

New Media Statistics

April 1-30, 2020



สถิติบริการสื่อใหม่

Facebook (fb.com/ThaiPBSfan)



METHODOLOGY

CHANNEL & PERIOD

 Period : 1-30 Apr 2020

Facebook

@ThaiPBSFan
@AMARINTVHD
@Thairath
@PPTVHD36
@workpoint



Twitter

@ThaiPBS
@NationTV22
@Thairath_News
@PPTVHD36
@SpringNews_TV



Instagram

@ThaiPBS
@PPTVHD36
@Thairath
@Voicetv
@Springnewstv



YouTube

/ThaiPBS
/NationTV22
/ThairathOnline
/VoiceTVHD
/PPTVThailandChannel



•AGENDA

•Points of Presentation

•PHASE 1

OVERALL PUBLISHERS

•PHASE 2

TOP POST ENGAGEMENT

•PHASE 3

TOP 5 POSTS ThaiPBS



•PHASE 4

TOP 5 Facebook LIVE

•PHASE 5

TOP 5 Video (Short-Form)

•PHASE 6

TOP 5 Captioned Video

OVERALL PUBLISHERS



PHASE 1



Showing overall tracking result of competitors on Facebook channel



Fan Growth จำนวนการเติบโตของผู้ติดตามใน Facebook Page

สถิติผู้ติดตามของ ThaiPBSFan ณ 30 เม.ย. 63 : **5,001,341 likes** (+ 17,234)

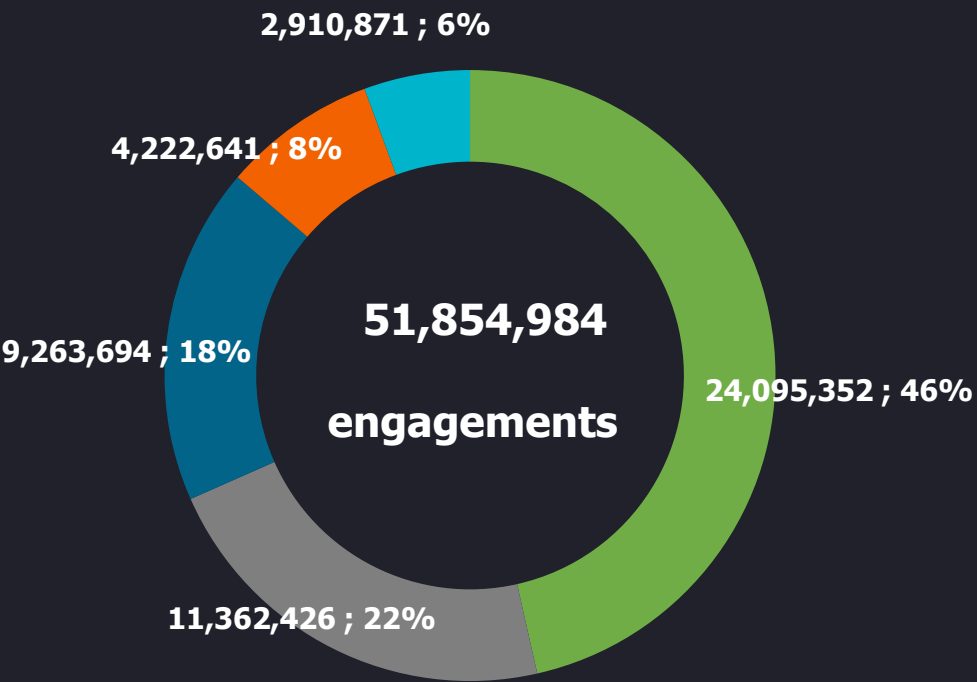
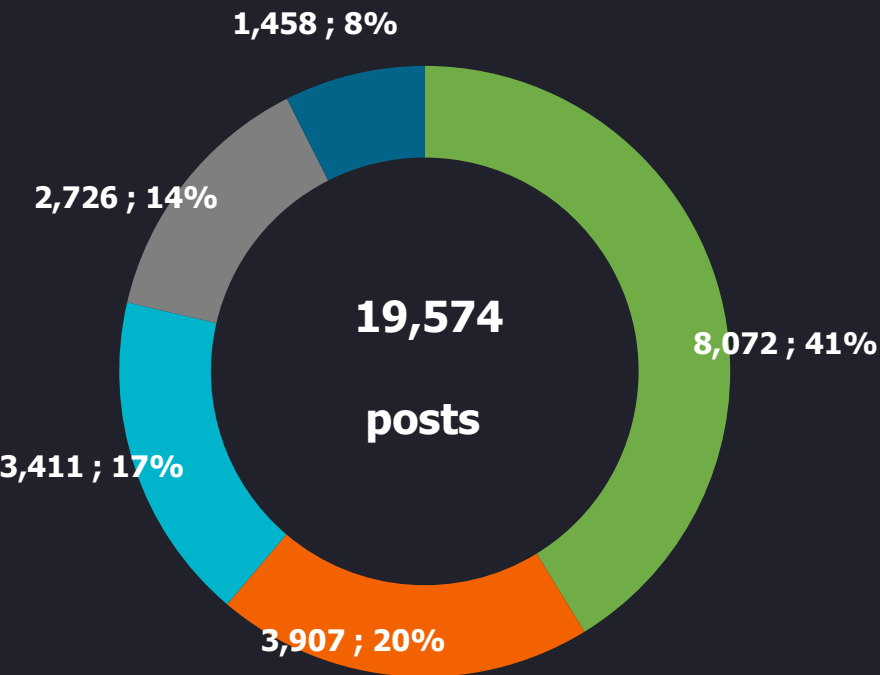
NO.	USERNAME			Apr 20	Mar 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
1		khaosod	ข่าวสด	13,666,286	13,623,542	+0.31
2		Workpoint	เวิร์คพอยต์	13,604,560	13,537,625	+0.49
3		Ch7HD	ช่อง 7	11,612,170	11,532,117	+0.69
4		thairath	ไทยรัฐ นิวส์	11,565,864	11,490,282	+0.66
5		one31Thailand	One 31	7,883,825	7,797,577	+1.11
6		GMM25Thailand	จีเอ็มเอ็ม 25	6,477,662	6,334,364	+2.26
7		ThaiPBSFan	ไทยพีบีเอส	5,001,341	4,984,107	+0.35
8		Mono29TV	โมโน29	4,519,546	4,498,921	+0.46
9		thairathtv	ไทยรัฐทีวี	4,163,226	4,156,371	+0.17
10		CH3Thailand	แฟนเพจช่อง 3	3,776,825	3,690,460	+2.34

NO.	USERNAME			Apr 20	Mar 20	เพิ่มขึ้น / ลดลง (%)
11		thaich8	ช่อง 8	3,481,885	3,415,110	+1.96
12		Posttoday	โพสต์ทูเดย์	3,425,804	3,420,509	+0.15
13		Workpoint News*	ข่าวเวิร์คพอยท์	2,933,187	2,885,781	+1.64
14		NationChannelTV	เนชั่นทีวี	2,927,799	2,925,745	+0.07
15		PPTVHD36	พีพีทีวี	2,779,243	2,762,867	+0.59
16		True4U*	True4U	2,468,914	2,466,264	+0.11
17		GMMTV	จีเอ็มเอ็มทีวี	2,342,777	2,203,286	+6.33
18		VoiceOnlineTH	วอยซ์ทีวี	2,312,170	2,294,144	+0.79
19		komchadluek	คมชัดลึก	2,249,291	2,244,543	+0.21
20		AMARINTVHD	อมรินทร์ ทีวี	1,758,791	1,696,019	+3.70

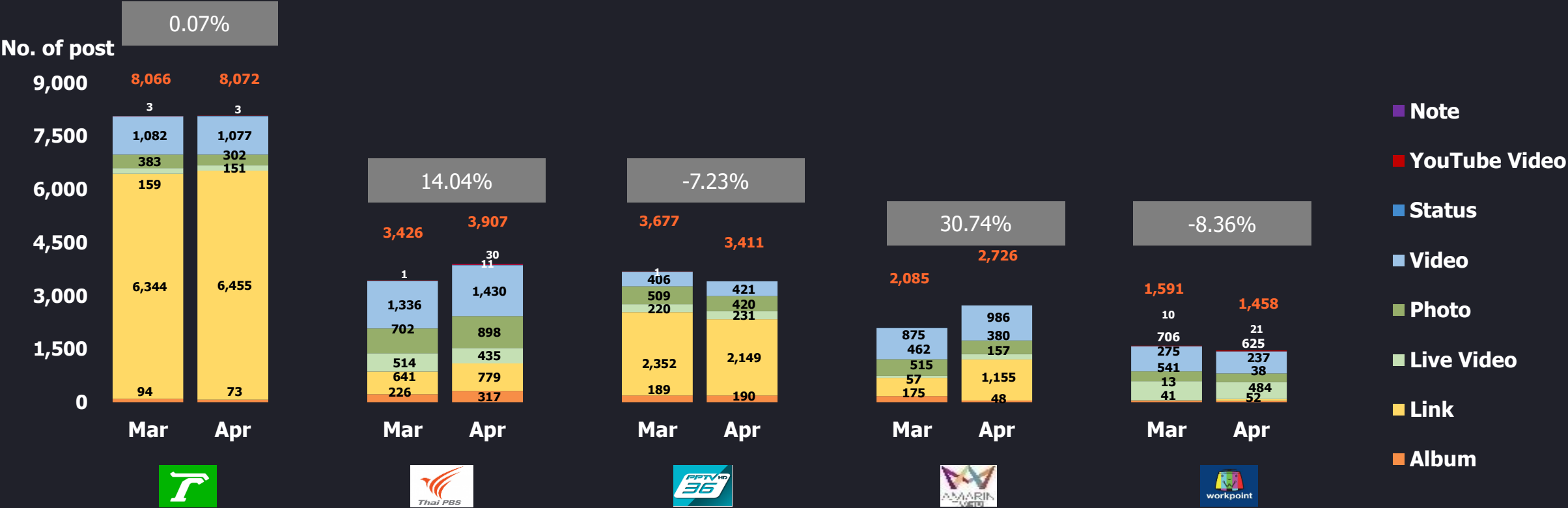
มีอัตราการเติบโตสูง กว่า ThaiPBS

มีอัตราการเติบโตต่ำ กว่า ThaiPBS

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์



Thairath Amarin Workpoint ThaiPBS PPTV

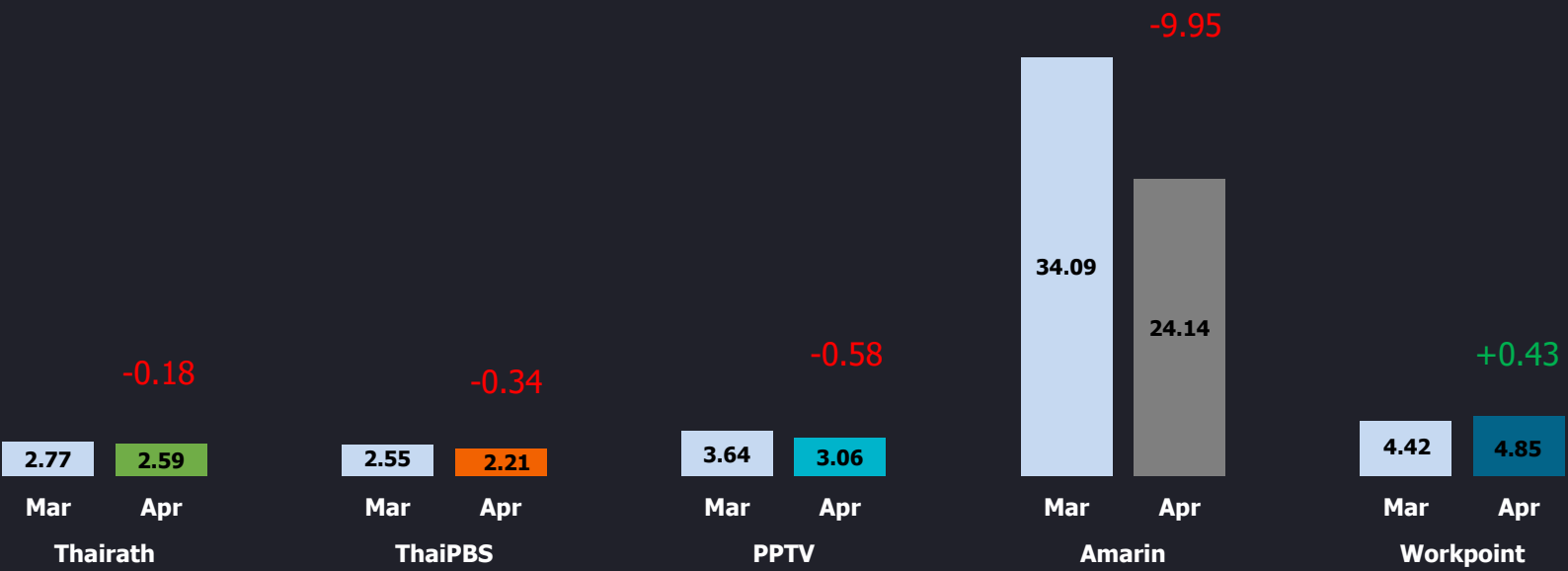


KEY FINDING

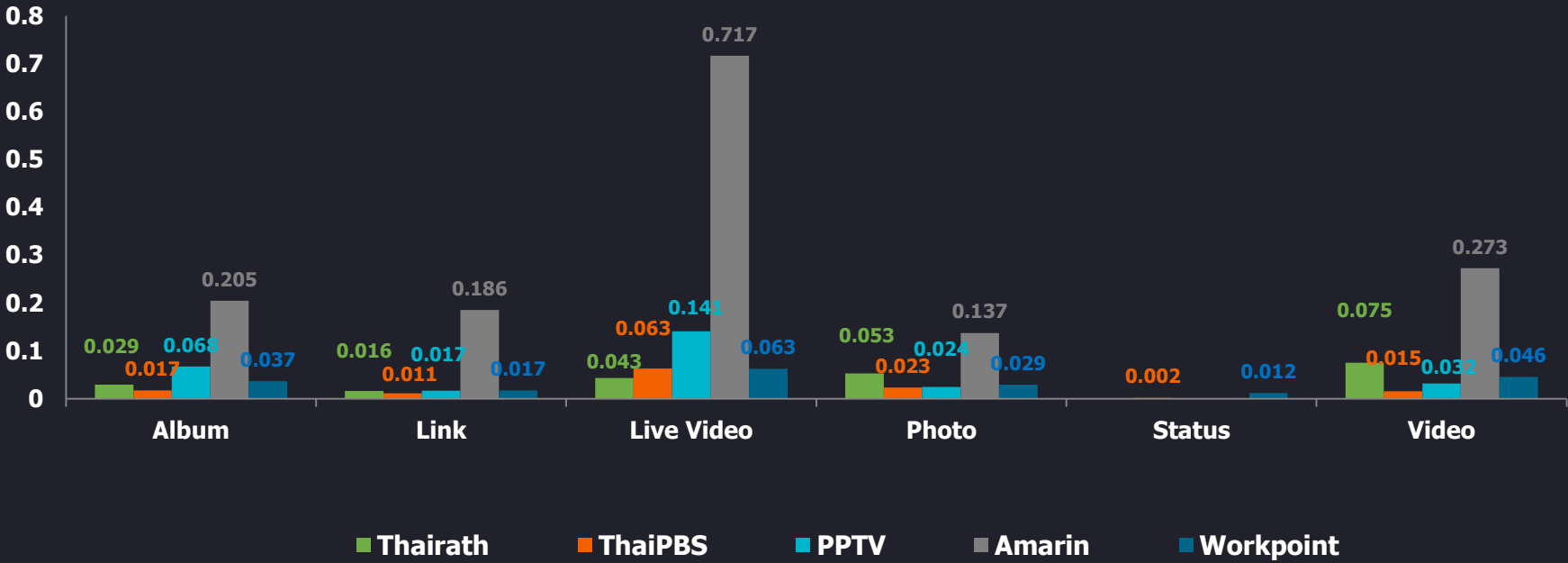
- ThaiPBS** : จำนวนการโพสต์ 3,907 โพสต์ เพิ่มขึ้นจากเดือน มี.ค. คิดเป็น 14.04% โดยได้รับ Engagement จากประเภท Live Video สูงกว่าประเภทอื่น ๆ (1,366,247 engagements) โดย Live Video ที่ได้ Engagement สูงสุด คือ "แถลงการณ์นายกรัฐมนตรี เรื่องสถานการณ์ COVID-19" (15,062 engagements)
- Thairath** : จำนวนการโพสต์ 8,072 โพสต์ มีจำนวนการโพสต์เพิ่มขึ้นจากเดือน มี.ค. คิดเป็น 0.07% ได้รับ Engagement จากประเภท Link สูงกว่าประเภทอื่น ๆ (11,935,760 engagements) โดยโพสต์ประเภท Link ที่ได้ Engagement สูงสุด คือ "อบจ.สกลนคร ขอนำร่อง ทำให้ดูเป็นตัวอย่าง สละเงินเดือนรวมแล้ว 2 แสนกว่าบาท ซื้ออุปกรณ์มอบให้บุคลากรทางการแพทย์" (177,912 engagements)
- Amarin** : จำนวนการโพสต์ 2,726 โพสต์ เพิ่มขึ้นจาก มี.ค. คิดเป็น 30.74% ได้รับ Engagement จากประเภท Video สูงกว่าประเภทอื่น ๆ (4,648,405 engagements) โดยโพสต์ประเภท Video ที่ได้ Engagement สูงสุด คือ "พ่อค้าออนไลน์แจกเงินถูกเดือน! ทำคนมารอรับเบียดเสียด" (322,315 engagements)

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

ประสิทธิภาพของโพสต์แต่ละสื่อ



ประสิทธิภาพของโพสต์แต่ละประเภท



***Remark :** Interaction ratio : 100 persons = $\frac{(Likes+Comments+Share)*100}{Standardize\ Fans\ for\ each\ post}$

KEY FINDING

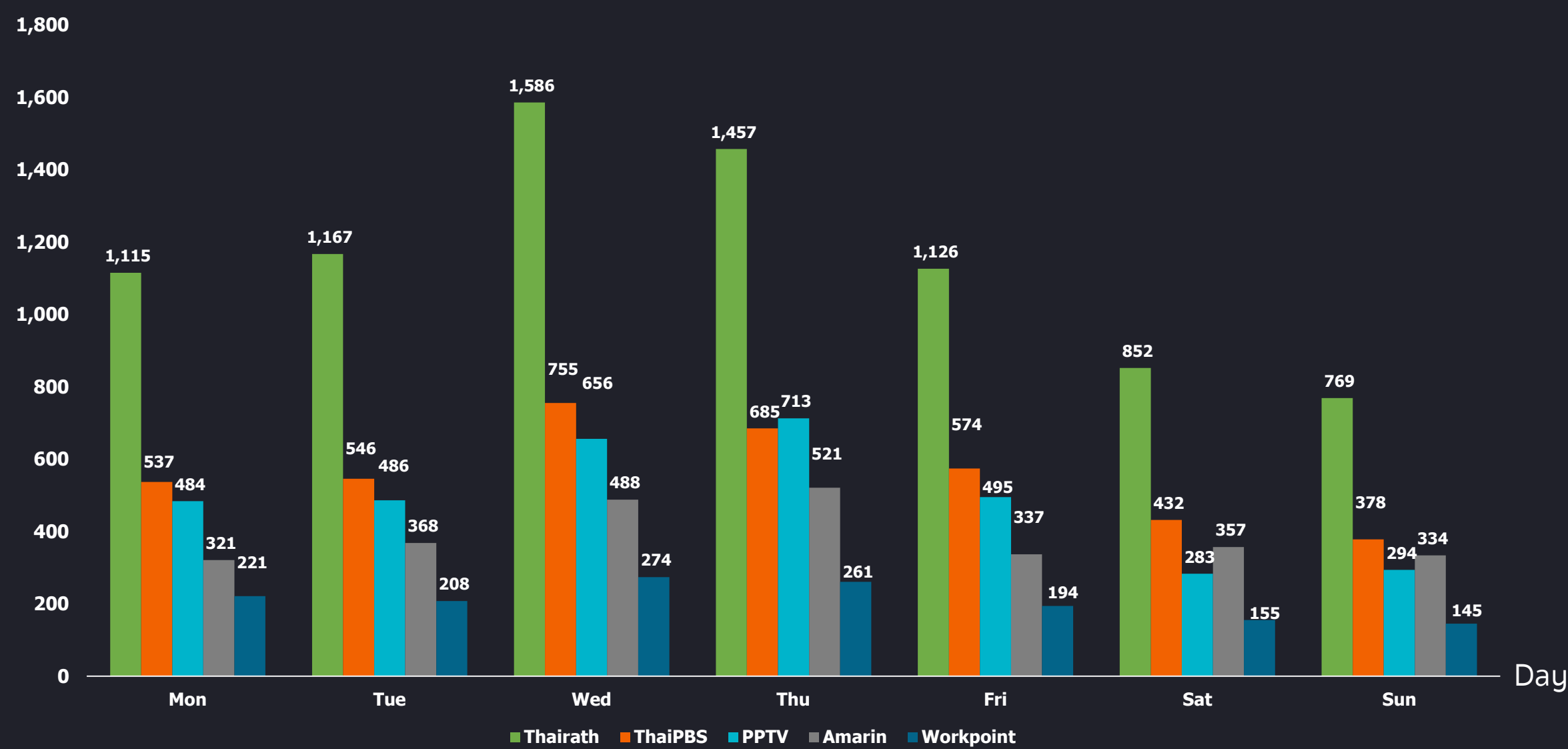
- ThaiPBS :** มีประสิทธิภาพการโพสต์ลดลง เช่นเดียวกับ PPTV, Amarin และ Thairath โดยประสิทธิภาพของโพสต์ส่วนใหญ่มาจากรายการและข่าวของช่อง เช่น รายการวันใหม่ไทยพีบีเอส 170 โพสต์ (Avg. 1,610 engagements : post) และข่าว "Covid-19" 2,135 โพสต์ (Avg. 1,107 engagements : post) เป็นต้น
- Amarin :** มีประสิทธิภาพการโพสต์สูงสุด โดยมาจากข่าว "เงินเยียวยา 5,000 บาท จากรัฐบาล" 22 โพสต์ (Avg. 6,932 engagements : post) และรายการทูบโตะข่าว 54 โพสต์ (Avg. 17,880 engagements : post) โดยรายการทูบโตะข่าว เป็นรายการที่ได้รับ Like และ Comment ค่อนข้างสูง
- PPTV :** มีประสิทธิภาพการโพสต์ลดลงจากเดือนที่ผ่านมา โดยประสิทธิภาพของโพสต์ส่วนใหญ่มาจากการนำเสนอข่าวของช่อง เช่น ข่าว "เงินเยียวยาจากรัฐบาล" 154 โพสต์ (Avg. 1,236 engagements : post) และข่าว "Covid-19" 2,037 โพสต์ (Avg. 1,035 engagements : post)

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

KEY FINDING

Day of Post เปรียบเทียบปริมาณการโพสต์ของ 5 แบรนด์สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)

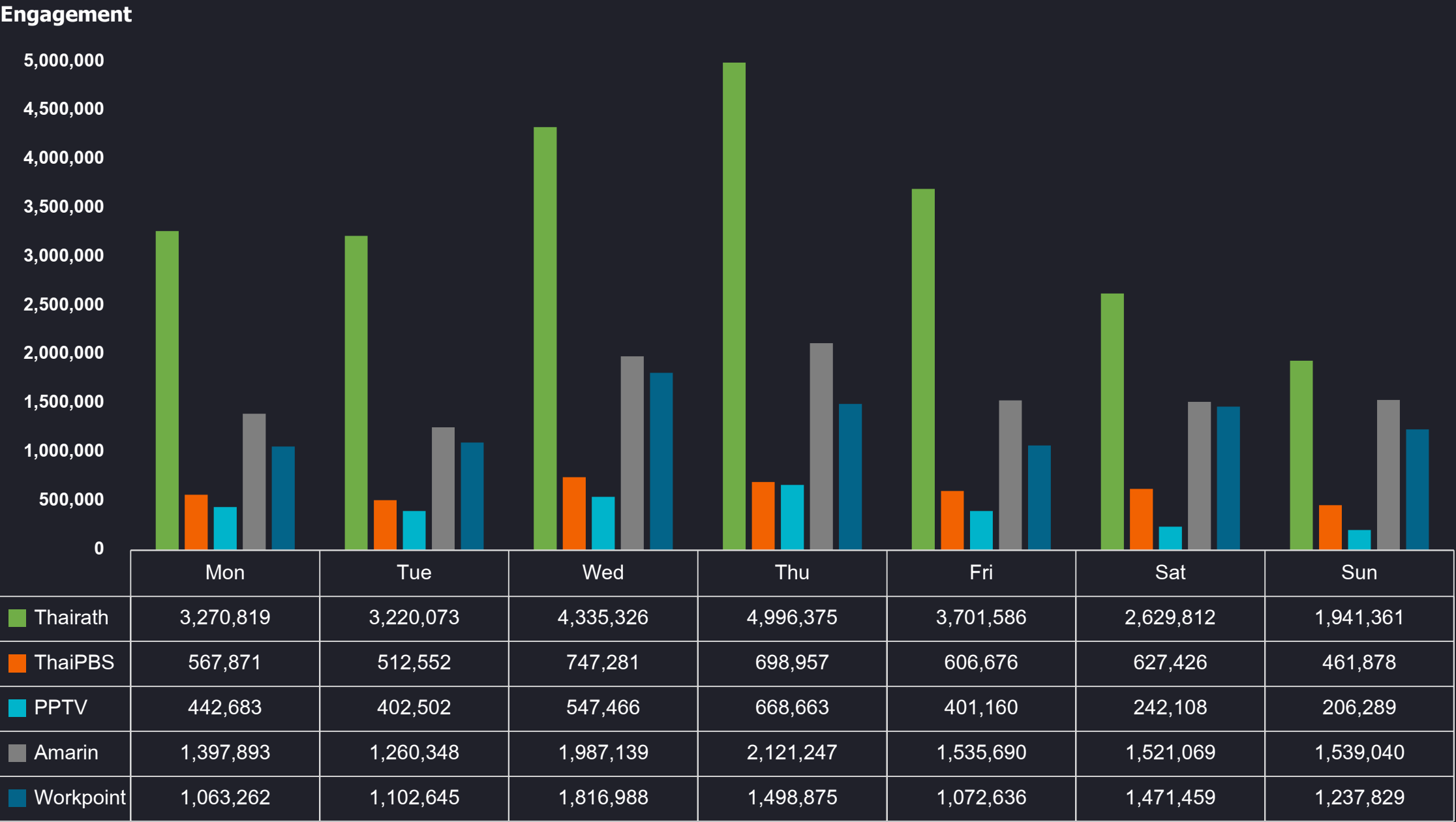
No. of post



- **ThaiPBS** : โพสต์สูงสุดคือวันพุธ ส่วนใหญ่เป็นการแชร์ โพสต์ข่าวและ Live รายการต่าง ๆ เช่น ข่าวเก้าโมง, ล้อมวงข่าว, หันข่าว และไทยสู้โควิด 19 เป็นต้น โดยโพสต์ที่ได้รับ Engagement สูง คือ “เปิดรับบริจาคเสื้อแขนยาว, กางเกงยีน และรองเท้าเก่า เพื่อให้ จนท.อาสา ใช้ในการดับไฟป่า” (49,173 engagements)
- **Thairath** : โพสต์สูงสุดในวันพุธ โดยข่าวที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือข่าว “นายกฯ แกล้งเงินเยียวยา #เราไม่ทิ้งกัน มีให้แค่เดือนเดียว ที่เหลือต้องรอกู” (186,663 engagements)
- **PPTV** : โพสต์สูงสุดในวันพฤหัสบดี โดยโพสต์ที่ได้รับ Engagement สูงสุด คือ “แจ้แล้ง ตั้งโต๊ะแจกอาหารฟรีหน้าร้าน สุวิกฤต โควิด-19 พร้อมเชิญชวนแม่ค้าส่งอาหารมาให้ชิมถ้าดี เดี่ยวสั่งเลย” (172,998 engagements)
- ทุกสื่อมีแนวโน้มโพสต์ลดลงในวันหยุด
- สื่อส่วนใหญ่โพสต์มากสุดในวันพุธ

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Day of Engagement การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามทั้ง 5 แบนด์สื่อ (แยกรายวันในสัปดาห์)



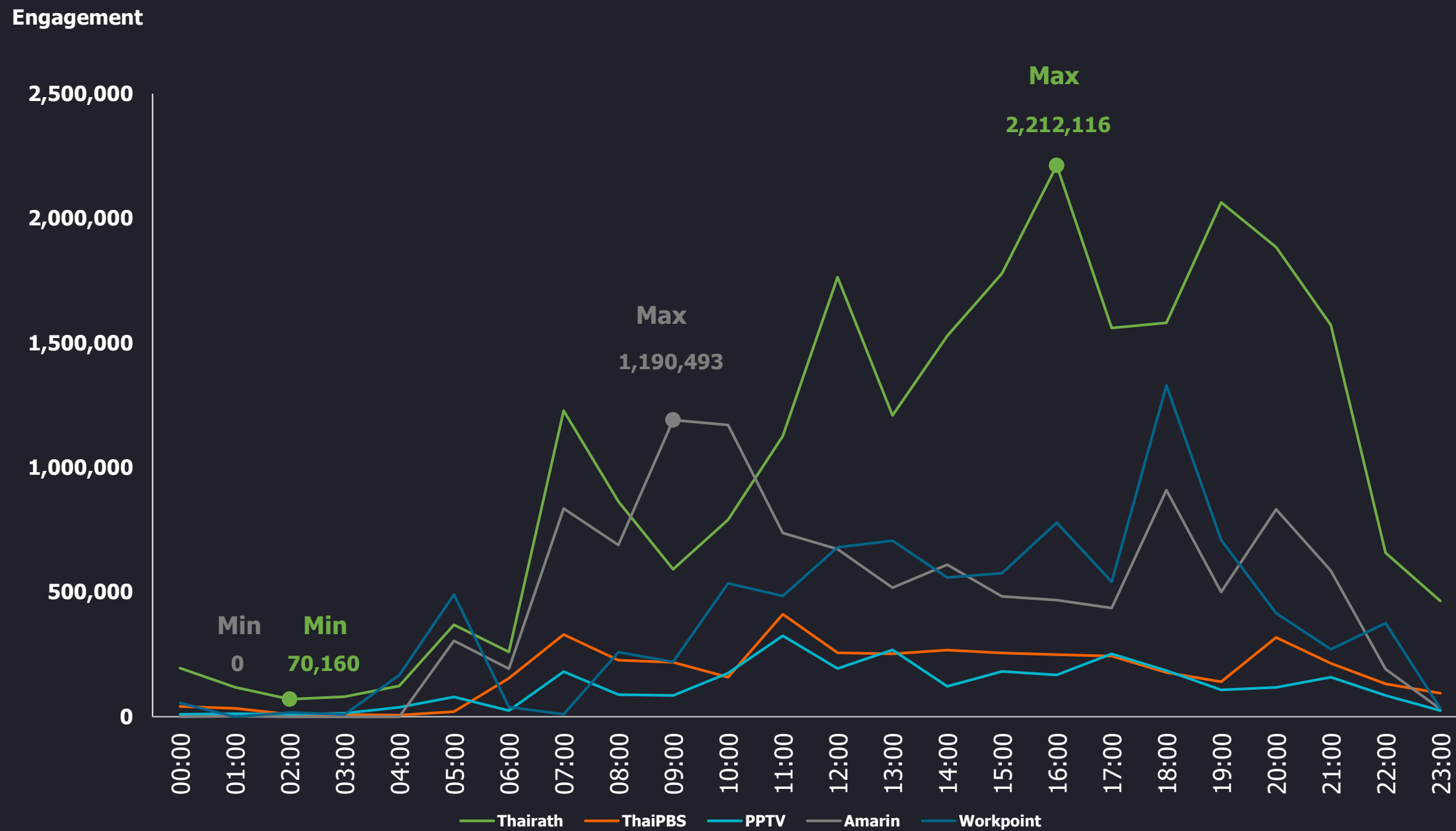
KEY FINDING

- ThaiPBS :** ได้รับ Engagement สูงสุดในวันพุธ และมีจำนวนโพสต์สูงสุดในวันพุธเช่นกัน โดยโพสต์ที่ได้รับ Engagement สูง คือโพสต์ “เปิดรับบริจาคเสื้อแขนยาว, กางเกงยีน และรองเท้าเก่า เพื่อให้ จันท.อาสา ใช้ในการดับไฟป่า” (49,173 engagements)
- Workpoint :** ได้รับ Engagement สูงสุดในวันพุธ ขณะที่มีการโพสต์สูงสุดในวันพุธเช่นกัน โดยได้รับ Engagement สูงสุดจากโพสต์ “รักติดไซเรน - JAYLERR x PARIS ft. เฟรช #ICanSeeYourVoice” (132,673 engagements)
- Amarin :** ได้รับ Engagement สูงสุดในวันพฤหัสบดี ขณะที่มีการโพสต์สูงสุดในวันพฤหัสบดีเช่นกัน โดยได้รับ Engagement สูงจากโพสต์ “สิ้นสุดความอดทน! ใจบุญอดแจก ข้าวเทศกาลโยนข้าวทิ้งลงคลอง” (170,249 engagements)

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

Hour of Engagement การมีส่วนร่วมของแฟนทั้ง 5 แบรนด์สื่อ (แยกรายชั่วโมง)

🔑 KEY FINDING

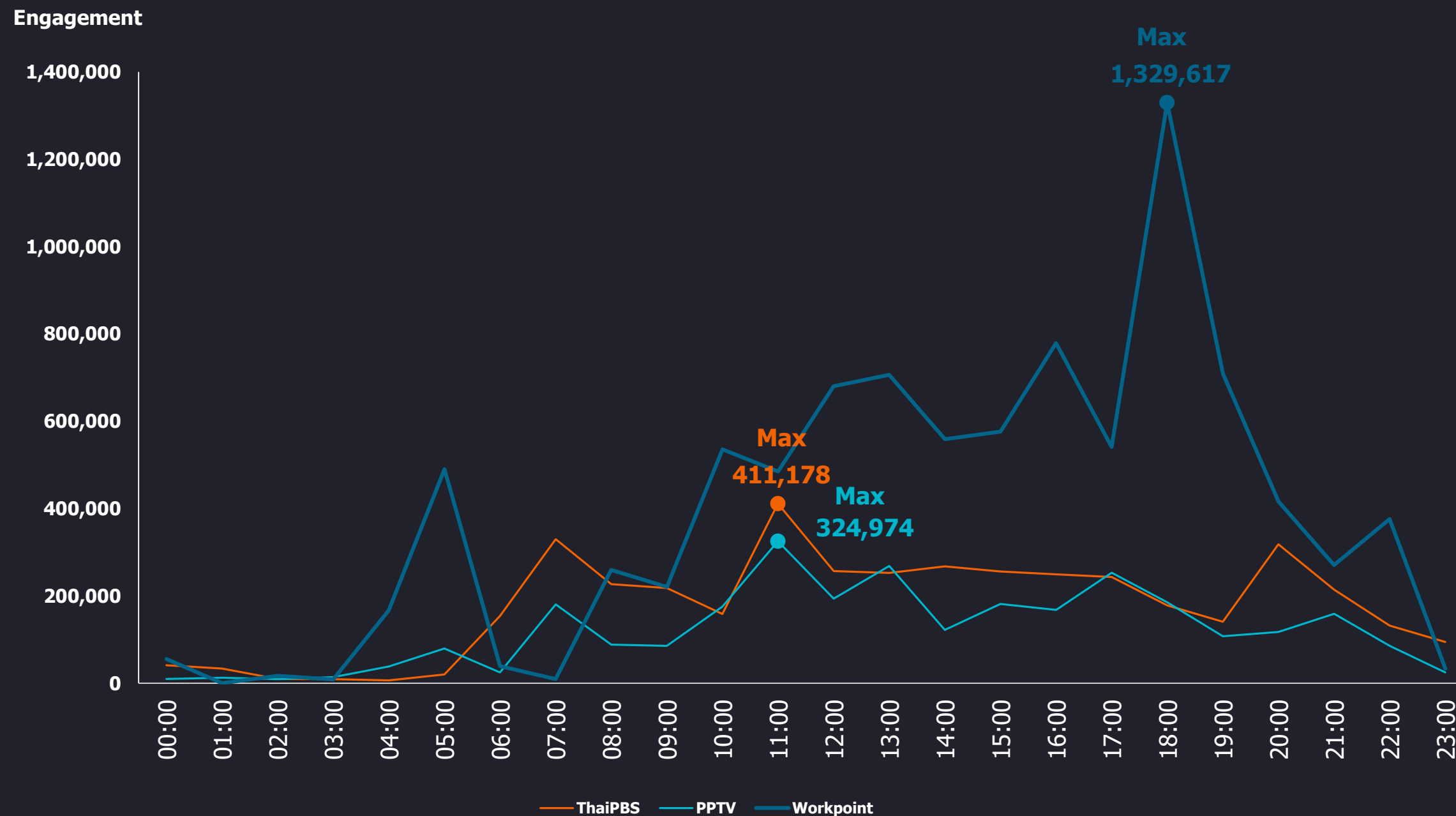


- **Thairath** : ช่วงเวลาที่ได้รับการมีส่วนร่วมสูงสุดจากผู้ติดตาม คือช่วงเวลา 16.00 น. ซึ่งมีจำนวน 584 โพสต์ โดยโพสต์ ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในช่วงเวลาดังกล่าว คือ "สาวไทยติด #โควิด19 ในปารีส แชร์ประสบการณ์ เอาชีวิตรอด รพ.ไม่รับรักษา ให้อยู่บ้านดูอาการจนวิกฤต" (197,932 engagements)
- **Amarin** : ช่วงเวลาที่ได้รับการมีส่วนร่วมสูงสุดจากผู้ติดตาม คือ ช่วงเวลา 9.00 น. ซึ่งมีจำนวน 149 โพสต์ โดยโพสต์ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในช่วงเวลาดังกล่าว คือ โพสต์ "สิ้นสุด ความอดทน! ใจบุญอดแจก ข้าวเทศกาลโยนข้าวทิ้งลงคลอง" (170,249 engagements)

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

KEY FINDING

Hour of Engagement การมีส่วนร่วมของแฟนทั้ง 5 แบนด์สื่อ (แยกรายชั่วโมง)
*ตัด Thairath และ Amarin ออก



- **ThaiPBS** : ช่วงเวลาที่ได้รับการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุด คือ ช่วงเวลา 11.00 น. ในขณะที่มีโพสต์สูงสุด 15.00 น. โดยโพสต์ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในช่วง 11.00 น. คือ “เครือข่ายชาวเลอันดามัน นำปลาแห้ง 1,050 กิโลกรัม เพื่อนำไปมอบเครือข่ายชาวนาภาคอีสาน” (24,380 engagements)
- **PPTV** : ได้รับ Engagement สูงสุดในช่วงเวลา 11.00 น. โดยมาจากข่าว “ประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนจากสถานการณ์โควิด-19 บุกรักรถทรงการคลัง” (22,044 engagements)
- **Workpoint** : ได้รับ Engagement สูงสุดในช่วงเวลา 18.00 น. โดยมาจากโพสต์ “น้องวินเนอร์ เขียนพระ 4 ขวบ ส่องพระหลักล้าน” (253,403 engagements)

วันที่ผู้ติดตามมีปฏิสัมพันธ์สูงสุดของเดือน และโพสต์ที่ดีที่สุดในวันนั้น (แยกรายแบรนด์)



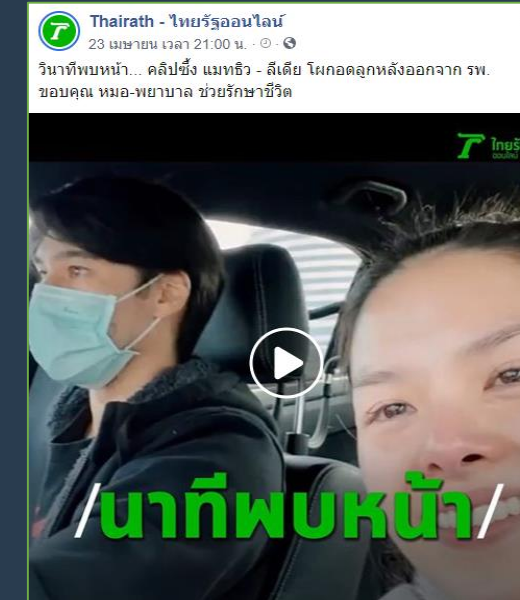
189,651
engagements
(6 Apr)



454,694
engagements
(8 Apr)



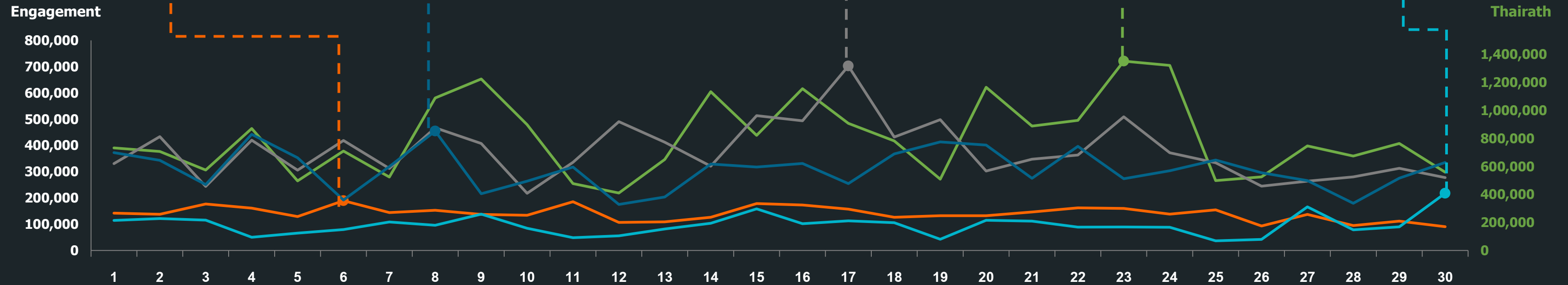
702,268
engagements
(17 Apr)



1,352,137
engagements
(23 Apr)



217,687
engagements
(30 Apr)



Note : แขนซ้ายคือ Thai PBS, PPTV, Amarin, Workpoint และ แขนขวา คือ Thairath

Note : Screenshot ที่เกิดขึ้นคือ Post ที่ได้รับ Engagement สูงสุดในวันนั้นๆ

Thairath

ThaiPBS

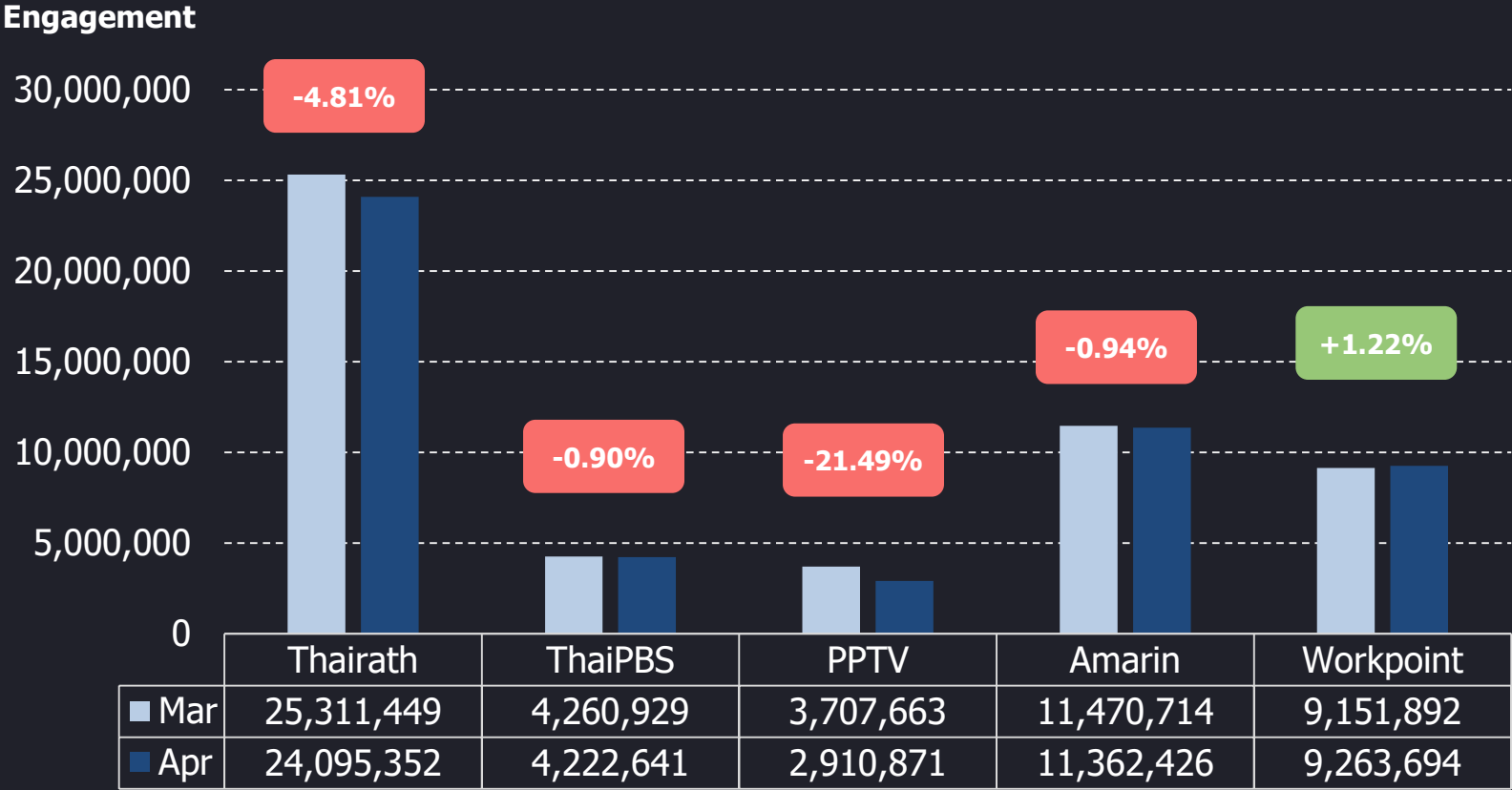
PPTV

Amarin

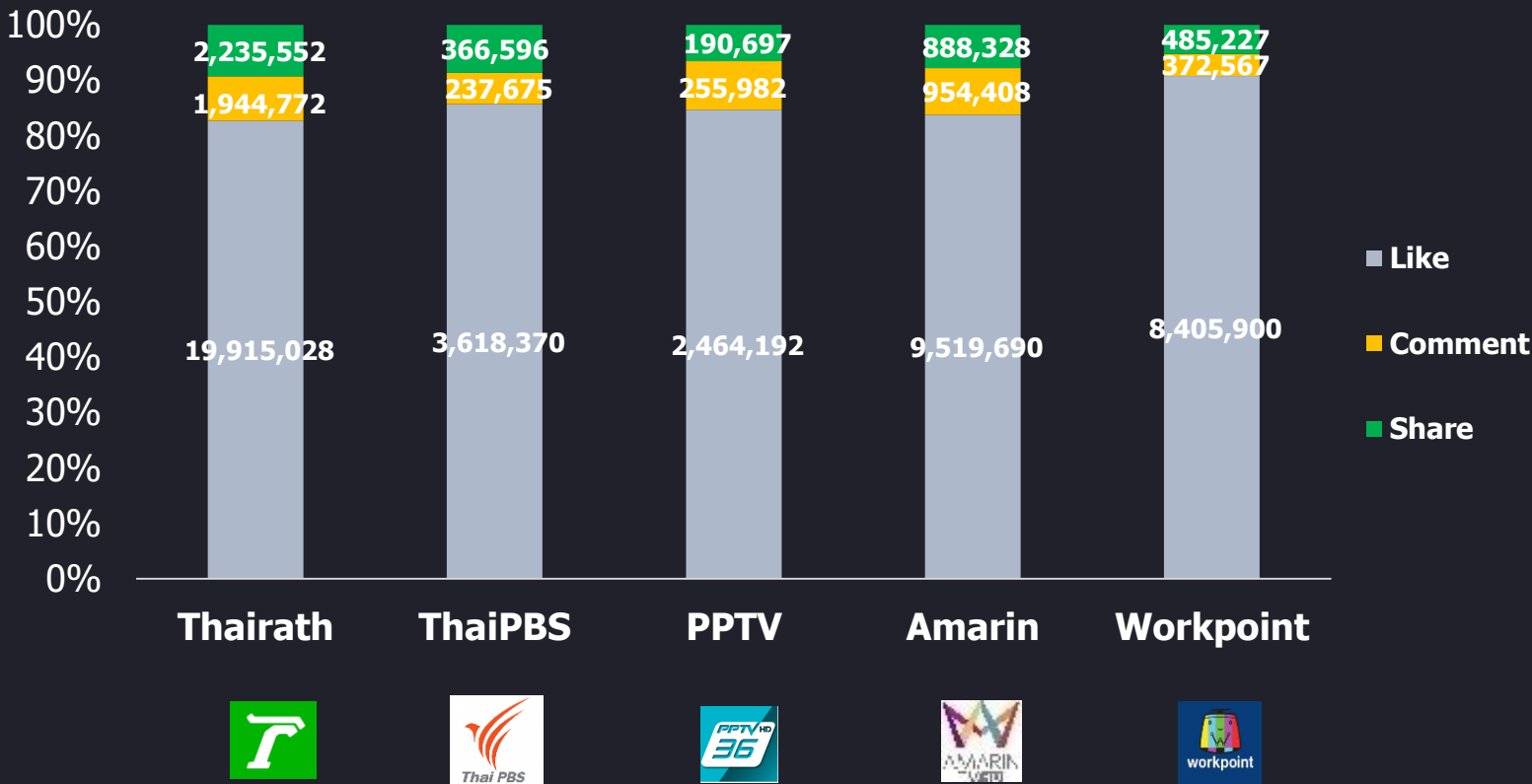
Workpoint

ประสิทธิภาพการโพสต์ในแต่ละแบรนด์

ประสิทธิภาพของโพสต์แต่ละสื่อ



การกระจายตัวของประเภทการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม



KEY FINDING

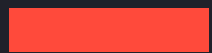
Engagement : ThaiPBS มีจำนวนการโพสต์เพิ่มขึ้น 481 โพสต์ หรือ 14.04% และได้รับ Engagement ลดลง 0.90% เช่นเดียวกับ Amarin มีจำนวนโพสต์เพิ่มขึ้นและได้รับ Engagement ลดลง 0.94% โดยโพสต์ที่ได้รับ Engagement สูง คือข่าว “เปิดรับบริจาคเสื้อแขนยาว, กางเกงยีน และรองเท้าเก่า เพื่อให้ จนท.อาสา ใช้ในการดับไฟป่า” (49,173 engagements)

การกระจายตัวของประเภท Engagement : Thairath มีการกระจายตัว มาจากการ Share มากกว่าสื่ออื่น ๆ คือ “ป่าเพ็ญ นุภะทรวงการคลัง ทวงถามเงิน 5 พัน” (154,545 shares) ในขณะที่ PPTV ได้รับสัดส่วนการกระจายตัว จากด้าน Comment สูงสุด คือ “แถลงจับ เลียบอย-พันธุ์ยศ และเตรียมหาตัว หม่อมโพธิ์ดำ มาดำเนินคดี” (9,308 comments) โดยส่วนใหญ่เป็นการแสดงความคิดเห็นในด้านลบเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ และ Workpoint ได้รับสัดส่วน การกระจายตัวจากด้าน Like สูงสุด คือ โพสต์ “น้องวินเนอร์ เขียนพระ 4 ขวบ ส่องพระหลักล้าน” (207,174 likes)

TOP POST ENGAGEMENT



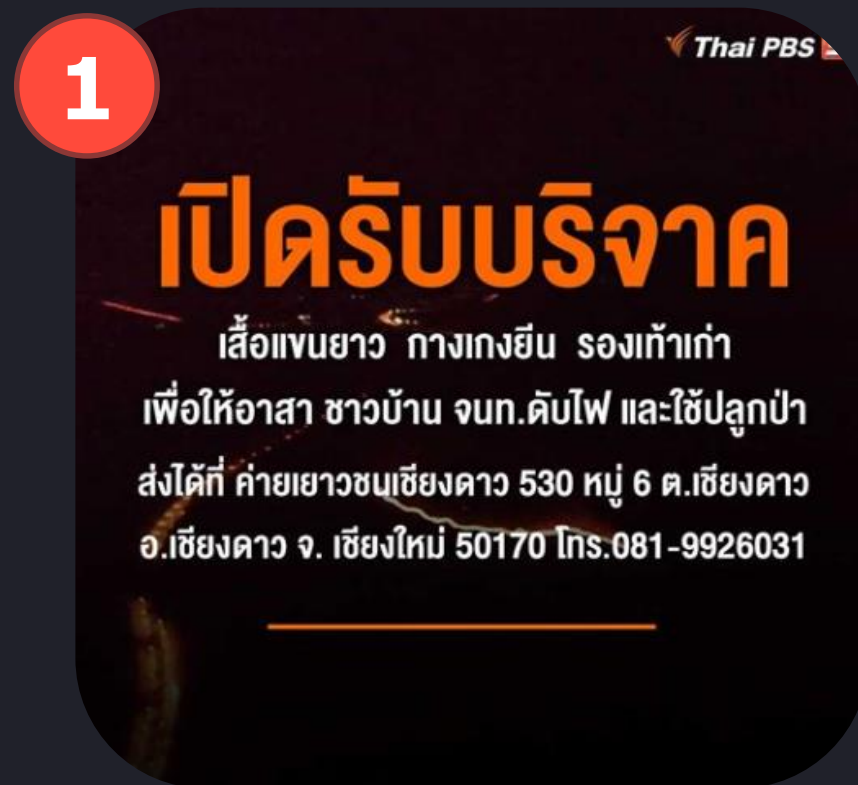
PHASE 2



Showing top post engagement compare to competitors



โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) สูงสุดของ ThaiPBS



เปิดรับบริจาคเสื้อแขนยาว, กางเกงยีน
และรองเท้าเก่า เพื่อให้ จนท.อาสา
ใช้ในการดับไฟป่า



แมทธิว-ลิเดีย ทำคลิปแทนคำขอบคุณ
แพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ ที่ดูแล
รักษาจนหายป่วย #COVID19



ผลกระทบจากโควิด-19 ทำให้ได้เห็น
น้ำใจคนไทยที่ช่วยเหลือกันและกัน
ในหลากหลายพื้นที่ทั่วไทย แบ่งเบาอาหาร
การกินและลดภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือน

Posted on 15 เม.ย. 63

Post type - Photo

Engagement

49,173

Reaction : 19,421
Comment : 944
Share : 28,808

Posted on 23 เม.ย. 63

Post type - Video

Engagement

42,050

Reaction : 36,571
Comment : 1,116
Share : 4,363

Posted on 22 เม.ย. 63

Post type - Video

Engagement

38,293

Reaction : 33,803
Comment : 951
Share : 3,539

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วม (Engagement) น้อยสุดของ ThaiPBS



สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ปรับแนวทาง
บังคับใช้กฎหมาย หลังขยาย พ.ร.ก.
ฉุกเฉินฯ อีก 1 เดือน โดยเพิ่ม
ชุดสายตรวจ คุ่มเข้มด้านชายแดนป้องกัน
เข้าเมืองผิดกฎหมาย



#ไทยพีบีเอส รวบรวมเบอร์สายด่วน
ในช่วงสถานการณ์ #COVID19 มาฝากค่ะ



ดนตรีสามารถสร้างความสุขและการเรียนรู้
ให้กับน้อง ๆ ที่หุ้หนวกได้

Posted on 30 เม.ย. 63

Post type - Link

Engagement

16

Reaction : 13
Comment : 2
Share : 1

Posted on 26 เม.ย. 63

Post type - Link

Engagement

17

Reaction : 15
Comment : 0
Share : 2

Posted on 27 เม.ย. 63

Post type - Video

Engagement

19

Reaction : 19
Comment : 0
Share : 0

โพสต์ที่ ThaiPBS แชร์จากเพจอื่น และมีปฏิสัมพันธ์ของแฟนสูงสุด



ผักขายไม่ได้ จั่นก็แจกฟรี!!! นี่คือน้ำใจ
จากคนบ้านนอกไม่รู้ว่าจะอะไร
แต่ภูมิใจในตัวเอง ช่วยกันครับ!!!



ปันน้ำใจจาก ชาวมัง สู่ชาวเมือง
แจกผักฟรีชาวเชียงใหม่ ภายใน 1 ชั่วโมง
หมดเกลี้ยง เป็นการแสดงความมีน้ำใจ
คนไทยไม่ทอดทิ้งกัน ยามสู้ภัยโควิด



ก่อนจะเข้าวัดจะต้องรักษาระยะห่าง
วัดเจดีย์หลวง จัดตั้งโรงทาน ช่วยเหลือ
ประชาชนที่ได้รับผลกระทบจาก
การแพร่กระจายไวรัส โควิด-19

Shared on 11 เม.ย. 63 Post type - Video

Engagement

41,770

Reaction : 34,094
Comment : 2,306
Share : 5,370

Shared on 16 เม.ย. 63 Post type - Video

Engagement

29,299

Reaction : 25,799
Comment : 1,294
Share : 2,206

Shared on 9 เม.ย. 63 Post type - Video

Engagement

9,727

Reaction : 7,805
Comment : 1,086
Share : 836

โพสต์ที่ ThaiPBS แชร์จากเพจอื่น และมีปฏิสัมพันธ์ของแฟนต่ำสุด



เปิดช่องทางใหม่ให้คุณได้ติดตาม
#ThaiPBSPodcast ที่เว็บไซต์
www.thaipbspodcast.com
ฟังพอดคาสต์รายการต่าง ๆ ได้แล้วที่นี่

Shared on 20 เม.ย. 63

Post type - Album

Engagement

6

Reaction : 6
Comment : 0
Share : 0



เทรนด์เทคโนโลยีที่เกิดขึ้น หลังสิ้นสุด
การระบาดของ Covid-19

Shared on 29 เม.ย. 63

Post type - Album

Engagement

7

Reaction : 6
Comment : 0
Share : 1



ใกล้หมดเขตร่วมสนุกแล้วนะคะ
มาร่วมดาวน์โหลด VIPA Mobile
Application แล้วลุ้นไปด้วยกัน
กับกิจกรรม แคลโหลดก็ได้ลุ้น
ผ่านแฟนเพจ VIPA ค่ะ

Shared on 27 เม.ย. 63

Post type - Photo

Engagement

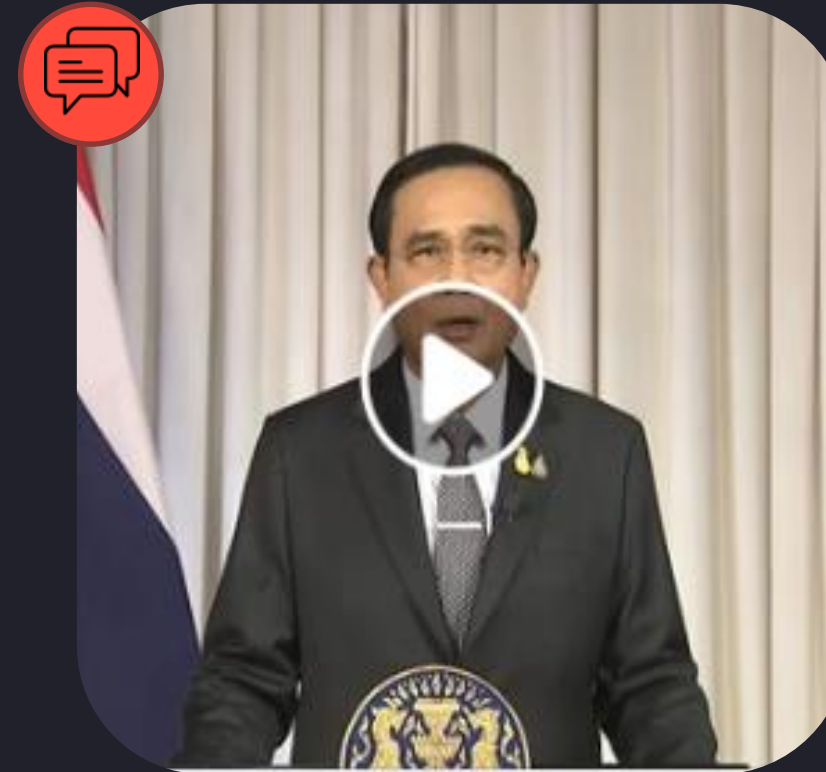
7

Reaction : 3
Comment : 0
Share : 4

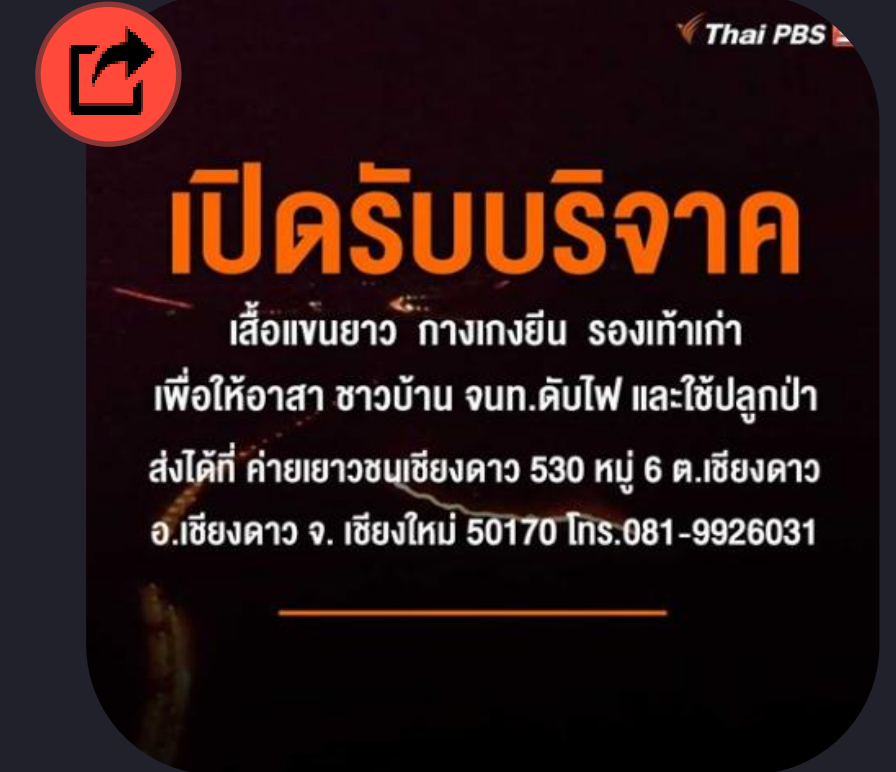
โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดแต่ละประเภท



แมทธิว-ลิเดีย ทำคลิปแทนคำขอบคุณ
แพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ ที่ดูแล
รักษาจนหายป่วย #COVID19



แถลงการณ์นายกรัฐมนตรี เรื่อง
สถานการณ์ COVID-19



เปิดรับบริจาคเสื้อแขนยาว, กางเกงยีน
และรองเท้าเก่า เพื่อให้ จันท.อาสา
ใช้ในการดับไฟป่า

Top Reaction

Posted on 23 เม.ย. 63

Post type - Video

Reaction

36,571

Reaction : 36,571

Comment : 1,116

Share : 4,363

Top Comment

Posted on 10 เม.ย. 63

Post type - Video

Comment

4,528

Reaction : 9,521

Comment : 4,528

Share : 1,013

Top Share

Posted on 15 เม.ย. 63

Post type - Photo

Share

28,808

Reaction : 19,421

Comment : 944

Share : 28,808

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามน้อยสุดแต่ละประเภท



สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ปรับแนวทาง
บังคับใช้กฎหมาย หลังขยาย พ.ร.ก.
ฉุกเฉินฯ อีก 1 เดือน โดยเพิ่ม
ชุดสายตรวจ คมเข้มด้านชายแดนป้องกัน
เข้าเมืองผิดกฎหมาย



#ไทยพีบีเอส รวบรวมเบอร์สายด่วน
ในช่วงสถานการณ์ #COVID19 มาฝากค่ะ



ดนตรีสามารถสร้างความสุขและการเรียนรู้
ให้กับน้อง ๆ ที่หุ้หนวกได้

Bottom Reaction

Posted on 30 เม.ย. 63

Post type - Link

Reaction

13

Reaction : 13

Comment : 2

Share : 1

Bottom Comment

Posted on 26 เม.ย. 63

Post type - Link

Comment

0

Reaction : 15

Comment : 0

Share : 2

Bottom Share

Posted on 27 เม.ย. 63

Post type - Video

Share

0

Reaction : 19

Comment : 0

Share : 0

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดของ Thairath

1



ป้าเพ็ญ บุกระทรวงการคลัง
ทวงถามเงิน 5,000 บาท

Posted on 14 เม.ย. 63
Post type - Video

Engagement	Reaction	: 205,089
	Comment	: 27,275
	Share	: 154,545
386,909		

2



คลิปซิ่ง แมทธิว-ลีเดีย โผกอดลูก
หลังออกจาก รพ. ขอขอบคุณ
หมอ-พยาบาล ช่วยรักษาชีวิต

Posted on 23 เม.ย. 63
Post type - Video

Engagement	Reaction	: 205,190
	Comment	: 4,729
	Share	: 36,734
246,653		

3



แมทธิว-ลีเดีย ออกจากโรงพยาบาลแล้ว
หลังรักษา #โควิด19 นานกว่า 30 วัน

Posted on 18 เม.ย. 63
Post type - Photo

Engagement	Reaction	: 179,408
	Comment	: 17,217
	Share	: 4,614
201,239		

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดของ PPTV

1



“เจ้เล้ง” ตั้งโต๊ะแจกอาหารฟรีหน้าร้าน
สู้วิกฤตช่วงโควิด-19 พร้อมเชิญชวน
แม่ค้าส่งอาหารมาให้ชิม
“ถ้าดีเดี๋ยวสั่งเลย”

Posted on 30 เม.ย. 63
Post type - Video

Engagement	Reaction	:	149,213
	Comment	:	5,666
172,998	Share	:	18,119

2



เป็นเรื่องเป็นข่าว | ไขปริศนา
“คิม จอง-อึน” อยู่ไหน?

Posted on 27 เม.ย. 63
Post type - Video

Engagement	Reaction	:	49,666
	Comment	:	1,754
58,800	Share	:	7,380

3



ประชาชนที่อยู่บริเวณสวนลุมพินี
วิ่งและกระโดดข้ามแนวรั้วต้นไม้ เพื่อไป
รับเงินจากกลุ่มผู้ขาย 4 คน ที่กดเงินสด
มาจำนวน 40,000 บาท เพื่อแจกจ่าย
ให้กับผู้มีรายได้น้อย

Posted on 18 เม.ย. 63
Post type - Album

Engagement	Reaction	:	37,884
	Comment	:	2,858
51,146	Share	:	10,404

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดของ AMARIN

1



จากข่าวพ่อค้าออนไลน์แจกเงินช่วยเหลือประชาชน โดยมีการแจกอีกครั้งหนึ่ง แต่ในครั้งนี่ เจ้าหน้าที่ตำรวจ ต้องเข้าตักเตือน

Posted on 17 เม.ย. 63
Post type - Video

Engagement	Reaction	: 269,226
	Comment	: 15,920
322,315	Share	: 37,169

2



สิ้นสุดความอดทน! ใจบุญอดแจก ข้าวเทศกิจโยนข้าวทิ้งลงคลอง

Posted on 23 เม.ย. 63
Post type - Video

Engagement	Reaction	: 116,356
	Comment	: 21,008
170,249	Share	: 32,885

3



ในขณะที่บางคนลองกรอกข้อมูลเล่น ปลอมข้อมูลเท็จ จนได้ 5,000 มาสนใจ แต่บางคนที่ไม่ม่แม่แต่ข่าวสารกรอกหม้อ รอคอยการเยียวยาอย่างคาดหวัง แต่กลับไร้แวว

Posted on 12 เม.ย. 63
Post type - Video

Engagement	Reaction	: 104,118
	Comment	: 4,698
134,393	Share	: 25,577

โพสต์ที่มีการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามสูงสุดของ WORK POINT

1

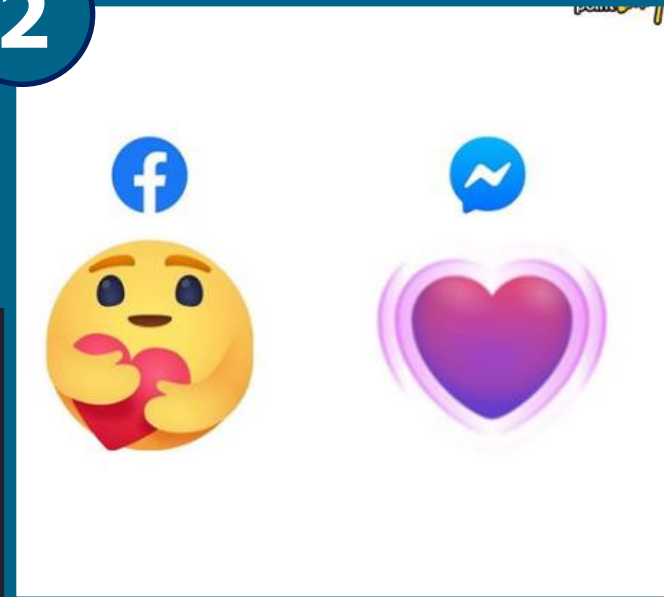


น้องวินเนอร์ เขียนพระ 4 ขวบ
สองพระหลักล้าน

Posted on 4 เม.ย. 63
Post type - Video

Engagement	Reaction	:	207,174
	Comment	:	4,594
253,403	Share	:	41,635

2



รีแอคชั่นใหม่ล่าสุด จาก facebook
สำหรับสถานการณ์ COVID-19
เพื่อแสดงออกว่า เราห่วงใยกัน

Posted on 30 เม.ย. 63
Post type - Photo

Engagement	Reaction	:	107,315
	Comment	:	23,650
131,977	Share	:	1,012

3



รักติดไซเรน - JAYLERR x PARIS
ft. เฟรช #ICanSeeYourVoice

Posted on 8 เม.ย. 63
Post type - Video

Engagement	Reaction	:	125,912
	Comment	:	638
132,673	Share	:	6,123

TOP 5 POSTS ThaiPBS



PHASE 3



Click-through rate : CTR

อัตราส่วนการคลิกต่อการเข้าถึงโพสต์ (ประเภท Link)

*Clicks : Number of link clicks.

*Reach: The unique users who have seen the post.

Remarks* Click-through rate = $\left(\frac{\text{No.of Link Clicks}}{\text{No.of Reach}} \right) * 100\%$

Click-Through Rate : CTR อัตราส่วนการคลิกต่อการเข้าถึงโพสต์

1



พบช่างซ่อม BTS
ในโรงงานมักกะสัน
ติดเชื้อไวรัส COVID-19 รวม.
คมนาคม สั่งสอบข้อเท็จจริง
พร้อมประสาน สธ.
เข้าดูแลพื้นที่

Click-through rate
9.96%

Click : 1,330
Reach : 13,359
Engagement : 4,486

2



ทบ.หนนการจัดตั้งสถานที่
ควบคุมและสังเกตอาการของ
รัฐ หรือ State quarantine
ทั้ง กทม.และในทุกจังหวัด

Click-through rate
9.33%

Click : 1,556
Reach : 16,681
Engagement : 3,859

3



ชินโสะ อาเบะ นายกรัฐมนตรี
ญี่ปุ่น ประกาศห้าม
ชาวต่างชาติเดินทาง
เข้าญี่ปุ่นอีก 14 ประเทศ

Click-through rate
8.45%

Click : 19,254
Reach : 227,873
Engagement : 36,851

4



8 วิธี "Social Distancing" งด
กอด-จูบ-พื้นที่แออัดเสี่ยงโรค

Click-through rate
8.41%

Click : 1,152
Reach : 13,699
Engagement : 2,586

5



คณะกรรมการโรคติดต่อ
จ.แพร่ มีมติปิด จ.แพร่
10-17 เม.ย. นี้
ห้ามเดินทางเข้า-ออก

Click-through rate
7.76%

Click : 1,341
Reach : 17,279
Engagement : 4,771

TOP 5 Facebook LIVE



PHASE 4



ที่มียอดรับชม (View) สูงสุด



5 อันดับ Facebook LIVE ที่มียอดรับชม (View) สูงสุด

1



[Live] 14.05 น.
#SundayInspirationSports
เทพบันทีกภาพ
The Champion ควายเหล็ก
(12 เม.ย. 63)

Total View
481,033

2



[Live] 18.00 น.
แถลงการณ์นายกรัฐมนตรี
เรื่องสถานการณ์ COVID-19
(10 เม.ย. 63)

Total View
418,540

3



[Live] 11.30 น.
ศูนย์แถลงข่าวรัฐบาลฯ
แถลงสถานการณ์โควิด-19
(8 เม.ย. 63)

Total View
382,615

4



[Live] 11.30 น.
ศูนย์แถลงข่าวรัฐบาลฯ
แถลงสถานการณ์โควิด-19
(6 เม.ย. 63)

Total View
356,967

5



[Live] 11.45 น.
ศูนย์แถลงข่าวรัฐบาลฯ
แถลงสถานการณ์โควิด-19
(7 เม.ย. 63)

Total View
323,426

5 อันดับ Facebook LIVE ที่มียอดรับชมพร้อมกัน (Peak View) สูงสุด

1



[Live] 11.30 น. ศูนย์
แถลงข่าวรัฐบาลฯ
แถลงสถานการณ์โควิด-
19 (6 เม.ย. 63)

Peak View
23,086

2



[Live] 11.30 น. ศูนย์
แถลงข่าวรัฐบาลฯ
แถลงสถานการณ์
โควิด-19 (8 เม.ย. 63)

Peak View
22,234

3



[Live] 18.00 น.
แถลงการณ์
นายกรัฐมนตรี เรื่อง
สถานการณ์ COVID-19
(10 เม.ย. 63)

Peak View
21,977

4



[Live] 09.00 น.
#ข่าว9โมง
(4 เม.ย.63)

Peak View
20,106

5



[Live] 18.00 น.
แถลงการณ์
นายกรัฐมนตรี เรื่อง
สถานการณ์ COVID-19
(2 เม.ย. 63)

Peak View
18,950

TOP 5 Video (Short-Form)



PHASE 5



ที่มียอดรับชม (View) สูงสุด



5 อันดับ วิดีโอ (Short-Form) ที่มียอดรับชม (View) สูงสุด

1



แมทธิว-ลีเดีย ทำคลิป
แทนคำขอบคุณ

Total View
996,675

2



คนไทยไม่ทิ้งกัน
ผลกระทบจากโควิด-19

Total View
931,950

3



ข้อมูลล่าสุดจากคณะแพทย์
ของจีน เชื่อว่าเชื้อ COVID-19
มันอาจจะเข้าสู่สมอง
ทำลายระบบประสาท
และอวัยวะอื่น ๆ ได้

Total View
862,107

4



แม่ค้าแจกไก่สดแบ่งปันช่วง
COVID-19 ระบาด

Total View
432,777

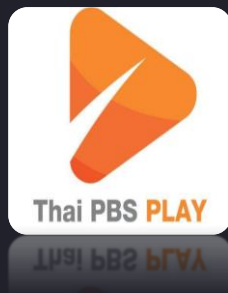
5



พ่อค้าขายผักวัย 10 ขวบ
สู้ชีวิตท่ามกลาง COVID-19

Total View
410,592

TOP 3 Captioned Video



PHASE 6



ที่มียอดรับชม (View) สูงสุด

*Reach: The unique users who have seen the post.



3 อันดับ วิดีโอประเภท Captioned Video ที่มียอดรับชม (View) มากที่สุด



1

Total View

176,343



2

Total View

47,145



3

Total View

12,782

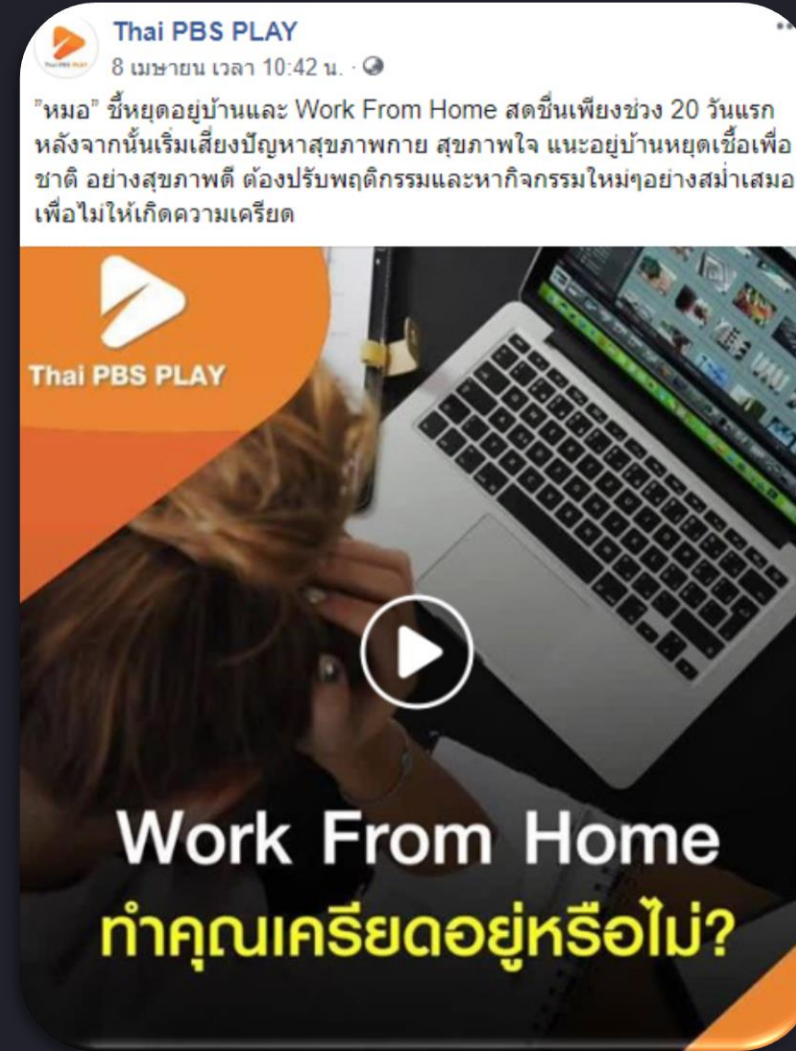
3 อันดับ วิดีโอประเภท Captioned Video ที่มียอดรับชม (View) น้อยที่สุด



1

Total View

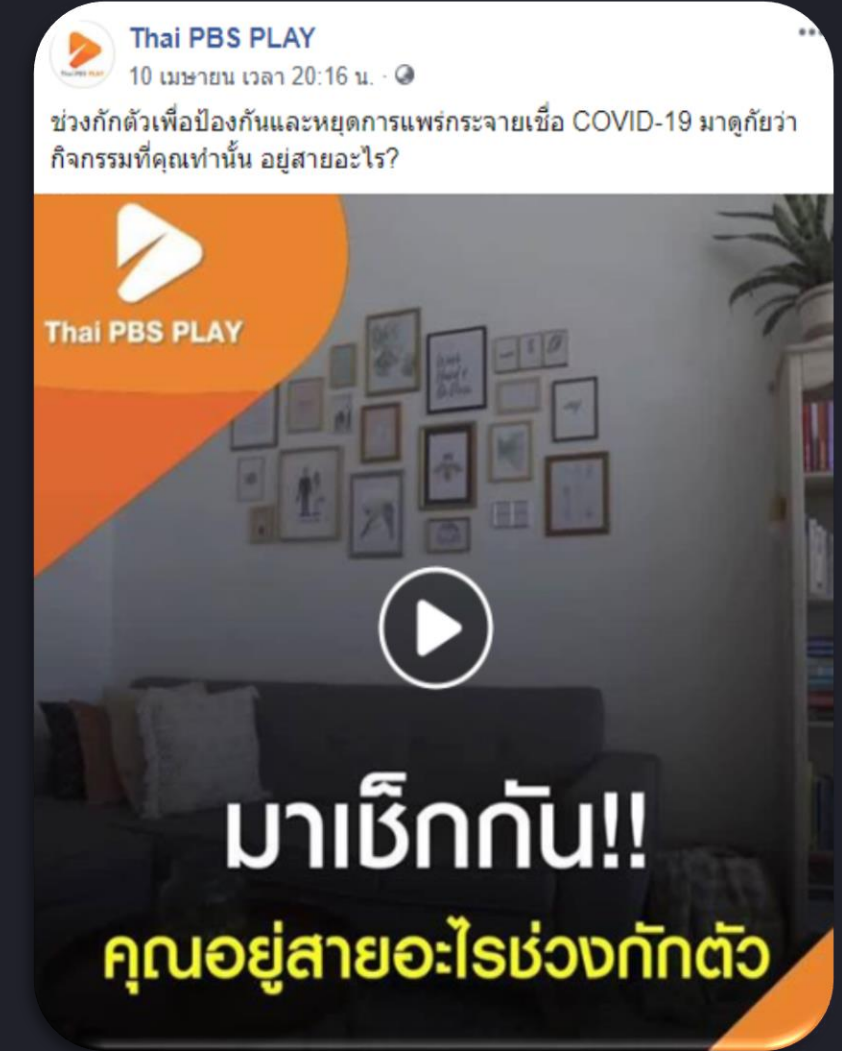
1,531



2

Total View

4,205

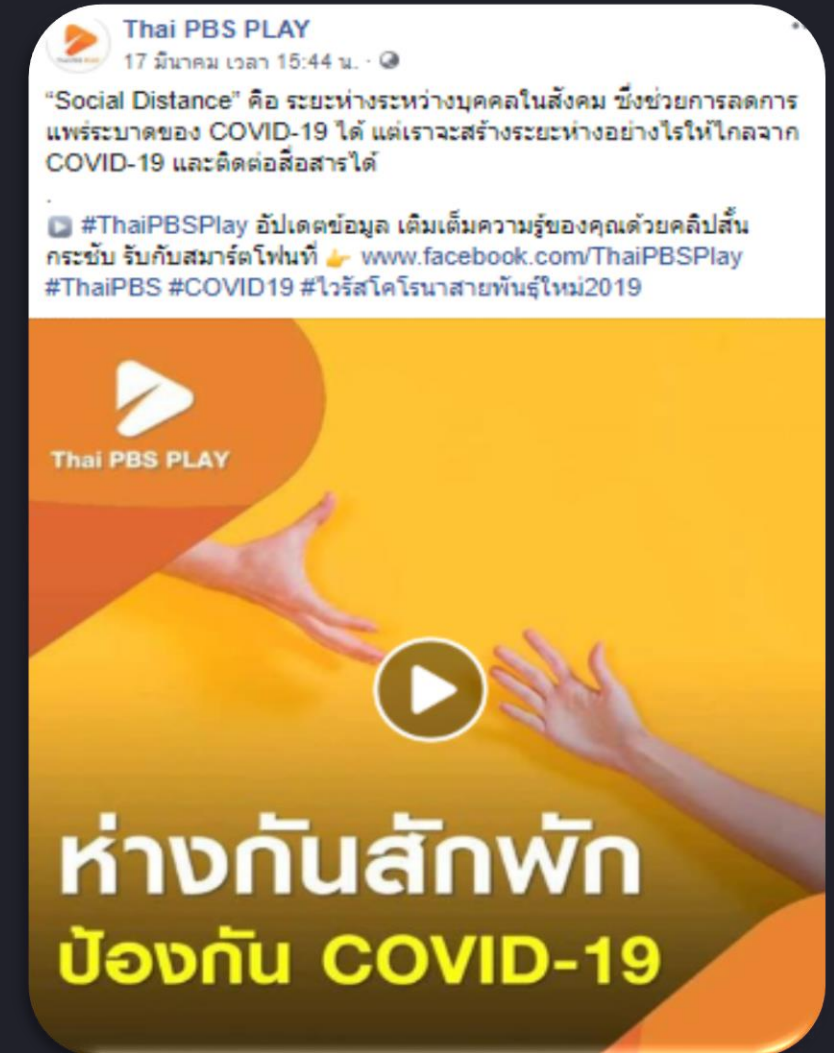


3

Total View

4,466

3 อันดับ วิดีโอประเภท Captioned Video ที่มีการปฏิสัมพันธ์ **สูงสุด**



1

Total Engagement 4,862
Total Reach 305,066

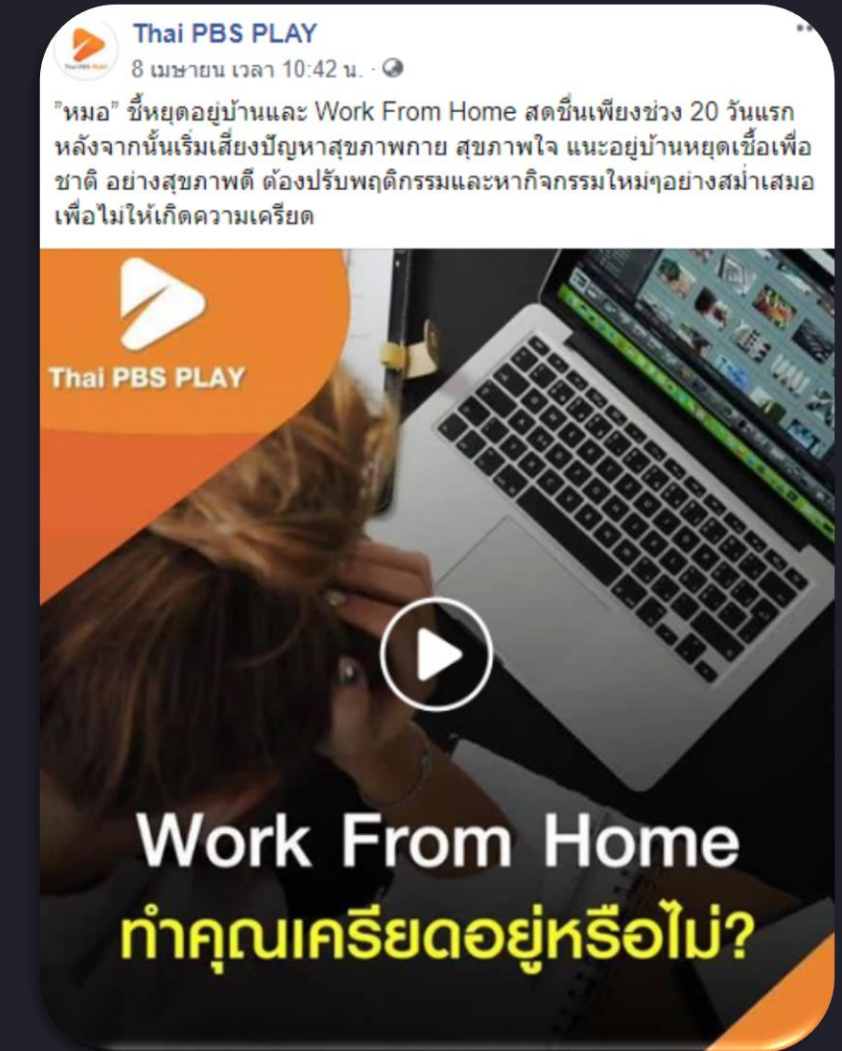
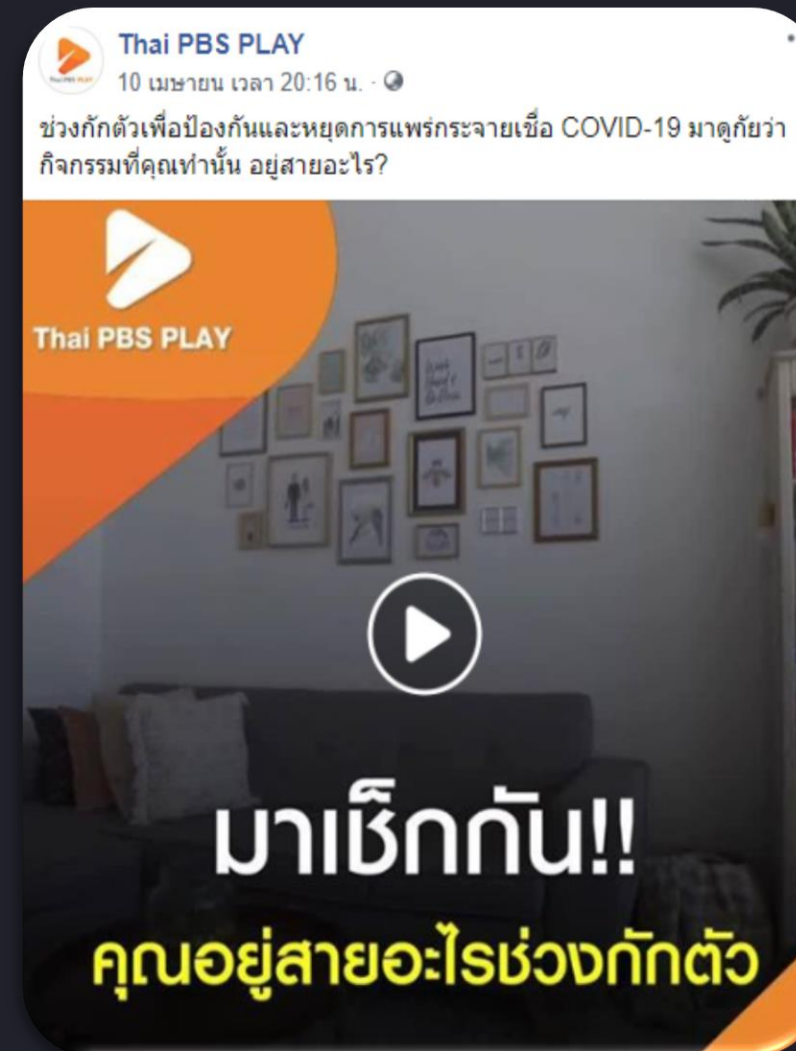
2

Total Engagement 852
Total Reach 75,719

3

Total Engagement 206
Total Reach 17,509

3 อันดับ วิดีโอประเภท Captioned Video ที่มีการปฏิสัมพันธ์ **น้อยสุด**



1

Total Engagement 31
Total Reach 4,827

2

Total Engagement 34
Total Reach 4,010

3

Total Engagement 42
Total Reach 5,786

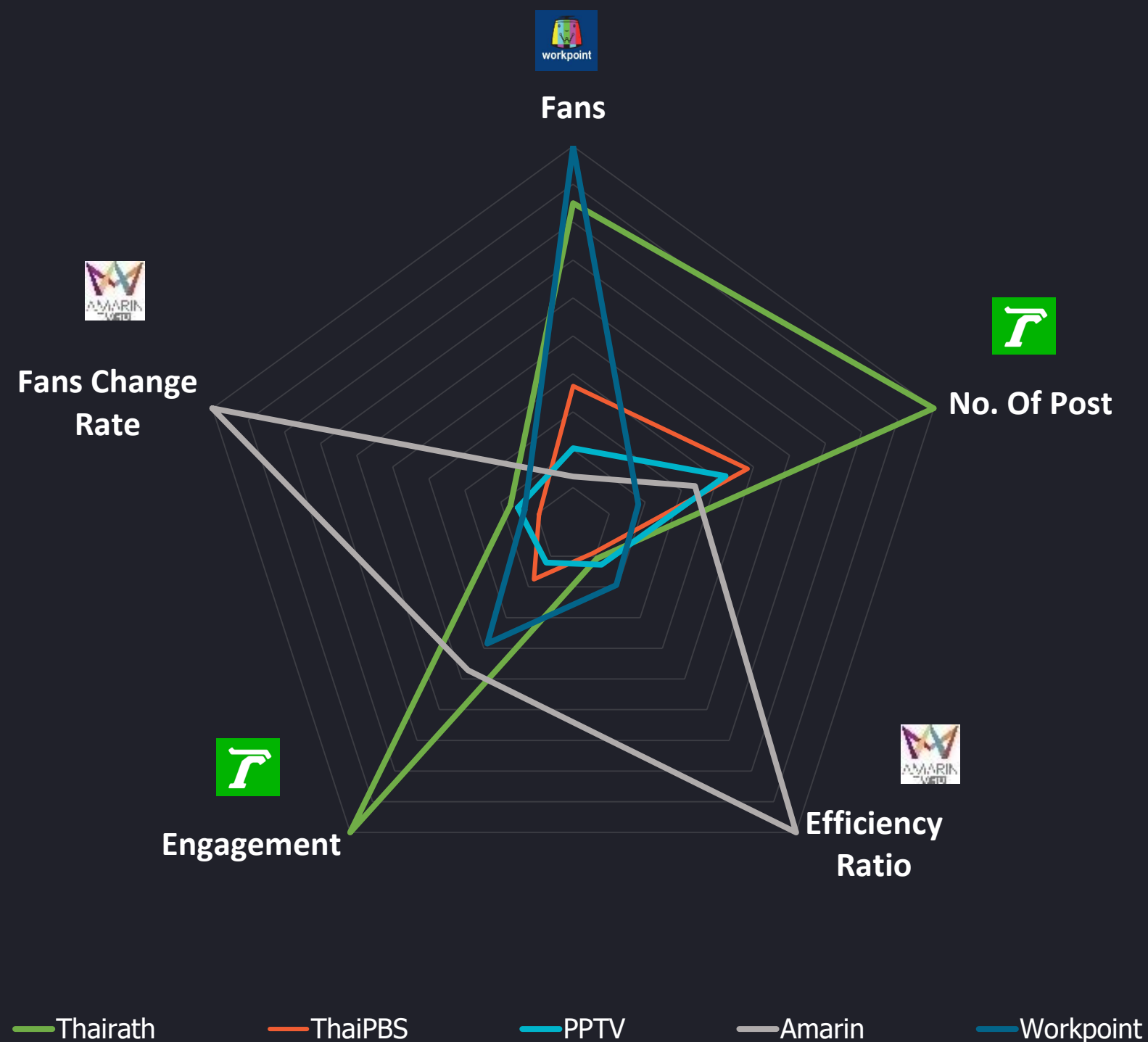
การรับชมวิดีโอประเภท Captioned Video บน Thai PBS Play แยกรายวัน



KEY FINDING

- 5 เม.ย. 63 มาจากคลิป “เยอรมนีเป็นหนึ่งในประเทศที่รับมือกับการระบาดของ #COVID19 ได้ดี ดูได้จากอัตราการเสียชีวิตที่ต่ำที่สุดประเทศหนึ่งของโลก อะไรที่ทำให้เยอรมนีสามารถรักษาชีวิตของประชาชนไว้ได้” เผยแพร่เมื่อ 4 เม.ย.
- 17 เม.ย. 63 มาจากคลิป “สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ในไทยกำลังดีขึ้น แต่ถ้าชะล่าใจ ไม่กักตัว การแพร่ระบาดของเชื้ออาจกลับมาหนักขึ้น” เผยแพร่เมื่อ 17 เม.ย.

ประสิทธิภาพของแบรนด์ในแต่ละด้าน



Efficiency Ratio : ประสิทธิภาพของการโพสต์
Fan Change rate : อัตราการเปลี่ยนแปลงของ
 ผู้ติดตามของเพจเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า

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

Strength

Fan : 5,001,341

No. of Post : 3,907



Weakness

Efficiency Ratio : 2.21%

Engagement : 4,222,641

Fans Change Rate : 0.35%



Key Finding

จุดแข็ง

ในเดือนนี้ ThaiPBS มีจำนวน Fans สูง
 เป็นอันดับ 3 มีการโพสต์ที่สูง เป็นอันดับ 2 รองจาก
 Thairath

จุดอ่อน

ในเดือนนี้ ThaiPBS มีการโพสต์เพิ่มขึ้นแต่ได้รับ
 Engagement ต่ำ ส่งผลให้มีประสิทธิภาพของโพสต์ต่ำ

