

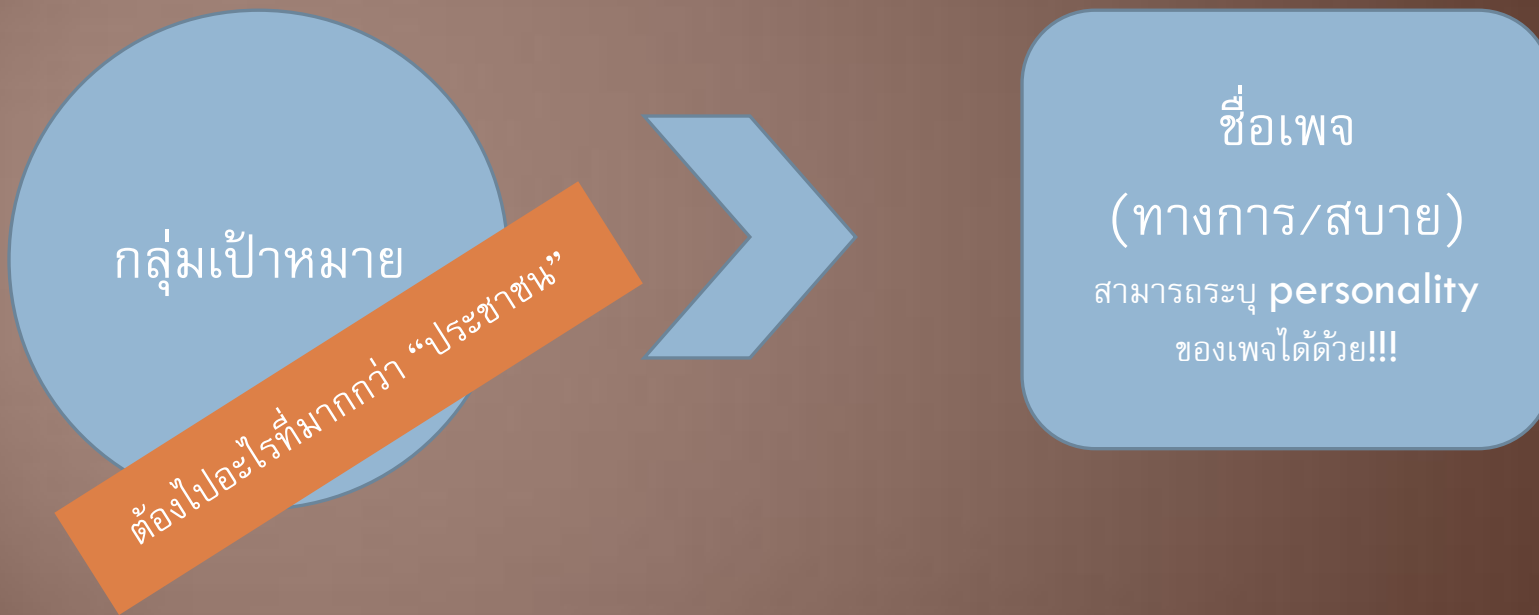
# สื่อโซเชียลกับการใช้ประโยชน์ ในงานภาครัฐ

นายวรรณ วรรณวิล

# Social Media เครื่องมือการเข้าถึงคนหมู่มากด้วยต้นทุนต่ำ แต่ผลกระทบ (ทั้งบวกและลบ) สูง

ลำดับ	รายชื่อเพจ	จำนวน Like	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	หมายเหตุ
1	เพจ Trade Policy and Strategy Office - MOC	20	สนค.	องค์กร
2	เพจ คิดดีคิดโดน ฉลาดซื้อประหยัดใช้ Campaign award	188	คน.	หน่วยงานราชการ
3	เพจ DITP Service Center 1169 (กลุ่มเป้าหมายในประเทศ)	567	สค.	หน่วยงานราชการ
4	เพจ MoC-ZeroCorruption	584	สป.	หน่วยงานรัฐบาล
5	เพจ กระทรวงพาณิชย์	915	สป.	หน่วยงานราชการ
6	เพจ ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ รมช.พาณิชย์	1,233	Social node	บุคคลสาธารณะ
7	เพจ ปากทองต้องรู้	2,832	คต./คน./ทป./สนค.	สินค้าปลีกและสินค้าบริโภค
8	เพจ อภิรดี ดันตราภรณ์ รม.พาณิชย์	3,004	Social node	เจ้าหน้าที่รัฐ
9	เพจ รวมพลังเครือข่าย กรรมการค้าภายใน	3,012	คน.	ชุมชน
10	เพจ Department of Trade Negotiations	3,954	จร.	หน่วยงานรัฐบาล
11	เพจ ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้	4,005	คน.	หน่วยงานราชการ
12	เพจ DBD Public Relations	6,954	พค.	หน่วยงานรัฐบาล
13	เพจ กรมทรัพย์สินทางปัญญา	10,475	ทป.	หน่วยงานราชการ
14	เพจ รักใคร่ให้ไรซ์เบอร์รี่	22,695	สนค.	ชุมชน
15	เพจ DITP THINK THAILAND	24,393	สค.	องค์กร
16	เพจ DFT2go	41,947	คต.	หน่วยงานราชการ

หัวใจของการใช้ **social media** คือจะต้องระบุกลุ่มเป้าหมายให้ชัด และใช้สื่อและสารที่ยึดกลุ่มเป้าหมายเป็นจุดศูนย์กลาง





# การเลือกช่วงเวลาในการโพสต์มีผลต่อการเข้าถึง

- ช่วงเวลาที่คนดู Facebook มากที่สุด คือ

	อาทิตย์	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์
เช้า			10.00				10.00
เที่ยง		12.00					12.00
บ่าย							
เย็น							
ดึก							

# การโปรโมทเพจไม่ใช่แค่การเพิ่มสมาชิก แต่มีผลทางจิตวิทยาให้สมาชิกเต็มรู้สึกทันสมัยตลอดเวลา

- จ่ายเงินสร้างยอด
- ฝากร้าน ฝากรัก
- #
- แชร์ต่อๆไป

# การทำให้เพจมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลาเป็นจุดตายของใครหลายคน

- ปกติ **website** หลวงจะตายตรงที่สร้างทำเว็บแต่ไม่มีคนอัปเดต
- **#เฟสบุคก็เช่นกัน**
- เพราะฉะนั้นทีม **support** สำคัญ
- **Connection** และ **Networking** คือหัวใจให้เราเป็นอมตะ

**ขอบคุณครับ**

#ปากท้องต้องรู้

#รักใคร่ให้ไรซ์เบอร์รี่