



Research Keyword | Insight behavior | Monitoring

Consumer insights from social data

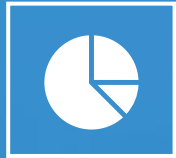
Present by : Chaiyaporn Managing Director
Frontline Technology Co., Ltd.

Requirement: Business objective



Social Voice of Type of product

- **Overviews Social voice** เสียงบนโลกออนไลน์ เกี่ยวกับสินค้า **xxxxxx** | พฤติกรรมที่มีต่อสินค้า **xxxxxx**
- **Sample size** กลุ่มต่าง ๆ เบื้องต้น สำหรับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับ **สินค้า xxxx** | **relate ใกล้เคียง**



Segment keywords

- **Analysis Group by keywords** ภาพรวม Social Voice ของ Group by keywords
- **Report analysis** มุมมองในภาพรวมของ Share of Voice แต่ละ Channel



Strategy Communication

- **Strategy Communication** มุมมองในภาพรวมของการสื่อสารออกมาในแต่ละ Segment
- **Aware Crisis** ที่พบเจอมุมมองการป้องกัน หรือ Case ต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคกังวล



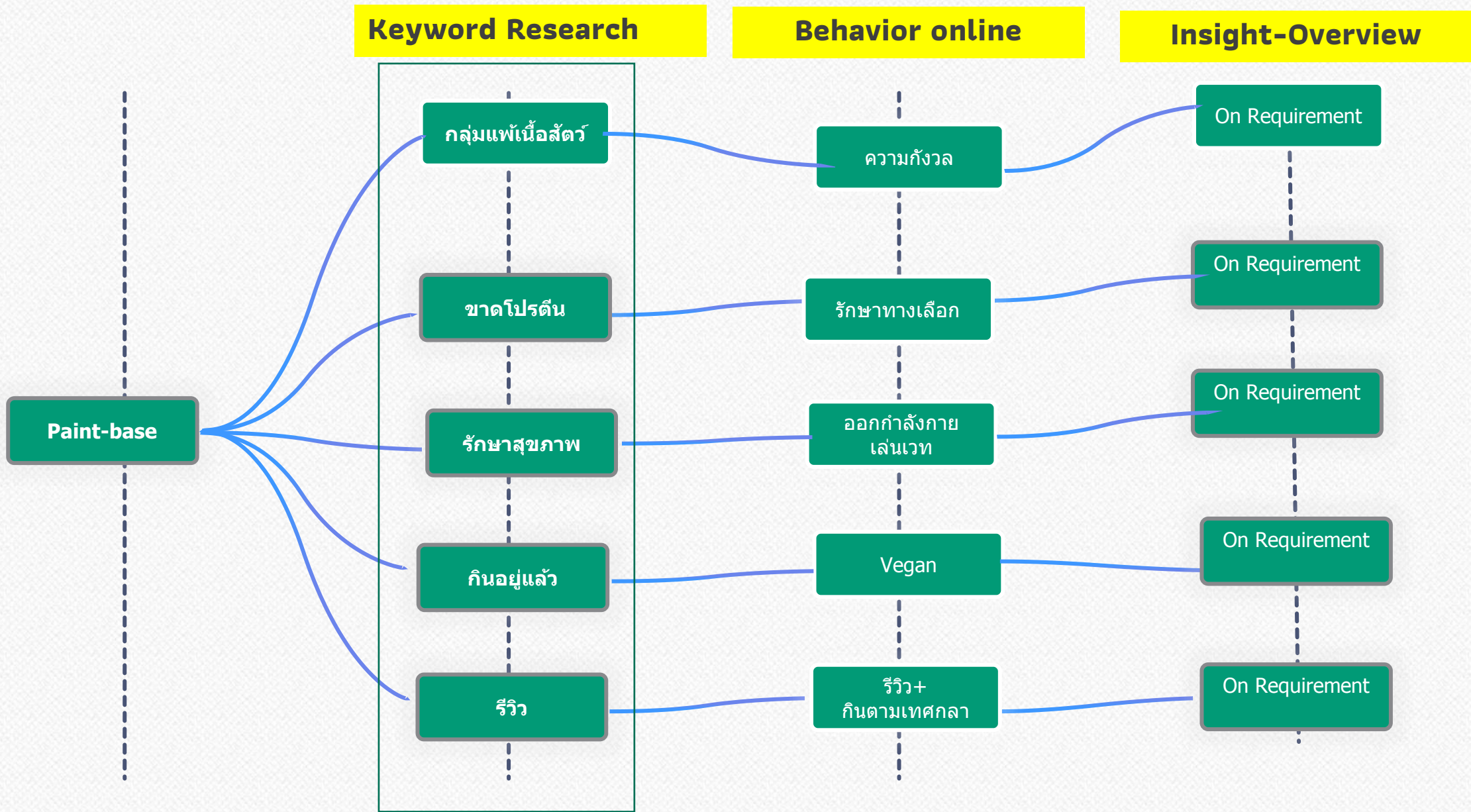
In-depth Interview

- **Focus Group** สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง x Target หา Interest เพื่อได้ข้อมูลเปรียบเทียบกับ Online
- **Report Focus Group**

Quantitative

Qualitative

Example : Unique keyword : paint-base



* Research Keywords : ข้อตกลงแรกในการ Research ร่วมกัน ก่อนจะลงลึกไปหา Behavior ทางด้านออนไลน์ในแต่ละกลุ่ม

Sample size : target group (สำรวจตัวอย่างจริง X คน)



Persona Details
Student high School

Scope Summary
Study Cram school

Goals
University



Persona Details
University

Scope Summary
Graduated from cram school

Goals

1-2 Persons



Persona Details
Parent

Age : 40++

Scope Summary
Plant-base every day

Goals
Health | ขาดโปรตีน

Influencer
หุบูดี



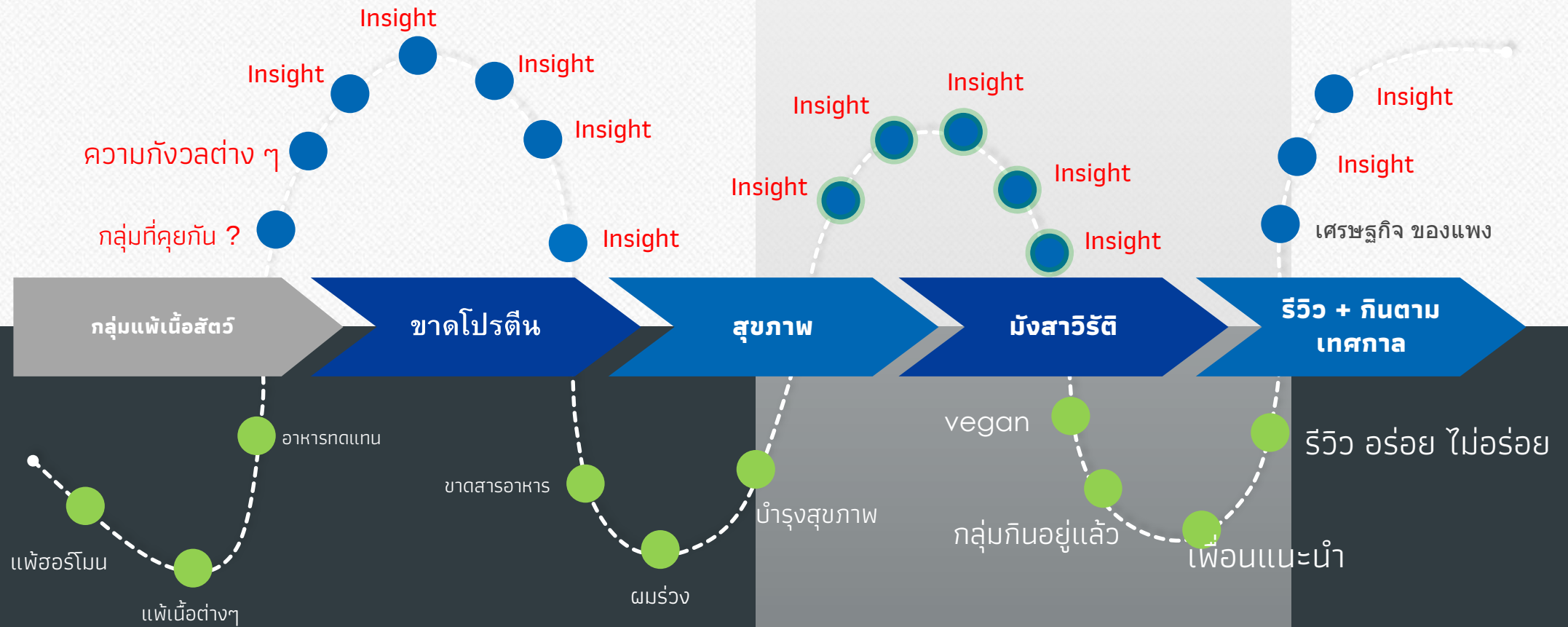
Persona Details
Friend Parent

Scope Summary

Goals

* Sample Size : ข้อมูลนี้ฟรี ไม่คิดค่าใช้จ่าย แต่จะได้เพียงคนรอบตัว ถ้าต้องการกำหนดกลุ่มตัวอย่างชัดเจน ดูที่ Focus Group

Example : Customer Touch Point Paint Base & Keto



* Social Data : Insight จะไปเจาะข้อมูลจาก Social Listening และ ข้อมูลอื่นๆ

Example : 5 Touchpoints X Generations

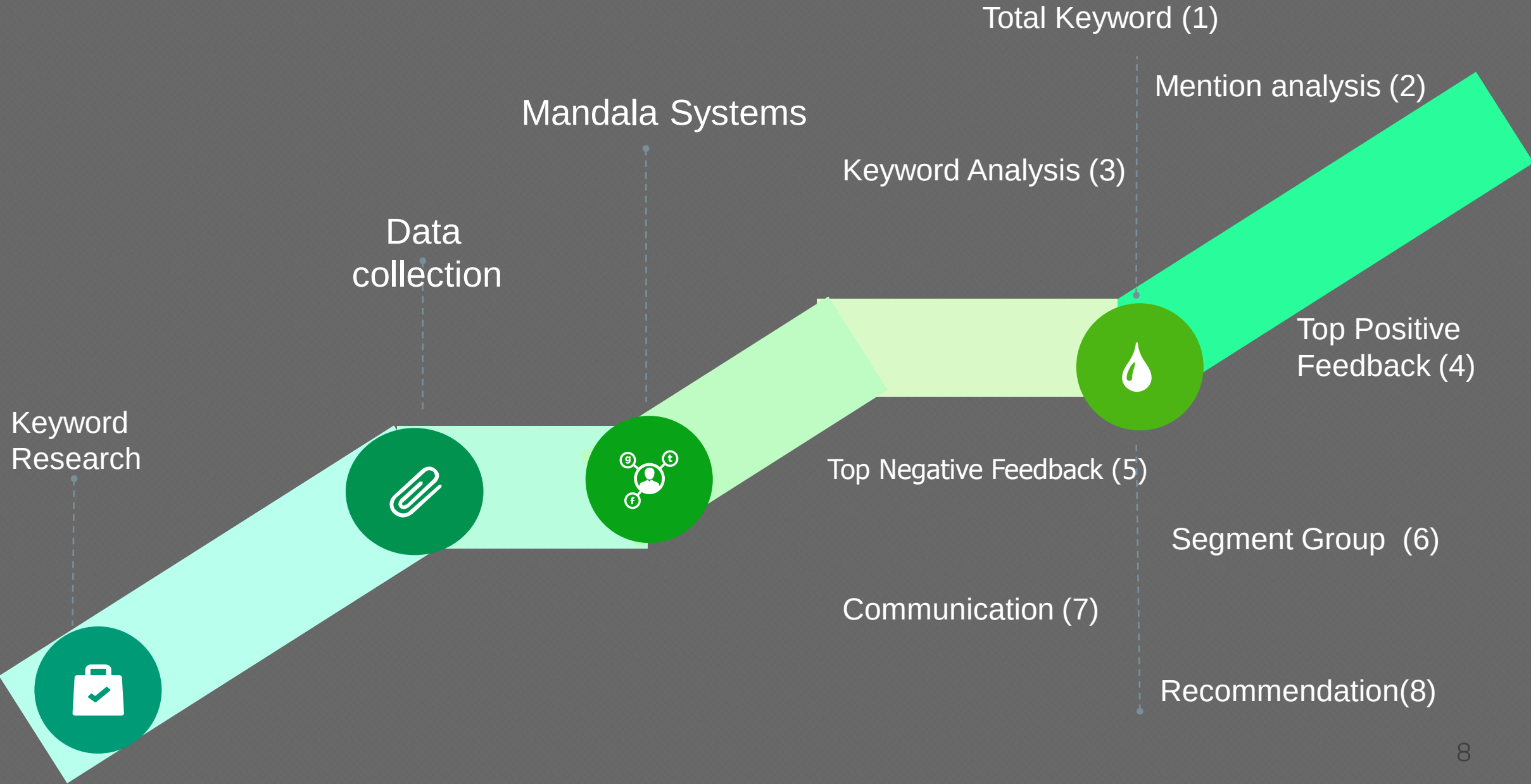
	กลุ่มแพ้นือสัตว์	ขาดโปรตีน		สุขภาพ	มังสาวิธิตี	กินตามเทศกาล
	แพ้นือสัตว์	ขาดโปรตีน	รักษาโรค	ลดน้ำหนัก ออกกำลังกาย เว่นเวท	กลุ่มเดิมกินอยู่แล้ว	กินเจ,กินตาม เทศกาล
Touchpoints	#แพ้นือสัตว์ #แพ้ออร์โมน #แพ้อื่นๆ	#ขาดโปรตีน	#ผมร่วง #รักษาตัว #บำรุงร่างกาย	#Fitness #ออกกำลังกาย #เล่นเวท	#มังสาวิธิตี #สินค้าทางเลือก	#ธวีว #กินเจ
Effect & Target						
+ Gen X + Boomer	●	●	●	●	●	●
Officer	●	●	●		●	●
Fist jobber	●	●	●		●	●
Office Worker	●	●	●		●	

Generation's : นักหมักในการลงไป Research หาข้อมูลสนับสนุนทาง Marketing

ขั้นตอนในการดำเนินงาน

- การ Research Social Data มีข้อจำกัดหลายอย่าง จึงต้องกำหนดขอบเขตของ Keywords และ วัตถุประสงค์ให้ชัดเจนก่อนลงไปหา Customer Insight ตาม requirement ที่ลูกค้าต้องการ
- เบื้องต้นจะทำให้ Free of Charge (โดยมีเงื่อนไขข้อมูลนี้ สามารถนำมา Workshop หรือสอนให้ผู้ประกอบการได้) แต่ Free of Charge จะเป็นการสรุปไม่ลงลึกในรายละเอียด
- กรณีกลุ่มตัวอย่าง ถ้ามี budget เพียงพอ แนะนำให้เอา research เบื้องต้น ถ้าไม่ใช่มุมมองที่หา หรือข้อมูลที่ได้ไม่ลึกพอ แนะนำว่าให้ทำ Research แบบ Off line ควบคู่กันไป
- ข้อคำนึง การหาข้อมูลบนโลกออนไลน์ เป็นข้อมูลเชิง **Quantitative** อาจจะได้ข้อเท็จจริงเสมอไป ควรใช้ข้อมูลภายใน และ ข้อมูลอื่น ๆ ประกอบกันเพื่อการตัดสินใจ
- ราคาต่อกลุ่ม Keywords [Group keywords] ไม่เกิน 10 Keywords 30,000 Mentions จะอยู่ 50,000 บาท ++/ Report

Process : Social Data Analytics



Estimate cost of research

Topic	Report on requirement	Description	Price	หมายเหตุ
1. Keyword Research	Key finding Keywords	พฤติกรรมที่เกิดขึ้นตาม Keyword ที่เราต้องการค้นหา ภาพรวมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนโลก Online ตั้งแต่ช่องทาง Social Network Facebook / Twitter / Instagram/ Youtube/ Pantip.com	60,000 – 80,000 บาท	Base On requirement
	Data Mining	หากกลุ่ม Segmentation ว่า Keyword ดังกล่าวมีการพูดคุยออกมาเป็นจำนวนที่กลุ่ม แต่ละกลุ่ม มีปัจจัยอะไรที่เป็นกระแส พร้อมทั้งจะผลักดันเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมส่วนใหญ่ของสังคม		
2. Insight Keyword	Strategy Marketing product to audience	กลยุทธ์ทางการตลาด	50,000 – 80,000 บาท	
	Communication Marketing	กลุ่มต่าง ๆ ที่ควรสื่อสาร		
	Suggestion	การต่อยอดแนะนำกลยุทธ์		
3. Monitoring Campaign	Monitoring by Keywords	ติดตามวิเคราะห์ นำเสนอรายงานด้วย Keywords	50,000 – 60,000 บาท	
	Monitoring by Campaign	ติดตามวิเคราะห์ นำเสนอรายงานด้วย Campaign	50,000 – 60,000 บาท	

รายการ	ขนาดกลุ่ม ตัวอย่าง	ราคา	หมายเหตุ
เก็บข้อมูล Filed Survey	200 - 400	150,000 – 300,000	ราคาขึ้นกับขนาดกลุ่มตัวอย่าง และพื้นที่การเก็บ
เก็บข้อมูล Filed Survey	401 – 1,000	300,000 – 750,000	ราคาขึ้นกับขนาดกลุ่มตัวอย่าง และพื้นที่การเก็บ
Focus Group	น้อยกว่า 30 ตัวอย่าง	75,000 – 200,000	ราคาขึ้นกับลักษณะกลุ่ม ตัวอย่าง
Focus Group	31- 50 ตัวอย่าง	100,000 – 400,000	ราคาขึ้นกับลักษณะกลุ่ม ตัวอย่าง
In-depth Interview	20 - 50 คน	50,000 – 150,000	ราคาขึ้นกับลักษณะกลุ่ม ตัวอย่าง

หมายเหตุ ราคาที่เสนอเป็นราคาประมาณการ ขึ้นกับปัจจัยและความต้องการของลูกค้า ที่สามารถเพิ่มลดในรายละเอียดพร้อม
ส่วนลดอื่นๆ



Frontline
Technology



We are..

- ขณะเดียวกันยุคที่การแข่งขันรุนแรงมากขึ้น ข้อมูลinsight ที่เจาะลึกลงไปถึงพฤติกรรมลูกค้าที่ตรงกลุ่มเป้าหมายชัดเจน มีความสำคัญมากขึ้นในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้ามากที่สุด ด้วยความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่รวดเร็วมากขึ้น การทำวิจัยการตลาดก็ต้องรวดเร็วแม่นยำและชัดเจนมากขึ้น ด้วยเช่นกัน
- เรา Frontline Technology มุ่งเน้นที่จะตอบโจทย์ Insight ของพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อสนับสนุนงานของลูกค้าทุกท่านอย่างถึงที่สุด

Our Service

Research Marketing Service



Customer Satisfaction Studies

Customer Needs Studies

Product Testing

Product Development

Packaging / Design

Usage & Attitude Studies

Shopper Insights

Research Marketing Methodology



Quantitative

- Face to face interviewing
- Telephone interviewing
- Mystery shopping
- Online interviewing
- Mobile phone interviews



Qualitative

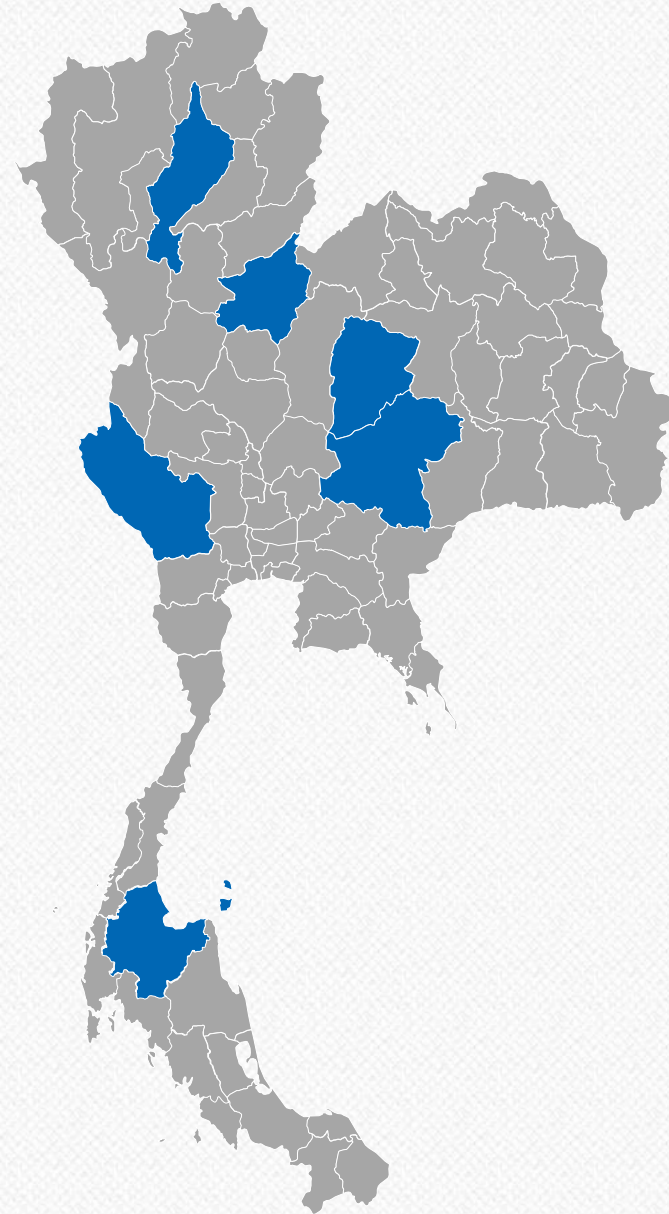
- Focus group discussions
- One to one in-depth interviews
- Paired depth sessions
- Triads
- Accompanied shops
- Online discussion forums
- Mobile groups

Survey Audience

บริการสำรวจแบบสอบถามทั้ง
ออนไลน์ และ ออฟไลน์

Customer Insight

ความต้องการของทางลูกค้า แบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์
แล้วสามารถนำมาต่อยอดทางการตลาดสินค้าและบริการได้ดี
ขึ้น



Clients



บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

สำรวจพฤติกรรมและความต้องการใช้บริการโทรคมนาคมของลูกค้ายุคดิจิทัลพ.ศ.2563

เก็บข้อมูลแบบ Face to Face

- ภูมิภาค 5 ภาค ภาคละ 2 จังหวัด พื้นที่ละ 50 ชุด
- กรุงเทพฯและปริมณฑล 200 ชุด

Indepth-Interview

- จำนวน 40 ตัวอย่าง
- กลุ่มคนใช้งานดิจิทัลประเภทต่างๆ ครอบคลุมพื้นที่ลงเก็บข้อมูลทั้งหมด

งบประมาณ : 9 แสนบาท

Clients



Brand Awareness , Compettitors Analysis , Test Product

เก็บข้อมูลแบบ Face to Face

- กรุงเทพฯและปริมณฑล 300 ชุด
- แบ่งเป็น 150 ชุด เคยทาน และ 150 ชุดไม่เคยทาน

Indepth-Interview

- จำนวน 40 ตัวอย่าง
- Test Product ตัวใหม่ เพื่อทดสอบรสชาติ และ แยกความแตกต่างกับแบรนด์อื่น

งบประมาณ : 5 แสนบาท

Clients



Brand Perception และ Re-Branding

In-depth Interview (สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ / ผู้บริหาร / คนเข้ามาใช้บริการ)

- จำนวน 20 ตัวอย่าง

Focus Group

- จำนวน 12 กลุ่ม ๆ 3 คน

Field Survey

- จำนวน 400 ตัวอย่าง แบ่งเป็นกลุ่มผู้ปกครองและกลุ่มเด็ก แยกเป็นเคยไปและไม่เคยไป

งบประมาณ : 8 แสนบาท

Clients



Brand Health Check

Indepth-Interview

- จำนวน 30 ตัวอย่าง
- แบ่งเป็นกลุ่มใช้อยู่ เลิกใช้ และไม่เคยใช้

Field Survey

- จำนวน 200 ตัวอย่าง
- แบ่งเป็นใช้อยู่ ไม่เคยใช้

งบประมาณ : 3 แสนบาท

Clients



สำรวจความต้องการ และการมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชนและเจ้าหน้าที่ในสถาน
ควบคุม

In-depth Interview

- จำนวน 20 ตัวอย่าง แบ่งเป็น 3 พื้นที่ นครปฐม นครราชสีมา และ ระยอง
- กลุ่มผู้คุม และผู้บริหารในสถานควบคุม
- เด็กและเยาวชนที่พ้นจากสถานควบคุมแล้ว

Focus Group

- จำนวน 20 ตัวอย่าง แบ่งเป็น 3 พื้นที่ นครปฐม นครราชสีมา และ ระยอง
- เด็กและเยาวชน ชาย/ หญิง ที่ยังอยู่ในสถานควบคุมทั้ง 3 แห่ง
- คละกันระหว่างโทษหนักและเบา

งบประมาณ : 3 แสนบาท

About Us

Call : ชัยพร
0979874263

Emails :
sale@frontlinetechnology.net

Line



SCAN ME

Thank you

