

Hello ..

สร้างแคมเปญ
โปรโมตสินค้าต่างๆ ด้วย
**Influencer
Marketing**

เขียนบริฟงาน
โซเชียลมีเดีย

คัดเลือก
อินฟลูเอนเซอร์

อินฟลูเอนเซอร์
โพสต์งาน

36
Campaigns

1,227,879
Impressions

764,703
Reach

41,125
Engagement

บริการให้คำปรึกษา
ด้านการตลาด
อินฟลูเอนเซอร์
แบบครบวงจร

สมัครเป็น
Marketer
เพื่อสร้างแคมเปญ
โปรโมตสินค้า

วางแผนกลยุทธ์แคมเปญ

คัดเลือกอินฟลูเอนเซอร์

สร้างแคมเปญที่วัดผลได้
พร้อมบทวิเคราะห์

ดาวน์โหลด QR Code

📞 @tellscoreplatform

☎ +66 2 160 5020

🌐 tellscore.com



สุวิตา จรรย์วงศ์

- / CEO & Co-founder, **Tellscore**
- / 90,000 Creators-Influencers Registered
- / กรรมการสมาคม MarTech Association
- / 22 years experience in digital marketing

Tellscore App

The all-in-one influencer marketing
องค์กรในแอปเดียว ง่ายใช้ได้แล้ววันนี้

Download on the
App Store

GET IT ON
Google Play

Tellscore Platform: Marketer side

Open a Marketer Account, Start Promoting Your Business Today.

Tellscore let you find & hire influencers in the easiest and most effective way.



Easy Steps to Create Influencer Campaigns

9:41

Menu < Back

Start a Campaign

Campaign Name

Brand name

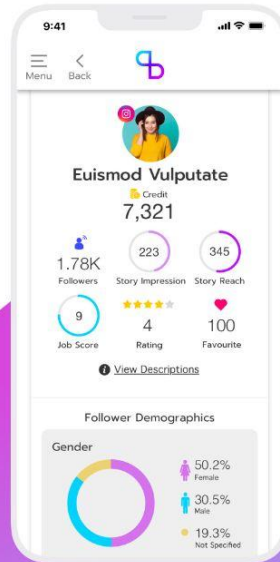
Product Name and Product Details

Categories Related to Product

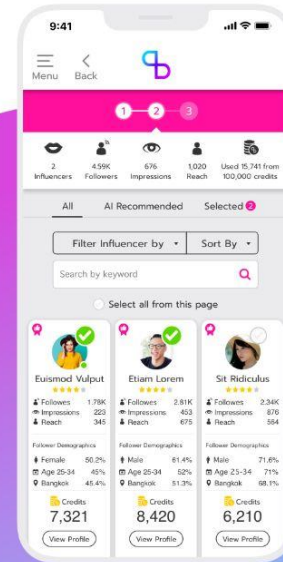
Choose up to 3 categories. This is so that AI will help recommend the right influencers for promoting your product.

- Food, Beverages, Restaurants
- Social Trends, Happenings, News
- Beauty, Fashion
- Travel, Hospitality
- Health, Sports
- Parenting

See Influencer's Data Insight



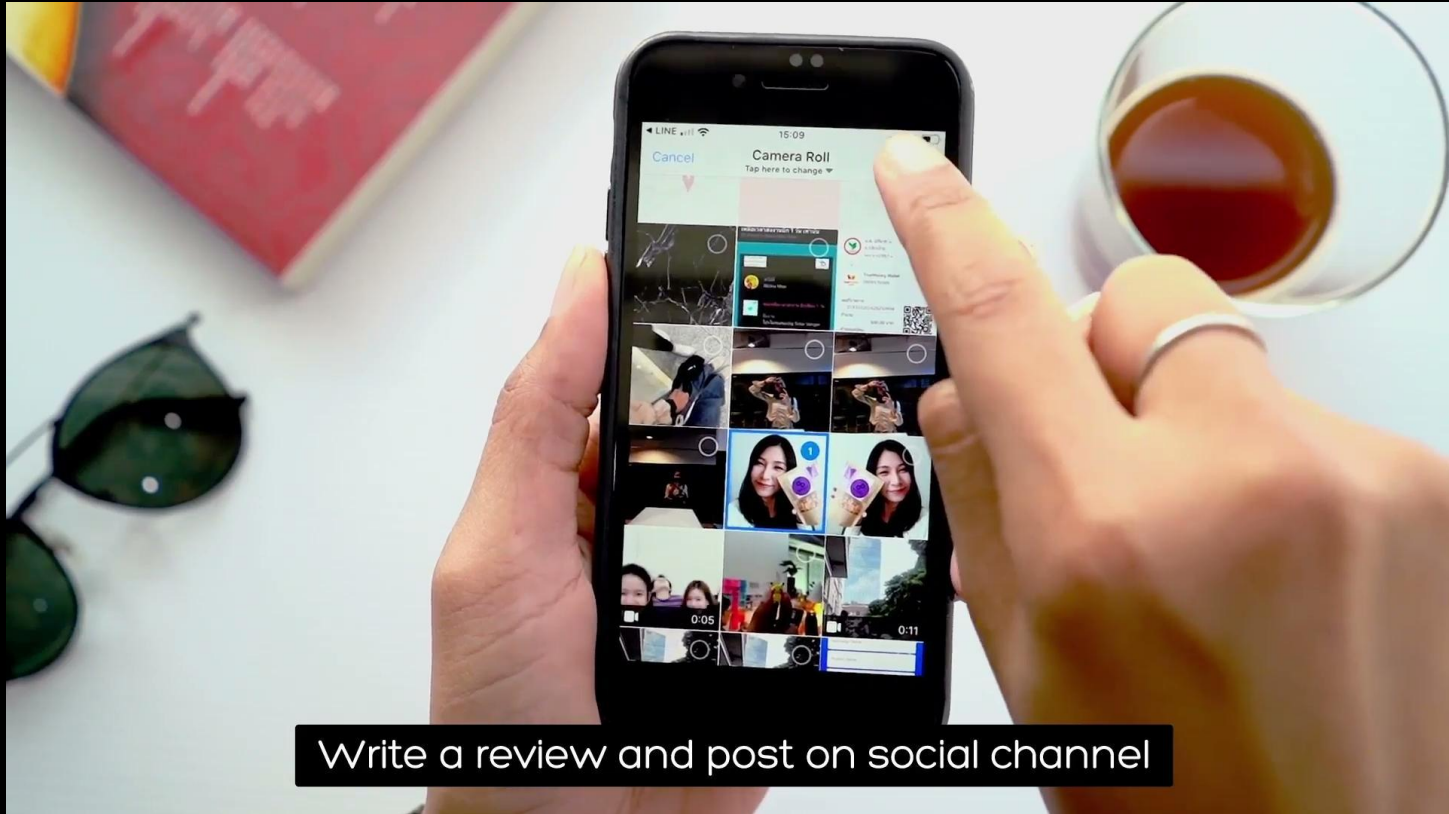
Choose to Work with a Few or a Lot of Influencers at a Time



Track Your Campaign Performance Daily



Tellscore Platform: Marketer side



Write a review and post on social channel

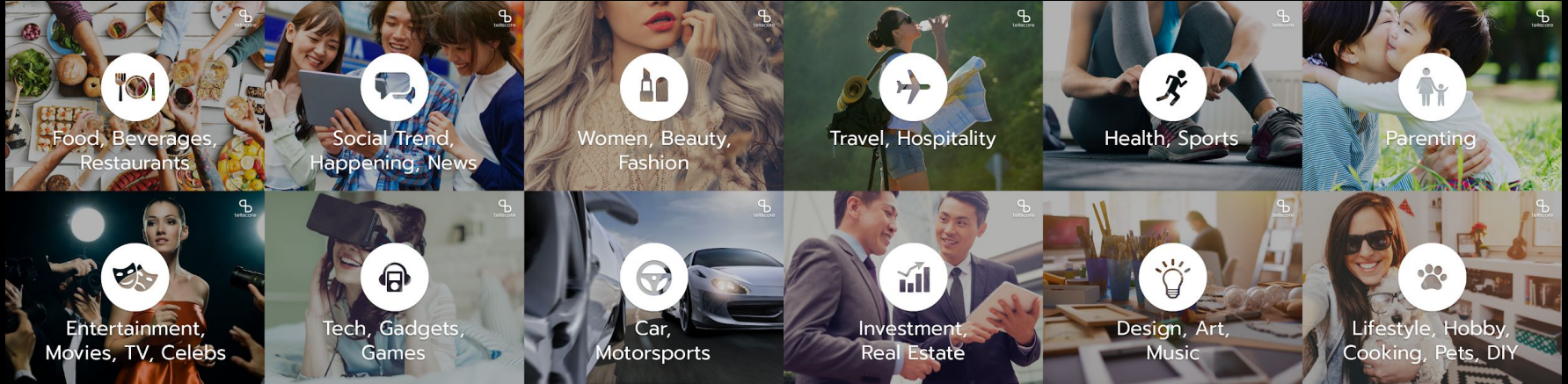
<https://drive.google.com/file/d/1TNdzK5baOK12IDdzGC0rGZo9ac9qLYBf/view?usp=sharing>

9 ล้าน Creators-Influencers รวมทุกช่องทางในไทย *รวม Micro-influencers

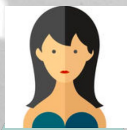


บางส่วนของครีเอเตอร์ อินฟลูเอนเซอร์ ที่ได้รับรางวัล TIA ในปีที่ผ่านมา

Influencer Categories



Influencer Sizes (follower size)



01

Mega/ Celebrities (1M Followers+)
Usually with fame factor



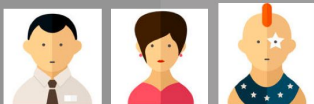
02

Macro Influencers (100K - 1M Followers)
Professional content creator/ influencer



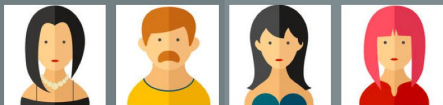
03

Medium Influencers (50K - 100K Followers)
Gaining follower base and have established a unique character for their social media channel



04

Micro Influencers (5K - 50K Followers)
Everyday people with one or more social media channels that create content on a regular basis that start to attract audience



05

Nano Influencers (100 - 5K Followers)
Everyday people with one or more social media channels

ผู้จัดงาน Thailand Influencer Awards ทุ่ปี

เพื่หาคณคุณภาพ . มาตรฐานคอนเทนต์ . สร้างคอมมูนิตี้ที่แข็งแรง



ผู้จัดงาน Thailand Influencer Awards ทุบปี

เพิ่มทัศนคุณภาพ . มาตรฐานคอนเทนต์ . สร้างคอมมูนิตี้ที่แข็งแกร่ง



https://youtu.be/RqSMOrbXZuE?si=xQPfQHX0OK2kJ_5J

เวลาที่ 8.25 ถ่ายภาพรวม

Influencers for Change by Tellscore

โครงการมอบสื่ออินฟลูเอนเซอร์ ให้หน่วยงานภาคสังคม

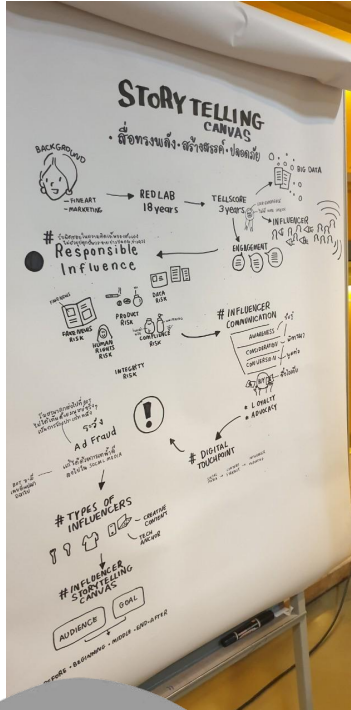


“คุณช่วยสังคม ให้เราช่วยคุณ”

โครงการสนับสนุนสื่ออินฟลูเอนเซอร์ให้หน่วยงานภาคสังคม

<p>จากความอร่อยของงาไปจนถึงผู้สร้างสิ่งมีชีวิตเอื้ออาทรและยั่งยืน</p> <p>Local Alka www.localalka.com</p>	<p>บริการรับออกแบบพื้นที่ปลูกป่าแบบครบวงจรตลอดจนได้ผู้เชี่ยวชาญด้านต้นไม้</p> <p>KONGKALERTIN Social Enterprise www.kongkalertinsocial.com</p>	<p>ศูนย์สร้างเสริมสุขภาพและพัฒนาคุณภาพชีวิตของวัยรุ่น ที่เน้นเรื่องการดูแลสุขภาพเริ่มตั้ง</p> <p>www.khathai.com</p>	<p>Limited Education โรงเรียนของเหล่าทหารมาสอน พ่อต๋าว และเหล่าทหารศึกษา</p> <p>Khao Thoi Foundation www.khaothoifoundation.org</p>	<p>#สังคมยุคมือ แต่ทำเรื่องที่ไม่ประสงค์ ถามทำเรื่องดีๆ พร้อมสายให้ลิ้มไปทั้งนี้ขอ</p> <p>Hind Social Enterprise www.facebook.com/hindproject</p>	<p>ทะเลในและการศึกษา ของเยาวชนในคุณภาพชีวิต ของชายฝั่งอันดามัน</p> <p>Himong Cyber Social Enterprise www.facebook.com/himongproject</p>
<p>คุณเปลี่ยนชีวิต สันติสุขครอบครัว และโลกาภิวัตน์ในสถาบัน ทางวิชาการที่ทันสมัย นานา</p> <p>LE Labz Corporation www.lelabz.com</p>	<p>ศูนย์การเรียนรู้ ต้นรุบกรรรม เพื่อสังคมและเด็ก พิการและเด็กพิเศษ</p> <p>www.truay.com</p>	<p>แคมเปญ ระดมทุนการศึกษา เพื่อเด็กไทย เด็กสูงส่งทุกเด็กรุ่น</p> <p>Yeechobhaya Foundation www.yeechobhaya.com</p>	<p>สร้างวงสนทนา ทางานะหนักดีได้ไทย บูรณาการพัฒนาศูนย์ ศึกษาฯ ที่นับ ครูผู้มีการเรียนแบ่ง</p> <p>www.yeechobhaya.com</p>	<p>ช่วยเด็กไทยตามหา อาชีพที่ยั่งยืน ผ่านแพลตฟอร์ม</p> <p>Yeechobhaya Foundation www.yeechobhaya.com</p>	<p>ส่งเสริมศักยภาพ เด็กชายแดนตรกรรกรอง เพื่อที่ตระอาหารที่ ดีมีคุณภาพ</p> <p>SEED 2 SUSTAIN www.facebook.com/seed2sustain</p>
<p>GoldenZone Network สิ่งเสริมให้คนไทย มีความพร้อมสู่อาชีพ การเป็นผู้สูงวัยที่มีคุณภาพ</p> <p>GoldenZone Foundation www.facebook.com/goldenzonefoundation</p>	<p>กิจกรรมประกวด ผลงานทัศนศิลป์ วันต้นไม้</p> <p>Falae Fokher Foundation www.facebook.com/falae.fokher</p>	<p>เปลี่ยนขยะให้เป็นสินค้า สร้างงานและเพิ่มรายได้ ให้กับคนในท้องถิ่น</p> <p>www.khathai.com</p>	<p>เสริมสร้างศักยภาพให้ ผู้ด้อยโอกาส ในภาคเหนือ</p> <p>www.khathai.com</p>	<p>ทุกคนในสังคมสามารถ สร้างงานและเพิ่มรายได้ ที่ยุติธรรมได้ ด้วยการส่งเสริม ที่มีประสิทธิภาพและนวัตกรรม</p> <p>Saharat Social Foundation www.facebook.com/saharat</p>	<p>สร้างป่าจิวในเมือง ด้วยบริการฟื้นฟู อย่างไร้คุณค่าและยั่งยืน</p> <p>www.facebook.com/chiuforest</p>

Tellscore 'Influencer for Change' - Education





Promote Amazing Thailand x Global Allies via expat influencers to promote Thai #Food, #Film, #Fashion, #Festival, #Fight



related content



<https://bit.ly/45zv5g>



<https://bit.ly/3snDKH5>



<https://bit.ly/3KGY2Sb>



<https://bit.ly/3YH5NOI>

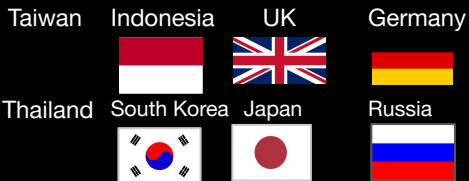


tellscore



แคมเปญดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ Amazing Thailand Inbound Travels from Overseas ผ่านกลยุทธ์ "Soft Power ทั้ง 5F" Food, Film, Fashion, Festival, Fight

ตย. Expat Influencers

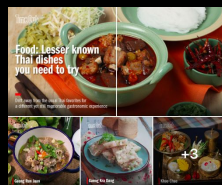


<https://bit.ly/45zVf5g>

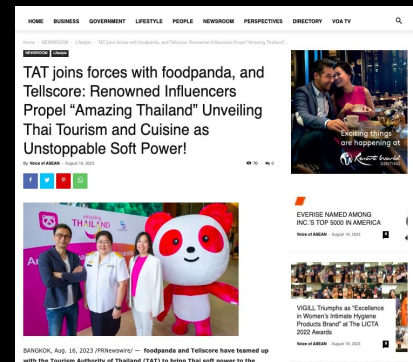


<https://bit.ly/3snDKH5>

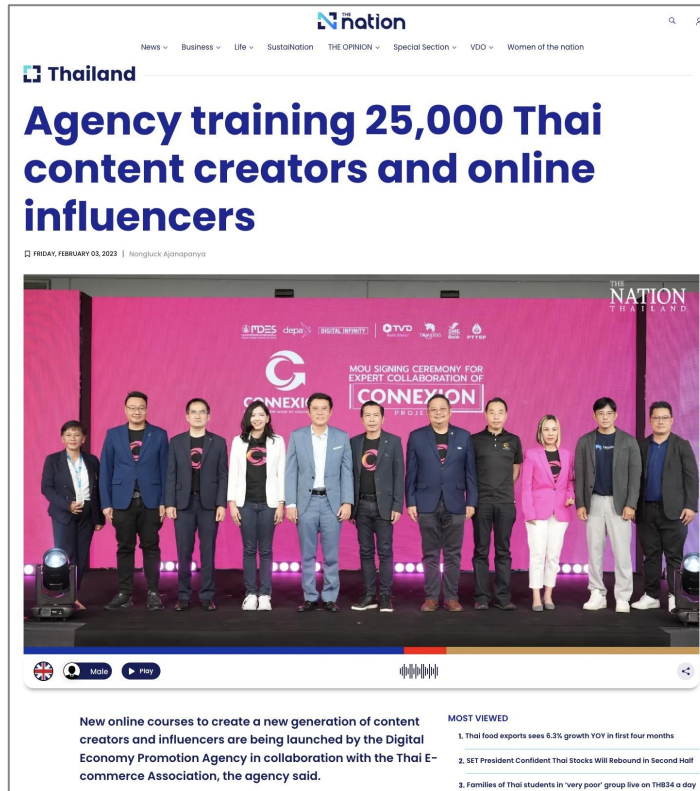
PR Content ผ่านสื่อต่างประเทศ



Press Trip



ตัวอย่าง การมีส่วนร่วมกับภาพใหญ่ การสร้างงาน การ Upskill วัยรุ่นไทย



The screenshot shows a news article from The Nation Thailand. The headline is "Agency training 25,000 Thai content creators and online influencers". The article is dated Friday, February 03, 2023, and is by Nongluck Ajornopanya. The main image is a group photo of ten people on a stage during an MOU signing ceremony for "CONEXION". The backdrop includes logos for DDES, depa, DIGITAL INFINITY, OTV, and others. Below the image, there is a video player and a "MOST VIEWED" section with three items.

Agency training 25,000 Thai content creators and online influencers

FRIDAY, FEBRUARY 03, 2023 | Nongluck Ajornopanya

MOU SIGNING CEREMONY FOR EXPERT COLLABORATION OF CONEXION

NEW ONLINE COURSES TO CREATE A NEW GENERATION OF CONTENT CREATORS AND INFLUENCERS ARE BEING LAUNCHED BY THE DIGITAL ECONOMY PROMOTION AGENCY IN COLLABORATION WITH THE THAI E-COMMERCE ASSOCIATION, THE AGENCY SAID.

MOST VIEWED

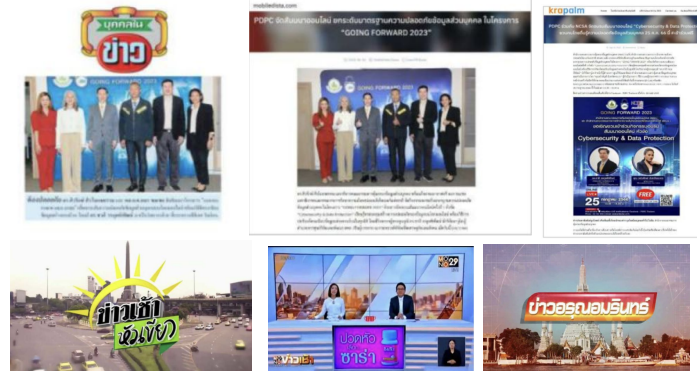
1. Thai food exports sees 6.3% growth YOY in first four months
2. SET President Confident Thai Stocks Will Rebound in Second Half
3. Families of Thai students in 'very poor' group live on THB34 a day

“ Train 25,000 people to become content creators ”

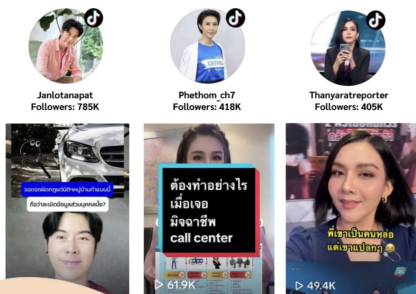
กิจกรรมฝึกอบรม สัมมนา / ประชุมออนไลน์ ระหว่างผู้บริหาร กับพันธมิตร



สื่อโทรทัศน์ดิจิทัล/ สื่อออนไลน์/ หนังสือพิมพ์



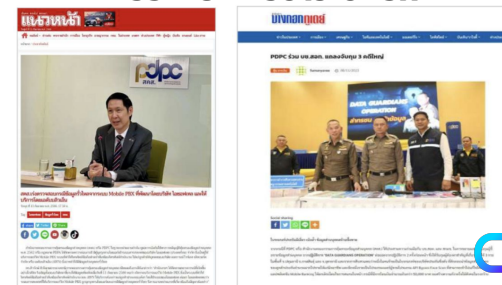
Influencer Content



Infographics



บริหารจัดการวิกฤตข้อมูลข่าว หรือเผยแพร่ข่าวเชิงรุก



โครงการสร้างการรับรู้และมีส่วนร่วมในการติดตั้งหลังคาโซล่าเซลล์ โรงพยาบาลชุมชน 77 จังหวัด ร่วมงานกับกว่า 5,000 KOL และ Influencers

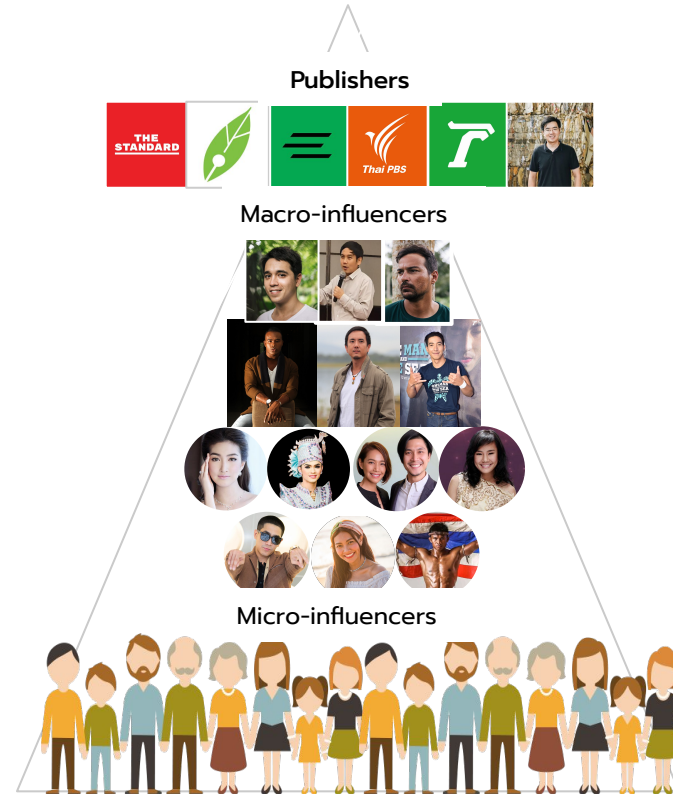


<https://www.youtube.com/watch?v=YheiMiqEEcc>

ณ. พันมิตรอินฟลูเอนเซอร์จาก

โครงการ:

- | | | |
|-------------------|----------------------|-------------------------|
| - The Standard | - รัศมีแย | - GMM |
| - Thai PBS | - ศรุกราน น้าเพ็ช | - TV Burapa |
| - The Matter | - บ่าว อุด | - CEA (สำนักงานส่งเสริม |
| - Thairath Online | - มาธิโอ ใจกัน | - เศรษฐกิจสร้างสรรค์ |
| - Environman | - บูน ก้อป (EcoLife) | - สอนดุสิตไผ |
| - Green News | - นต เดอะ สตาร์ | - D.Documentary |
| - ลุงชาเล้ง | - โต้ง กุฬ | - ศูนย์ข้อมูลสุขภาพทรน |
| - Alex Rendell | - เบนซ์ อาปาเช่ | - เสือร้องไห้ |
| - Ray McDonald | - บัวขาว | - เก้ไต้ สไลเดอร์ |
| - สิงห์ วรรณสิงห์ | | - อู๋ย Buddha Bless |
| - แพนเค้ก | | - ตึก บริบูรณ์ |
| | | - อื่นๆ |





สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

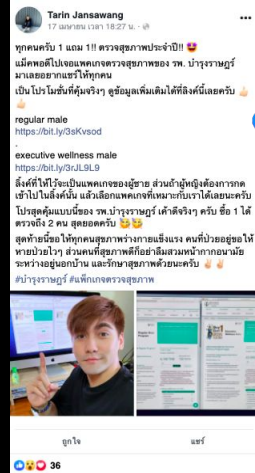
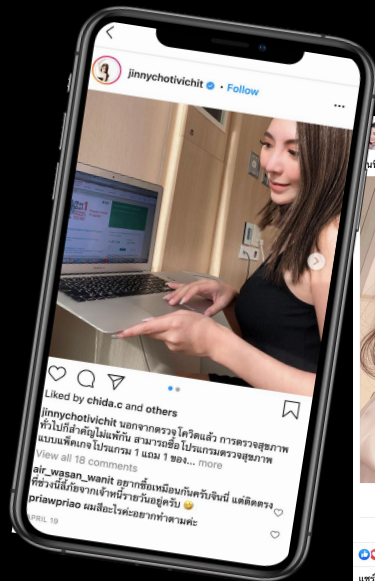


https://drive.google.com/file/d/15Z95umDk-o4Zuxw5KmVKNWIkN31Vr5zZ/view?usp=drive_link

ICONSIAM

Promoting ICONSIAM by creating call-to-actions for viz card conversions



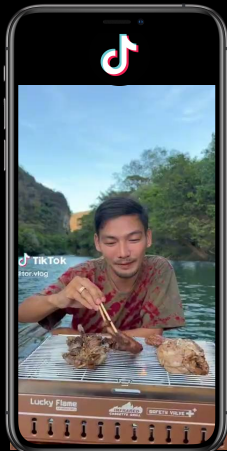


Performance



- # Macro & Micro Influencer ช่วยขายแพคเกจ Buy 1 get 1 Health Checkup
- # ติด UTM Link เพื่อ Tracking ยอดขาย
- # ปิดการขายได้หลักแสนบาท

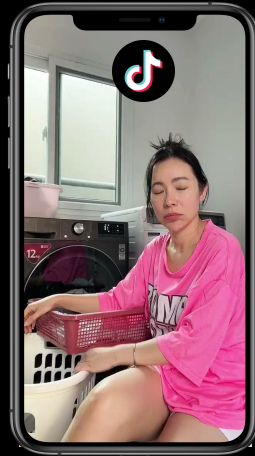
ตัวอย่าง ครีเอเตอร์ที่ร่วมงานด้วย: Content Performance Marketing



Tor 1M Followers

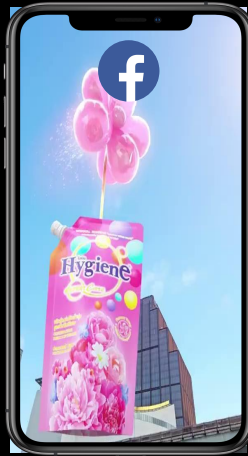


Wanwisa 180K Followers



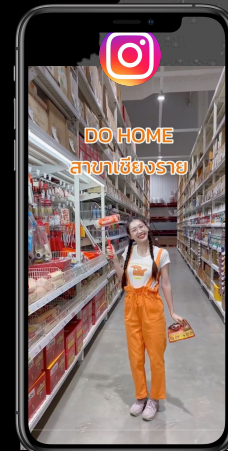
DJ ดันหอม

https://drive.google.com/file/d/11z2qA4TQ1U5TOxgLNkKbch7UWnxHb_x/view?usp=drive_link



Poetry of Bitch

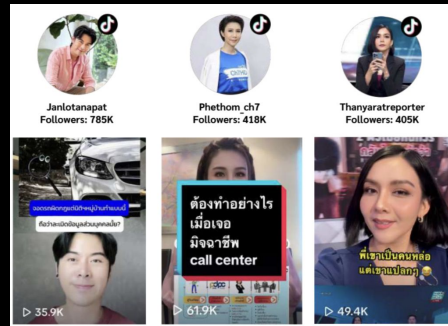
<https://drive.google.com/file/d/17axcwV5ggHlMvUGZyJOech3ULDMUSI/view?usp=sharing>



Creator example



Thammachart



Influencer-Creator Trends 2025

Influencer-Creator Trends 2025 "Creator Culture" - **Overview**

**CREATOR
CULTURE**

Mega Trend

Workforce

**Soft Power
& Subculture**

**Creator
Commerce**

**AI Tools for
Creators**

Performance

**Media Landscape
& Trust**

Digital Landscape Changes Every Year



Digital Landscape Changes Every Year & Content Economy



1

CREATOR CULTURE

The Move Towards **Omni-Channel Creators**

CONTENT



TikTok Instagram YouTube Facebook X

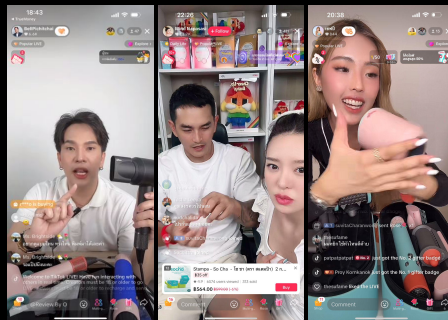


LINE LinkedIn Twitch Pinterest Telegram Snapchat



Roblox Kakao Talk Wechat Spotify Apple Podcast

COMMERCE



COMMUNITY F2F



Monetization Models of Content Creators-Influencers

Pay Per
Content

รายได้มาจากแ
รนต์สินค้า,
เอเจนซี่

Commission
(Affiliated
Marketing)

รายได้มาจากแ
รนต์สินค้า,
เอเจนซี่

Content Rights
&
Content Pay Out

รายได้มาจากแ
รนต์สินค้า,
เอเจนซี่

Speaking &
Presence
Opportunities

รายได้มาจากแ
รนต์สินค้า,
เอเจนซี่

Subscription
& Exclusive
Content

รายได้มาจาก
ผู้ติดตาม

Events
Fan Meets
Talk Shows

รายได้มาจาก
ผู้ติดตาม

2

CREATOR CULTURE & Mega Trends



Global Mega Trends

Aging Society

Aging Society มีวัยทำงานไม่มาก Gen-Z, Gen-Y รวมกัน 23M ล้านคน หรือ 35% ในไทย

Low Income*

คนไทยวัยทำงาน ส่วนใหญ่ (67%) ทำงานเงินเดือน คนเงินเดือน เศรษฐกิจทั่วโลก ซบเซา

Unfitted Workforce

เทคโนโลยีขุดหน้า เร็ว ระบบการศึกษาผลิตคนที่เหมาะสมกับงานไม่ทัน

Global Economic Instability

สงครามการค้าระหว่างขั้วมหาอำนาจ สร้างความไม่แน่นอน - เกิดเงินเฟ้อ ความผิดเคือง

ยุคเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรม AI, EV, สินค้าจีน ทะลักโลกคุณภาพดี ราคาถูกลง

Global Industry Shift

คนต้องการความยืดหยุ่นในวิธีทำงาน+การทำงาน 9am-5pm ไม่ตอบโจทย์กับชีวิตและหรือ ตอบโจทย์ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน

Employee Behavior Shift

นายจ้าง กว่า 70% มีความต้องการ และสนใจการจ้างงานรูปแบบ Contract เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการ

Employer Demand Shift**

คนขาดความรู้ในการออม บริหารค่าใช้จ่าย วางแผนการเงิน ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ค่านิยมใช้จ่ายเกินตัว เป็นหนี้สินเกินตัว

Gap in Financial Knowledge

สภาพอากาศแปรปรวนแล้ง ท่วม ไม่เพียงกระทบภาคเกษตร, เกิด Food crisis, เกิดโรคอุบัติใหม่

Climate Change

(*) Almost half of Thai Gen Ys (67%) and Gen Zs (68%) live paycheck to paycheck and worry they won't be able to cover their expenses. // Deloitte

(**) สำนักงานสภาวิจัยการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)

3

CREATOR CULTURE & Workforce



tellscore

GDP contribution from YouTube creators in selected countries in 2021



Characteristic	Jobs supported	Contribution to GDP	
United States	425,000	25 in billion U.S. dollars	เก้าแสนล้านบาท 916,075,000,000 THB
Brazil	122,000	6 in billion Brazilian reals	42,548,766,966 THB
Germany	30,000	1.2 in billion euros	47,702,590,260 THB
Australia	18,000	1.4 in billion Australian dollars	33,958,988,000 THB
United Kingdom	40,000	1.4 in billion pounds	64,969,086,980 THB
France	20,000	650 in million euros	สองหมื่นกว่าล้านบาท 25,838,903,057 THB

Showing entries 1 to 6 (6 entries in total)

Source: <https://www.statista.com/statistics/1291463/youtube-job-supported-creators-gdp-by-region>

GDP contribution from TikTok creators in selected countries in 2023

Characteristic	Jobs supported	Contribution to GDP
The Netherlands	6,000	629 million euro
Belgium	2,700	309 million euro
France	12,500	1.4 billion euro
Germany	18,600	1.5 billion euro
Italy	11,300	1 billion euro

Showing entries 1 to 6 (6 entries in total)



25,004,107,727 THB

12,283,416,991 THB

ห้าหมื่นกว่าล้านบาท

55,653,021,970 THB

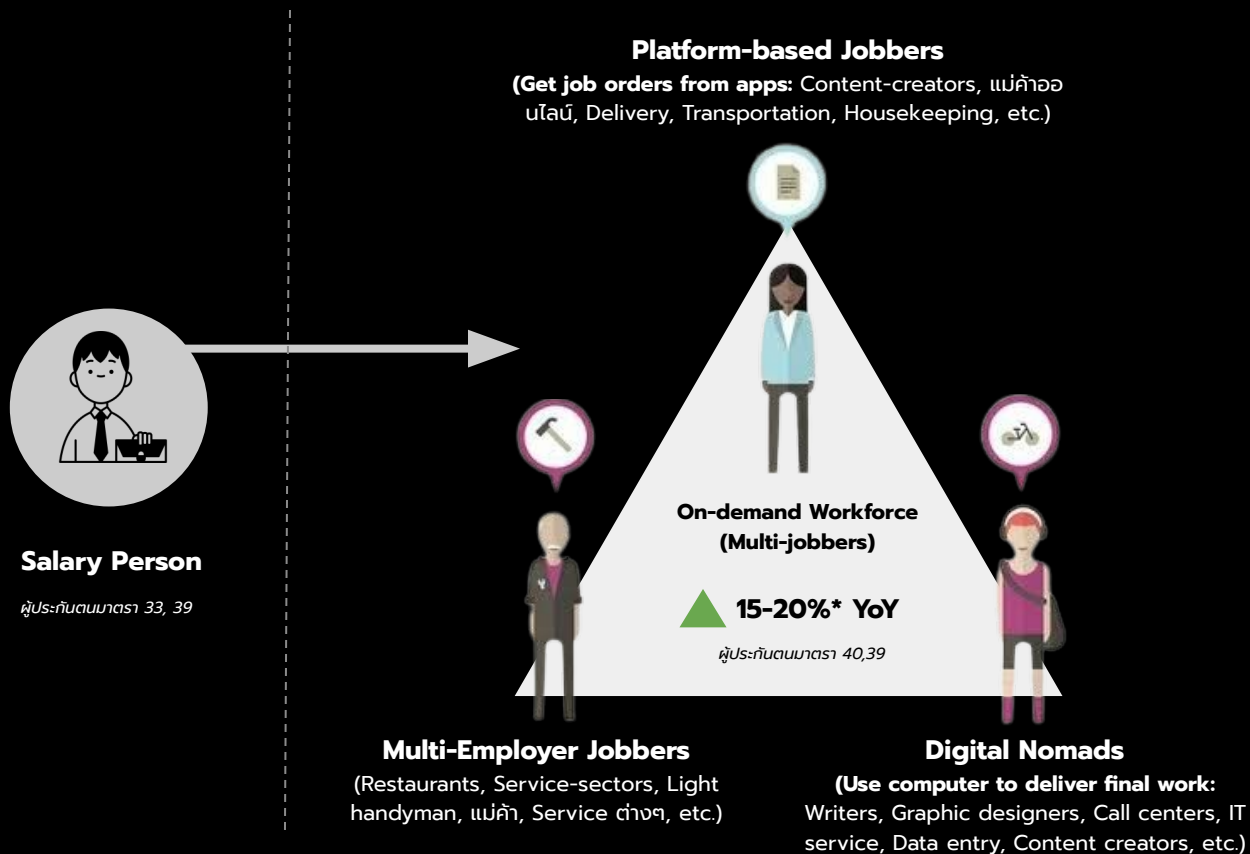
59,628,237,825 THB

39,752,158,550 THB

GDP of France is approx. 5 times bigger than Thailand

Source: <https://www.statista.com/statistics/1461528/Tiktok-job-supported-creators-gdp-europe>

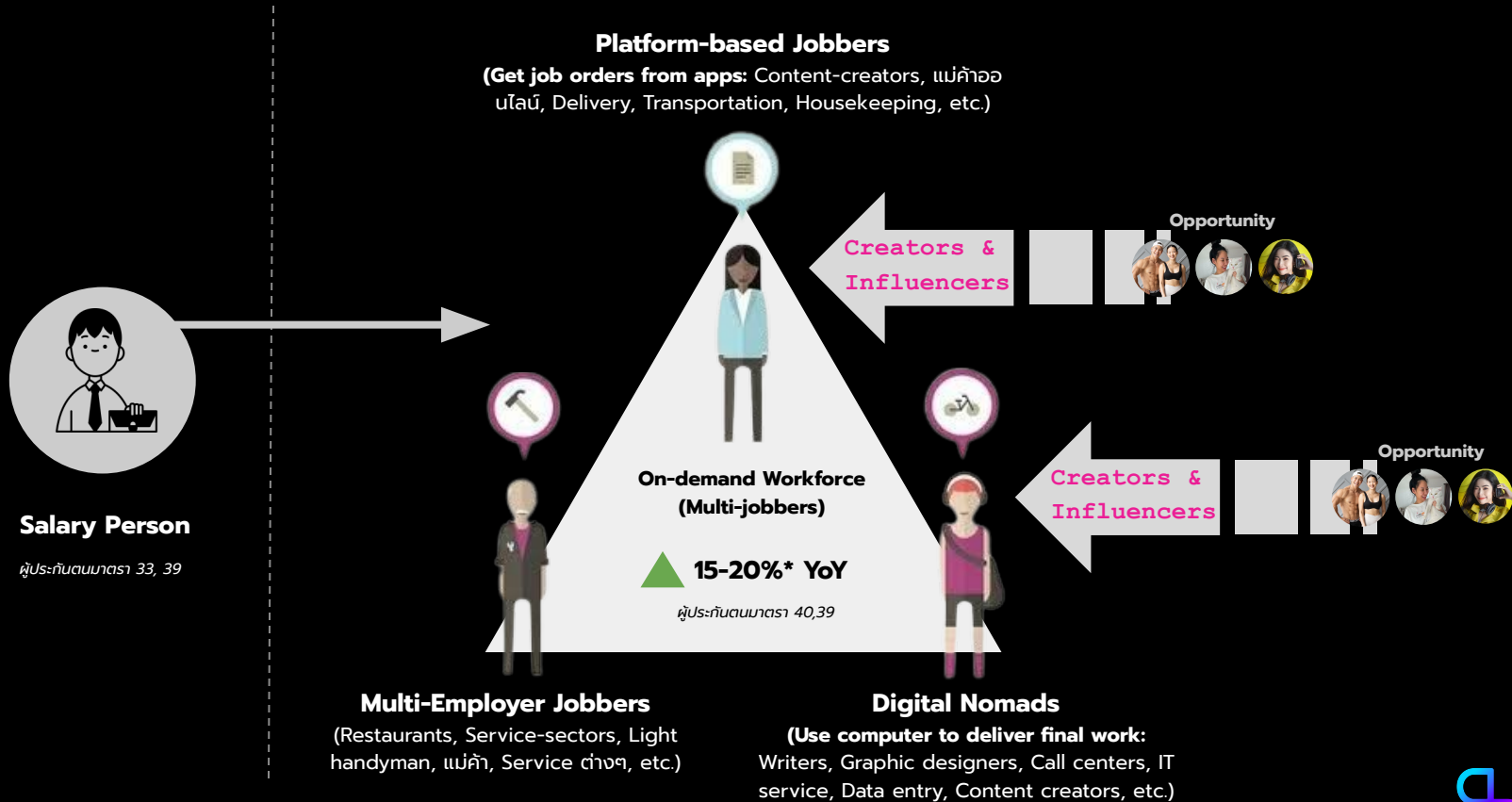
On-Demand Jobbers/ Gig Workers/ Multi-Jobbers



(*) Almost half of Thai Gen Ys (67%) and Gen Zs (68%) live paycheck to paycheck and worry they won't be able to cover their expenses. // Deloitte

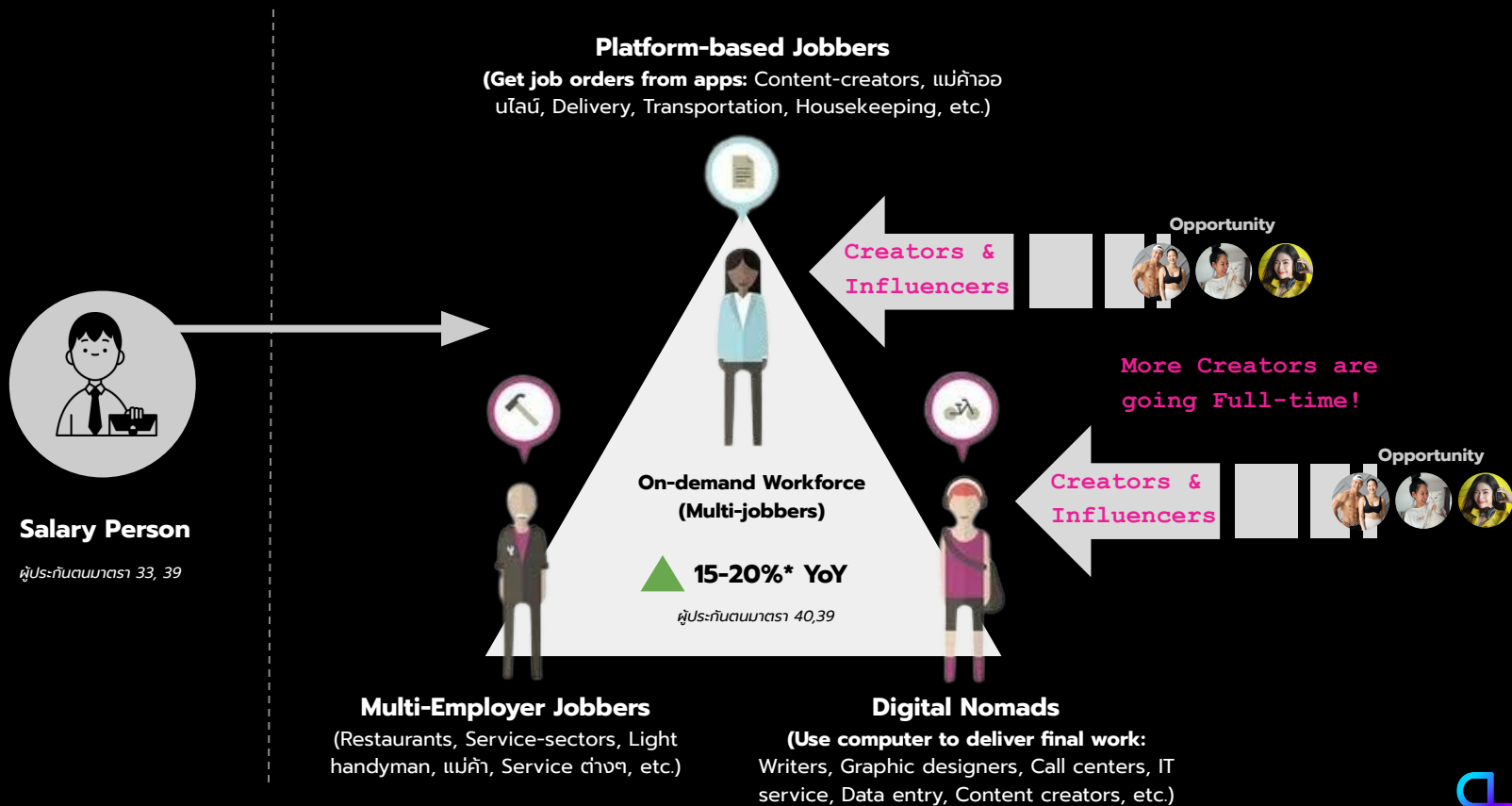
(**) ส่วนใหญ่นำมาโดยมาตรการลดหย่อนภาษีภาคครัวเรือน 70% และเบ็ดเสร็จแบบแห่งชาติ (สอชช.)

On-Demand Jobbers/ Gig Workers/ Multi-Jobbers



(*) Almost half of Thai Gen Ys (67%) and Gen Zs (68%) live paycheck to paycheck and worry they won't be able to cover their expenses. // Deloitte
 (**) สันนิษฐานจากข้อมูลของกรมการคลังว่า ครัวเรือนที่ประสบปัญหาทางการเงิน (สอชช.)

On-Demand Jobbers/ Gig Workers/ Multi-Jobbers



(*) Almost half of Thai Gen Ys (67%) and Gen Zs (68%) live paycheck to paycheck and worry they won't be able to cover their expenses. // Deloitte
 (**) สันนิษฐานจากข้อมูลของกรมสรรพากรว่า ผู้รับเงินเดือน 33,39 และผู้รับเงินเดือน 40,39

4

CREATOR CULTURE & Soft Power & Subculture



Creator Culture & Soft Power

จีน ญี่ปุ่น เกาหลี กำลังส่งออก **SOFT POWER** อย่างหนักหน่วง



วงดนตรี/ นักร้อง	RISE Bon Bon Girls 303	One Ok Rock	AKB48	BTS	Blackpink	
ซีรีส์	ปรมาจารย์ ลัทธิมาร	สามชาติสามภพ สนิทเหมือนเขมร	Theseus no Fune	Koi wa Tsuzuku yo Dokomademo	Crash landing on You	Itaewon Class
F4 ของแต่ละประเทศ	รักใส่ว หัวใจสีดวง Meteor shower	รักใส่วหัวใจเกินร้อย Hana Yori Dango	รักฉบับใหม่หัวใจสีดวง Boys Over Flowers			
การ์ตูน	ตำนานจอมยุทธ์คู่ตึงขาน Douluo Dalu Soul Land	ดาบพิฆาตอสูร Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba	โพโรโร่ เบนกันน้อย Pororo			
เกม	Honor of kings	Mario	Ragnarok			
รู้หรือไม่ว่า?	วง BonBon Girls 303 มี ศุภกนิช 1 คนชื่อว่า แบม พรนับพัน และชื่อจริงว่า เจิ้งไชนิน (Zheng Naixin)					

fun weibo, forbes, careerkarma, thrillist, jeab.com



มีมือหยัง มาพียงทลาย **Soft Power อีสานสไตล์**

ที่ใคร ๆ ไม่ควรมองข้าม

ภาพยนตร์	นาฬิกา ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 417 คน	แฮมป์ไฮลैंด ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 240 คน	ส้มก๊กเสียน ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 210 คน	โทปาน เดอะซีรีส์ ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 200 คน
เพลง	กำแพงแตก ขุนพล ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 516 คน	คู่ครองคือ โทกอนาคิ ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 491 คน	ผู้สาวบางเลาะ ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 383 คน	แต่งงานสวย ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 141 คน
อาหาร	ทับทิมทุ่งสีน้ ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 46 คน	ปลาร้าปลาแดก ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 1 คน	ข้าวหอมมะลิ 105 ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 43,636 คน	แมลงอีสาน ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 3 คน
วัฒนธรรมอื่น	ผ้าขาวม้า ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 1 คน	หมอลำ ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 1 คน	บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 1 คน	ปราสาทหินพนมรุ้ง ความตั้งใจ... ยอดฉัตร 1 คน



Agenda ต้องรู้!



เนชั่นเนม ทรูสปาร์ค นักร้องลูกทุ่งอีสาน เป็นศิลปินเดี่ยวของตัวเองบน YouTube ปรากฏอยู่ในประเภทไทย 2020 จากการลงคะแนนของ Chart Master ผลิตและเผยแพร่กว่า 976 เพลงแล้ว และ K-Pop solo Blackpink (มีเพลงใน 2 เพลงและได้รับ Young Artist Award ปี 3)

From: Creative Economic Agency, BangkokPost, PostInnovationMag, BrandInside, BLT Bangkok, Springnews, iSangrai, sarikadevita.com



Creator Culture & Soft Power

มวยไทย

ท่องเที่ยวไทย

สงกรานต์ไทย

ชอยส์พิศ
แจ๊ค

หนังผีไทย

นวดไทย

อาหารไทย

แฟชั่นไทย

ละคร และหนังไทย

Creator Culture & Subculture



Introverts

เกี่ยวกับคน Introvert

Art Toy

MOLLY Crybaby

Silver สูงวัย

Wheel Journey

Sustainability

Self Improvement

Pet Lovers

ช่างไฟต้องเท่

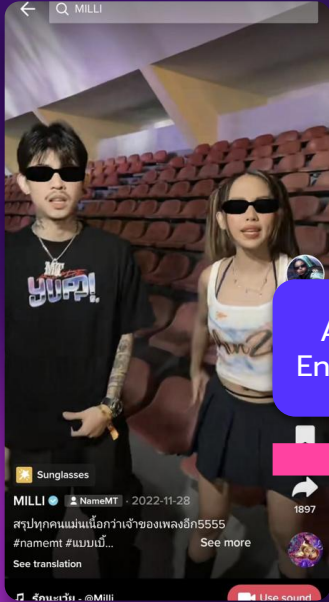
KONG GREEN

5 เทคนิค เก่งภาษากับตัวเอง



IS

Content Type: There's Music in every viral



รักนะவேย MILLI

Actionable Entertainment



Duet & Cover



Paper Planes: ทรงอย่างแมด

Discover new music & new fans



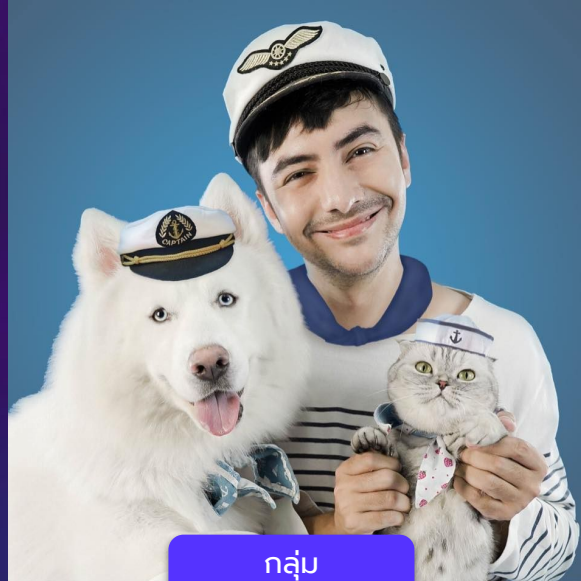
New Fans: Gen Alpha

- ในทุกๆ ไวรัล มักจะมีเพลงอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นเพลงใหม่ หรือเพลงเก่า
- กว่า 63% ของผู้ใช้ TikTok มีการค้นพบเพลงใหม่ๆ จากการดูคลิปบนหน้าฟีด
- หากไวรัลไหนมาแรง เพลงในคลิปก็จะเป็นที่รู้จักไปด้วย เป็นโอกาสที่ทำให้ศิลปินหน้าใหม่สร้างฐานแฟนคลับใหม่ๆ ไปในตัว
- เป็นโอกาสที่สำคัญสำหรับแบรนด์ ในการสร้างการมีส่วนร่วม (Relevance)

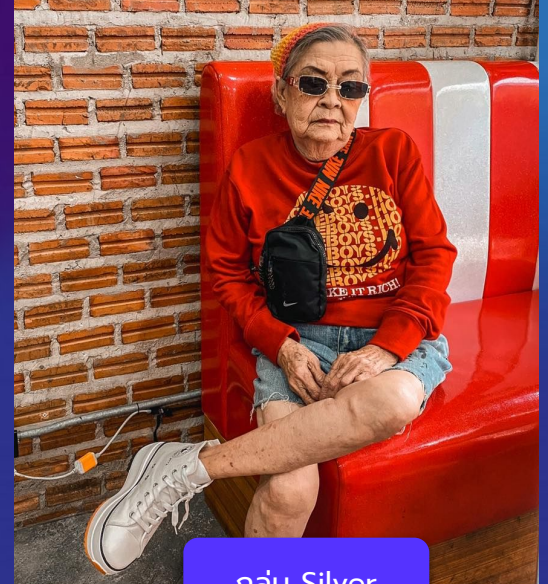
Sub-culture: Content ที่ตรงกับความสนใจเฉพาะกลุ่ม ยิ่ง Niche ยิ่งดี



กลุ่ม Parenting



กลุ่ม
Pets Lover



กลุ่ม Silver

และอย่าลืมจับโอกาส ทำคอนเทนต์กระแส

IWAV ข่าว 555 สกู๊ป สัมภาษณ์ ตารางคอนเสิร์ต วิกิออนไลน์ เนื้อหาทั้งหมด

"เมร้อน จี้อปาก" เพลงดังช่วงสงกรานต์ MV คับหายากแต่ฟาดไป 10 วัน 10 ล้านวิว

© 17 เม.ย. 67 (13:43 น.) | ฟิล์มพ์



ลาบูมู มาการอง ประวัตี คือตัวอะไร? ราคาเท่าไร? ชื่อที่ไหนได้บ้าง?

10 Apr 2024



Google Ads

เริ่มชม

รู้จักอาร์ทอยมาแรง ลาบูมู มาการอง เปิดประวัติ คือตัวอะไร? ชื่อที่ไหนได้บ้าง? เรารวมข้อมูลไว้ให้ที่นี่แล้ว บอกเลยของมันดี

#เทรนด์ใหม่
อร่อยมือเดียว

ORIGINAL TENDER
2 ชิ้น
ชิ้นละ 45 บาท



ทริปรวมตัวไม่เที่ยวด้วยกันครั้งแรก! | สระบุรี ep.1



คู่ซี้ Cullen HateBerry

Subscribe

149K



Share



Download



5

CREATOR CULTURE & eCommerce

eCommerce . Creator Commerce



มูลค่าตลาด
eCommerce ไทย
ในปี 2568 อยู่ที่ 7.5
แสนล้านบาท

//กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

93-95% of
customers read
online reviews
before buying a
product. //Forbes, Global
Newswire, Qualtrics, Dixa,
Enterpriseappstoday

eCommerce . Creator Commerce



Popular Affiliate Marketing way of work

Commission Only

Pay Per Post + Commission

Exclusive or Campaign-based

Live Selling

Affiliated Clip (คลิปติดตะกร้า)

Popular channels (not sequenced)



Reasons to Buy



- 88% ได้รับความรู้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยคอนเทนต์ที่ไม่มีสาระเสริมการขาย เช่น รีวิว, HowTo (Shoppertainment)
- ผู้บริโภคกว่า 97% เผยความต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าพิจารณา และตัดสินใจซื้อภายในแพลตฟอร์มเดียว

Top categories sold



Fashion & Accessories



Beauty & Personal care



Food & Beverages



Electronic Devices



Household Items

Drivers

- ผู้บริโภคต้องการเชื่อมโยงทางอารมณ์กับแบรนด์ (Emotionally connected)
- โปรโมชัน, Double day ยังเวิร์ก แต่ไม่หลังเหมือนปีที่ผ่านมา

Content Best Practices 2024-2025

Best times to post on social by channel



YouTube

6-9 PM



Instagram

12-3 PM or 6-9 PM



Facebook

12-3 PM



TikTok

6-9 PM



X/Twitter

12-3 PM



LinkedIn

3-6 PM

HubsSpot + mention Social Trends Report 2024

Longer Videos

(Both TikTok, YouTube)

For Creators:

- Find your content niche
- Build your audience
- Activate your community

Social Media as the new Search Engines

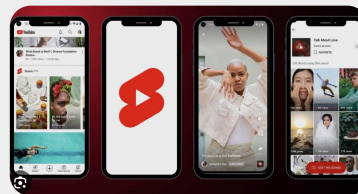
(So mind your social posts and hashtags)

For Brands:

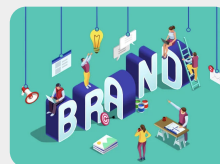
- Know your audience
- Build your trust (e.g. via creators)
- Support brand community

ကတယလံာ် Content ခပပ Multi-Format

(လဲာ် AI tool လဲာ်ကတယ reformat content လဲာ်)



Shorts/ Story/ Reels/
Longforms/ Articles/
Social Posts/ Podcasts



Both Branding
& Affiliate
Marketing in
Parallel

Social Media Trends in **Marketing Goals in 2024**



Due to economic downturn worldwide, many brands have lost their previous customer base and **now need to attract new customers in 2024-2025**

	2023	2024
1	Increasing engagement	Increasing brand awareness + reaching new audiences
2	Increasing brand awareness + reaching new audiences	Driving traffic to your website
3	Growing your community or following on social media	Increasing overall revenue + sales
4	Driving traffic to your website	Getting a better understanding of your customers and their needs
5	Increasing overall revenue + sales	Fostering relationships with your customers and increasing brand loyalty

6

CREATOR CULTURE & AI Tools & AI Tools

AI Tools for Content Creators

Content Ideas & Content Strategy



Writing Tools

Writer assist, Article, SEO, eDM



Storyboarding & Image Generation



AI Tools for Content Creators

Video Creations

Get Munch



(Look for most viral section in the video)



Text to video



Text to presenter



Simple editing



Social Media Content Management & Analytics



Turning content ideas into multiple posts, Manage, Analytics



Best times to post on social by channel

YouTube	6-9 PM	Instagram	12-3 PM or 6-9 PM
Facebook	12-3 PM	TikTok	6-9 PM
X/Twitter	12-3 PM	LinkedIn	3-6 PM

HubSpot | @randoin | Social Trends Report 2024

Multi-Purpose AI Tools



- Design, Background
- Education
- Social Media Plan
- Content, Write, Hashtags
- Marketing
- Entrepreneurship
- Tech Innovation
- Lifestyle
- Productivity
- Etc.

Productivity VS Responsibility - in AI

Creative Ownership VS Shared Ownership - in AI



YES, NO? To hire a copywriter who uses AI to generate most of her writings

YES, NO? Can one pass a driving test with help from a self-driving car?

YES, NO? Videos, images, text generated by AI should have a disclaimer for all to see

7

CREATOR CULTURE Performance

ช่องทางการทำการตลาดออนไลน์ที่ควรรู้จัก

ภาพจาก Digital Tips



ภาพจาก sixads



Social Media
LINE OA

Search
SEO/SEM
Email
Marketing

ยิงแอด
Ad Campaign

CRM
CDP

Influencer
Marketing

มุมมอง Digital Marketing (คืออะไร, ทำอย่างไร)



1. รู้จักแบรนด์ตัวเอง ว่าอยู่ State สถานะไหน
 - a. คนยังไม่รู้จัก ต้องเร่งสร้าง Awareness
 - b. คนรู้จัก(บ้าง)แล้ว ต้องเร่งสร้างความสัมพันธ์ Engagement
 - c. ขายได้(บ้าง)แล้ว ต้อง Maintain & Repeat a)



2. กำหนดวัตถุประสงค์



3. เลือกกลุ่มเป้าหมาย



4. สร้างสรรค์ชิ้นงาน โพรโมทชิ้นงาน และเลือกช่องทาง



5. วัดผล และปรับใช้ในครั้งต่อไป

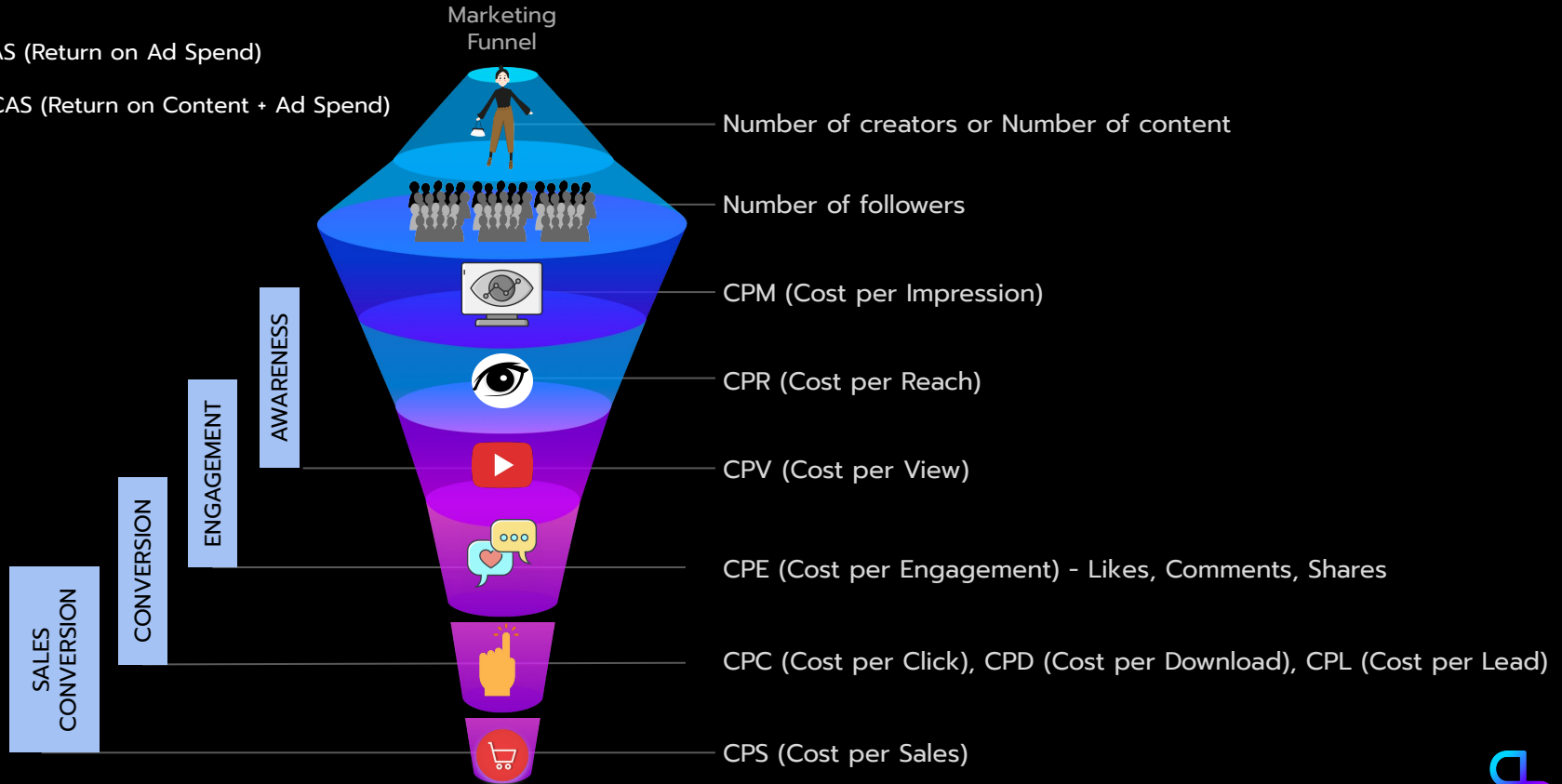
Measuring Performance การวัดผลทางการตลาด ครีเอเตอร์ อินฟลูเอนเซอร์



ROAS (Return on Ad Spend)



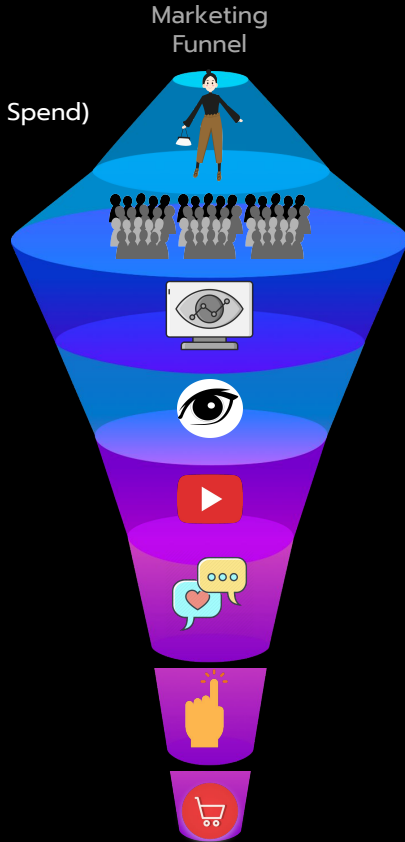
ROCAS (Return on Content + Ad Spend)



Measuring Performance การวัดผลทางการตลาด ครีเอเตอร์ อินฟลูเอนเซอร์

✌️ ROAS (Return on Ad Spend)


👍 ROCAS (Return on Content + Ad Spend)




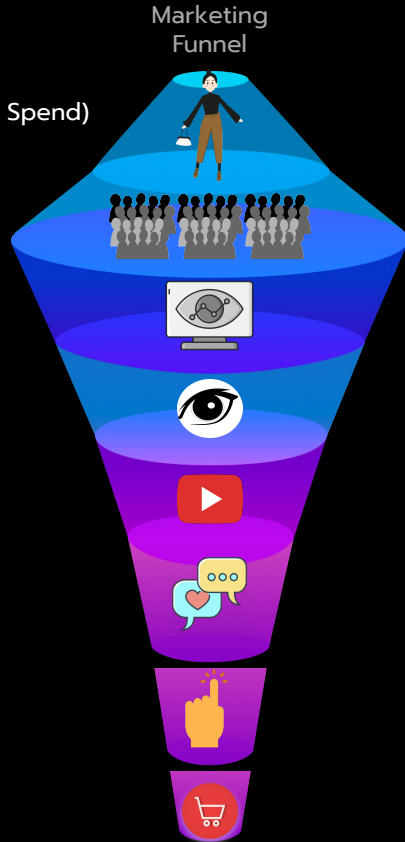
Customer/Marketing Journey



Measuring Performance การวัดผลทางการตลาด ครีเอเตอร์ อินฟลูเอนเซอร์

 ROAS (Return on Ad Spend)

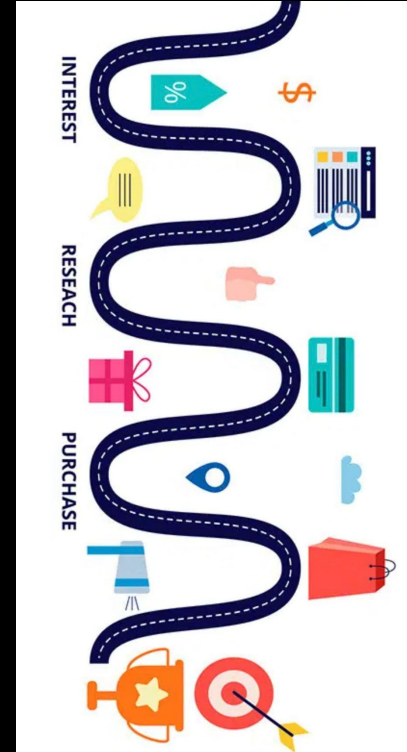
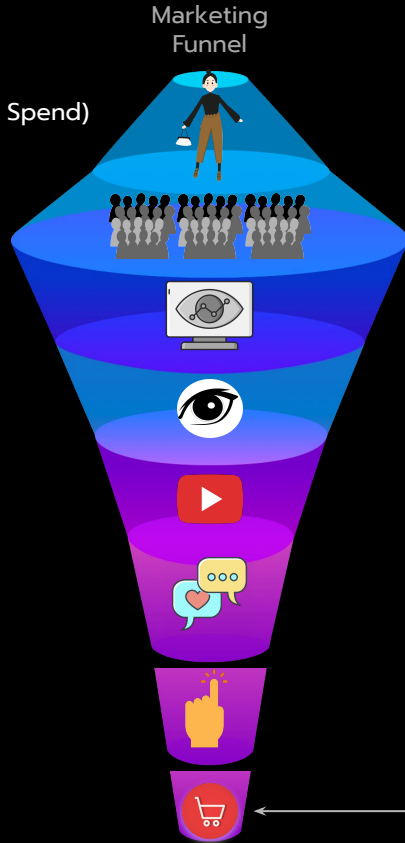
 ROCAS (Return on Content + Ad Spend)

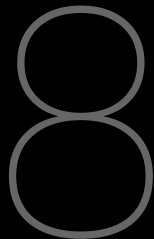


Measuring Performance การวัดผลทางการตลาด ครีเอเตอร์ อินฟลูเอนเซอร์

✌️ ROAS (Return on Ad Spend)

👍 ROCAS (Return on Content + Ad Spend)





CREATOR CULTURE

The Media Landscape & Trust



TikTok Journey



**SHOPPERTAINMENT
RULES!**



**COMMUNITY
IS THE NEW OIL.**



**CONVERSIONS!
CONVERSIONS!
CONVERSIONS!**



Actionable Entertainment Actionable Engagement



Community / Fandom is new oil!

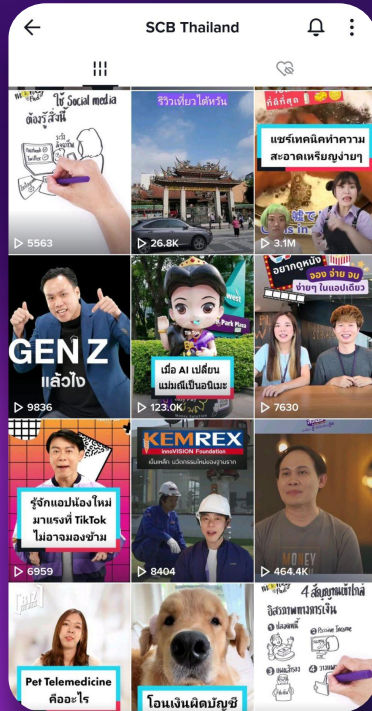


“ Relevance ”

#ItsAllAboutRelevance

- **Relevance between:** Brand & Creator
- **Relevance between:** Creator & Audience
- **Relevance between:** Brand & Audience

Brand As Creator !



SCB

1.1M Followers

Type of Contents
Edutainment | Funny | Trends | Review

- Most brands still think that TikTok is only for Gen-Z
- Most brands still think that TikTok is not for brand

What marketers can do on TikTok?



Fun Facts



Employee Branding



How-To
Explainer Content

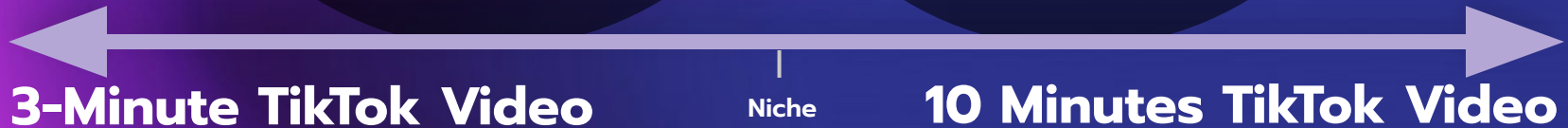


Affiliated Marketing

Content Ideas

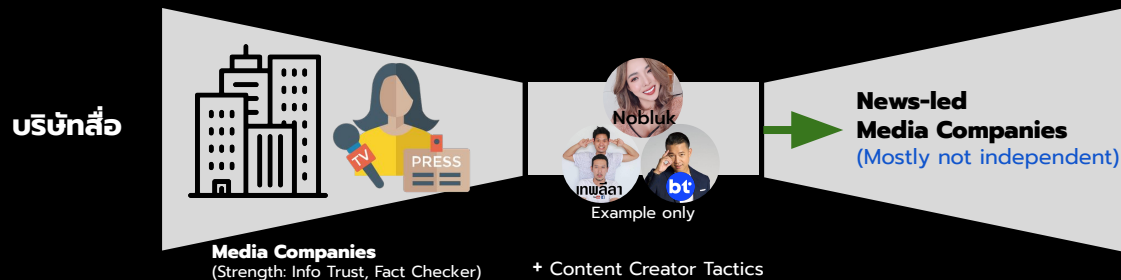
- How to/ Demon.
- Review
- Tips & Tricks
- Life hacks
- POV/ Storytelling
- Unboxing
- Poll/ Challenge

- Educational
- Series
- Short Movies
- Interview/ Opinion
- Memes/ Parody
- A day in a life



Encourage a More Connected, Yet Diverse Media Landscape Through Independent Creators

Fig.1 Media companies are adding 'Creator Culture' to their organizations



Encourage a More Connected, Yet Diverse Media Landscape Through Independent Creators

Fig.1 Media companies are adding 'Creator Culture' to their organizations

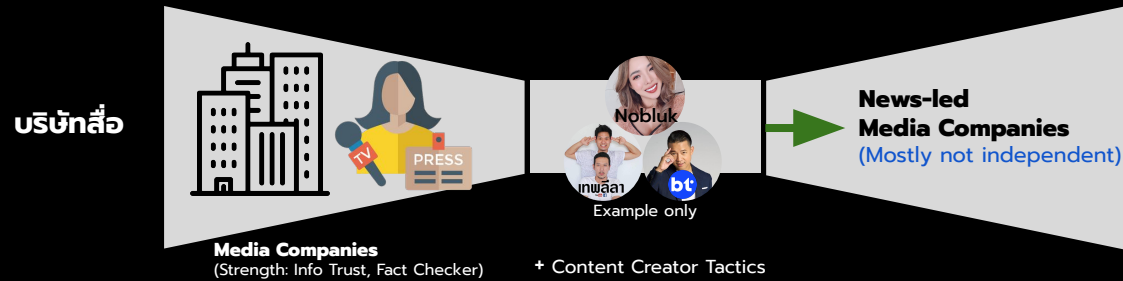


Fig.2 Creators are now becoming independent media companies



Encourage a More Connected, Yet Diverse Media Landscape Through Independent Creators

Fig.1 Media companies are adding 'Creator Culture' to their organizations

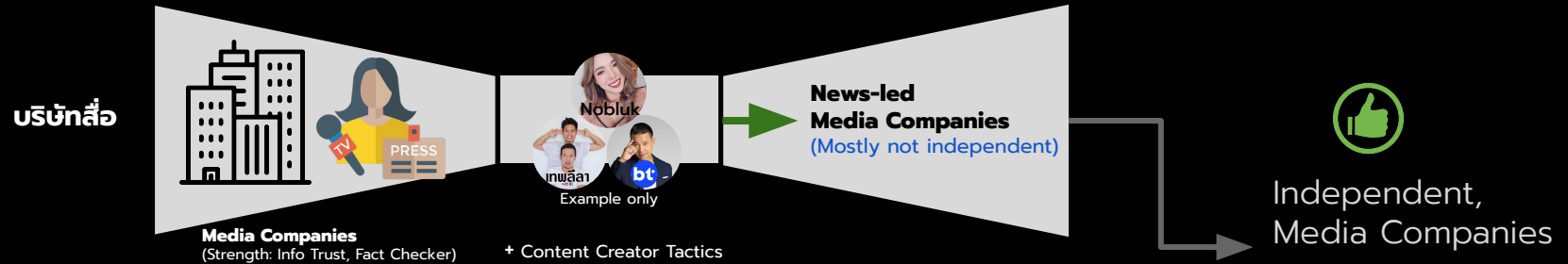
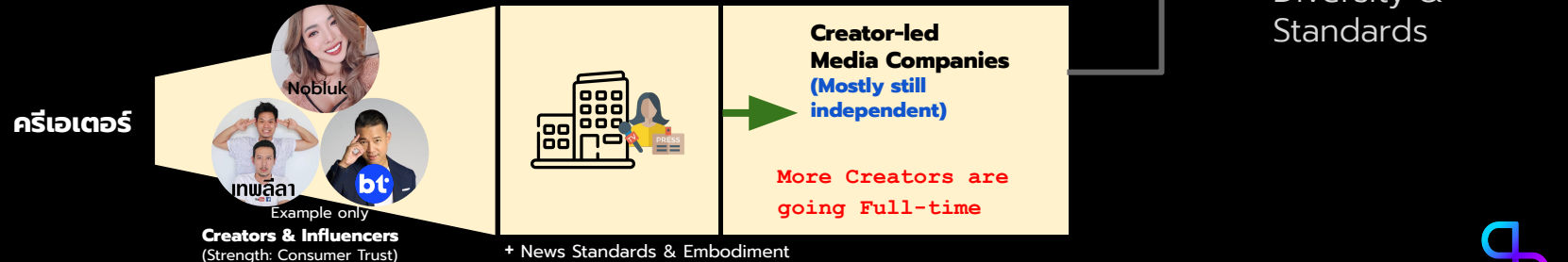


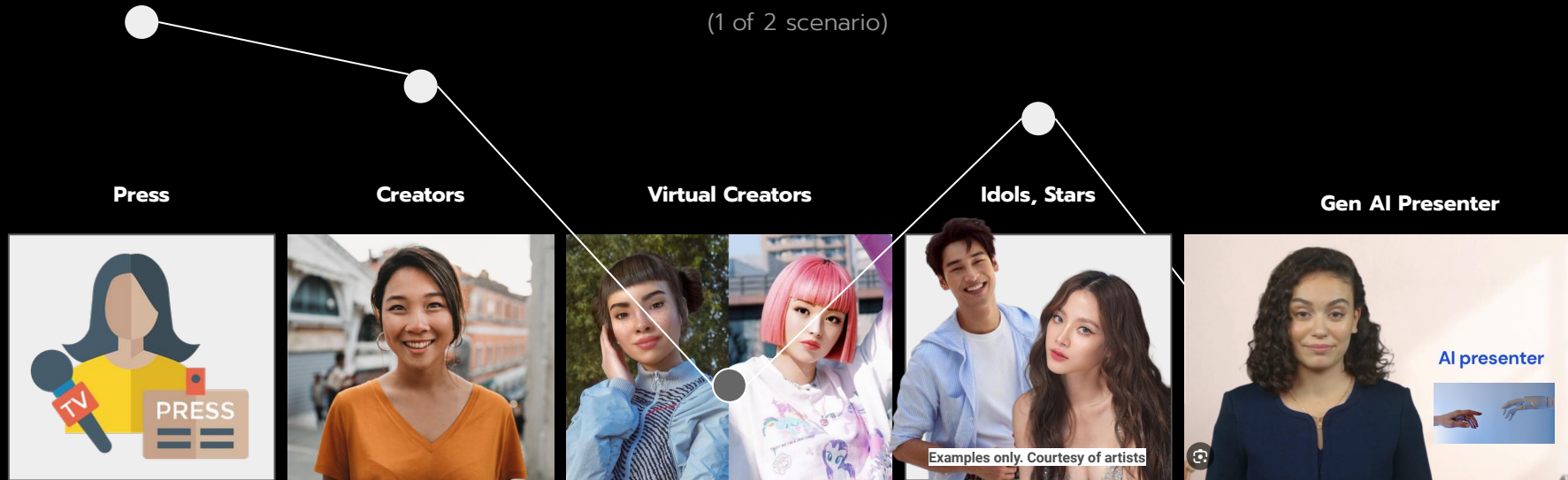
Fig.2 Creators are now becoming independent media companies



Trust & Authenticity is More Valued Than Ever! (not number of likes, views)

Who do we trust?

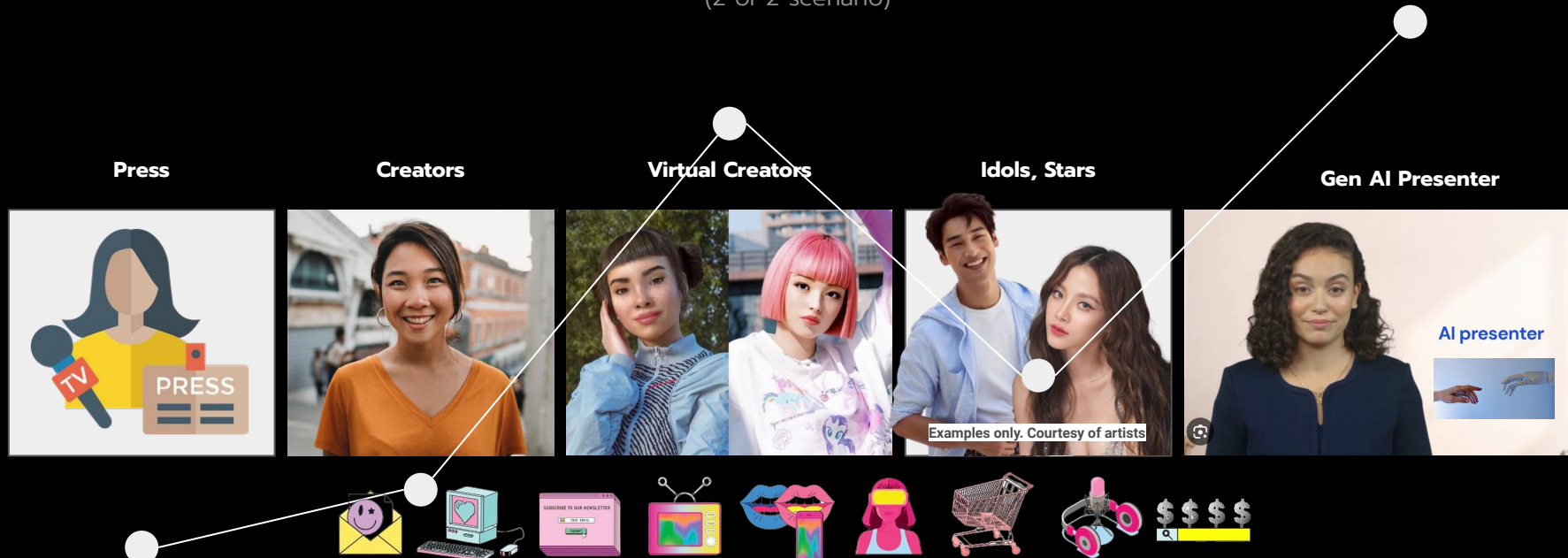
(1 of 2 scenario)



Trust & Authenticity is More Valued Than Ever! (not number of likes, views)

Who do we trust?

(2 of 2 scenario)



Icons from www.farfromtimid.com

คอนเทนต์ครีเอเตอร์ มิได้เพียง ทำคอนเทนต์สวยๆ ในโซเชียลมีเดีย แต่ยัง...



Diversity & Check Balance:

สร้างความเท่าเทียม เข้าถึง เข้าใจ และความหลากหลายในความเชื่อ ค่านิยม



Organic data points are important:

สร้าง Data Points ที่มาจาก “คน” ผลิตและคนดู สู่ Algorithm ของโซเชียลมีเดีย



Screen Creator:

สามารถมีส่วนช่วยทำให้โซเชียลมีเดียปลอดภัยขึ้น ด้วยกลไก Check & Balance เช่น จากคนดู จากคนจ้าง การคัดเลือกอินฟลูฯ การตรวจสอบคอนเทนต์ และการเช็คประวัติก่อนรับงานแบรนด์



Screen Product:

อินฟลูฯ เองก็ต้องตรวจสอบผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ก่อนรับงานอย่างสม่ำเสมอเช่นกัน



Create Jobs for Thai People:

เป็นการสร้างงานให้คนไทย รายได้เข้าสังคมไทย



Self Regulation:

และแน่นอนว่า การสอดส่องดูแล และกลไกการตรวจสอบ เป็นเรื่องสำคัญและอยู่ในหน้าที่เราทุกคน เพื่อให้อุตสาหกรรม Content ไทยไปไกลต่อไป



Creator Culture . Summary

**CREATOR
CULTURE**

Mega Trend

Workforce

**Soft Power
& Subculture**

**Creator
Commerce**

**AI Tools for
Creators**

Performance

**Media Landscape
& Trust**



Thank you

Happy Influencing! Responsibly

Email me: contact@tellscore.com