

New Media Statistics

สถิติบริการสื่อใหม่

1-31 มกราคม 2562



Instagram

[Instagram.com/ThaiPBS](https://www.instagram.com/ThaiPBS)

METHODOLOGY

CHANNEL & PERIOD

Period : 1-31 Jan. 2019



Facebook

@ThaiPBSFan
@AMARINTVHD
@Thairath
@PPTVHD36
@Workpoint

Twitter

@ThaiPBS
@NationTV22
@Thairath_News
@Voice_TV
@SpringNews_TV



Instagram

@ThaiPBS
@PPTVHD36
@Thairath
@Voicetv
@Springnewstv



YouTube

/ThaiPBS
/NationTV22
/ThairathOnline
/VoiceTVHD
/PPTVThailandChannel



Instagram Fan Growth จำนวนการเติบโตของผู้ติดตามเทียบกับแบรนด์สื่อกลุ่มเดียวกัน

สถิติผู้ติดตาม ณ 31 ม.ค. 196,048 Followers (+10,784)

■ มีอัตราการเติบโตสูงกว่า ThaiPBS
■ มีอัตราการเติบโตต่ำกว่า ThaiPBS

NO.	USERNAME		Jan.19	Dec.18	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1		Thairath ไทยรัฐ	1,765,309	1,735,823	1.70
2		ThaiPBS ไทยพีบีเอส	196,048	185,264	5.82
3		Voicetv วอยซ์ทีวี	114,018	113,261	0.67
4		PPTVHD36 พีพีทีวี	91,966	85,606	7.43
5		SpringNewsTV สปริงนิวส์ทีวี	89,383	83,051	7.62

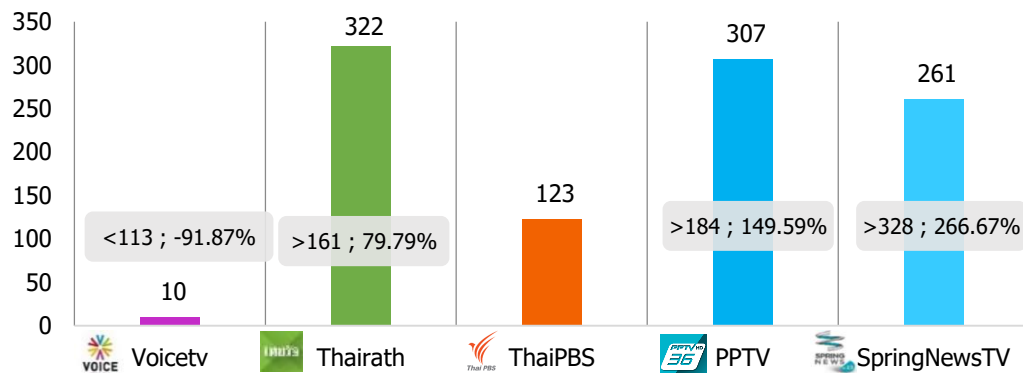
<< เปลี่ยนแบรนด์คู่แข่งจาก NationTV22 เป็น PPTV

Instagram ประสิทธิภาพการโพสต์คอนเทนต์ ในแต่ละแบรนด์

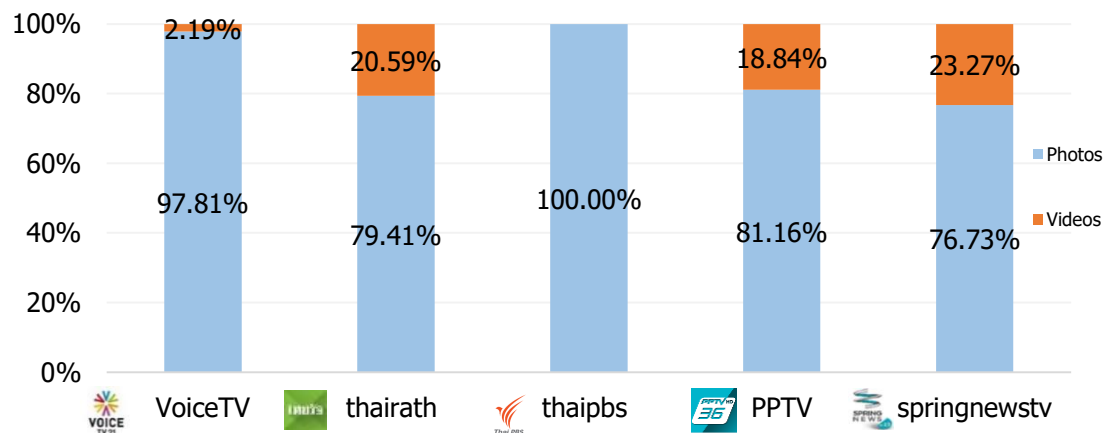
เปรียบเทียบปริมาณการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

■ จำนวนการโพสต์เมื่อเปรียบเทียบกับ ThaiPBS

No. of post



เปรียบเทียบการกระจายประเภทการโพสต์



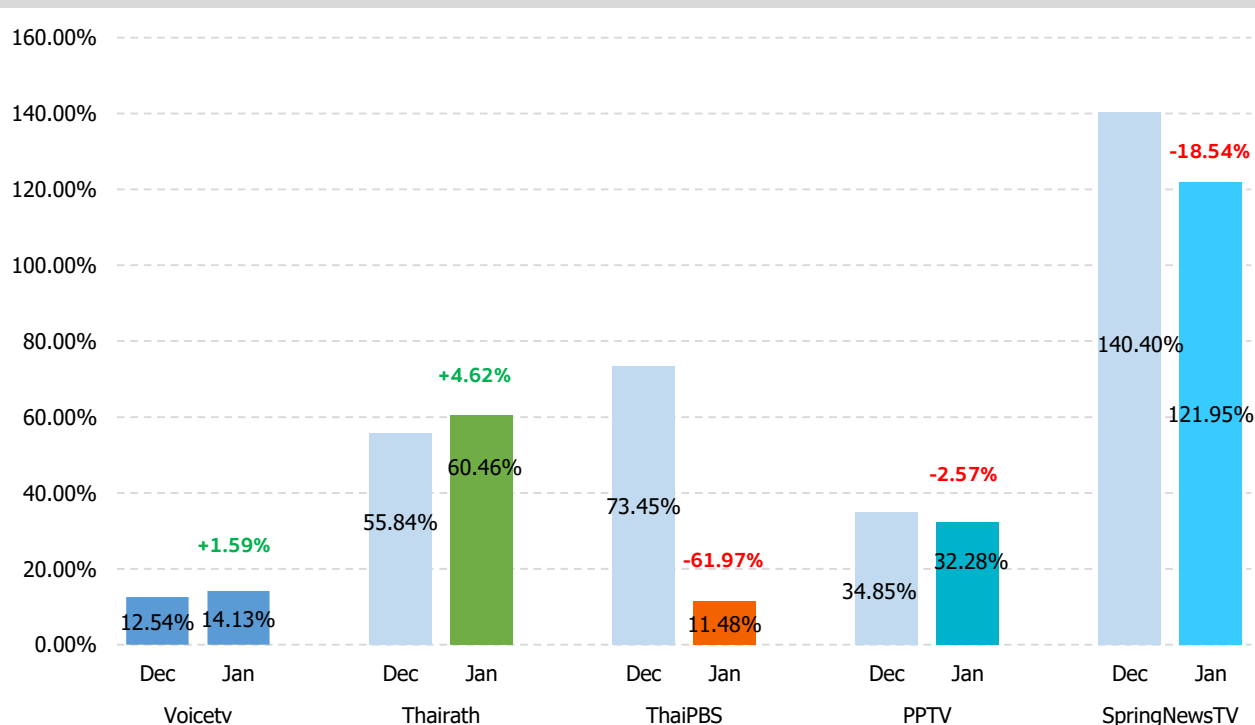
KEY FINDING

- ThaiPBS** เดือน ม.ค. ThaiPBS มีปริมาณการโพสต์ 123 โพสต์ เนื่องจากในเดือนนี้ ThaiPBS มีการโพสต์น้อย เมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ ซึ่งค่อนข้างห่างจากสื่ออื่นค่อนข้างสูง ในเดือนต่อไป ThaiPBS ควรเพิ่มจำนวนการโพสต์ให้สูงขึ้นโดยตลอดทั้งเดือนควรโพสต์อยู่ที่ 200-300 โพสต์ และควรมีการโพสต์ประเภทวิดีโอเพิ่ม วิดีโอควรเป็นแนวให้ความรู้ และรูปภาพควรเน้นรูปภาพสวยงาม มีข้อความน้อยอ่านง่าย
- PPTV** ในเดือนนี้มีปริมาณการโพสต์ 307 โพสต์ เนื่องจากในเดือนนี้ PPTV เน้นโพสต์โปรโมทรายการของทางช่องเป็นส่วนใหญ่ เช่น ก๊กคู่สงครามเพลงเงินล้าน ทำให้ PPTV มีจำนวนการโพสต์สูงกว่า ThaiPBS 184 โพสต์ เป็นสื่อเดียวที่มีการโปรโมทรายการสูง เนื่องจากเป็นรายการที่ได้โยกย้ายมาจากช่องอื่น หากมีการโปรโมทมากเท่าไรก็จะทำให้ดึงดูดผู้ติดตามได้เพิ่มขึ้น เช่น รายการก๊กคู่สงครามเพลงเงินล้าน รายการ The voice ซึ่งทั้ง 2 รายการ เป็นรายการที่มีฐานผู้ชมสูงอยู่แล้ว

Instagram ประสิทธิภาพการโพสต์คอนเทนต์ ในแต่ละแบรนด์

Efficiency Ratio ประสิทธิภาพของโพสต์

Efficiency Ratio



Note : *Efficiency Ratio = Total Engagement (Like + Share + Comment)/Standardize Fans for each post

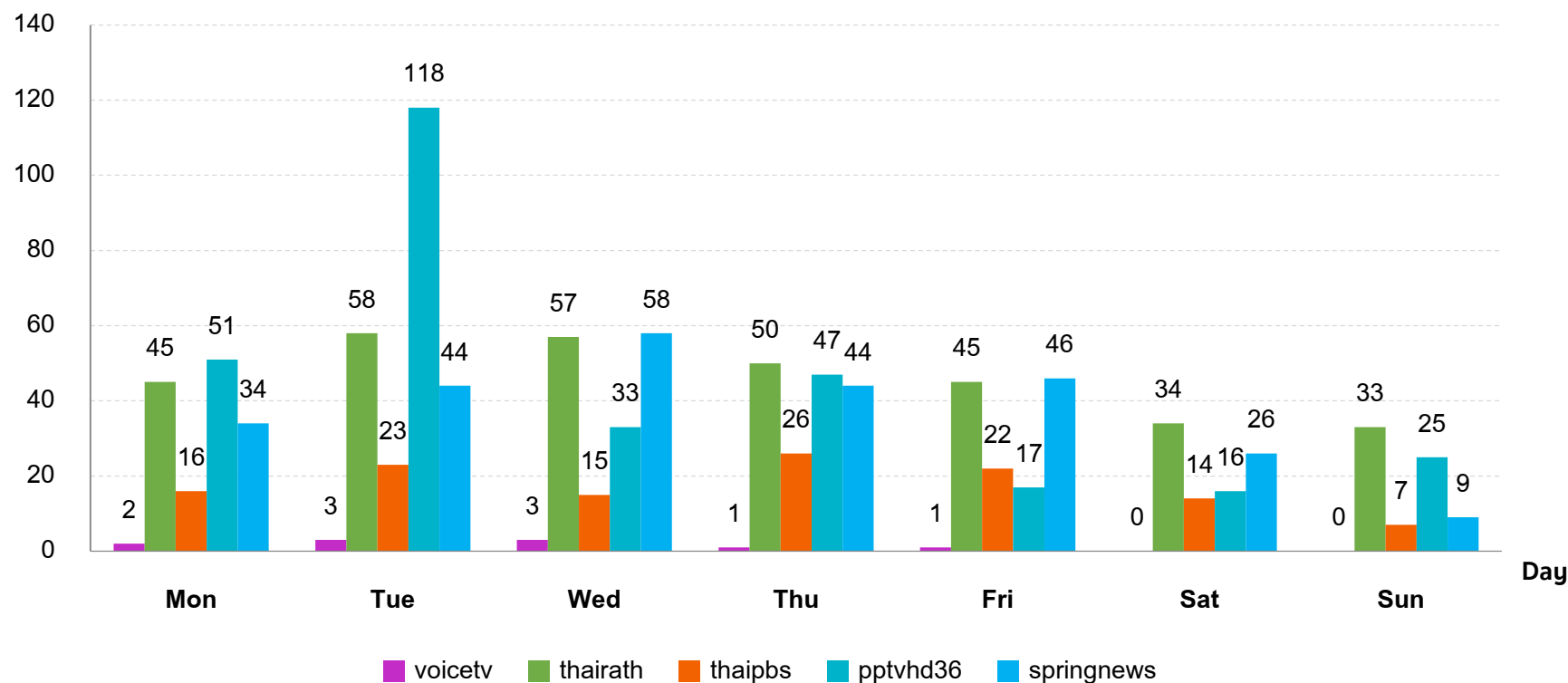
KEY FINDING

- ThaiPBS** ในเดือนนี้มีการโพสต์น้อย ส่วนใหญ่โพสต์ข่าวพายุปากีสถาน รวมถึงโพสต์คอนเทนต์ประเภทให้ความรู้และการรับมือกับฝุ่นละออง PM 2.5 ในเดือนนี้ ThaiPBS ได้รับ Engagement น้อย โดยโพสต์ที่ได้รับ Engagement สูงสุดมีเพียง 8,523 Engagement ซึ่งเป็นจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับ Thairath
- Thairath** โพสต์ที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ 67,454 Engagement มาจากการโพสต์ข่าวรูปภาพงานแต่ง เจียน - บอย ทำให้ถูกใจแฟนคลับที่คอยสนับสนุนคู่นี้มานาน ทำให้ในเดือนนี้ Thairath มีประสิทธิภาพการโพสต์ที่เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนถึง 4.62%

Instagram ช่วงเวลาการโพสต์ Content ในแต่ละแบรนด์

Day of Post เปรียบเทียบปริมาณการโพสต์ของ 5 แบรนด์สื่อ (แยกรายวัน)

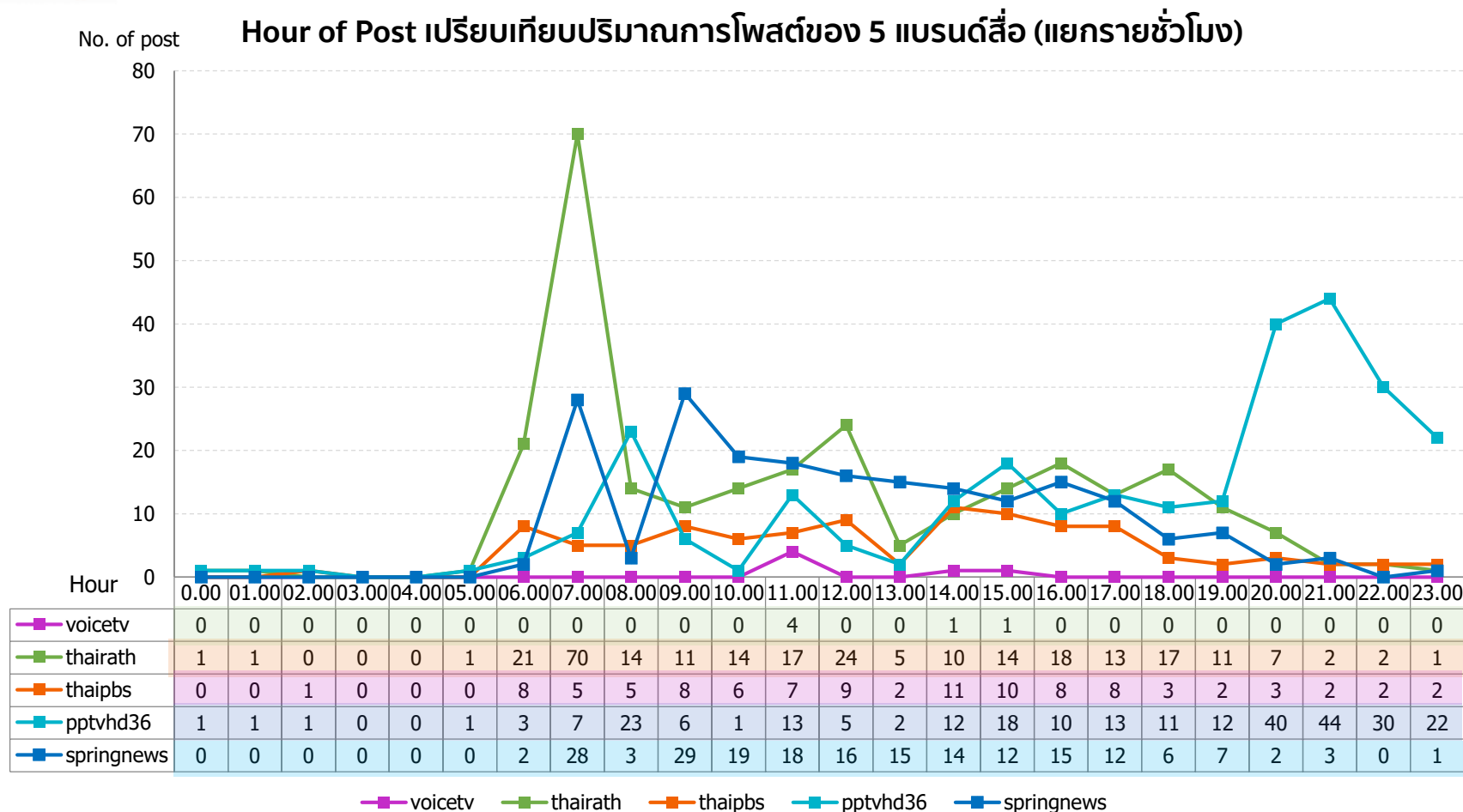
No. of post



KEY FINDING

- ในเดือนนี้ทุกสำนักข่าวมีการโพสต์มากที่สุดในช่วงวันอังคาร – พฤหัสบดี
- **PPTV** มีจำนวนการโพสต์สูงสุดในช่วงวันอังคาร เนื่องจากวันดังกล่าวมีรายการที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก คือ รายการกิกิคู่สงครามเพลงเงินล้าน ซึ่งออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 20.10 น. โดยเป็นรายการที่ช่อง PPTV มีการโปรโมทสูง เนื่องจากเป็นรายการที่ได้โยกย้ายมาจากช่อง 7 หากมีการโปรโมทมากเท่าไร ก็จะทำให้ดึงดูดผู้ติดตามได้เพิ่มขึ้น ทำให้ในเดือนนี้ PPTV มีอัตราการเติบโตสูงขึ้น 6,000 Followers

Twitter ช่วงเวลาการโพสต์ Content ในแต่ละแบรนด์



KEY FINDING

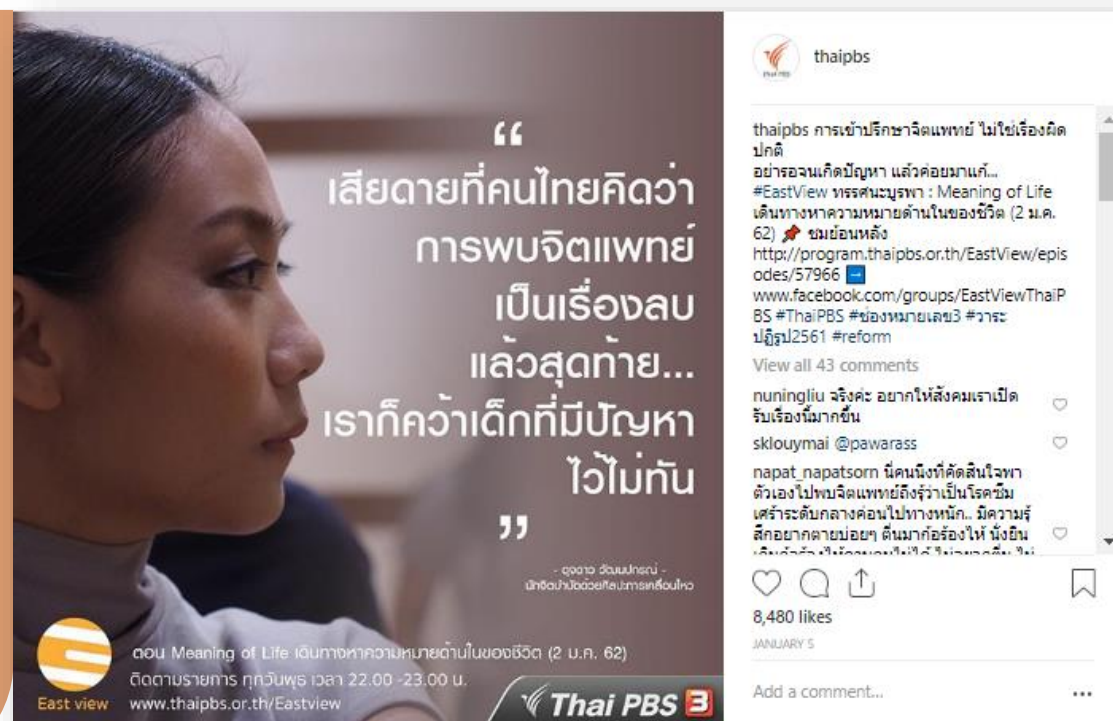
- ช่วงเวลาที่สื่อต่าง ๆ มีการโพสต์มากที่สุดคือช่วงเวลา 09.00-12.00 น. ที่จะมียอดการโพสต์รวมทุกสื่อมากกว่าช่วงเวลาอื่น ๆ
- **ThaiPBS** มีจำนวนการโพสต์ในแต่ละช่วงเวลามีจำนวนการโพสต์ในแต่ละช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกันโดยจะเน้นการโพสต์ข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์ฝุ่นละอองและความรู้เกี่ยวกับการรับมือกับฝุ่นละออง
- **Thairath** มีจำนวนการโพสต์สูงสุดในช่วงเวลา 07.00-08.00 น. ซึ่งมาจากการโพสต์ ดวงรายวัน ในช่วงเวลา 07.30 น. เป็นประจำทุกวัน ทำให้ในช่วงเวลาดังกล่าวของ Thairath มีจำนวนโพสต์สูงสุดตลอดทั้งเดือน
- **PPTV** มีจำนวนการโพสต์สูงสุดในช่วง 20.00-21.00 น ส่วนใหญ่เป็นการโพสต์โปรมโหรายการ หลัก ๆ เป็นรายการกึ่งดูลงครามเพลงเงินล้าน ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่รายการกำลังดำเนินรายการอยู่

Top 1

Total Engagement : 8,523

“การเข้าปรึกษาจิตแพทย์ ไม่ใช่เรื่องผิดปกติ
อย่ารอจนเกิดปัญหา แล้วค่อยมาแก้”

(05 ม.ค. 62)



Top 1

Total Engagement : 67,454

“25 มกราคม : หลังจากที่เคยหาใจกันมานานถึง 14 ปี ผ่านร้อนผ่านหนาวและอุปสรรคลูกใหญ่มาด้วยกัน จนถึงวันที่ทั้งคู่พร้อมที่จะใช้ชีวิตคู่ร่วมกัน

(25 ม.ค. 62)



Instagram โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดของ Voice TV

Top 1

Total Engagement : 1,780

“ประภัสร์ จงสงวน ว่าที่ผู้สมัคร ส.ส. พรรคไทยรักชาติ (ทษช.) จาตุรนต์ ฉายแสง ประธานยุทธศาสตร์พรรคฯ และสมาชิกพรรค เดินทางโดยรถไฟฟ้าจากสถานีหมอชิตมาสถานีอนุสาวรีย์ชัย เพื่อสำรวจสภาพการใช้ระบบขนส่งมวลชนโดยรถไฟฟ้า”

(10 ม.ค. 62)



Top 1

Total Engagement : 6,463

“รพ.สิชล ผ่าตัดฉุกเฉินสำเร็จ ท่ามกลางพายุ-ไฟฟ้าดับ”

(04 ม.ค. 61)



Top 1 Total Engagement : 3,508

“อัม พัชราภา เขินวาเลนไทน์นี้ไม่เหงา ผจญ ไซโซพท ผ่านทุกด่าน ปลื้มเพื่อนๆ และ เอ ศุภชัย ไม่กีดกันแล้ว เชื้อ แอมป์ พิธาน ไม่มีเจตนาเกาะกระแส หลัวให้ สัมภาษณ์ถึงเรื่องเคยคิดอยากแต่งงาน”

(21 ม.ค. 62)

