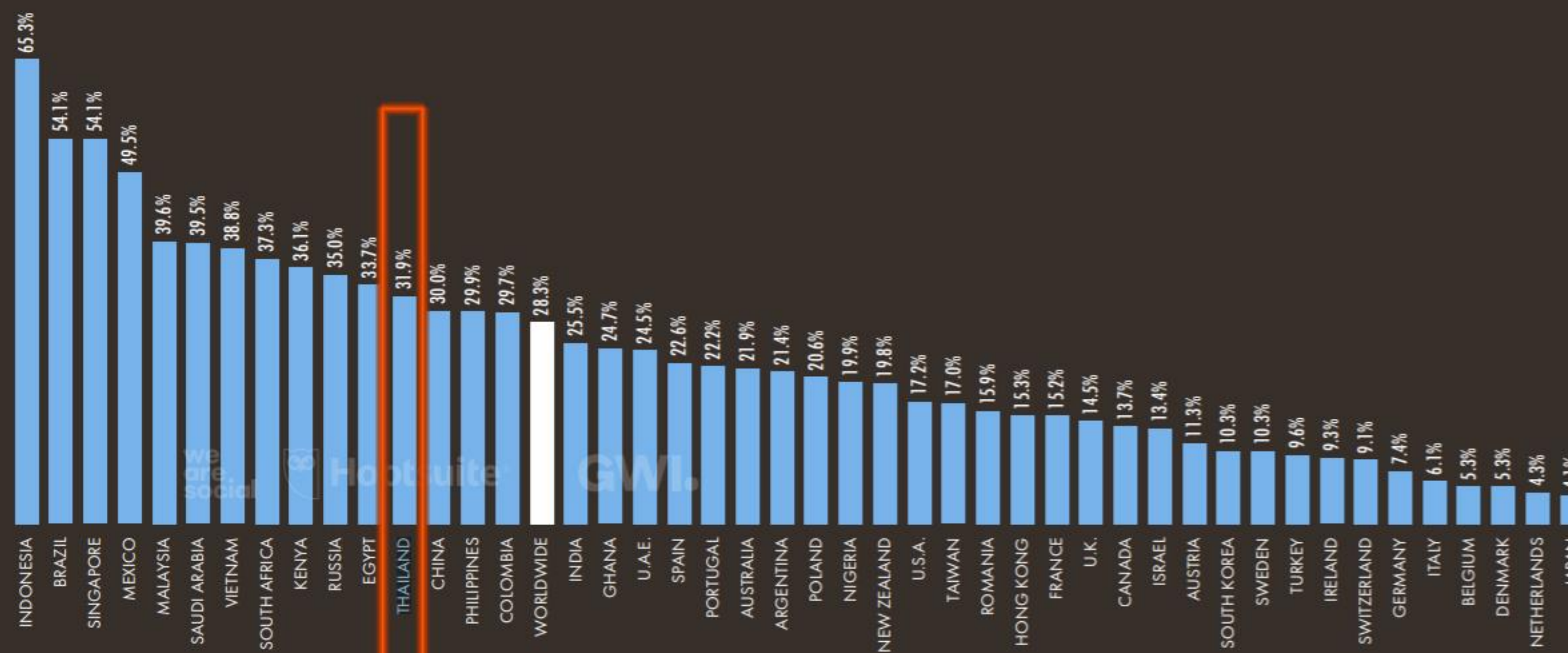


# คนไทย 31.9% ใช้ Ride-Hailing Apps

**JAN 2021**

## USE OF RIDE-HAILING APPS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO HAVE USED AN ONLINE RIDE-HAILING OR TAXI BOOKING SERVICE IN THE PAST MONTH



# World's Best Ride-Hailing App 2021



Addison Lee



Careem



CityMobil



FREE NOW



Gett



Grab



Lyft



Ola



การใช้ Digital  
เป็นเครื่องมือสื่อสารให้  
ประชาชนเข้าใจงานคมนาคม

คนไทย 99.9 % ใช้มือถือหาข้อมูล

ลองเข้า Website หน่วยงานตัวเอง

ด้วยมือถือดูว่า

จะหาข้อมูลอะไรได้

# Google™ Trends



<https://trends.google.com/>



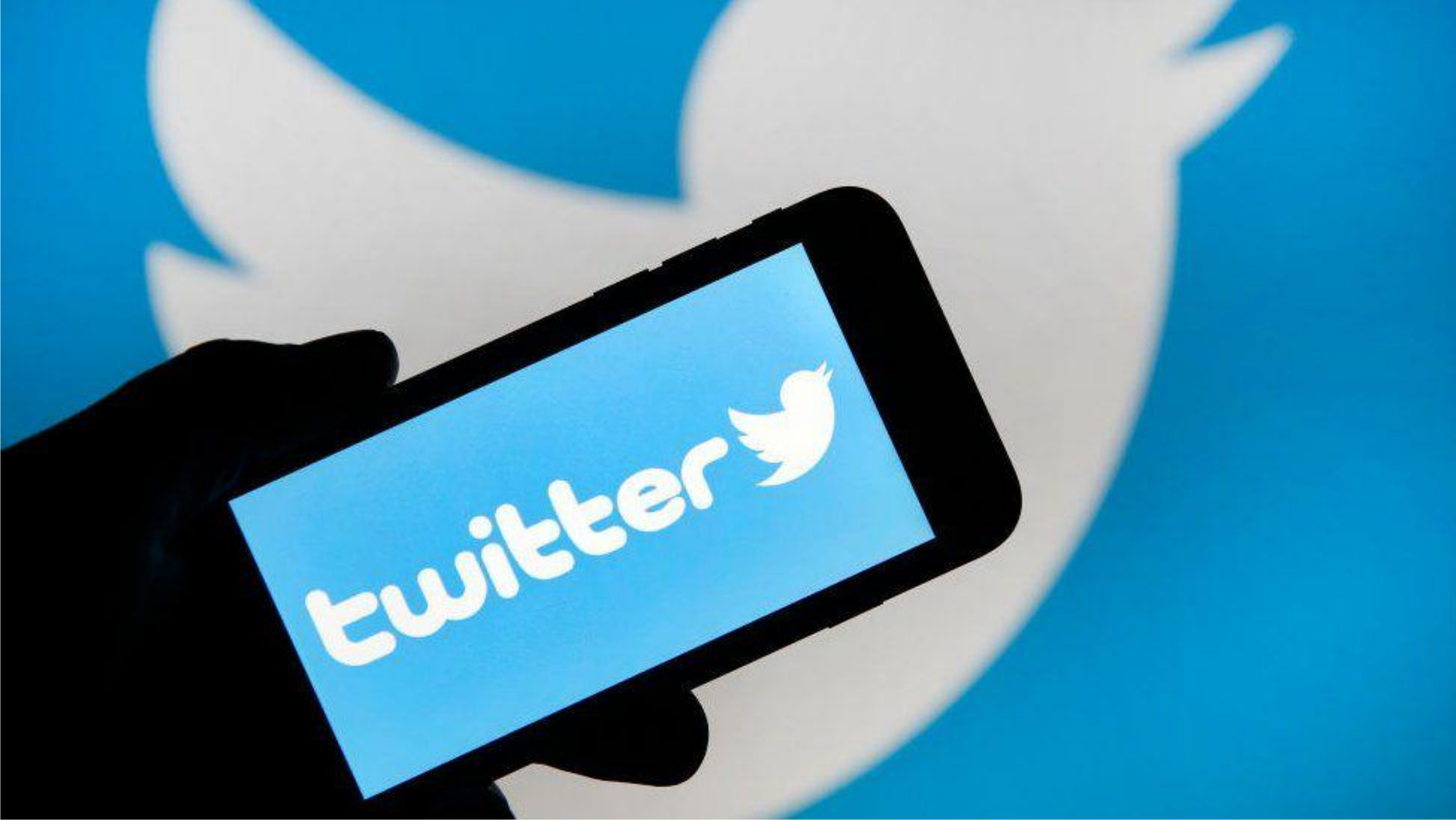
**Hotsearch**

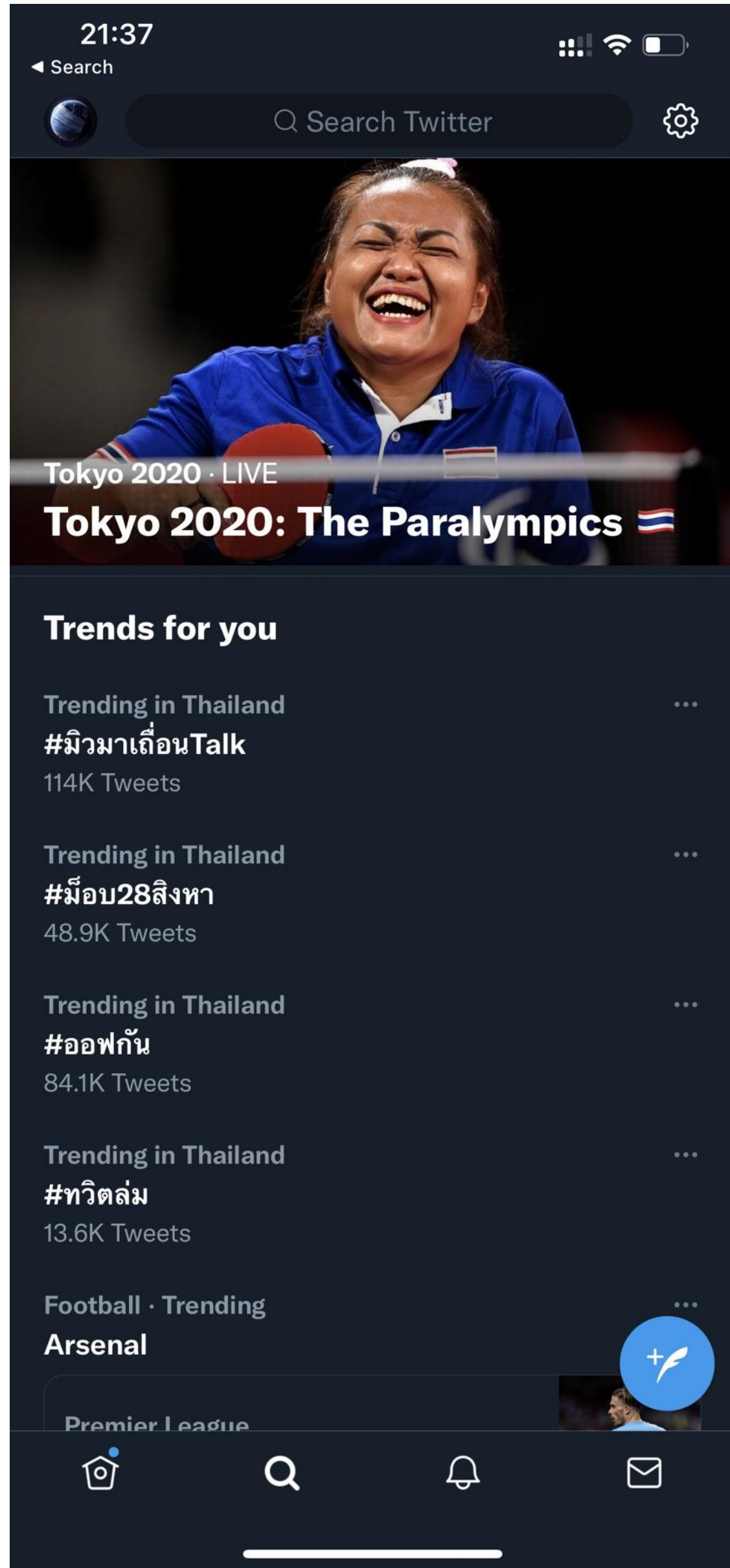
**<https://trends.google.com/trends/hottrends/visualize>**



<https://trends.google.com/trends/?geo=TH>

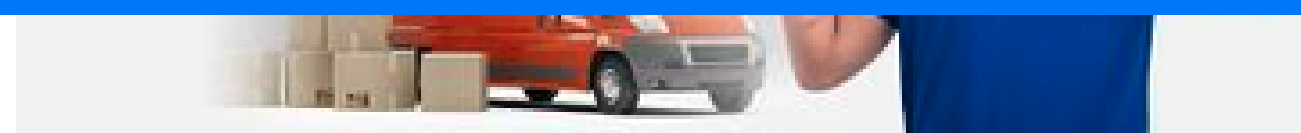
Trend







<https://getdaytrends.com/thailand/>



Homepro

คุณจะได้รับเครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อคุณเอง และของใช้ในบ้าน เราส่งให้ฟรี เพียงแค่ซื้อป 500.-

### Top Hashtags in Thailand



Most Tweeted

24h

7d

30d

Longest Trending

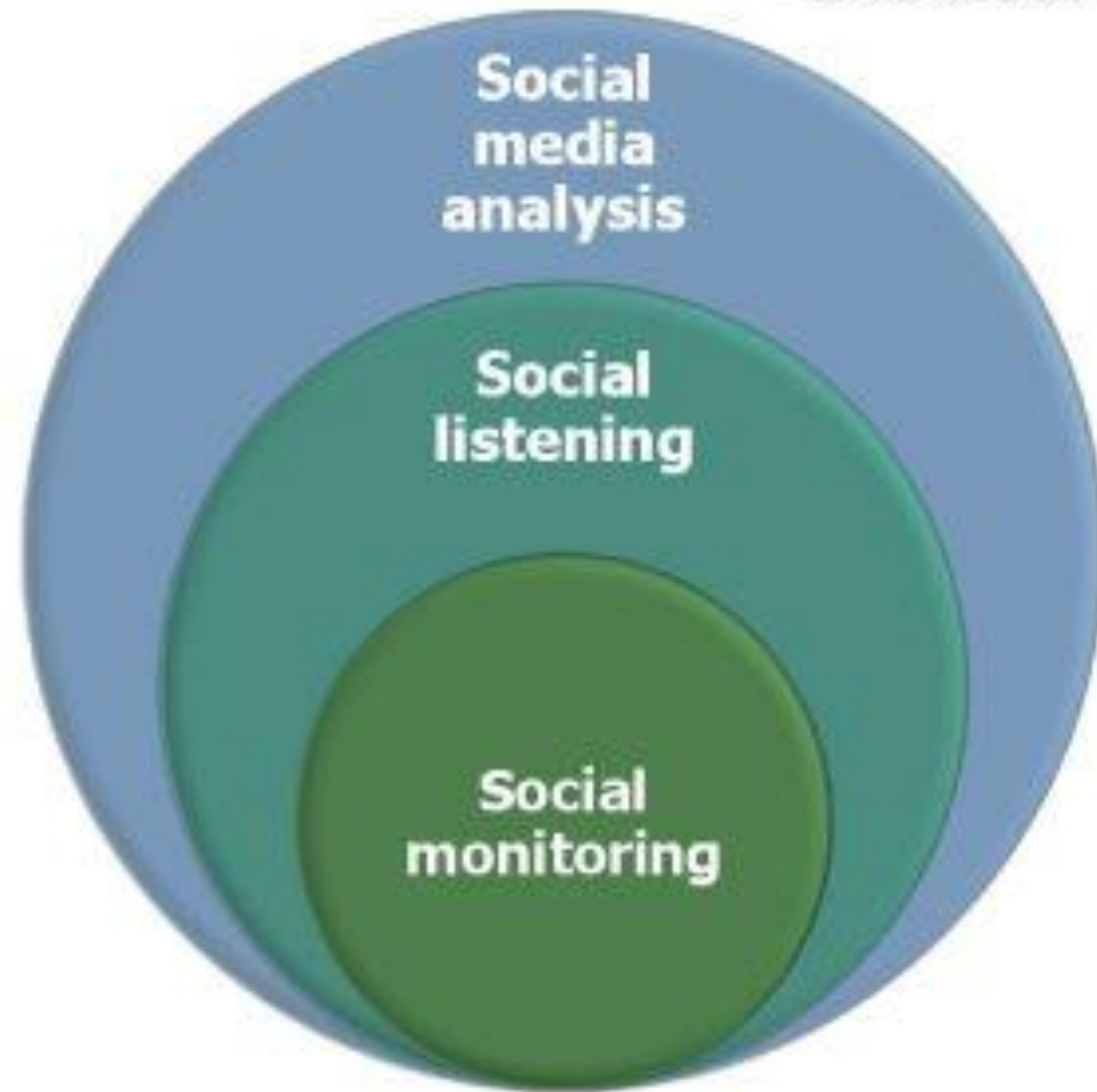
Year

		Total tweets	Record date
1	#BUTTERTHEEREMIX	2.1M	16 hours ago
2	#mufc	1.1M	20 hours ago
3	#LALISASolo	1.0M	2 hours ago
4	#Ronaldo	872.9K	20 hours ago
5	#ผู้กำกับโจ้	870.2K	19 hours ago
6	#방탄소년단	794.4K	1 day ago
7	#อิโจ้เล็กตอนหล	620.5K	16 hours ago

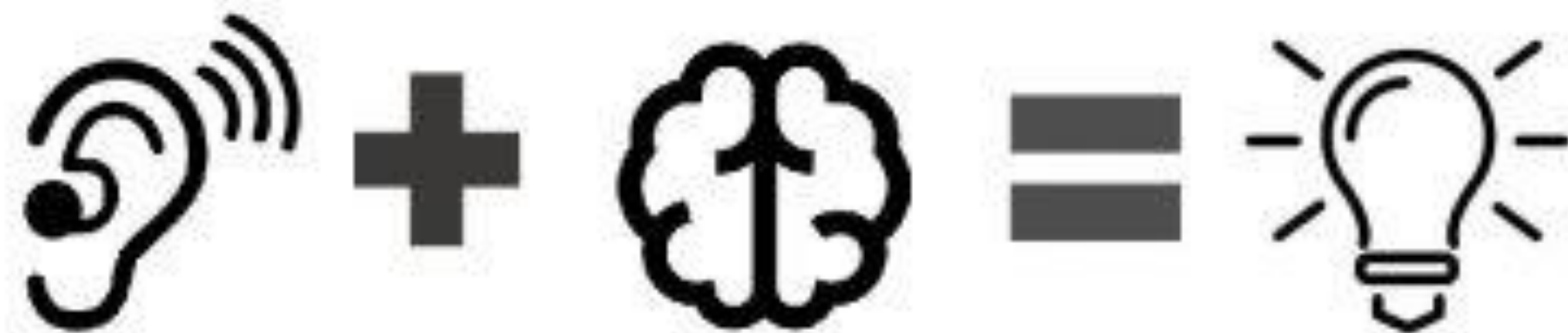
### Trending Now

- 1 #doten
- 2 #เอิร์ทมิทซ์
- 3 #loud
- 4 #OxecureLazlive...
- 5 #AboveOrdinary...
- 6 *Brighten*
- 7 *Arsenal*
- 8 *Official M*
- 9 #LANEIGEXINW...
- 10 #...

## Social media analysis is the key!



- Social listening and social monitoring are for data collection only
- Social media analysis determines the value of data
- Like ears are responsible for hearing sounds and brain is responsible for analyzing the resulting sound into meaningful information



# Listening vs Monitoring



## Social Listening

**Conducting** in-depth brand analysis  
**Zeros-in** on collaboration opportunities  
**Anticipates trends** before they happen  
**Planing** for the future based on findings

**VS**



## Social Monitoring

**Keeping track** mentions and specific keywords  
**Responding to online** conversations accordingly  
**A daily** and routine task  
**No long-term** strategy

## Social Monitoring vs Social Listening

- Social Monitoring สังเกตการณ์สนทนาทางโซเชียลมีเดียของลูกค้า เพื่อติดตามแบรนด์หรือแคมเปญในช่วงเวลาหนึ่ง โดยสามารถดู เก็บข้อมูล และเริ่มต้นทำ Data-Driven ได้ระดับหนึ่ง
- ส่วน Social Listening เกิดมาเพื่อรับฟังถึงการกล่าวถึงแบรนด์ สินค้า คีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับหมวดหมู่บริการของเราแบบเชิงรุก (Proactive) ตลอดจนสามารถดู Conversation แล้วเจาะได้ลึกถึงบริบท Deep Insight ได้ละเอียดมากกว่า Social Monitoring
- Social Monitoring และ Social Listening นั้นเหมาะสำหรับทั้ง B2B และ B2C ค่ะ แต่จะมีความต่างอยู่ที่ Social Listening เหมาะกับแบรนด์ที่ต้องการปั้นกลยุทธ์สำหรับแคมเปญในอนาคตมากกว่า เช่นการทำ Customer Research เพื่อสินค้ารุ่นถัดไป เพราะจะทำให้นักการตลาดไม่ต้องนั่งนึกเอาเองว่าลูกค้าคิดเห็นอย่างไร เช่นก่อนวางแผนทำสินค้าเกี่ยวกับกัญชงให้กับคนไทย เราควรเจาะและวิเคราะห์ก่อนว่า คนไทยคิดเห็นอย่างไรเรื่องกัญชง มีเทรนด์อะไรที่เกี่ยวข้องหรือใหม่ มีประเด็นไหนที่ควรหลีกเลี่ยงหรือนำมาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ค่ะ

**Social Monitoring** จะเป็นการดูแบบแคบ

แต่ **Social Listening** จะสามารถเจาะได้กว้างและลึกขึ้นมากกว่า

Social Monitoring ต้องการความรวดเร็วมาก ๆ เช่น การตอบคอมเมนต์ หรือ Complain เร่งด่วนเพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าและบริการได้ทันที ในขณะที่ Social Listening เหมาะในการหาโอกาสใหม่ ๆ เจาะบริบทความต้องการแบบที่กว้างกว่า แค่อัปเดตแต่แบรนด์ตัวเอง แต่ยังคงครอบคลุมไปถึงลูกค้าของกลุ่มคู่แข่งได้ด้วย

ปัจจุบันมีหลายเจ้าที่รวม **Social Monitoring** และ **Social Listening** เข้าด้วยกันแล้ว

- ตั้ง Keyword ที่ต้องการกวาดหาการพูดถึงได้
- ตรวจสอบยอด Engagement และ Mentions แยกตามแพลตฟอร์ม Facebook Twitter Instagram Webboard ฯลฯ
- แบ่ง Sentiment ข้อมูลว่าเป็นไปในในแง่ไหน ดี/ลบ ชอบ/โอน/จ่ายปลายทาง
- ตั้ง Alert ในกรณีที่พบเจอหัวข้อและคีย์เวิร์ดที่กำหนด และแบ่งเป็น Sentiment ได้ด้วย
- หา Insight และ Context จากข้อมูลการพูดถึงออกมาได้
- Competitor monitor เลือกมอนิเตอร์เป็น Fan Page ก็ได้โดยที่เพจนั้นต้องเป็น Page สาธารณะ

# **Social Monitoring Social Listening**

เราทำอะไร

# 1. ใช้ **Social Data** ในการทำ **Strategy**

รับฟัง Feedback รับฟังปัญหา หาทางแก้ไข

สร้างสินค้าหรือบริการใหม่ให้เหมาะสมกับผู้บริโภค

## 2. ใช้ Social data ในการหา Purpose

การหา Purpose ?

ว่าแบรนด์ของเราจะอยู่ไปทำไม?

อยู่ไปเพื่อตอบ โจทย์ปัญหาไหนในใจของลูกค้าได้บ้าง และ Purpose เนี่ยแหละที่เรา

สามารถหาได้จากข้อมูลบน โซเชียลด้วย ซึ่งบอกเลยว่าตรงนี้อาจจะไม่ใช้แค่

การ Monitor ดักฟังว่าคนพูดถึงแบรนด์เรายังไงอย่างเดียว แต่เป็นการฟังว่าคนพูดถึง

ปัญหาภาพใหญ่อย่างไร เพราะฉะนั้นตรงนี้เลือก Keywords ในการหา Social

Data ดีๆ

### **3. ใช้ Social data ในการหา Innovation Ideas**

**กลุ่มผิวขาวกับกลุ่มหน้าขาว**

## 4. ใช้ **Social data** ในการสื่อสาร

การหากลยุทธ์ในการสื่อสารกับลูกค้า ว่าควรจะเข้าถึงลูกค้ายังไง  
พูดคุยกับเค้าแบบไหน ช่องทางไหนบ้าง?  
ซึ่งตรงนี้ต้องบอกว่ามันคือการมองหา Angle อื่นๆ ของลูกค้า  
เพิ่มเติม ทั้งนี้ก็เพื่อเข้าใจบริบท Character ในการทำการสื่อสาร  
แบ่ง Segmentation ลูกค้าได้ และยิ่ง Targeting ได้ชัด ตามกลุ่ม

JAN  
2021

# DAILY TIME SPENT ON MEDIA

THE AVERAGE DAILY TIME\* THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND ON DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES



THAILAND

TIME SPENT USING THE  
INTERNET (ALL DEVICES)



8H 44M

TIME SPENT WATCHING TELEVISION  
(BROADCAST AND STREAMING)



3H 30M

TIME SPENT USING  
SOCIAL MEDIA



2H 48M

TIME SPENT READING PRESS MEDIA  
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



2H 23M

TIME SPENT LISTENING TO  
MUSIC STREAMING SERVICES



1H 34M

TIME SPENT LISTENING  
TO BROADCAST RADIO



0H 44M

TIME SPENT LISTENING  
TO PODCASTS



0H 56M

TIME SPENT PLAYING VIDEO  
GAMES ON A GAMES CONSOLE



1H 38M

JAN  
2021

# OVERVIEW OF INTERNET USE

KEY INDICATORS OF INTERNET ADOPTION AND USE



THAILAND

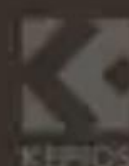
USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS

TOTAL NUMBER  
OF INTERNET USERS  
(ANY DEVICE)



**48.59**  
MILLION

INTERNET USERS AS  
A PERCENTAGE OF  
TOTAL POPULATION



**69.5%**

ANNUAL CHANGE  
IN THE NUMBER  
OF INTERNET USERS



**+7.4%**  
**+3.4 MILLION**

AVERAGE DAILY TIME USERS  
AGED 16 TO 64 SPEND  
USING THE INTERNET



**8H 44M**

PERCENTAGE OF USERS  
ACCESSING THE INTERNET  
VIA MOBILE DEVICES



**97.7%**

JAN  
2021

# TOP WEBSITES BY TRAFFIC (SEMRUSH)

RANKING OF TOP WEBSITES BASED ON TOTAL TRAFFIC VOLUME IN DECEMBER 2020, ACCORDING TO SEMRUSH



THAILAND

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	556M	29.9M	24M 14S	7.12
02	YOUTUBE.COM	329M	22.9M	44M 21S	6.18
03	FACEBOOK.COM	262M	23.5M	27M 33S	4.26
04	GOOGLE.CO.TH	191M	21.2M	18M 09S	8.06
05	PANTIP.COM	176M	26.9M	11M 49S	3.46
06	SANOOK.COM	142M	33.6M	10M 05S	2.46
07	KAPOOK.COM	86.5M	21.8M	9M 08S	2.42
08	SHOPEE.CO.TH	86.1M	23.1M	15M 24S	4.93
09	THAIRATH.CO.TH	77.2M	20.2M	7M 40S	2.01
10	GOOL.IN.TH	69.1M	5.15M	18M 50S	3.30

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
11	XVIDEOS.COM	67.2M	12.5M	20M 47S	10.92
12	LAZADA.CO.TH	61.1M	17.5M	12M 34S	6.00
13	XNXX.COM	60.7M	12.5M	21M 08S	12.04
14	SIAMSPORT.CO.TH	57.5M	5.48M	8M 25S	3.41
15	WIKIPEDIA.ORG	49.9M	13.9M	9M 19S	2.04
16	PORNHUB.COM	49.0M	9.10M	15M 15S	9.83
17	MGRONLINE.COM	43.4M	10.6M	10M 58S	2.20
18	TRUEID.NET	36.7M	17.3M	8M 58S	1.74
19	LINE.ME	32.8M	10.8M	21M 57S	2.53
20	HUAY.COM	32.3M	1.35M	52M 57S	25.88



**JAN  
2021**

# SOCIAL MEDIA USE

USE OF SOCIAL NETWORKS AND MESSENGER SERVICES, WITH DETAIL FOR MOBILE SOCIAL MEDIA USE

 DATA ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS DUE TO CHANGES IN DATA SOURCES. USER NUMBERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS.



THAILAND

TOTAL NUMBER OF  
ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS\*



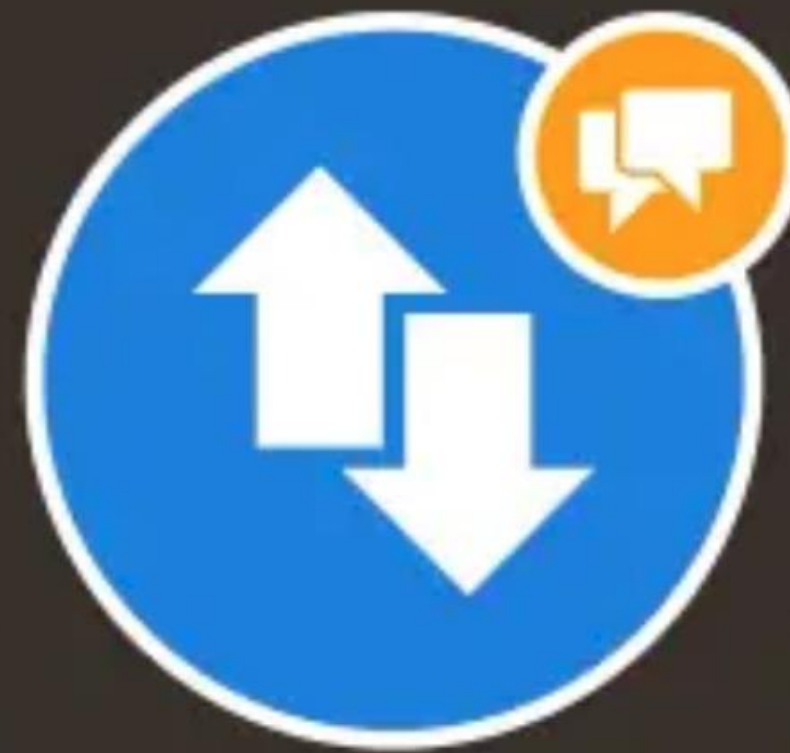
**55.00**  
MILLION

SOCIAL MEDIA USERS  
AS A PERCENTAGE OF  
THE TOTAL POPULATION



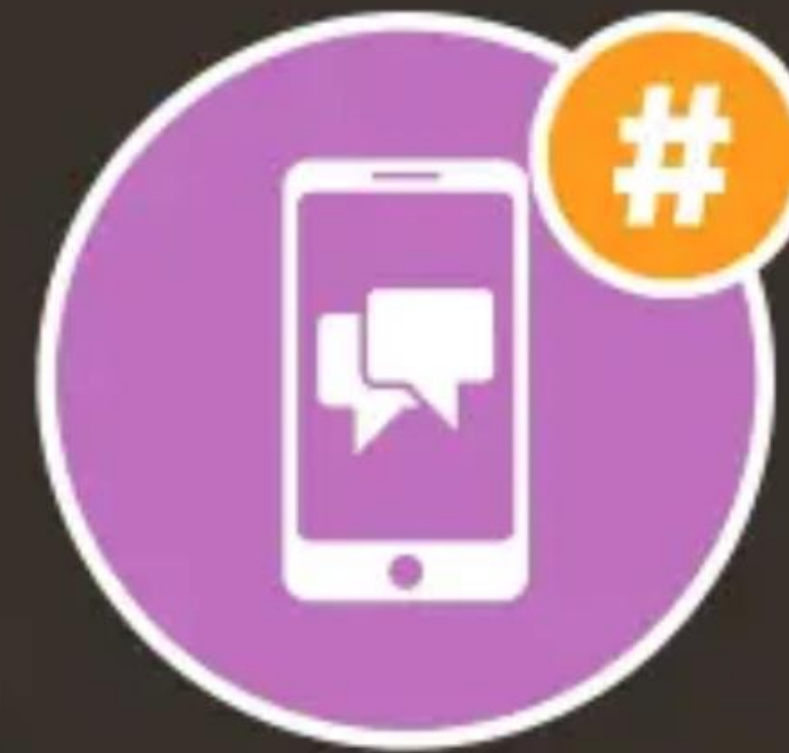
**78.7%**

ANNUAL CHANGE  
IN THE NUMBER OF  
SOCIAL MEDIA USERS



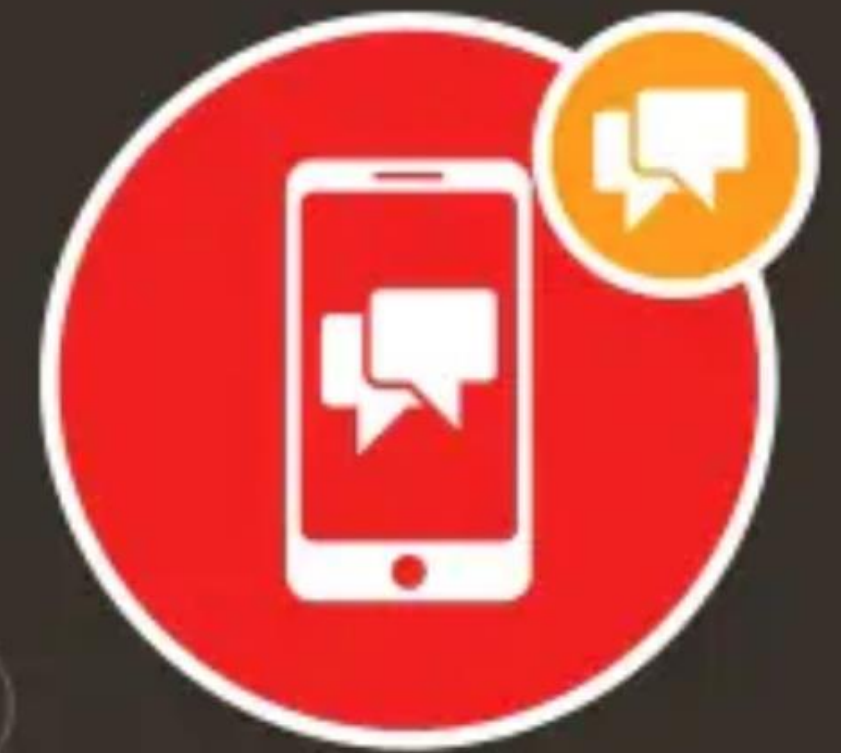
**+5.8%**  
**+3.0 MILLION**

NUMBER OF SOCIAL  
MEDIA USERS ACCESSING  
VIA MOBILE PHONES



**54.62**  
MILLION

PERCENTAGE OF TOTAL  
SOCIAL MEDIA USERS  
ACCESSING VIA MOBILE



**99.3%**

we  
are  
social

KEPIOS

88



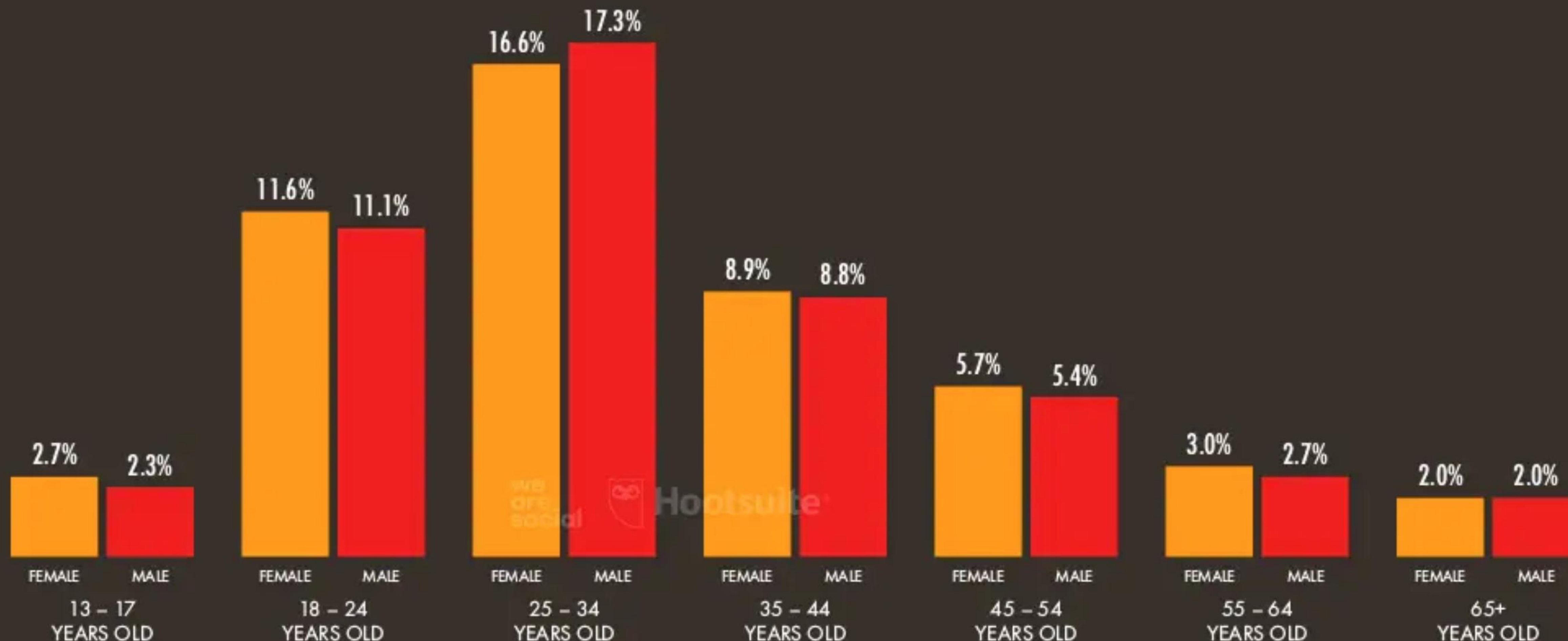
JAN  
2021

# SOCIAL MEDIA: ADVERTISING AUDIENCE PROFILE

SHARE OF THE AUDIENCE THAT MARKETERS CAN REACH WITH ADVERTS ON SOCIAL MEDIA BY AGE GROUP AND GENDER\*



THAILAND



JAN  
2021

# THAILAND

ESSENTIAL HEADLINES FOR MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE



THAILAND

CHANGES TO DATA SOURCES FOR INTERNET USERS AND SOCIAL MEDIA USERS MEAN THAT VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS

TOTAL  
POPULATION



**69.88**  
MILLION

URBANISATION:

**51.8%**

MOBILE  
CONNECTIONS



**90.66**  
MILLION

vs. POPULATION:

**129.7%**

INTERNET  
USERS



**48.59**  
MILLION

vs. POPULATION:

**69.5%**

ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



**55.00**  
MILLION

vs. POPULATION:

**78.7%**

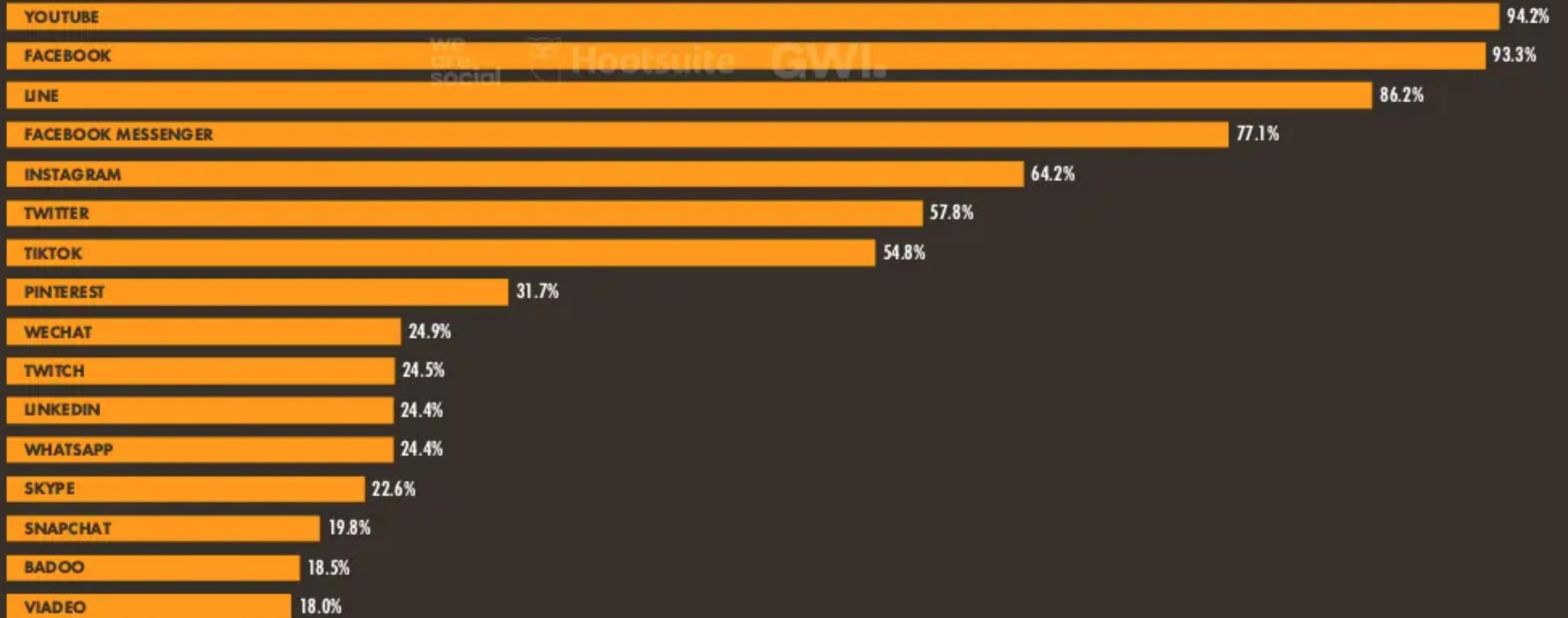
JAN  
2021

# MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 THAT HAS USED EACH PLATFORM IN THE PAST MONTH



THAILAND



# หม้อทอดไร้น้ำมัน

Mentions : 18,490 / 300,000

1.85% of Account mentions limit

6.16% of Campaign limit.



Keywords : Product

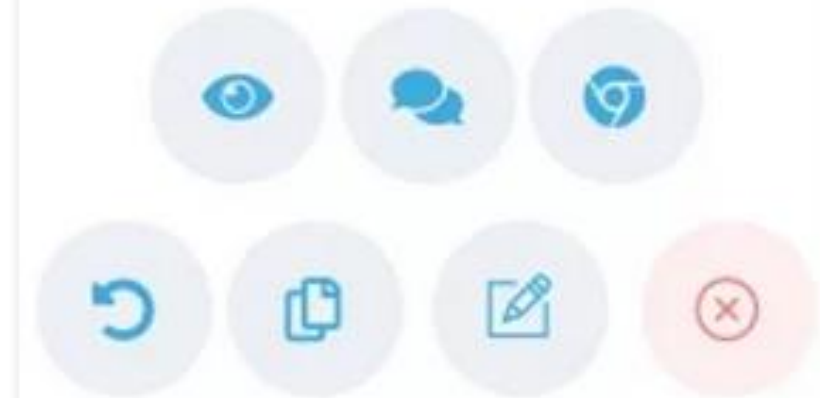
หม้ออบลมร้อน หม้อทอดไร้น้ำมัน หม้อทอด

Keywords : Food

หม้อทอด+ไข่ หม้อทอด+ไก่ หม้อทอด+หมูกรอบ หม้อทอด+กุ้ง

01/03/2020 31/10/2020

Active



All

Facebook

Twitter

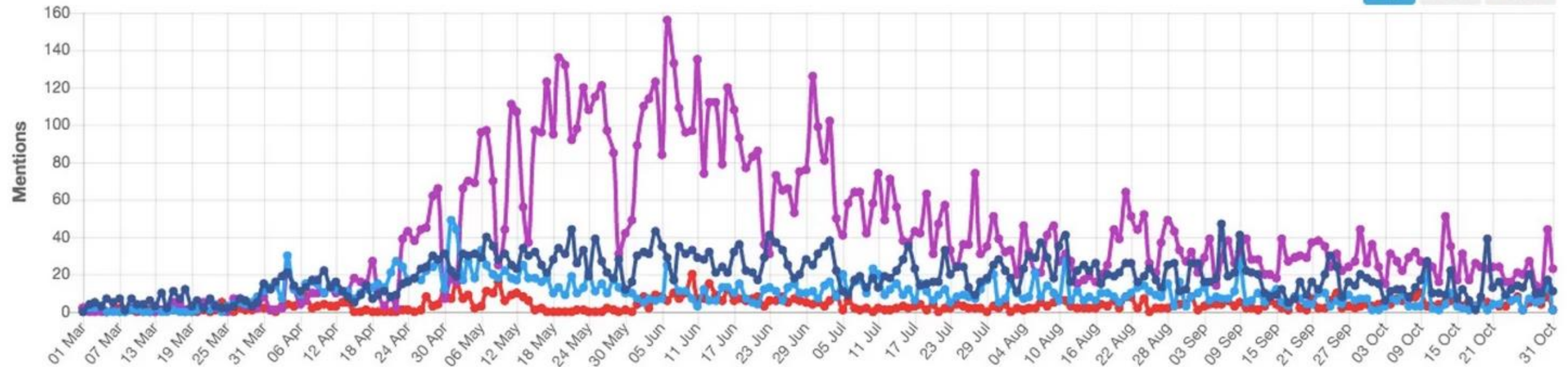
Instagram

YouTube

Days

Weeks

Months



Overall



18,265



Facebook



4,634



Twitter



2,479



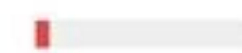
Instagram



10,235



YouTube



917

# 5. ใช้ Social data ในการพัฒนาแบรนด์

15ชม.  
เบาะแสผู้ก่อเหตุ ดึงใจมาทำเรื่อง ถอดป้ายทะเบียนรถออก

ได้รับความนิยมใน ไทย  
#แบนfoodpanda  
1.21M ทวิต

foodpanda Thailand  
@foodpanda\_th

กำลังตอบกลับถึง

ทางเราจะเร่งดำเนินการตามกฎหมายระดับเด็ดขาดของบริษัท โดยให้พนักงานเป็นพนักงานทันที ขอเรียนให้ทราบว่า ทางฟู้ดแพนด้ามินโยบายต่อต้านความรุนแรงและการก่อการร้ายทุกรูปแบบ และยินดีช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ในการดำเนินคดีต่อคนร้ายอย่างเต็มที่ค่ะ

6:26 หลังเที่ยง · 18 ก.ค. 2021 · Twitter Web App

งดการให้บริการผ่าน Foodpanda 🐼🐼  
ร้านเรานั้น ไม่สนับสนุนต่อ แอปฯ ที่มีท่าทีต่อการ สนับสนุนการใช้ความรุนแรง

ขออภัย ในความไม่สะดวก ครับ

โปรดอ่านทางร้านเราขออภัยที่แบน foodpanda และ จะยกเลิกใช้ฟู้ดแพนด้า และทางร้านจะจับตาดูหาเคสที่ผิด และถูกลงกว่าคืน ให้ลูกค้าโดยเร็วที่สุด

#แบนfoodpanda #!!! #ขามกีนอกเคก

งดการให้บริการผ่านฟู้ดแพนด้า  
จนกว่าทางจะตาสว่าง

ประกาศ !!!

งดเข้าร่วมการให้ บริการกับแอปนี้และงด ให้และงด ใช้บริการ

## 6. ใช้ Social data ในการดึงดูลูกค้า

 **สั่งของทักเดมเลยน้ำ** 📧 @nubbnib... · 10m ...  
#ทวิตล่ม #5เดนนรก #ดาราสลิม #เอิร์ทมิกซ์  
#ปัญเจนนิชรุ้ #ใช้ดีบอกต่อ #เจนนิเฟอร์คิม

 **สั่งของทักเดมเลยน้ำ** 📧 @nubb... · 1d  
ทุกคน น่องกรอบสีนู้บนี้ไปหมด 🍩 ✨  
🛼 🍦 ราคาตอนนี้ดีมากก 199.-  
เท่านั้น!! สนใจเดมเลยน้ำ (รอ  
ประมาณ15-20วันนะคะ)  
[Show this thread](#)



 1   1 

มีเครื่องมือในการฝ้าฟัง  
ฝ้าติดตาม สื่อสังคมออนไลน์  
ทั้งฟรีและเสียเงิน

# 1. TweetDeck

The image shows a screenshot of the TweetDeck interface, which is a multi-column social media dashboard. It is divided into four main columns:

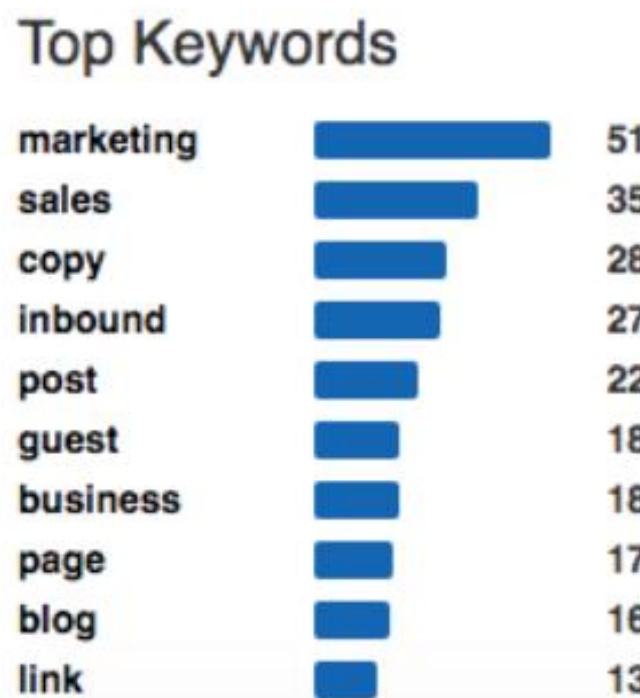
- Column 1 (Search):** Filtered by "@hubspot #CS". It shows three tweets, including a reply from Paulina Rendón A. and a retweet from Kaarina Kvaavik.
- Column 2 (User):** Filtered by "User @soph\_bern". It shows a tweet from Sophia Bernazzani with a quote from Erica Moss and another tweet from Sophia Bernazzani about "Excited for the Future of Meat".
- Column 3 (@ Mentions):** Filtered by "@ Mentions @soph\_bern". It shows tweets from Jaime Shine and Matt Diederichs.
- Column 4 (Notifications):** Filtered by "Notifications @soph\_bern". It shows notifications from IMSphere and KP Kelly.

Each tweet includes the user's profile picture, name, handle, and timestamp. Some tweets include images or links. The interface also features search, filter, and refresh icons for each column.

# 2. Social Mention

rch [Advanced Search](#)  
[Preferences](#)

<b>7%</b> strength	<b>5:1</b> sentiment
<b>13%</b> passion	<b>13%</b> reach
5 hours avg. per mention	
last mention 4 hours ago	
19 unique authors	
0 retweets	



## Mentions about inbound marketing

Sort By:  Results:  Results 1 - 15 of 29 mentions.

- [How to Get the Right Mindset for Prospecting and Sales](#)  
Inbound, inbound, inbound - that's marketing rally cry for that last few years. But a funny thing happened on the way to all this inbound marketing activity - outbou...  
<https://www.ducttapemarketing.com/mindset-sales-prospecting/>  
4 hours ago - on [topix](#)
- [Internet Marketing Help - P -when A Webpage Is Viewed, It Is Downloaded From The Webhosts Server For You To See.](#)  
For you to be able to utilise this, you should be looking to gain a large targeted following on tweets your post on Twitter which [...]  
[https://tradeinternetmarketing.wordpress.com/2017/08/24/internet-marketing-help-p-when-a-webpage-is-14 hours ago - by tradeinternetmarketing on \[wordpress\]\(#\)](https://tradeinternetmarketing.wordpress.com/2017/08/24/internet-marketing-help-p-when-a-webpage-is-14-hours-ago-by-tradeinternetmarketing-on-wordpress)
- [Certifications](#)  
Google Analytics Individual Qualification Valid until Feb 2019 Google AdWords Display Valid until Aug 2018 HubSpot Inbound Certification Valid until Sep 2019 HubSpot...  
[brazendoots.com/certifications/](http://brazendoots.com/certifications/)  
15 hours ago - by brazendoots on [wordpress](#)
- [Internet Marketing Help - P -when A Webpage Is Viewed, It Is Downloaded From The Webhosts Server For You To See.](#)  
For you to be able to utilise this, you should be looking to gain a large targeted following on tweets your post on Twitter which [...]  
[https://playinternetmarketing.wordpress.com/2017/08/24/internet-marketing-help-p-when-a-webpage-is-v-16 hours ago - by playinternetmarketing on \[wordpress\]\(#\)](https://playinternetmarketing.wordpress.com/2017/08/24/internet-marketing-help-p-when-a-webpage-is-v-16-hours-ago-by-playinternetmarketing-on-wordpress)

# Social Mention

### 3. TweetReach

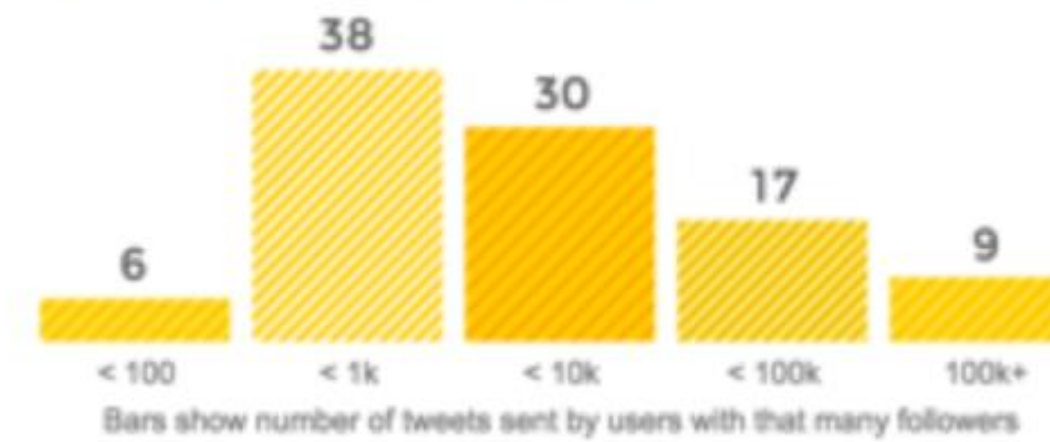
#### TWEETREACH SNAPSHOT FOR holiday marketing

##### ESTIMATED REACH

**3,266,114**  
ACCOUNTS REACHED

##### EXPOSURE

**3,803,698** IMPRESSIONS

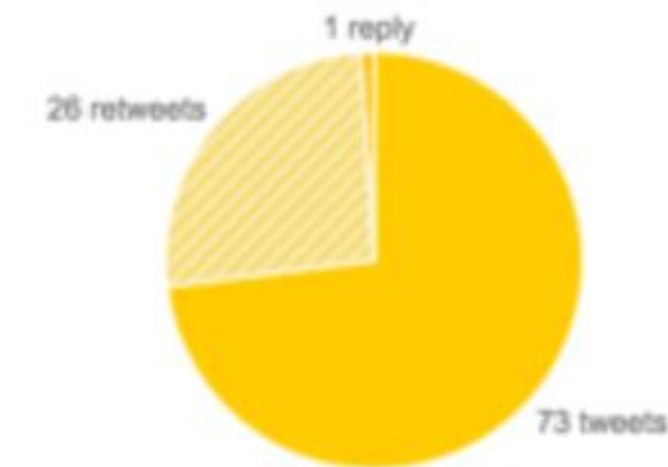


##### ACTIVITY

**100**  
TWEETS

**96**  
CONTRIBUTORS

**2**  
HOURS










[TweetReach](#)

# 4. Followerwonk

## Twitter users with "กระทรวงคมนาคม" in their profiles

Showing 1 - 9 of 9 results (order by [relevance](#))

No filters	screen name	real name	tweets	following	followers	accoun
follow		<b>@md_pr_th   กรมเจ้าท่า</b> Public Relations Section, Marine Department, Thailand ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม (Official Tweet)	159	93	252	8
follow		<b>@Banchadesign   Design_DRR</b> ช่างประชาสัมพันธ์สำนักสำรวจและออกแบบ กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม	14	66	5	6
follow		<b>@drr_ruralroads   กรมทางหลวงชนบท</b> กรมทางหลวงชนบท กระทรวงคมนาคม สอบถามเส้นทาง สายด่วน : 1146	1,943	55	202	3
follow		<b>@Mecha_Doh   สำนักเครื่องกลและสื่อสาร กรมทางหลวง</b> หน่วยงานราชการ สังกัดกรมทางหลวง กระทรวงคมนาคม	323	38	22	
follow		<b>@MOTOOneTransport   ประชาสัมพันธ์กระทรวงคมนาคม</b> ✓ ข้อมูลข่าวสารกระทรวงคมนาคม Ministry of Transport	977	22	6,358	2
follow		<b>@0AMPHETAMINE0   AMPHETAMINE KING</b> ทำงานอินเทอร์เน็ตกระทรวงคมนาคม, รัฐสภา	1	7	1	8
follow		<b>@highwayweighs   สำนักงานควบคุมน้ำหนักยานพาหนะ กรมทางหลวง</b> สำนักงานควบคุมน้ำหนักยานพาหนะ กรมทางหลวง กระทรวงคมนาคม 2/486 ถนนศรีอยุธยา แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400	430	3	38	8

[Followerwonk](#)

## 5. SumAll

## SumAll

	Thursday		Friday
<b>Tweets</b>	0	--	0
			Prior Week 1
<b>Following</b>	732		732
			Prior Week 706
<b>Followers</b>	351		349
			Prior Week 321
<b>Mentions</b>	0	--	0
<b>Mention Reach</b>	0	--	0

# 6. Mentionmapp

# Mentionmapp

Mentionmapp



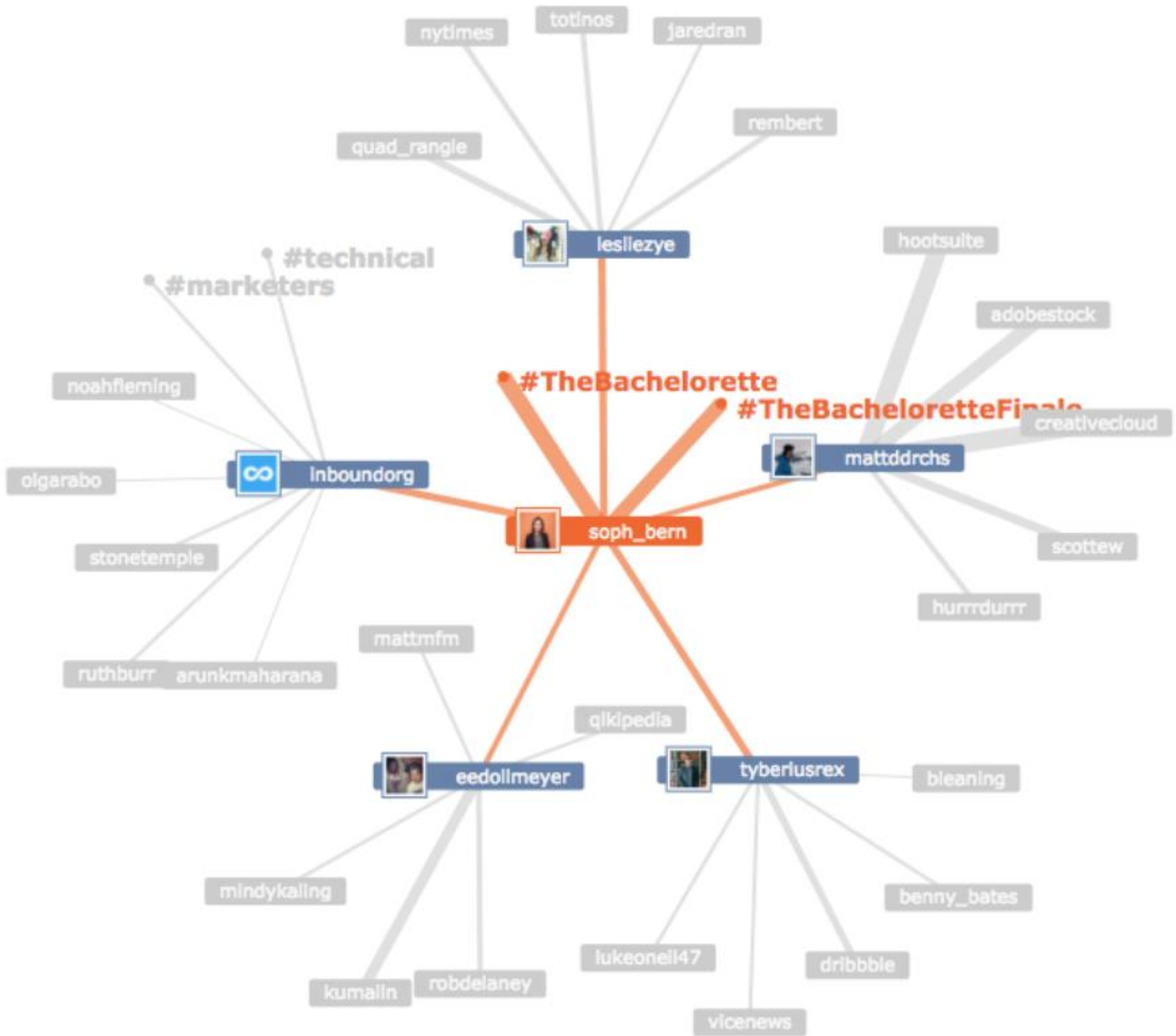
Retweetmapp



Retweetcloud



Saved Tweets



## 7. Lithium (formerly Klout)



Lithium

## 8. Hootsuite




## Hootsuite

The screenshot displays the Hootsuite dashboard interface. At the top, there is a navigation bar with a 'Compose message...' field and a 'Composer BETA' button. Below this, the dashboard is divided into several columns. The leftmost column shows a 'Home' feed for the user 'soph\_bern', featuring a tweet from Washington Post and a tweet from Hootsuite. The middle column is a search feed for 'HubSpot Search soph\_bern', displaying a tweet from Tom Schwab (@TMSchwab) about podcast interviews and a promotional graphic for a book titled 'Podcast Guest Profits' by Thomas M. Schwab. The rightmost column shows a tweet from Iñaki Tovar (@seomental) about using Instagram stories for business. The Hootsuite tweet in the left column includes a large blue graphic with the text '#HootChat Q2 What qualities does an attractive social advertisement have?'.

**Hootsuite** works like TweetDeck -- but for all of your social networks. From your Dashboard, you can carry out social monitoring, scheduling, campaigns, and analytics -- all in one place. Hootsuite integrates with Twitter, LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube, and Google+, and although it's free for individuals' accounts, businesses and enterprises have to purchase paid versions.

## 9. Boardreader

### Boardreader

**boardreader**<sup>®</sup>    

Results 1 - 10 of 328 for **inbound marketing** (0.053 seconds).

#### Hubspot and **inbound marketing**

Posted 18 days ago by mauser96 - 1 post

...know little about **marketing** and thus even less about "**inbound marketing**" ( ...AKA and maybe better described as Permissive **Marketing**,) ...links <http://www.inboundmarketinginc.com/inbound-marketing-example...> <https://www.slideshare....net/hungnmhq/32-enviable-inbound-mark...> and most useful...of-busines... Is conventional **marketing** broken with the rise ...

Source: The Motley Fool Discussion Boards    Forum: Saul's Investing Discussions

#### **WD** RE: What exactly is Digital Marketing as opposed to Regular Marketing?

Posted 2 months ago by jennypitula - 6 posts

... are many facets of traditional **marketing** and examples might include tangible... technology continues to advance, digital **marketing** will as well. Examples of... digital **marketing** include things like websites, social..., and banner ads. Specifically, digital **marketing** is similar to traditional advertising.... However, digital **marketing** is considered a form of **inbound marketing** and its goal...

Source: WebDeveloper.com    Forum: Search Engines

# 10. BuzzSumo

## BuzzSumo

		FACEBOOK ENGAGEMENTS	LINKEDIN SHARES	TWITTER SHARES
<p><a href="#">7 Trends That Will Change Social Media in 2017</a>  Save</p> <p>hubspot.com - More from domain</p> <p>By Sophia Bernazzani - Jan 13, 2017</p>	<p> View Backlinks</p> <p> View Sharers</p> <p> Share</p>	<p>2K</p>	<p>2.6K</p>	<p>2.1K</p>
<p><a href="#">8 Signs of Emotional Intelligence in Leadership</a>  Save</p> <p>hubspot.com - More from domain</p> <p>By Sophia Bernazzani - May 25, 2017</p>	<p> View Backlinks</p> <p> View Sharers</p> <p> Share</p>	<p>927</p>	<p>1.7K</p>	<p>2.9K</p>


# 11. Google Alerts

## [Google Alerts](#)



### Alerts

Monitor the web for interesting new content



---

My alerts (7) 



---

hubspot blog  

---

hubspot sales  

---

hubspot marketing  



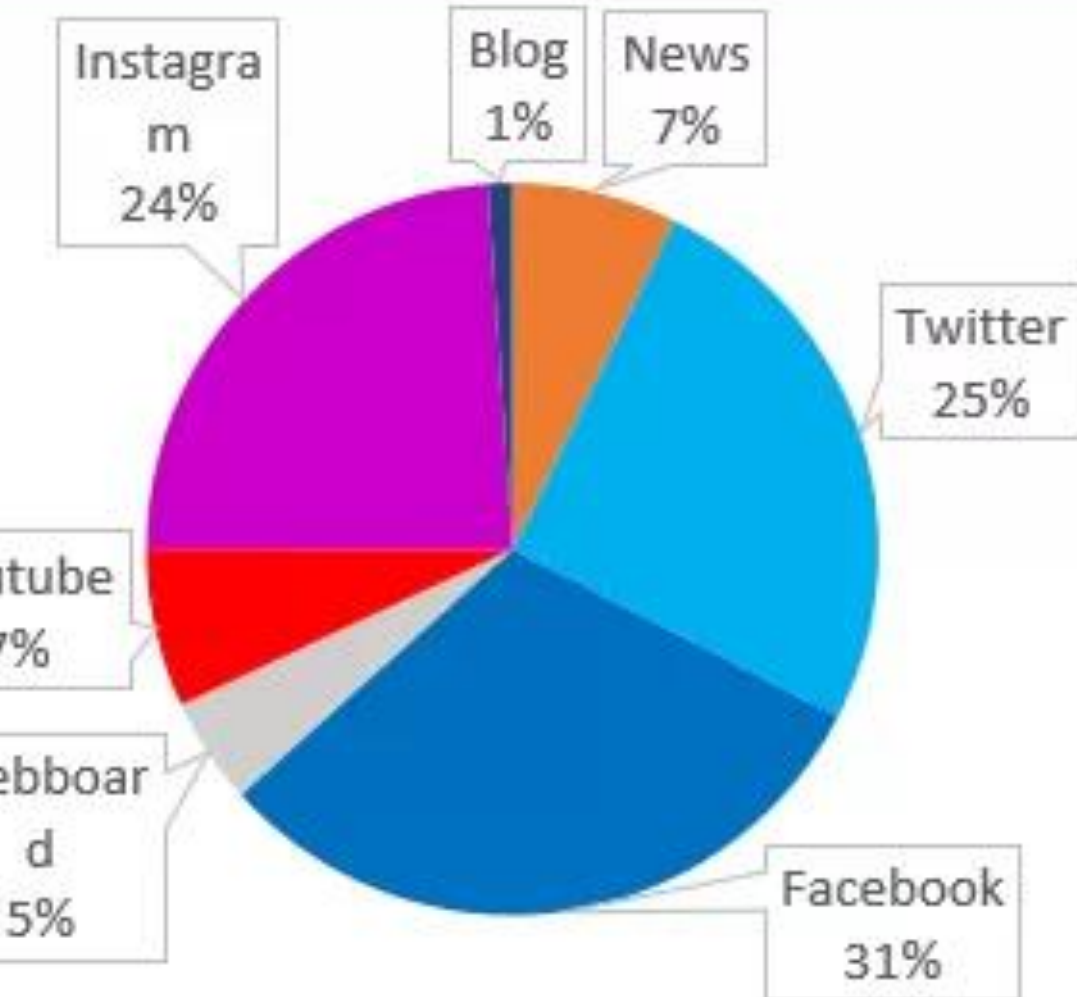
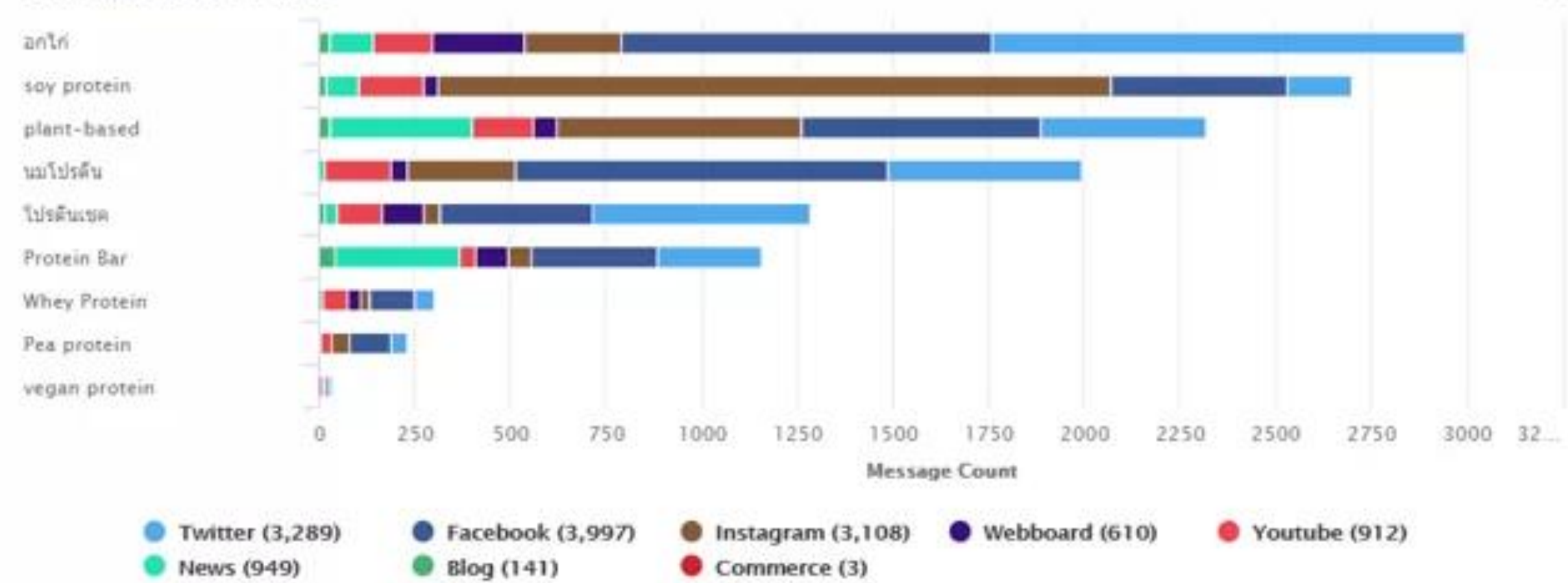
# 12. Native Analytics Tools

## [Twitter Analytics](#)

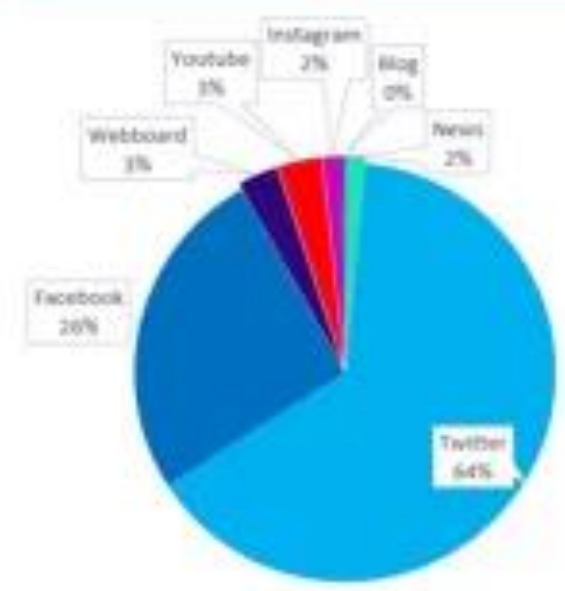


# ใช้ Social Listening Tools ดู Insight แนวโน้มของคนไทยที่พูดถึง "โปรตีน"

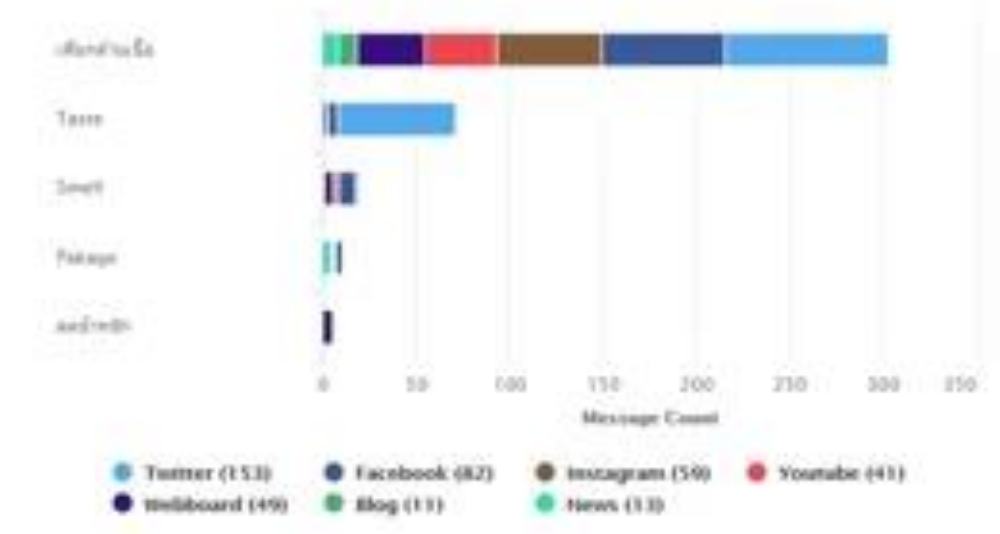
TOTAL MESSAGES BY TAGS



Gender Time Density



TOTAL MESSAGES BY TAGS



ทำทุกอย่างให้ง่ายที่สุด  
สำหรับประชาชน