

GEN Y IN SOCIAL MEDIA ERA



A close-up photograph of a person's hands holding a silver smartphone. The person is wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. The background is blurred. A white horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text 'SOCIAL MEDIA ERA' in red.

SOCIAL MEDIA ERA

JAN 2019

SOCIAL MEDIA PENETRATION IN 2019

BASED ON ACTIVE USERS OF THE TOP SOCIAL NETWORKS IN EACH COUNTRY / TERRITORY, COMPARED TO TOTAL POPULATION



ประเทศไทยมีผู้ใช้ Social Media

74% ของประชากรทั้งหมด

คิดเป็น อันดับ 8 ของโลก

จำนวนผู้ใช้ Social Media ในประเทศไทย



56

ล้านบัญชี



13

ล้านบัญชี



9.5

ล้านบัญชี

ข้อมูลโดย Wisesight ณ เมษายน 2562

JAN
2019

TIME PER DAY SPENT USING SOCIAL MEDIA

AVERAGE AMOUNT OF TIME PER DAY SPENT USING SOCIAL MEDIA VIA ANY DEVICE, IN HOURS AND MINUTES [SURVEY BASED]



ผู้ใช้ในประเทศไทย

ใช้เวลาบน Social Media

เฉลี่ย 3 ชั่วโมง 11 นาทีต่อวัน

คิดเป็นอันดับ 8 ของโลก

ข้อความ Social Media ในประเทศไทย

มกราคม – ตุลาคม 2562

และคาดว่าจะเติบโตในปี 2019 ถึง

6.3 พันล้านข้อความ



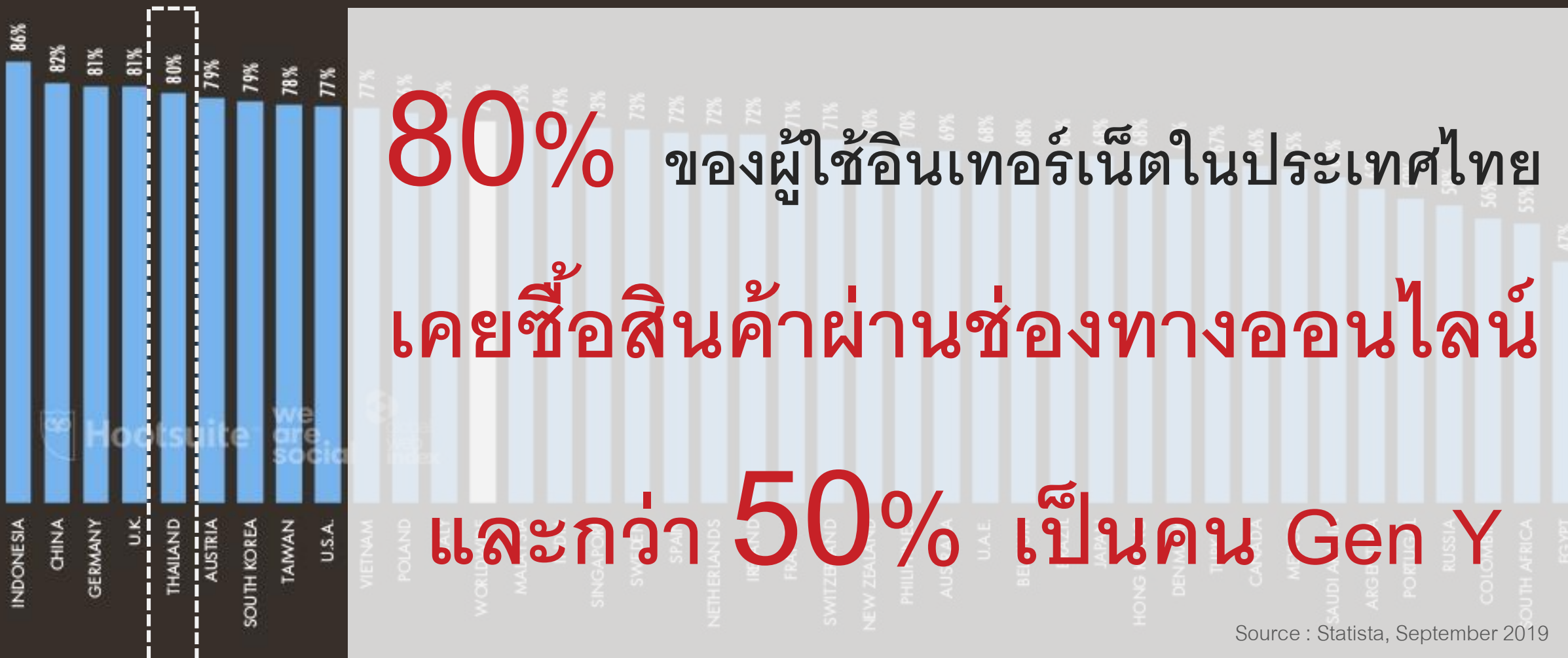
7.5 พันล้านข้อความ



JAN
2019

E-COMMERCE USE AMONGST INTERNET USERS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS WHO BOUGHT SOMETHING ONLINE VIA ANY DEVICE IN THE PAST MONTH [SURVEY-BASED]



80% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

เคยซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

และกว่า **50%** เป็นคน Gen Y

Source : Statista, September 2019



SOCIAL MEDIA CHANGES THE WAY WE BEHAVE

54%

ใช้โซเชียลมีเดีย
เพื่อหาข้อมูลของสินค้า

(GLOBALWEBINDEX, 2018)

37%

ได้แรงบันดาลใจ
ในการซื้อสินค้าจากโซเชียลมีเดีย

(PWC Global Consumer Insights Survey, 2018)

49%

เชื่อคำแนะนำสินค้า
ของ Influencers

(FOURCOMMUNICATIONS, 2018)



EXPERIENCE OF NOW

'CF'

No 'CC'

'ฮาซัน'

10 ล้านบาทต่อเดือน



สวัสดีครับ ฮาซันอาหารทะเลตากแห้งจังหวัดสุล โอนเงินตามราคาสินค้าที่CFหน้าไลฟสดเข้า
ธนาคารไทยพาณิชย์ 4064555960 ชื่อบัญชี อนุรักษ์ สรรกทัย ส่งสลิปแจ้งที่อยู่พร้อมเบอร์โทร
ศัพหรับ เดียวทางเราพยายามตอบให้รวดเร็วที่สุดครับ

Source : อาหารทะเลตากแห้ง จ.สุล

A person in a dark suit and white shirt is holding a silver smartphone in their right hand. Their left hand is positioned as if they are about to tap the screen. The background is a blurred, light-colored wall.

WHAT WE FOUND FROM CAMPAIGN

DATA PROCESS



56 ล้านบัญชี



GEN Y ตอนต้น (23-30 ปี)

20 ล้านบัญชี

35% ของผู้ใช้ Social Media ในประเทศไทย

เริ่มจากคุณกอล์ฟ พักกลิ้ง ฮีโร่ เปิดแคมเปญ
และชวนคนดังมา Live ชวนคุยในประเด็นนี้

#ของมันต้องมีก่อน40



14,140 ข้อความ

DATA PROCESS



9.5 ล้านบัญชี



> 60% อายุต่ำกว่า 34 ปี

Source: GlobalWebIndex

นำประเด็นมาพูดคุยกันใน Hashtag

#ของมันต้องมีก่อน40



3,854 ข้อความ

คนในแต่ละแพลตฟอร์ม
มีความต่างกัน



คนในแต่ละแพลตฟอร์มมีความต่างกัน



- ✓ แสดงออกถึงความจริงจังในชีวิต
- ✓ แสดงออกถึงตัวตนด้านที่อยากให้คนอื่นเห็น
วัตถุประสงค์เพื่อให้เพื่อนมองมาที่ฉัน
- ✓ #ของมันต้องมีก่อน40 ของชาวเฟซบุ๊กส่วนใหญ่
จะเป็นเรื่องความมั่นคง เช่น อยากมีเงินเก็บ บ้าน
รถยนต์ ธุรกิจส่วนตัว เป็นต้น



- ✓ อิสระเสรี เป็นตัวของตัวเอง : ชาวทวิตเตอร์มี
ความแตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่นๆ คือการเก็บ
เงินเพื่อซื้อบัตรคอนเสิร์ต, อยากเจอศิลปินที่
ตัวเองชื่นชอบ, อยากเลี้ยงแมว
- ✓ ความต้องการเก็บเงินและการท่องเที่ยวมักมาคู่
กัน

ยุคสมัยของ Influencer



ยุคสมัยของ Influencer

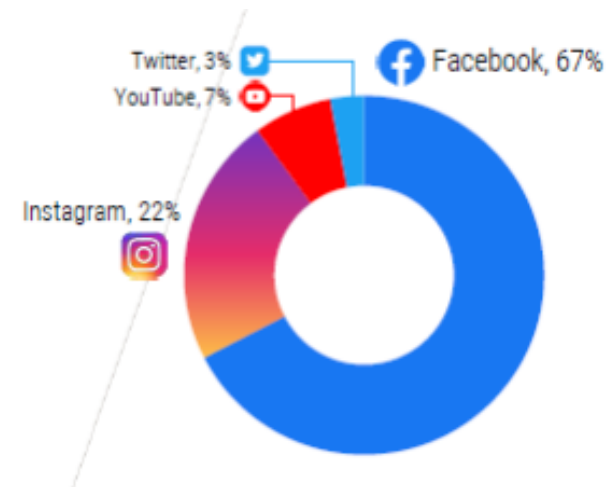
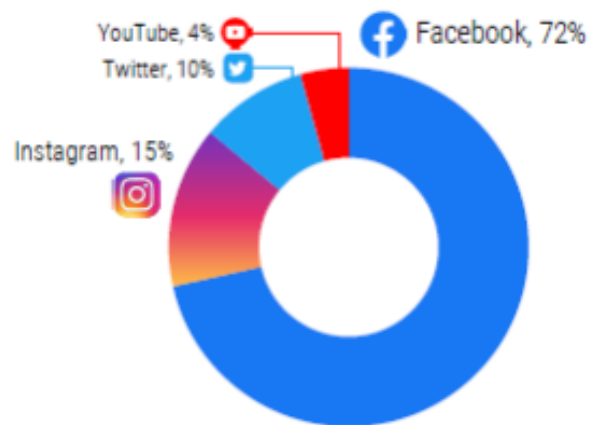
จำนวนโพสต์โดย Influencers ในช่วง 3 เดือน

545,000+



จำนวน Engagement ที่เกิดขึ้น

1,340,000,000+



สิงหาคม – ตุลาคม 2562

ยุคสมัยของ Influencer

I ROAM ALONE



- 1. **เที่ยว** 20%
- 2. **ความสุข** 12%
- 3. **คู่ชีวิต** 10%
- 4. **เงิน** 9%
- 5. **บ้าน** 7%

F.HERO



- 1. **บ้าน** 21%
- 2. **ปลดหนี้** 16%
- 3. **สุขภาพ** 12%
- 4. **เงิน** 11%
- 5. **ลูก** 7%

บันทึกของตุ๊ด



- 1. **บ้าน** 22%
- 2. **ความสุข** 16%
- 3. **รถ** 14%
- 4. **เงิน** 10%
- 5. **คู่ชีวิต** 9%

Kalamare



- 1. **เงิน** 38%
- 2. **บ้าน** 20%
- 3. **รถ** 11%
- 4. **ปลดหนี้** 9%
- 5. **เที่ยว** 6%

Kan Kantathavorn



- 1. **บ้าน** 27%
- 2. **เงิน** 16%
- 3. **รถ** 15%
- 4. **ปลดหนี้** 9%
- 5. **ครอบครัว** 5%

Social Media เป็นแค่เครื่องมือ
ขึ้นอยู่กับเราว่าจะใช้มันอย่างไร