

New Media Statistics

สถิติบริการสื่อใหม่

1-28 กุมภาพันธ์ 2562



Twitter

Twitter.com/ThaiPBS

METHODOLOGY

CHANNEL & PERIOD

Period : 1-28 Feb. 2019



Facebook

@ThaiPBSFan
@AMARINTVHD
@Thairath
@PPTVHD36
@Workpoint

Twitter

@ThaiPBS
@NationTV22
@Thairath_News
@PPTV
@SpringNews_TV



Instagram

@ThaiPBS
@PPTVHD36
@Thairath
@Voicetv
@Springnewstv



YouTube

/ThaiPBS
/NationTV22
/ThairathOnline
/VoiceTVHD
/PPTVThailandChannel



Twitter จำนวนการเติบโตของผู้ติดตาม (Follower)

สถิติ Follower ของ ThaiPBS ณ 28 ก.พ. **2,609,553 Followers** (+ 9,560)

■ มีอัตราการเติบโตสูงกว่า ThaiPBS
■ มีอัตราการเติบโตต่ำกว่า ThaiPBS

NO		USERNAME		Feb.19	Jan.19	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1		Thairath_News	ไทยรัฐ นิวส์	2,895,546	2,874,019	+0.75
2		ThaiPBS	ไทยพีบีเอส	2,609,553	2,599,993	+0.37
3		NationTV22	เนชั่นทีวี	2,442,404	2,441,299	+0.05
4		SpringNewsTV	สปริงนิวส์ทีวี	1,670,305	1,666,506	+0.23
5		Nnanews	สำนักข่าวเนชั่น	1,439,071	1,438,606	+0.03
6		BBTVChannel7	ช่อง 7	826,978	826,087	+0.11
7		NOW26_ktnews	NOW26	722,612	720,988	+0.23
8		MatichonOnline	มติชน	621,825	617,573	+0.69
9		Voice_TV	วอยซ์ทีวี	563,380	559,225	+0.74
10		FM100.5	FM100.5	423,823	423,557	+0.06
11		DailyNewsTwit	เดลินิวส์	383,719	380,751	+0.78
12		MCOT_Digital	MCOT	336,510	336,134	+0.11

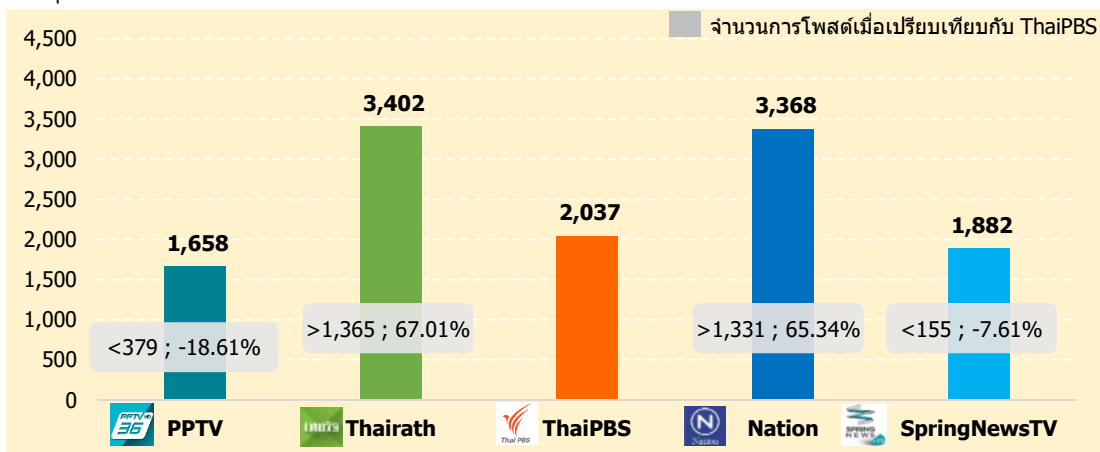
NO		USERNAME		Feb.19	Jan.19	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
13		Kom_chad_luek	คม ชัด ลึก	264,347	263,715	+0.24
14		TNNThailand	ทีเอ็นเอ็น 24	244,024	243,483	+0.22
15		Innnews	ไอเอ็นเอ็น	219,220	218,130	+0.50
16		TNAMcot	สำนักข่าวไทย	180,619	178,803	+1.02
17		Thairath_TV	ไทยรัฐทีวี	169,835	167,018	+1.69
18		PostToday	โพสต์ทูเดย์	152,529	150,910	+1.07
19		OneHDThailand	วันชาแนล	128,169	126,056	+1.68
20		Workpoint_Ent	เวิร์คพอยน์	70,526	68,514	+2.94
21		PPTVThailand	พีพีทีวี	65,452	63,871	+2.48
22		ThaiCH8	ช่อง 8	42,060	41,522	+1.30
23		ThaiTv5	ททบ.5	22,053	22,006	+0.21
24		mono_group	โมโน	410	410	+0.24

Twitter ประสิทธิภาพการทวีตคอนเทนต์ในแต่ละแบรนด์



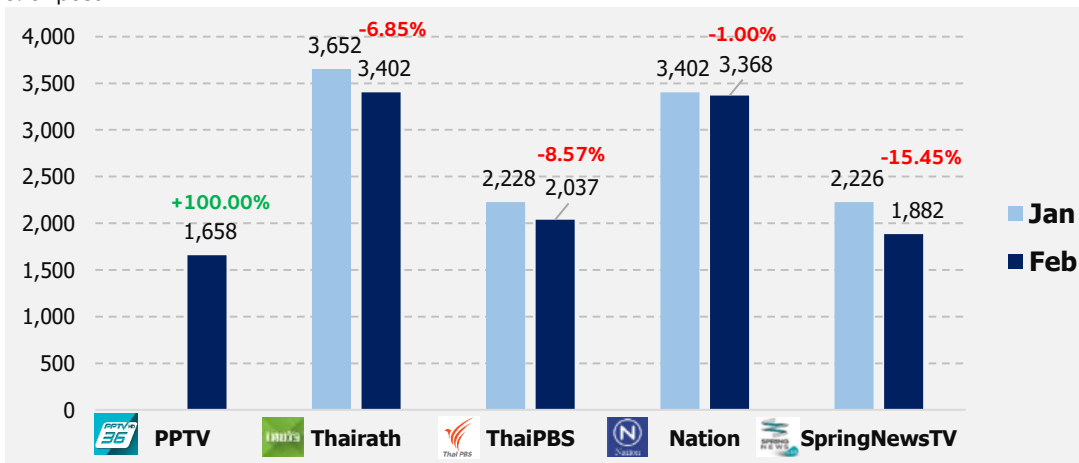
เปรียบเทียบปริมาณการทวีตในแต่ละแบรนด์

No. of post



เปรียบเทียบจำนวนการทวีต

No. of post



KEY FINDING

- ThaiPBS** : มีการทวีต 2,037 ข้อความ ลดลงจาก ม.ค. 8.57% คิดเป็น 191 ข้อความทวีต โดยส่วนใหญ่เป็นการโพสต์เกี่ยวกับข่าวการเลือกตั้ง ปี 62
- Thairath** : มีการทวีต 3,402 ข้อความ ลดลงจาก ม.ค. 6.85% คิดเป็น 250 ข้อความทวีต โดยเน้นโพสต์ข่าวที่เป็นกระแสอย่างข่าวฟ้ารักพ่อ "คุณธนธร แฉประชาชนไม่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์แห่งชาติ"

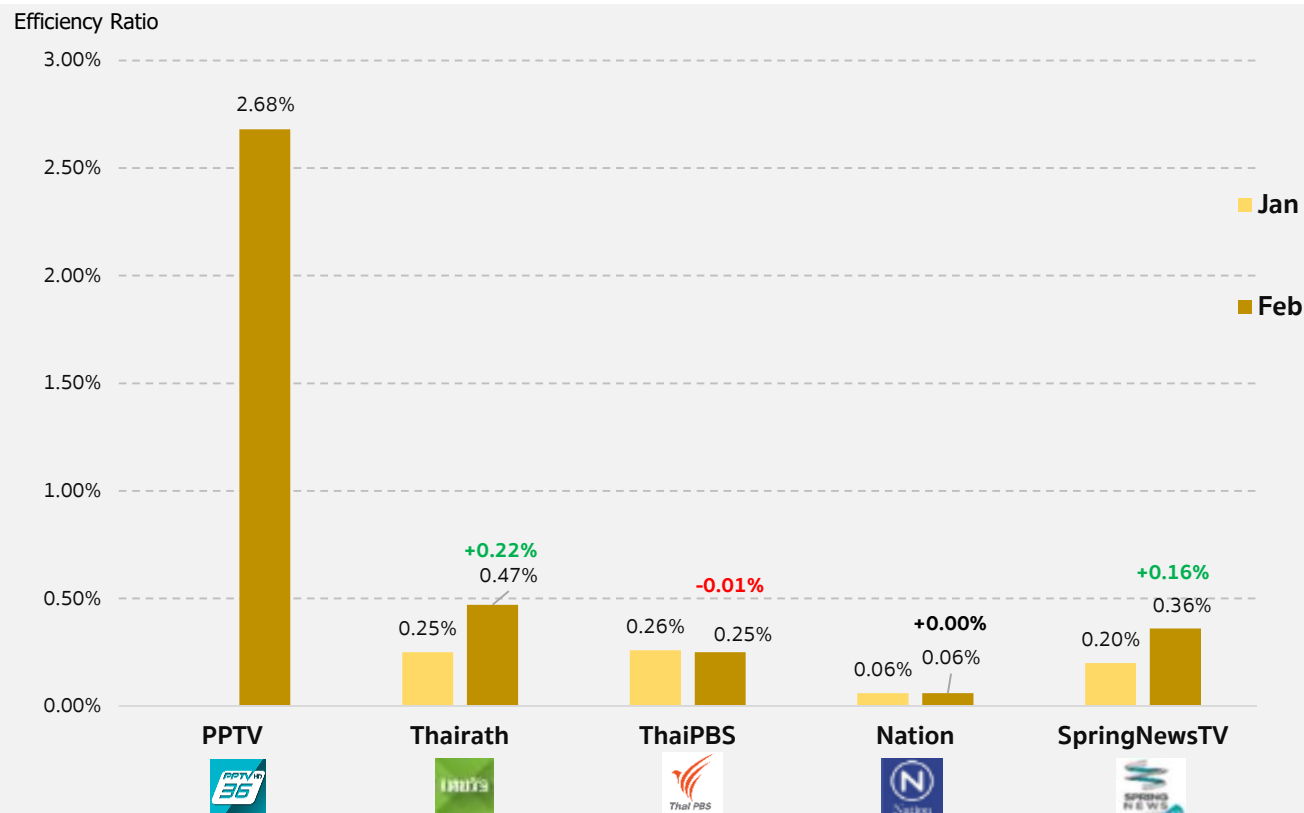
ข้อสังเกต : Thairath เป็นเพียงสื่อเดียวที่มีการรายงานเกาะติดการเลือกตั้งกระแส "ฟ้ารักพ่อ"

ตัวอย่างการทวีตข้อความของ Thairath



Twitter ประสิทธิภาพการทวิตคอนเทนต์ ในแต่ละแบรนด์

Efficiency Ratio ประสิทธิภาพของทวิต



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

KEY FINDING

ThaiPBS : ประสิทธิภาพของทวิตลดลง 0.01% จากการทวิตข่าวสารที่ประชาชนให้ความสนใจในช่วงนั้น

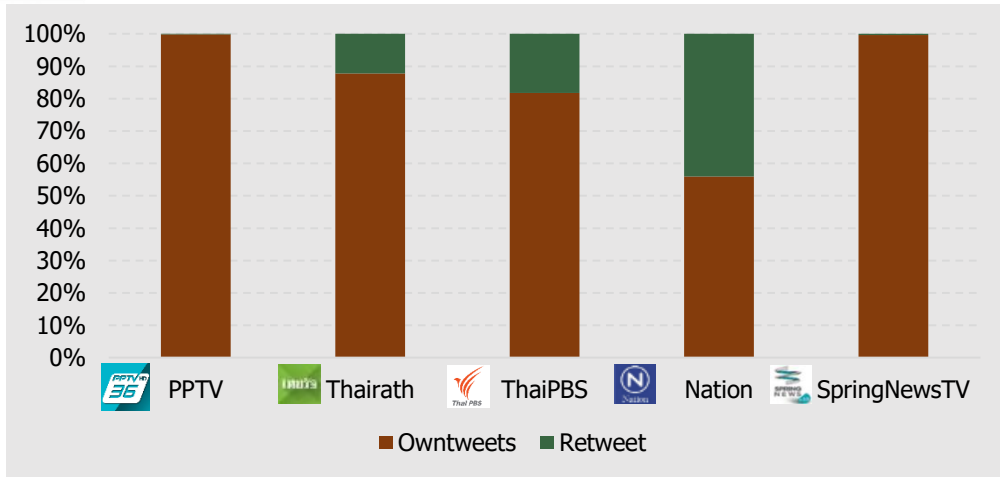
- เน้นทวิตข่าว "การเลือกตั้ง ปี 62" ข้อความทวิตที่ได้จำนวน Retweet สูงสุด 1,178 RTs คือ องค์กรข่าวพุทธธอง กกด.ตัดสิทธิเลือกตั้ง "ไพบูลย์ นิติตะวัน" หัวหน้าพรรคประชาชนปฏิรูป หลังใช้คำว่า "พระพุทธเจ้า" หาเสียง

PPTV : ประสิทธิภาพของทวิตสูงสุด 2.68% มี Efficiency Ratio เป็นอันดับ 1 จากการทวิตข่าวป็อบ ปองกุล 49 ข้อความ ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ในตอนนี้อยู่คนกำลังให้ความสนใจ ทำให้ PPTV ได้รับ Efficiency Ratio สูงเป็นอันดับ 1 และเป็นข่าวที่ PPTV ได้รับจำนวนการ Retweet สูงสุด 2,229 RTs

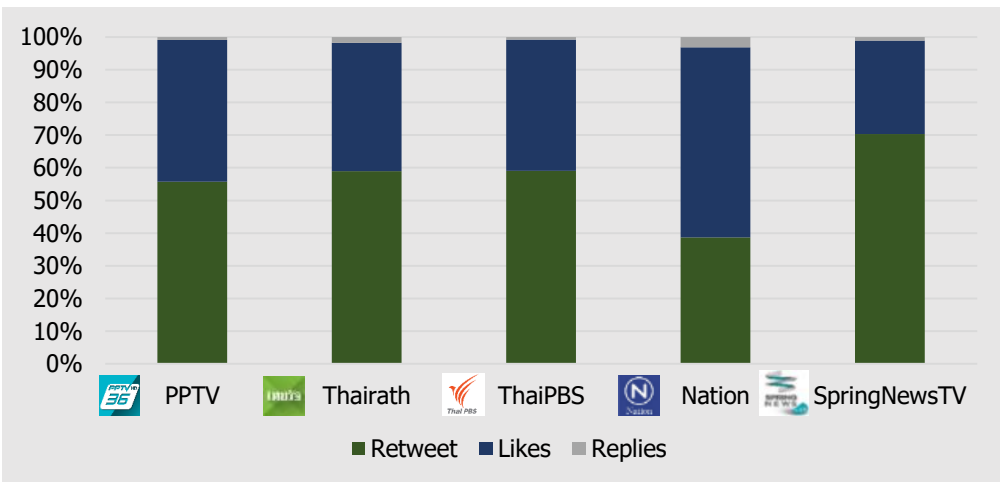


Twitter ประสิทธิภาพการทวิตคอนเทนต์ในแต่ละแบรนด์

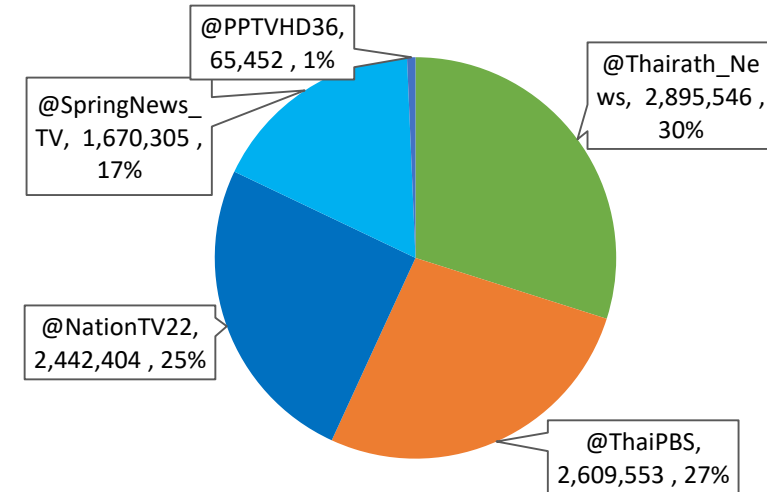
สัดส่วนประเภทการทวิตในแต่ละแบรนด์



สัดส่วนประเภทการมีส่วนร่วม ในแต่ละแบรนด์



สัดส่วนจำนวนผู้ติดตามในแต่ละแบรนด์



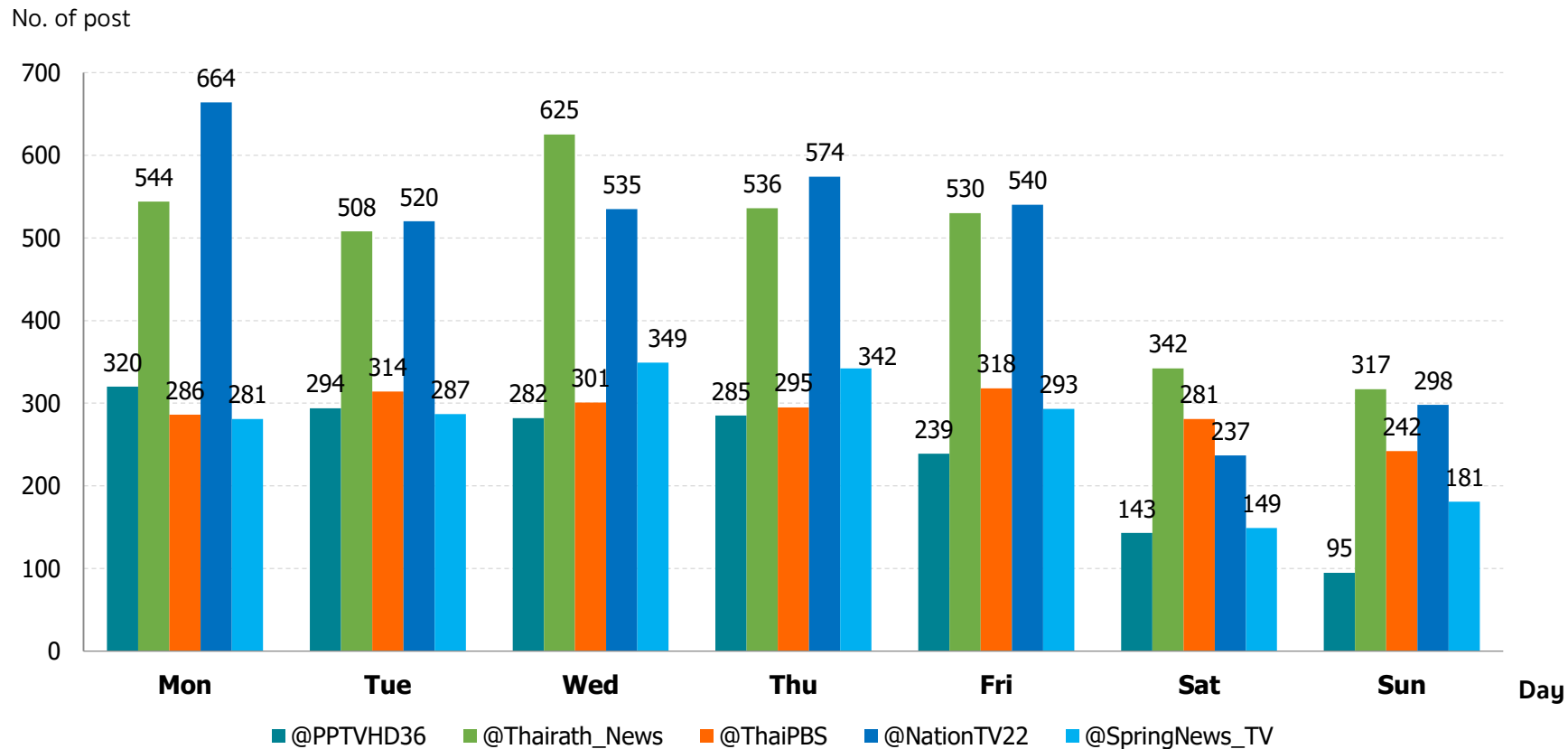
KEY FINDING

ThaiPBS : ส่วนใหญ่มาจากการทวิตรายการของ ThaiPBS เองเป็นหลัก เช่น Acc. @ThaiPBSNews ทั้งนี้พบว่า ThaiPBS มีสัดส่วนการ Retweet 83,594 RTs และจำนวนผู้ติดตาม 2,609,553 Followers สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก Thairath แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสนใจใน Twitter ของ ThaiPBS มากกว่าสื่ออื่น ๆ

SpringNewsTV : เป็นสื่อที่มีข้อความจาก Owtweets เกือบทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นการทวิตเกี่ยวกับทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี นั้งแคนดิเดต "นายกรัฐมนตรี" พรรคไทยรักษาชาติ ซึ่งได้รับการมีส่วนร่วมเป็นอันดับที่ 1 ถือว่าเป็นสื่อที่ทำข้อความทวิตให้ผู้บริโภคสนใจเข้ามามีส่วนร่วมได้ดี โดยมีผู้ติดตาม 1,670,305 Followers

Twitter ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละแบรนด์

Day of Tweet เปรียบเทียบปริมาณการทวีตของ 5 แบนด์สื่อ (แยกรายวัน)

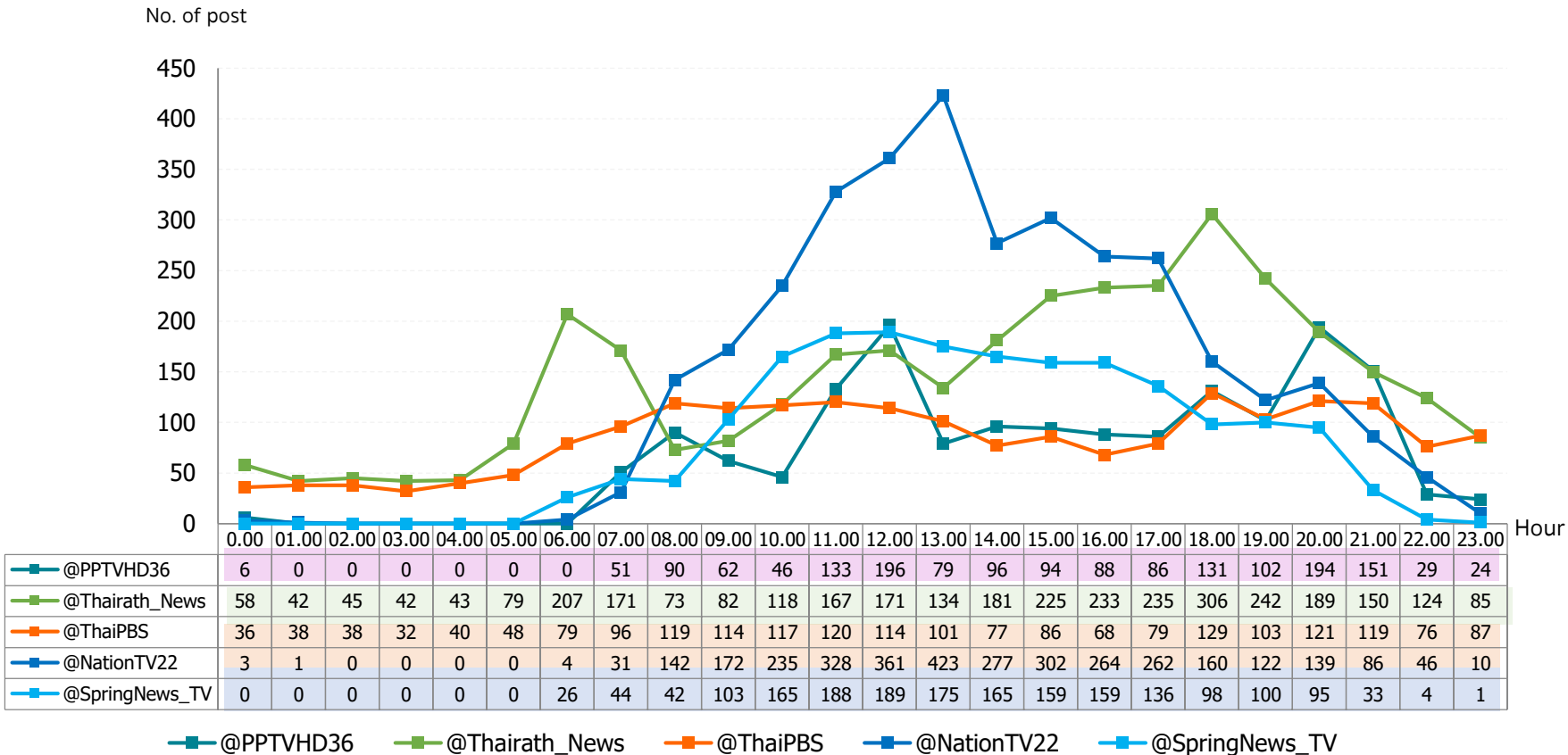


KEY FINDING

- ทุกสำนักข่าวมีการทวีตสูงสุดใน วันพุธ-พฤหัสบดี
- **Thairath** ส่วนใหญ่มาจากการทวีต ข่าวสถานการณ์การเลือกตั้ง ปี 62 และข่าวการตีเบต มีการทวีตข่าว กระแสคุณธนธร "ฟาร์กฟอ"
- **NationTV** ส่วนใหญ่มาจากการ ทวีตคลิปเกี่ยวกับการเลือกตั้งของ พรรคอนาคตใหม่ รวมถึงกระแสข่าว "ฟาร์กฟอ"

Twitter ช่วงเวลาการ Tweet Content ในแต่ละแบรนด์

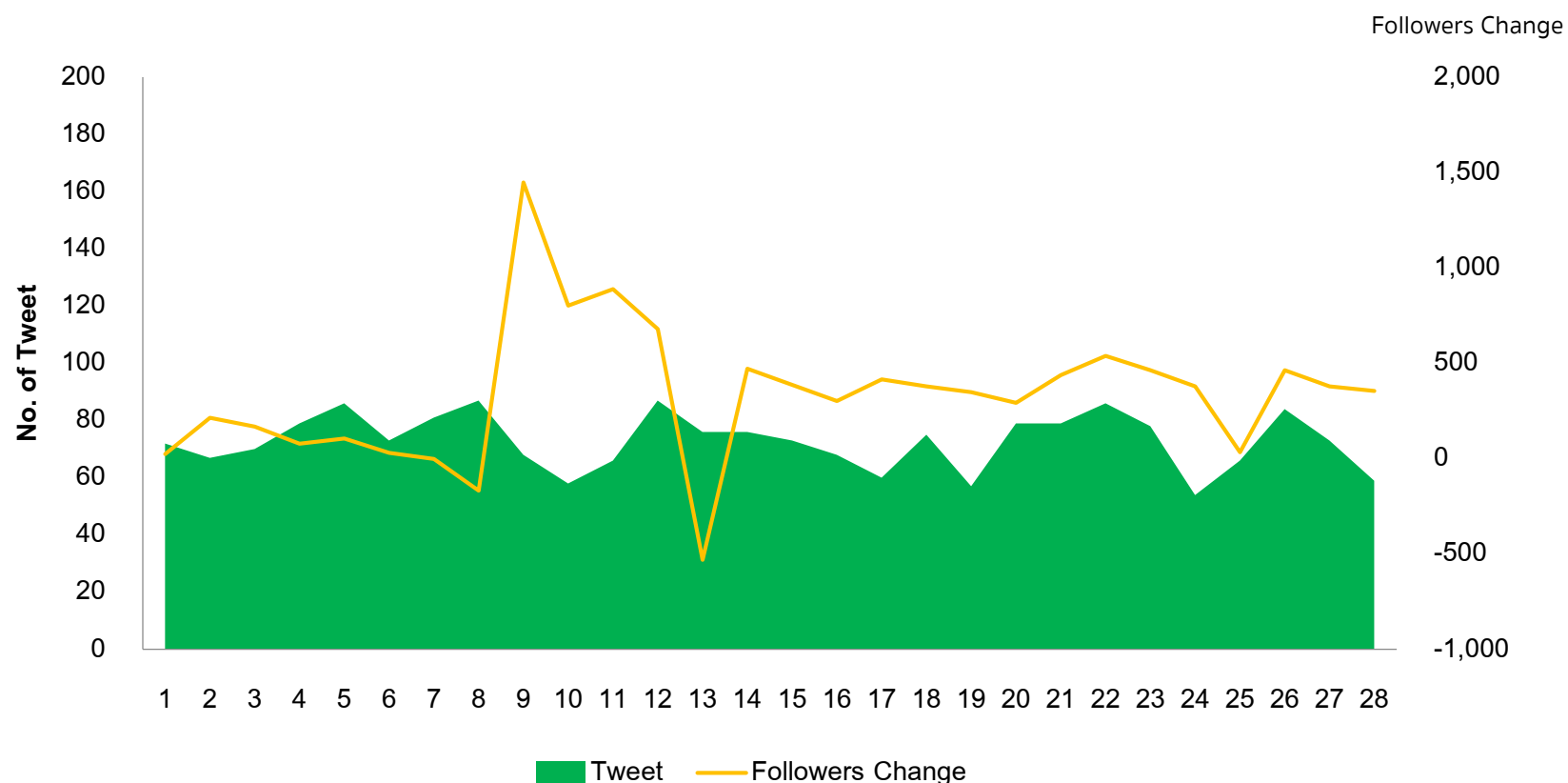
Hour of Tweet เปรียบเทียบปริมาณการทวีตของ 5 แบรนด์สื่อ (แยกรายชั่วโมง)



KEY FINDING

- ช่วงเวลาที่สื่อต่าง ๆ มีการทวีตมากที่สุด คือช่วงเวลา 11.00-17.00 น. โดยเฉพาะช่วงเวลา 11.00-12.00 น. ที่จะมียอดการทวีตรวมทุกสื่อมากกว่าช่วงเวลาอื่น ๆ
- **ThaiPBS** มีจำนวนการทวีตในแต่ละช่วงเวลาใกล้เคียงกัน เน้นการทวีตข่าวเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ปี 62 และสีสันบรรยากาศการลงพื้นที่หาเสียง
- **NationTV** จำนวนทวีตสูงสุดในช่วงเวลา 13.00 น. ส่วนใหญ่เป็นการทวีตข่าวการเลือกตั้ง ปี 62 รวมถึง Retweet คลิปข่าวจาก @kcltv ที่เกี่ยวกับข่าวแคนดิเดตนายกรัฐมนตรี

Twitter จำนวนการทวีตเทียบกับจำนวนผู้ติดตามรายวัน

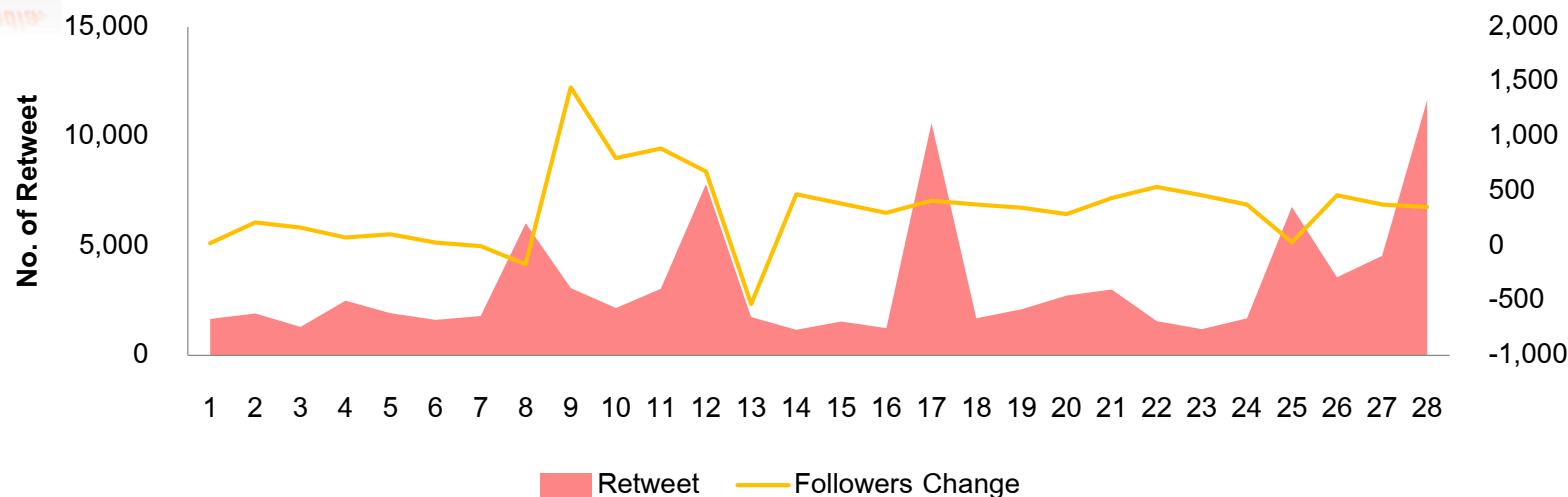


KEY FINDING

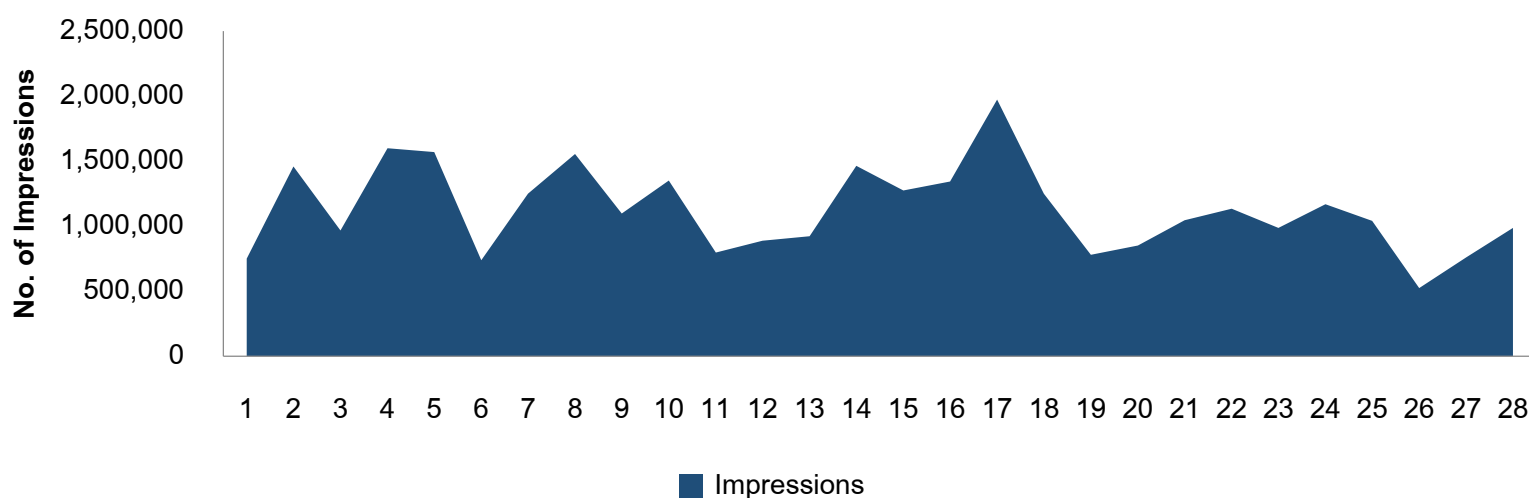
- ช่วงวันที่ 9-10 ก.พ. จำนวน Follower เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการทวิตข่าวพระราชโองการประกาศสถาบันพระมหากษัตริย์ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย เกี่ยวกับการเลือกตั้ง ทำให้ผู้บริโภครู้สึกสนใจ จึงทำให้จำนวน Follower เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว
- วันที่ 8 ก.พ. มีการทวิตข่าว พรรคไทยรักษาชาติ เสนอรายพระนาม "ทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี" เป็นนายกรัฐมนตรีของพรรค ซึ่งเป็นข่าวที่กำลังเป็นที่น่าสนใจ จึงทำให้จำนวน Follower เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว
- จำนวนการทวิตมีปริมาณใกล้เคียงกันตลอดทั้งเดือน มีค่าเฉลี่ยทวิตอยู่ที่ 72 ทวิต : วัน

Twitter จำนวนการรีทวีตเทียบกับจำนวนทวีต และ Impressions

Followers Change **KEY FINDING**



- ช่วงวันที่ 28 ก.พ. จำนวน Retweet เพิ่มขึ้นเนื่องจากมีการทวีตข่าว การยื่นยุบ "พรรคอนาคตใหม่" อ้างว่า คุณธนธรณ์มีพฤติกรรมล้มล้างการปกครองทำให้ผู้บริโภครู้สึกสนใจ จึงทำให้จำนวน Followers เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว



- ในช่วงวันที่ 17 ก.พ. มีจำนวนการ Retweet และค่า Impression สูง จากข่าว "ความเสี่ยงของอุตสาหกรรม K-Pop เพราะกระบวนการสร้างศิลปินที่เปรียบเสมือนสูตรสำเร็จ ทำให้นักวิจารณ์ดนตรีเกาหลีมองว่า นี่อาจทำให้อุตสาหกรรม K-Pop กำลังเข้าสู่จุดวิกฤตครั้งใหญ่" ซึ่งเป็นข่าวที่ได้รับการ Retweet เป็นอันดับ 1 จำนวน 8,890 RTs

Twitter 3 อันดับข้อความเนื้อหาเดียวกันที่มีการ Retweet ของแต่ละสื่อองค์กร



2,989 RTs

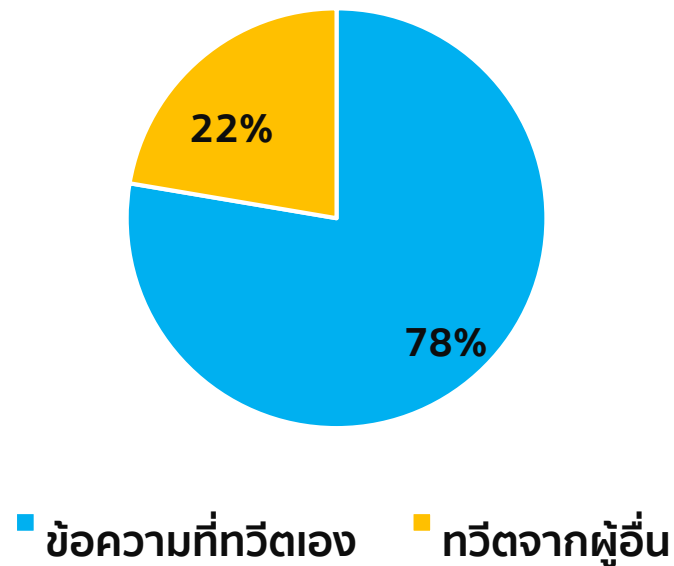


224 RTs

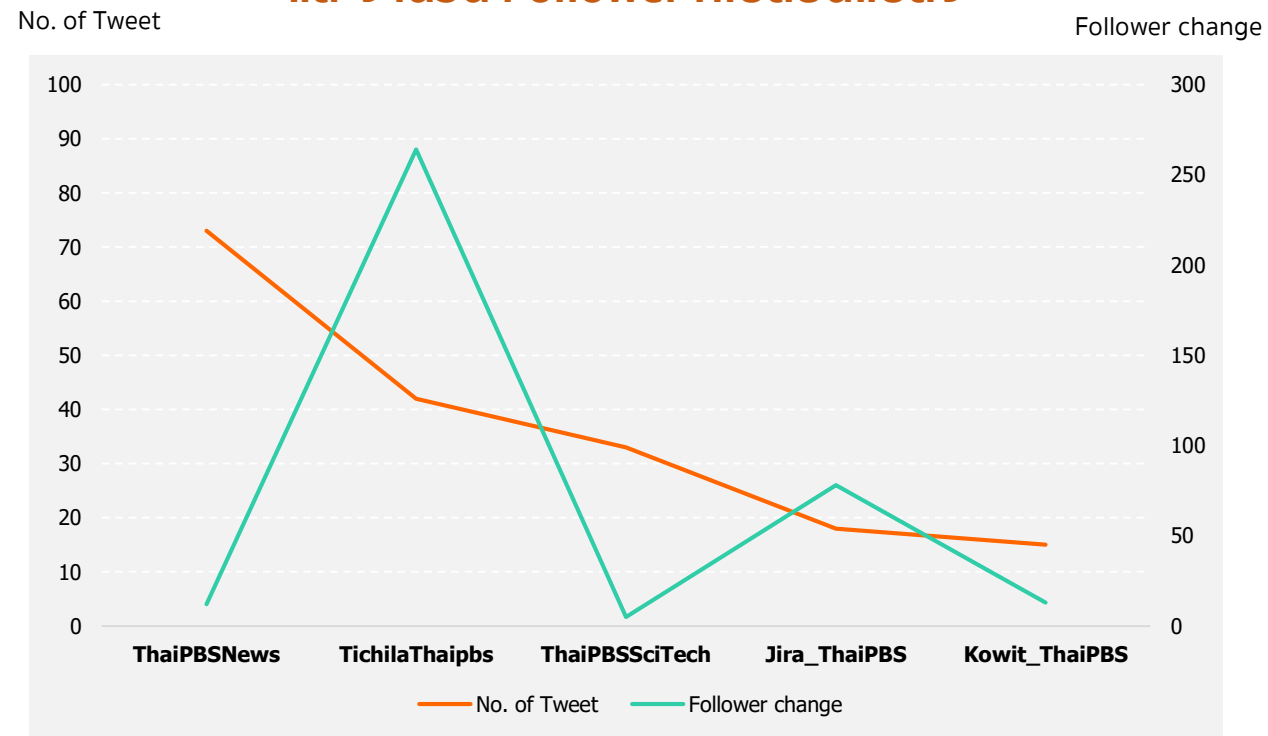


43 RTs

สัดส่วนของข้อความที่ทวิตเอง และจากทวิตอื่น
(พสข., ทวิตเตอร์รายการ)



5 อันดับชื่อบัญชีที่ @ThaiPBS ทำการ Retweet มา
และจำนวน Follower ที่เปลี่ยนแปลง



Twitter วันที่มีการปฏิสัมพันธ์สูงสุดและคอนเทนต์ที่มีค่าปฏิสัมพันธ์ สูงสุดของวันของแต่ละแบรนด์



37,778
Engagement
(04 Feb.)



66,017
Engagement
(08 Feb.)



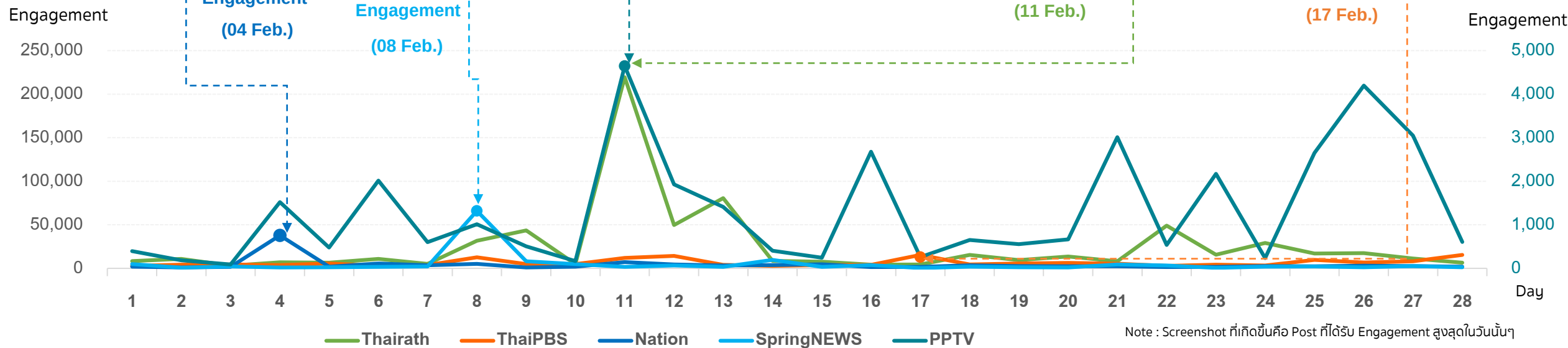
4,647
Engagement
(11 Feb.)



219,458
Engagement
(11 Feb.)



4,393
Engagement
(17 Feb.)



Twitter 3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของแอมบรูดองค์กร

1



8,890 RTs

2



7,353 RTs

3



3,980 RTs

Twitter 3 อันดับข้อความที่มีการส่งต่อ (Retweet) มากที่สุดของผู้สื่อข่าว/รายการ

1



2,529 RTs

2



1,001 RTs

3



641 RTs

Twitter 3 อันดับข้อความที่มีการคลิกชมภาพ/วิดีโอ (Media View) มากที่สุด

1



138,708 Views

2



58,650 Views

3



47,003 Views

Twitter 3 อันดับข้อความที่ถูกมองเห็น (Impression) มากที่สุด



1

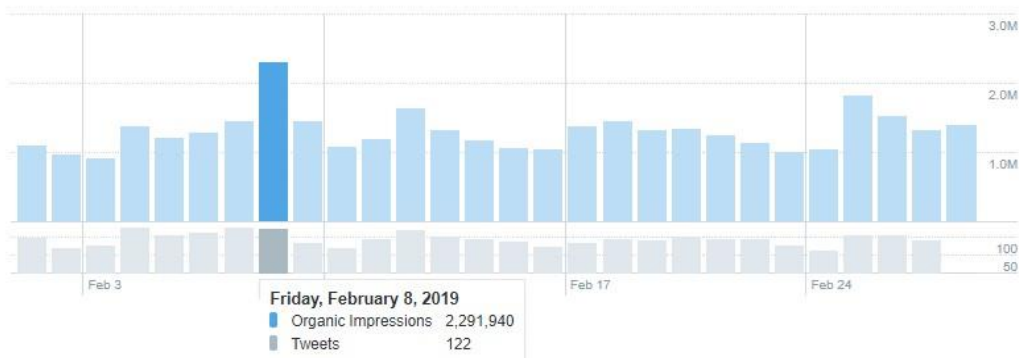


2



3

Your Tweets earned 36.4M impressions over this 28 day period



<< เดือน ก.พ. มียอดการถูกมองเห็น (Impression) ทั้งหมด 36.4 ล้านครั้ง สูงสุดคือวันที่ 8 ก.พ. ถูกมองเห็นจำนวน 2.29 ล้านครั้ง จาก 122 ทวิต มาจากโพสต์ “พระราชโองการ (8 ก.พ.62) เวลา 22.40 น. ประกาศสถาบันพระมหากษัตริย์ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย”

Twitter 3 อันดับการถ่ายทอดสด (LIVE) ที่มีการคลิกชมวิดีโอ (Media View) มากที่สุด

1



33 Views

2



32 Views

3



32 Views

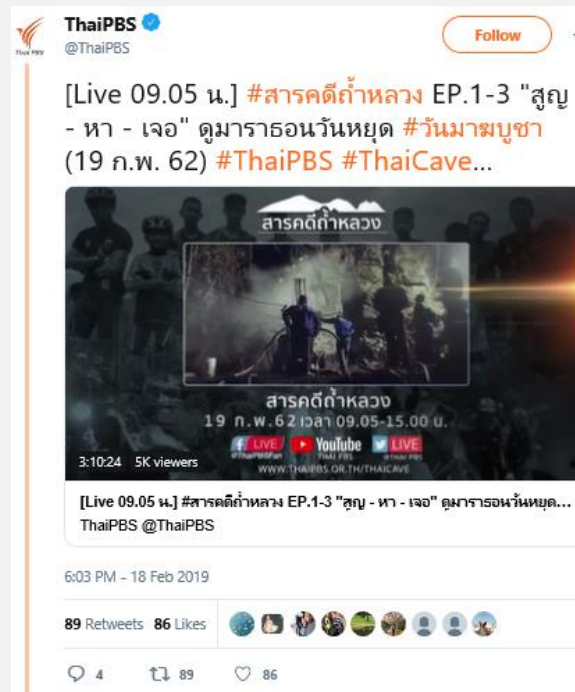
Twitter 3 อันดับการถ่ายทอดสด (LIVE) ที่ถูกมองเห็น (Impression) มากที่สุด

1



52,900

2



52,022

3



46,742

Twitter 3 อันดับวิดีโอ (Video) ที่มีการ **การมีส่วนร่วม (Engagement)** มากที่สุด

1



11,629 Engagements

2



8,046 Engagements

3



5,874 Engagements

ไทยรัฐ



21,957 RTs



 โจ๊ก.หาบัตร์มีทซองอู 2 ใบ
@joshbchs

เหมาะกับงานมงคลต่างๆมาก
โดยเฉพาะ งานบวช มันได้มาก5555
555555555555555555555555555555
youtu.be/gpJhEZlyR4o



6:51 AM - 3 Feb 2019

28,946 Retweets 6,498 Likes

71 29K 6.5K

28,946 RTs

 **NationTV22** @NationTV22

ของจริง !! แค้โพสรูปคู่กับแมวกี๊ดเทรนด์ #LALISA



ของจริง !! แคลิฟอร์เนียกับเมกซ์คิตีแดรนซ์ #LALISA
นางฟ้าในฝันใคร ขอประหลาดก แก่สาว ลิซ่า BlackPink สาวไทยคนเก่งระดับโลกแล้วหละ
เพราะแคลิฟอร์เนียกับน้องเมก คิตีแดรนซ์ก็เกิดที่นี่ไปเลยยยยย
nationtv.tv

10:45 PM - 5 Feb 2019

1,341 Retweets 2,066 Likes

13 1.3K 2.1K

1,341 RTs

NationTV22
@NationTV22

"คริส-สิงโต" เตรียมบินแฟนมีตจิ้น ปลื้มแฟนยังแน่น



คริส-คิงต์ เติบโตขึ้นในแฟมิลี่ที่มีพรสวรรค์ทางด้านดนตรี คริส-คิงต์ และคิงส์ตัน บรูซ บาสซอ นักเปียโนที่มีพรสวรรค์ทางด้านดนตรี ได้ร่วมกันแต่งเพลงและเรียบเรียงเสียงประสานให้กับวงดนตรีคริส-คิงต์...

10:02 PM - 10 Feb 2019

1,043 Retweets 986 Likes

4 1.0K 986

1,043 RTs

Twitter 3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ

(แบรนด์องค์กรและพลช.)



37,499 RTs



7,263 RTs

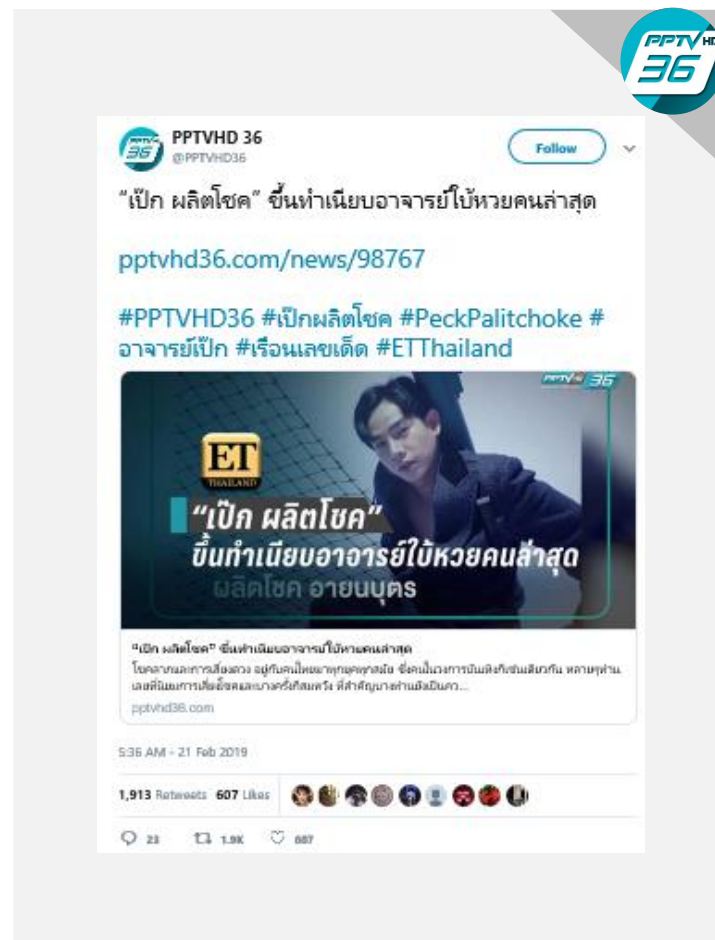


6,120 RTs

Twitter 3 อันดับข้อความที่มียอด Retweet มากที่สุดของ (แบรนด์องค์กรและพลช.)



2,229 RTs

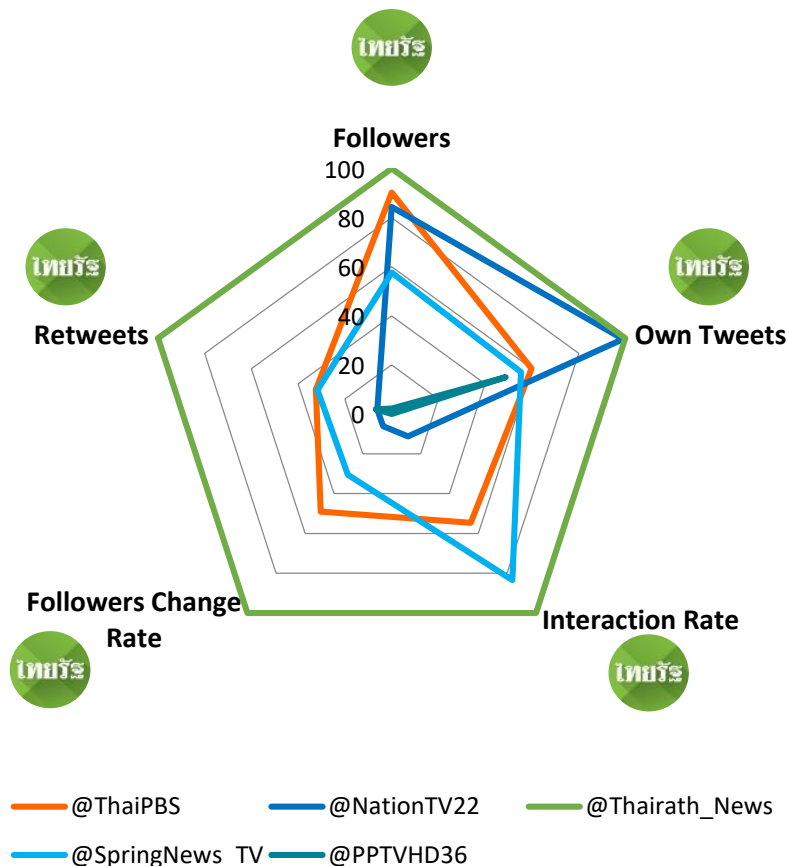


1,913 RTs



1,624 RTs

Twitter ประสิทธิภาพของแบรนด์ในแต่ละด้าน



Total Follower : จำนวนผู้ติดตามทั้งหมด
No. of Post : จำนวนการโพสต์ทั้งหมด
Engagement : จำนวนปฏิสัมพันธ์ของผู้ติดตาม

Efficiency Ratio : ประสิทธิภาพของการโพสต์
Follower Change rate : อัตราการเปลี่ยนแปลงของผู้ติดตามของเพจเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า

Follower : 2,609,553

Retweet : 91,830

Followers Change Rate : 36.76%

Strength

Own Tweet : 59.87%

Interaction Rate : 54.70%

Weakness

Key Finding

- Thai PBS มีจุดแข็งในด้านจำนวนผู้ติดตามที่เพิ่มขึ้น โดยเพิ่มสูงถึง 9,560 Followers สูงกว่าสื่ออื่น ๆ (ยกเว้น ThairathTV) ทำให้ได้จำนวนการ Retweet ที่สูงเป็นอันดับ 2 รองจาก ThairathTV ถือว่าในเดือนนี้ ThaiPBS ได้รับประสิทธิภาพค่อนข้างดีในด้านการเติบโตของผู้ติดตาม และผลตอบแทนจากการทวีต
- ThaiPBS มีการทวีตข้อความน้อยเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ โดยเฉพาะ NationTV ขณะที่ SpringNew มีจำนวนทวีตใกล้เคียงกับ ThaiPBS ดังนั้นในเดือนถัดไป ThaiPBS ควรทวีตข้อความ และเน้นทวีตข่าวที่อยู่ในกระแสในเวลานั้นให้มากขึ้น เพราะจะทำให้ Interaction Rate สูงขึ้นตามไปด้วย

Twitter ผู้ติดตาม (Follower) ที่มีส่วนร่วมกับแบรนด์มากที่สุดของเดือน

1



325 Mentions

@irine19_BKK

https://twitter.com/@irine19_BKK

2



172 Mentions

@ptaew

<https://twitter.com/@ptaew>

3



152 Mentions

@AUIWORACHAT

<https://twitter.com/@AUIWORACHAT>

4



139 Mentions

@rrminlingg

<https://twitter.com/@rrminlingg>

5



137 Mentions

@uJgnDrV5NZy9rni

<https://twitter.com/@uJgnDrV5NZy9rni>