



ZongComMu

Decode Conversations. Drive Decisions.

CONVERSATION INTELLIGENCE → BUSINESS DIRECTION

วิเคราะห์ข้อมูลจาก Social Data เพื่อหาสัญญาณทางธุรกิจ

Source of : Social Listening | Facebook Group

Portfolio ที่เข้าใจสัญญาณพฤติกรรมลูกค้า

ติดต่อเพื่อนำเสนอข้อมูล Dashboard ได้ทุก Case Study ที่ [Zongcommu.online](https://zongcommu.online) | Tel: 0863863896 | Anantachai (คุณอ้วน)

Retail

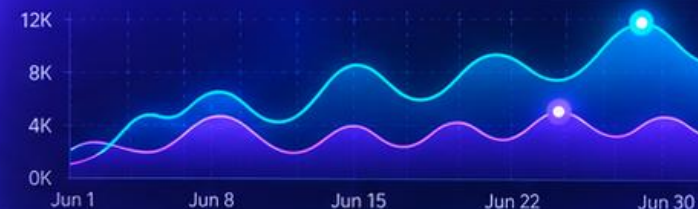
FMCG

Education

Automotive

Conversation Trend

Last 30 Days



Sentiment

All Channels



Positive 76%
Neutral 16%
Negative 8%

Key Insight

↑ +42%

Positive conversations increased this month

Topics

Product Experience 42%
Price & Promotion 24%
Customer Service 18%
Brand Perception 12%

Dashboard

Crisis

Portfolio Highlights

เราเห็นสัญญาณทางธุรกิจ จากบทสนทนาของผู้คน

Decode Conversations. Drive Decisions.





วิเคราะห์ข้อมูลจาก Facebook Group | รีวิว CJ More

BUSINESS CHALLENGE

อะไรทำให้ลูกค้าเลือกเข้าร้าน ซื่อซำ และ
เล่าประสบการณ์ให้คนอื่นฟัง?

DATA INTELLIGENCE

วิเคราะห์ Purchase Drivers, สินค้าที่พูดถึง, Points & Rewards และ Organic Recommendation จากบทสนทนาใน Community

BUSINESS VALUE

ระบุแนวทางสื่อสารความคุ้มค่า พัฒนา Loyalty Campaign และค้นหาโอกาสเพิ่ม Repeat Purchase

KEY CAPABILITIES

Retail / Loyalty / Customer Behavior

ZongComMu

Social Understanding from Facebook Group

CJ Case Study

Demo Dataset

Executive Overview

ภาพรวมใน 1 นาที

Product Intelligence

สินค้าและโอกาส

Voice of Customer

เสียงของลูกค้า

Issue & Risk

ปัญหาและความเสี่ยง

Promotion Intelligence

โปรโมชันที่ได้ผล

เจาะลึกเพิ่มเติม

Customer Journey

เส้นทางทางการตัดสินใจ

Community Insight

พลังของคอมมูนิตี

Methodology

วิธีการวิเคราะห์

From Conversation to Business Understanding

ข้อมูลใช้เพื่อการวิเคราะห์ภาพรวม และผ่านการปิดกั้นข้อมูลส่วนบุคคลแล้ว

Executive Overview

Social Understanding from Facebook Group · CJ Case Study · 29 เม.ย. 69 – 4 ส.ค. 69

บทสนทนาที่วิเคราะห์
4,719 ข้อความ
โพสต์ 1,960 · คอมเมนต์ 2,759

ผู้ร่วมสนทนา
2,758 คน
พูดถึงสินค้า 76 รายการ

สัญญาณตั้งใจซื้อ ?
186 ข้อความ
3.9% ของบทสนทนาทั้งหมด

ประเด็นเชิงลบ
304 ข้อความ
6.4% ของบทสนทนาทั้งหมด

ลูกค้าพูดถึงอะไร และเพราะอะไร

สินค้าที่ถูกพูดถึงมากที่สุด เหตุผลที่เขาเลือกซื้อ และปัญหาที่เขาเจอจริง

สินค้าที่ถูกพูดถึงมากที่สุด

Top 5 ตามจำนวนการถูกพูดถึง

นม	407
ข้าว	249
ข้าวหอมมะลิ	221
ครีมบำรุงผิว	121
กาแฟคาเฟ่	32

เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อ

สิ่งที่ลูกค้ายกมาเป็นเหตุผลบ่อยที่สุด

โปรโมชั่น 1 แถม 1 และส่วนลด	1,089
รสชาติและคุณภาพสินค้า	1,088
ราคาถูกและคุ้มค่า	312
สาขาใกล้บ้านและความสะดวก	151
สิทธิสมาชิกและแต้มสะสม	135

ปัญหาที่ลูกค้าเจอ

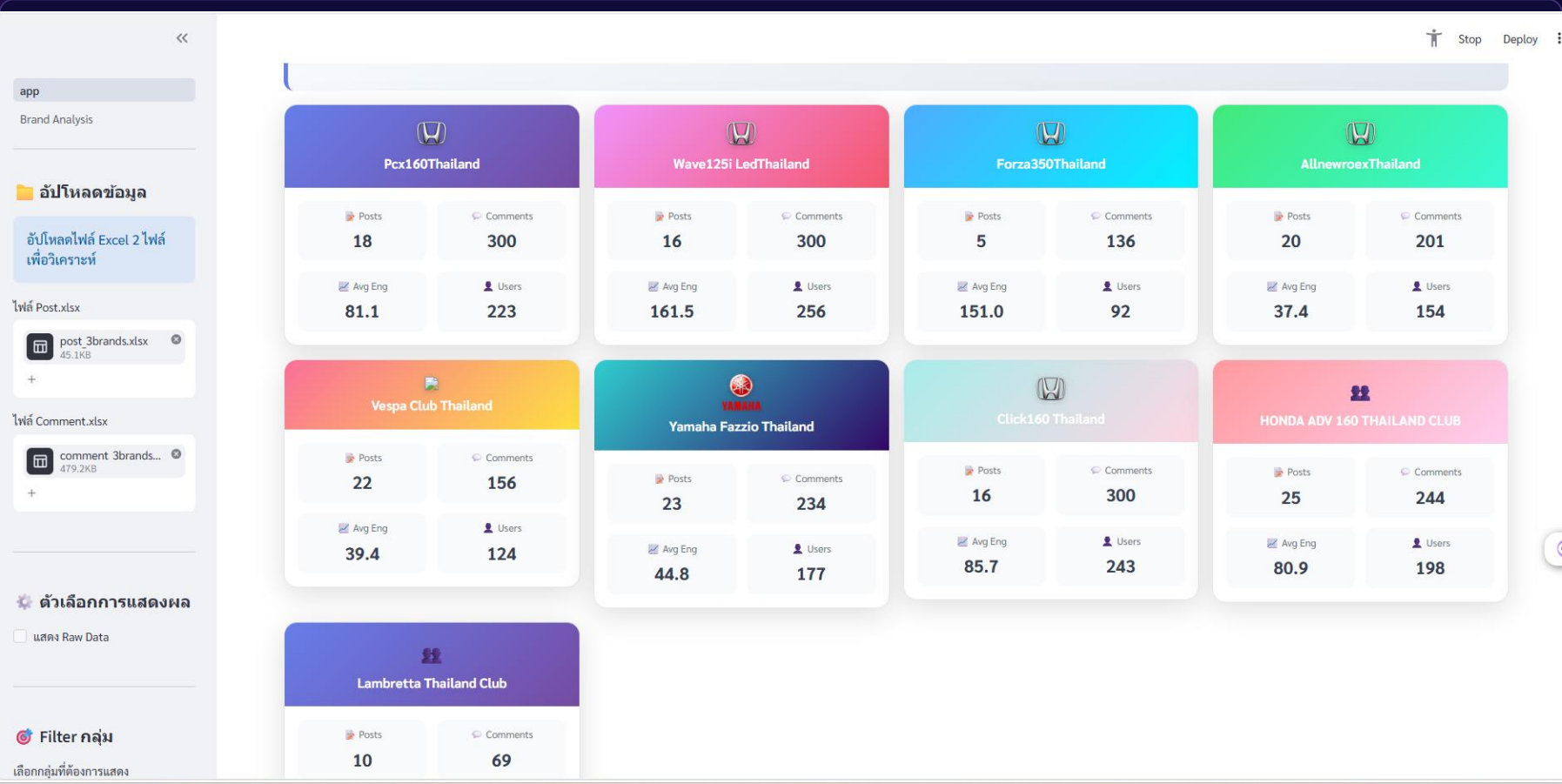
Pain Point ที่ถูกพูดถึงบ่อยที่สุด

ไม่รู้ว่าสาขาไหนมีสินค้า	127
คุณภาพสินค้า	47
สินค้าหมด	42
วันหมดอายุ	24
เงื่อนไขโปรโมชั่นไม่ชัดเจน	64

CJ More อะไรคือปัจจัยให้สมาชิกในกลุ่มอยากบอกเล่าเรื่องราว สินค้าราคา, แต้มสะสม และ สินค้าที่คนส่วนใหญ่จะซื้อ แบ่งความสนใจเป็นสินค้าอะไรบ้าง ?

YSS วิเคราะห์ Facebook Group

เข้าใจลูกค้า ในการเปลี่ยนใช้รถจักรยานยนต์ ผ่าน Facebook Group ชี้นำ 9 Facebook Groups



YSS อะไรคือปัจจัยให้สมาชิกในกลุ่มอยากบอกเล่าเรื่องราว ของการเปลี่ยนใช้รถ และ ใช้รุ่นไหน แนะนำมากที่สุด ปัญหา ก่อนการเปลี่ยนใช้รถ เกิดจากอะไร แรงกระตุ้นที่ทำให้นึกถึง YSS มีตัวแปรอะไรบ้าง?

BUSINESS INSIGHT

BUSINESS CHALLENGE

อะไรที่ทำให้สมาชิกในกลุ่มอยากจะเปลี่ยนใช้

DATA INTELLIGENCE

วิเคราะห์ บทสนทนาการพูดคุยใน 9 Facebook Groups เพื่อหาปัญหา,ความต้องการที่แท้จริงในแต่ละกลุ่มของการเปลี่ยนใช้

BUSINESS VALUE

ระบุแนวทางสื่อสารให้ตอบโจทย์ในความ ต้องการ และ เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม

KEY CAPABILITIES

Retail / Loyalty / Customer Behavior

MITR PHOL

น้ำเชื่อมตลาดน้ำตาลทางเลือกใน Facebook Group ลูกค้าเขาพูดถึงอย่างไร?

ตัวกรองข้อมูล

ประเภทเนื้อหา

post comment

ทำไมร้านถึงเลือก (Decision Drivers)

Choose options

แบรนด์ (เลือกเฉพาะเพื่อดูเฉพาะ conversation ที่พูดถึงแบรนด์)

Choose options

หน้าแดชบอร์ด

Market Overview

Brand Role Map

Shop Adoption Barrier

Cost as Decision Trigger

Action Recommendation

3 หน้าเชิงกลยุทธ์ยังปิดไว้—
รอเปิดใช้เมื่อข้อมูลครบคลุม
เพียงพอ

สัดส่วนแบรนด์ต่อเมนู / สินค้าที่เอาไปทำในตลาด

Why x Brand — แต่ละแบรนด์ถูกเลือกด้วยเหตุผลอะไร

อ่านแนวตั้ง: จุดแข็งของแต่ละแบรนด์ / อ่านแนวนอน: เหตุผลในแบรนด์ไหนครองอยู่

ดูตารางสัดส่วน

ความหมายของแต่ละเหตุผล (แกน Y ของ heatmap ด้านบน)

เหตุผล (Decision Driver)	ความหมาย	ครอบคลุมอะไรบ้าง
Brand Default	แบรนด์ที่อยู่ในใจเป็นค่าเริ่มต้น	ร้านถามหา/นึกถึงยี่ห้อก่อนใคร เช่น "ยี่ห้อไหนดี" "ร้านน้ำชาดื่มไหน" — ยิ่งสูง = ยิ่งเป็นตัวเลือกแรก
Taste & Aroma	รสชาติและกลิ่น	หอม / หวาน / เข้มข้น / อร่อย — เหตุผลด้านคุณภาพการดื่ม (เป็นตัวปิดการขาย)
Color & Visual	สีและบรรจุภัณฑ์ดึงดูด	สวยงาม / ถ่ายรูปได้ / แฝงสี — ความดึงดูดสายตา (ตัวดึงดูดเพิ่มยอดขาย/ความ)

ตลาดน้ำเชื่อม พ่อค้าแม่ค้าเลือกน้ำเชื่อม ในรูปแบบน้ำตาลไปทำธุรกิจ ร้านน้ำชาด้วยปัจจัยอะไร และ อะไรคือช่องว่างของตลาดของ มิตรผลที่เข้าไปเจาะตลาดได้

BUSINESS INSIGHT

BUSINESS CHALLENGE

ตลาดน้ำชง, พ่อค้าแม่ค้าเลือกน้ำตาล, น้ำเชื่อม เพื่อนำไปขายให้ลูกค้าแบบไหน

DATA INTELLIGENCE

ร้านค้าน้ำชง ทำเมนู เลือกน้ำตาลแบบไหน เพื่อไปประกอบธุรกิจ,และคู่แข่งเขามีจุดเด่นอะไรที่ทำให้พ่อค้าไม่เปลี่ยนใจ

BUSINESS VALUE

เข้าใจตลาดแต่ละกลุ่มของพ่อค้าแม่ค้าที่เลือกสินค้านำมาขายในท้องตลาด และ สินค้าที่มีอยู่จะไปด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยวิธีไหน

KEY CAPABILITIES

Segmentation / HORECA / Product Insight

หูฟัง :

วิเคราะห์ภาพรวมของหูฟัง ที่มีขายในท้องตลาดวิเคราะห์ทุกช่องทางใน SOCIAL LISTENING TOOL : WISESIGHT



ตลาดหูฟัง : สินค้ากลุ่มใหม่ต้องการเข้าใจพฤติกรรมในโลกออนไลน์ ณ ปัจจุบัน ต้องการแบ่ง Segment ของคนใช้หูฟัง เพื่อหาช่องทางในการเจาะตลาดกับกลุ่มใหม่ และ ลูกค้ากลุ่มเดิม

BUSINESS INSIGHT

BUSINESS CHALLENGE

ต้องการนำสินค้า หูฟังแนวใหม่เข้ามาเจาะตลาด ต้องการเห็นภาพรวมในตลาด

DATA INTELLIGENCE

วิเคราะห์ แบ่ง SEGMENT ในตลาดสำหรับหูฟัง,ความต้องการในการใช้งาน และ แนวทางในการเจาะตลาด

BUSINESS VALUE

แนวทางในการสื่อสาร,หา Influencer และ Facebook group ในการเจาะตลาดสินค้าใหม่

KEY CAPABILITIES

Retail / Loyalty / Customer Behavior

RUANG KHAO POKKTAIL

Beyond Share of Voice: Understanding brand perception.

BUSINESS INSIGHT

BUSINESS CHALLENGE

สินค้าน้ำผลไม้ผสมแอลกอฮอล์เกิดใหม่
ต้องการหาภาพรวมที่เปิดตลาดไปแล้ว
ในช่วง 2-3 เดือนที่ผ่านมา

DATA INTELLIGENCE

ลูกค้าพูดถึงอย่างไรใน SOCIAL DATA
และ FACEBOOK GROUP วิเคราะห์
หาความสนใจ และ ความต้องการ

BUSINESS VALUE

KEY CAPABILITIES

Brand Tracking / Competitor / SOV



YAMAHA MUSIC SCHOOL

Understanding parents’ school selection drivers.

BUSINESS INSIGHT

BUSINESS CHALLENGE

อะไรทำให้ผู้ปกครองมั่นใจและตัดสินใจเลือกโรงเรียนดนตรีให้บุตรหลาน?

DATA INTELLIGENCE

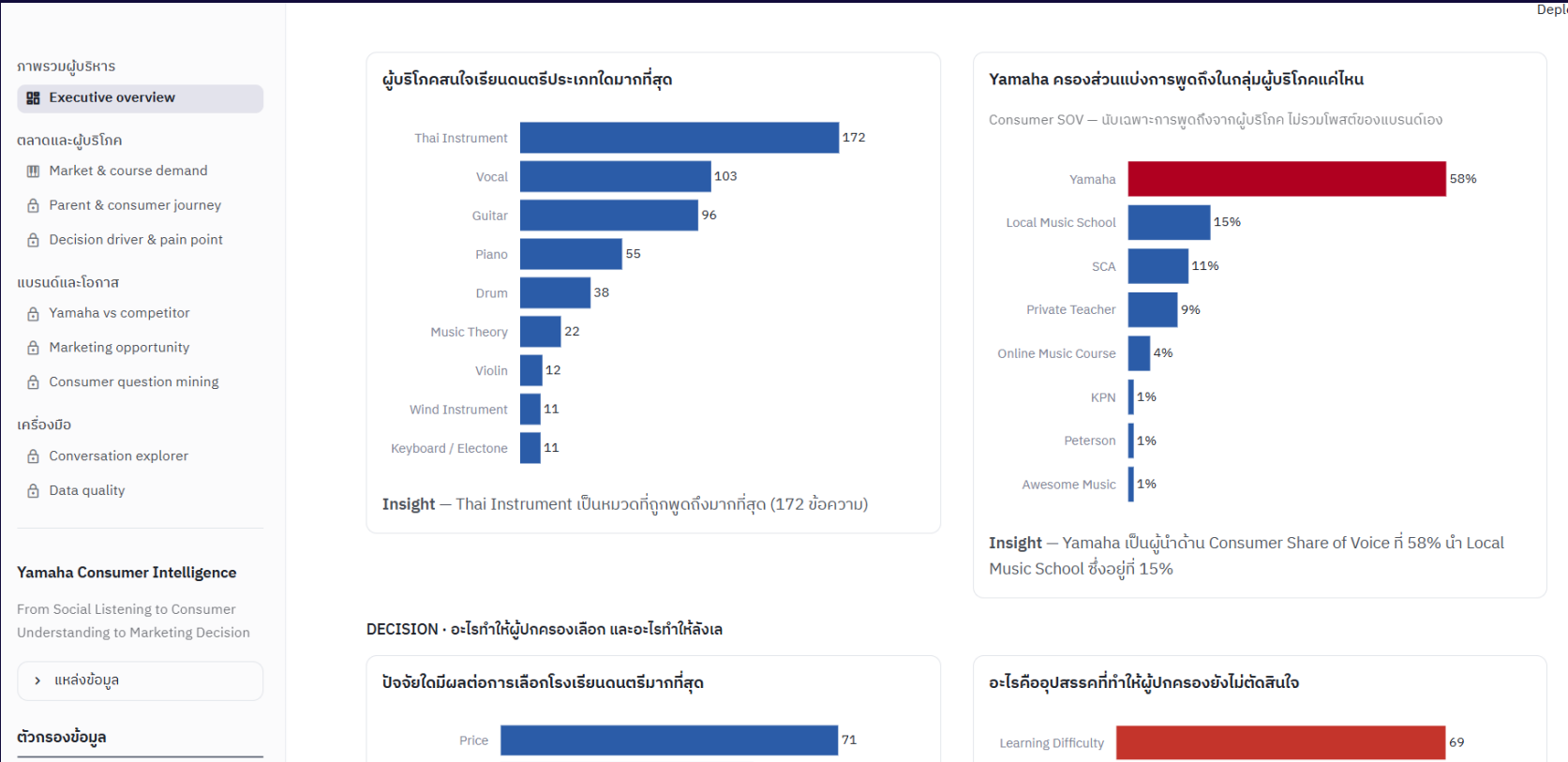
โรงเรียนสอนดนตรี ทางเลือกสำหรับการเรียน มีปัจจัยอะไรบ้าง , ดนตรีประเภทไหนคือสิ่งที่สนใจสำหรับคนเรียนและ ผู้ปกครองที่มองหา

BUSINESS VALUE

ปรับ Key Messages และ Education Journey ให้สะท้อนความคาดหวังของผู้ปกครอง

KEY CAPABILITIES

Parents / Education / Decision Drivers



การเลือกโรงเรียนสอนดนตรี : ปัจจัยภาพรวมในการหาโรงเรียนสอนดนตรี มีทางเลือกอะไรบ้างใน สื่อสังคมออนไลน์ และ ปัจจัยที่ตัดสินใจเลือกโรงเรียนดนตรีให้ลูกหลาน

FITTO | ขนมหกรอบทางเลือกเพื่อสุขภาพ

What does “healthy” really mean to consumers?

ภาพรวม

Executive Overview

Market & Consumer Needs

แบรนด์

FITTO Brand Health

Competitor Benchmark

Brand Discovery

การซื้อและคอนเทนต์

Purchase Funnel & Pain P...

Content & Channel Intellig...

Channel Deep Dive

ข้อมูลดิบ

Conversation Explorer

Data Quality & Taxonomy

ดาวน์โหลดรายงาน Excel

ข้อมูลตลาด (Euromonitor)

Market Size & Forecast

Market Trends

Deploy

⚠ Small sample: interpret directionally — แบนด์ต่อไปนี้มีน้อยกว่า 30 ข้อความ: Choozzie, Sunbites, Tongtin We Chips, Diamond Grains, Nature Valley

📊 กราฟด้านล่างตัดโพสที่แบรนด์โพสตัวเอง และโพสที่กดแชร์ / ร้านค้าออกแล้ว (91 จาก 149 ข้อความ) — แบนด์ที่เกินครึ่งมาจากเพจตัวเอง: FITTO (93%), Tongtin We Chips (92%), Sunbites (54%), Choozzie (52%) ตัวเลขแบบรวมโพสของแบรนด์เองยังดูได้ในคอลัมน์ "SOV (รวมโพสแบรนด์)" ในตารางด้านล่าง

Share of Voice

หน่วย: สัดส่วนของ Mentions - เฉพาะเสียงจากคนอื่น - 08 Jun 2026 - 21 Sep 2026

Choozzie	34.1%
De La Lita	29.3%
Sunbites	26.8%
Diamond Grains	4.9%
Nature Valley	2.4%
Tongtin We Chips	2.4%
FITTO	

> ดูข้อความที่กล่าวถึงแบรนด์เหล่านี้ (41 ข้อความ)

Share of Engagement

หน่วย: สัดส่วนของ Engagement - เฉพาะเสียงจากคนอื่น - 08 Jun 2026 - 21 Sep 2026

Choozzie	49.0%
De La Lita	39.2%
Sunbites	11.8%
Diamond Grains	0.0%
Nature Valley	
Tongtin We Chips	
FITTO	

> ดูข้อความที่สร้าง Engagement (41 ข้อความ)

ขนมหกรอบเพื่อสุขภาพ : ตลาดภาพรวมของว่าง ขนมหกรอบเพื่อสุขภาพ อะไรคือปัจจัยที่ลูกค้าเลือกบริโภค และ การแข่งขันกับคู่แข่งชั้นในทางธุรกิจ

BUSINESS INSIGHT

BUSINESS CHALLENGE

ผู้บริโภคเลือกขนมหสุขภาพจากอะไร ระหว่างรสชาติ คุณค่าทางอาหาร และความคุ้มค่า?

DATA INTELLIGENCE

สำรวจ Health Perception, Taste & Texture, Emotional Needs, Competitive Context และ Content Gaps

BUSINESS VALUE

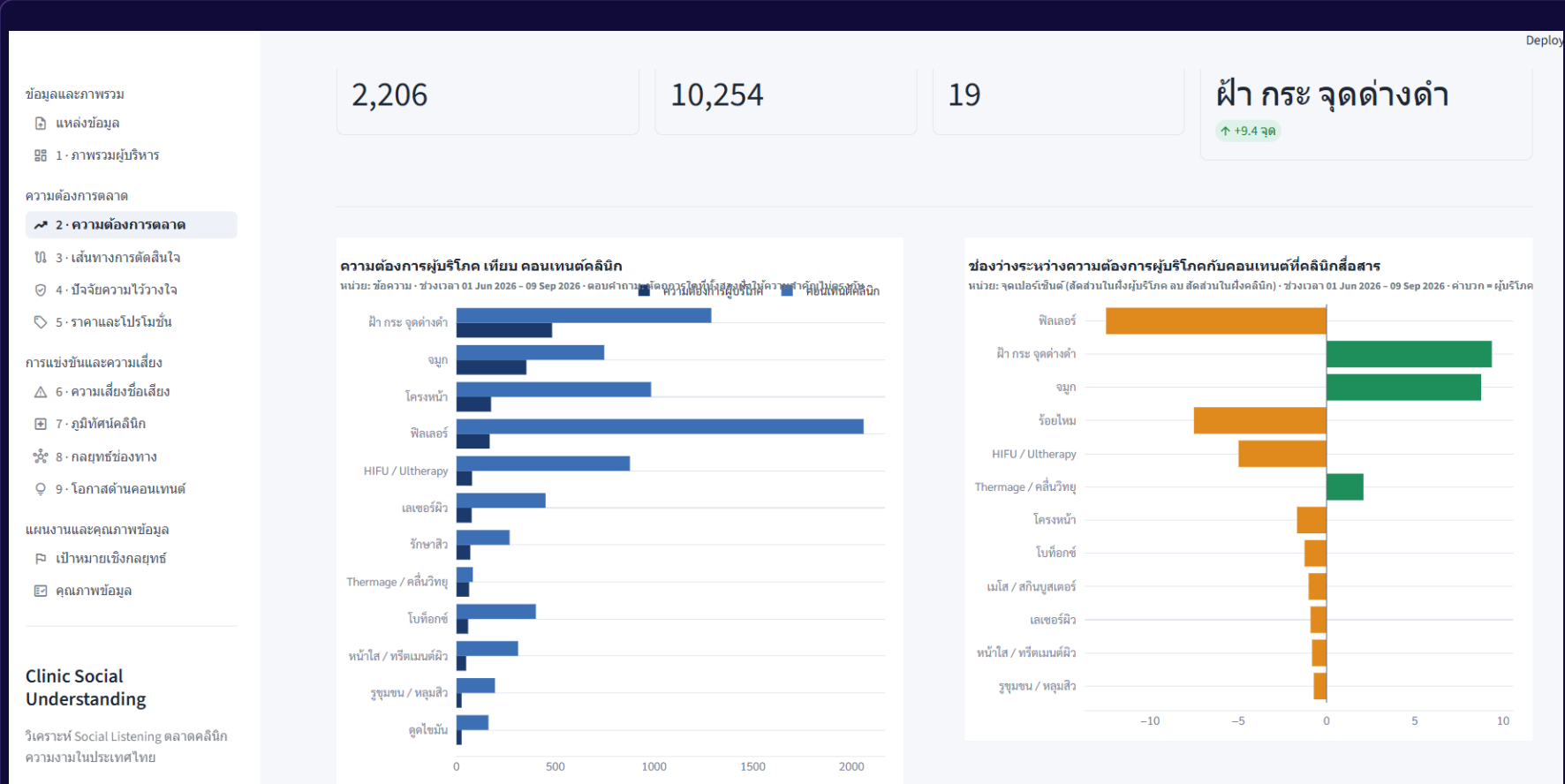
นำ Consumer Insight ไปออกแบบ Product Messaging และ Content Strategy ที่เข้ากับความต้องการจริง

KEY CAPABILITIES

FMCG / Consumer Need / Content Strategy

BEAUTY CLINIC

ตลาดภาพรวมของกลุ่ม BEAUTY CLINIC.



BUSINESS INSIGHT

BUSINESS CHALLENGE

เนื้อหาที่คลินิกสื่อสาร ตรงกับสิ่งที่ลูกค้ากังวลก่อนตัดสินใจใช้บริการหรือไม่?

DATA INTELLIGENCE

เชื่อม Customer Questions กับ Clinic Content ในมิติ Price, Safety, Reviews, Results และ Trust

BUSINESS VALUE

ค้นหา Content Gap เพื่อพัฒนา Messaging, FAQ และ Decision Journey ที่ช่วยลดข้อกังวลของลูกค้า

KEY CAPABILITIES

Intent / Content Gap / Customer Journey

AUTOMOTIVE PARTS

From technical complaints to purchase intent.



มากกว่า 30 ++ PROJECTS นี้ค้หมายเพื่อพูดคุยรายละเอียด

01

SOCIAL LISTENING TRAINING

Brand & Competitive Monitoring

02

FACEBOOK GROUP ANALYSIS

;วิเคราะห์ Facebook Group

03

Monitor Facebook Page with A.I.

สร้าง A.I. AGENT ในการสร้างความสัมพันธ์กับทางลูกค้า

04

Data-Driven Analysis with Dashboard

ออกแบบ Dashboard ไว้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล



Anantachai Ittiworapong (อ้วน)

Tel : 0863863896

Website : zongcommu.online

เราเชื่อว่าข้อมูล Social ไม่ได้มีไว้เพียงวัดกระแส
แต่มีไว้ทำความเข้าใจลูกค้า ตลาด และโอกาสทางธุรกิจ