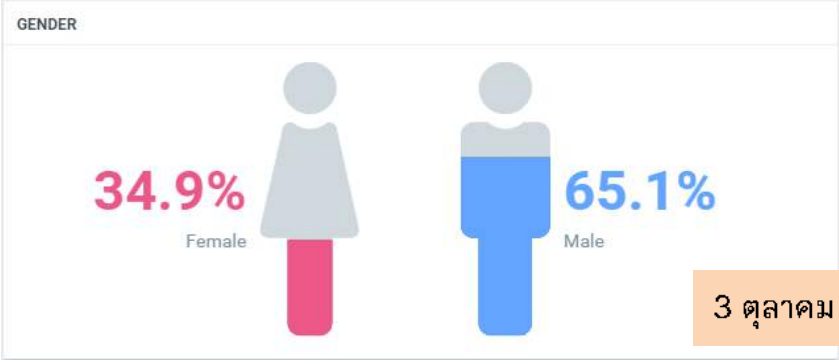
ข้อมูลสื่อสารของสังคมและความคิดเห็นใน Social Network ภาพรวมกรมการพัฒนาชุมชน
ณ วันที่ 3 ธันวาคม 2564

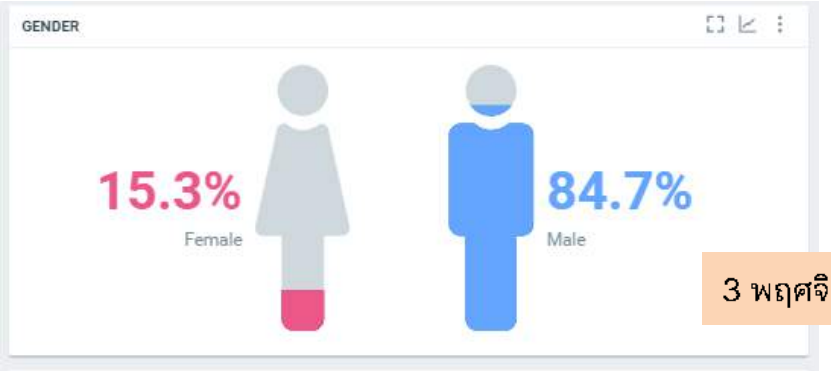
กรมการพัฒนาชุมชนได้ติดตั้งระบบจัดเก็บข้อมูลใน Social Networking ตั้งแต่วันที่ 4 พฤศจิกายน 2564 ถึงวันที่ 3 ธันวาคม 2564 มี ในช่องทาง Facebook, Forums ,Twitter,Youtube , Instagram , LinkedIn , Blogs เว็บไซต์ข่าวต่างๆ , รวมถึงบนเว็บไซต์ข่าว และกระทู้สนทนาต่างๆ ทำให้ทราบสถานการณ์และการพูดถึง World Soil day ในเชิงการสื่อสารของสังคมดังนี้

3 พฤศจิกายน – 4 ธันวาคม 2564

พบว่าการสื่อสารของสังคม ที่เกี่ยวข้องกับ World Soil day ล่าสุดวันที่ 3 ธันวาคม 2564 กันยายน 2564 พบทั้งสิ้น 1,714 หัวข้อ มีผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยน 7,825 ครั้ง และมีศักยภาพการเข้าถึง 91.8 ล้าน



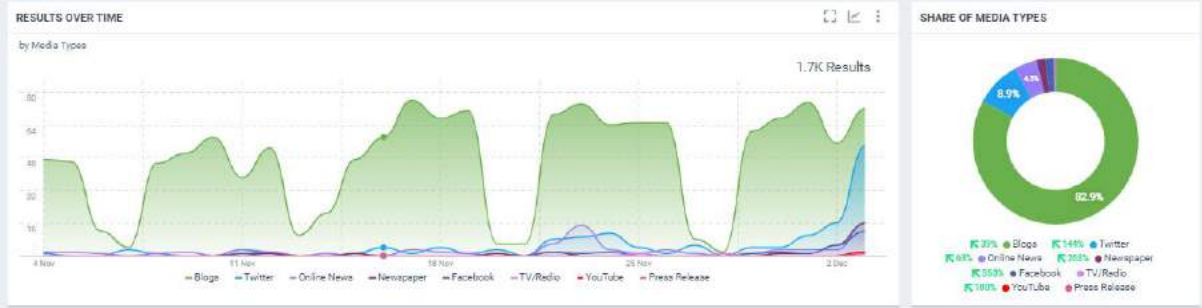
3 ตุลาคม - 2 พฤศจิกายน 2564



3 พฤศจิกายน – 4 ธันวาคม 2564

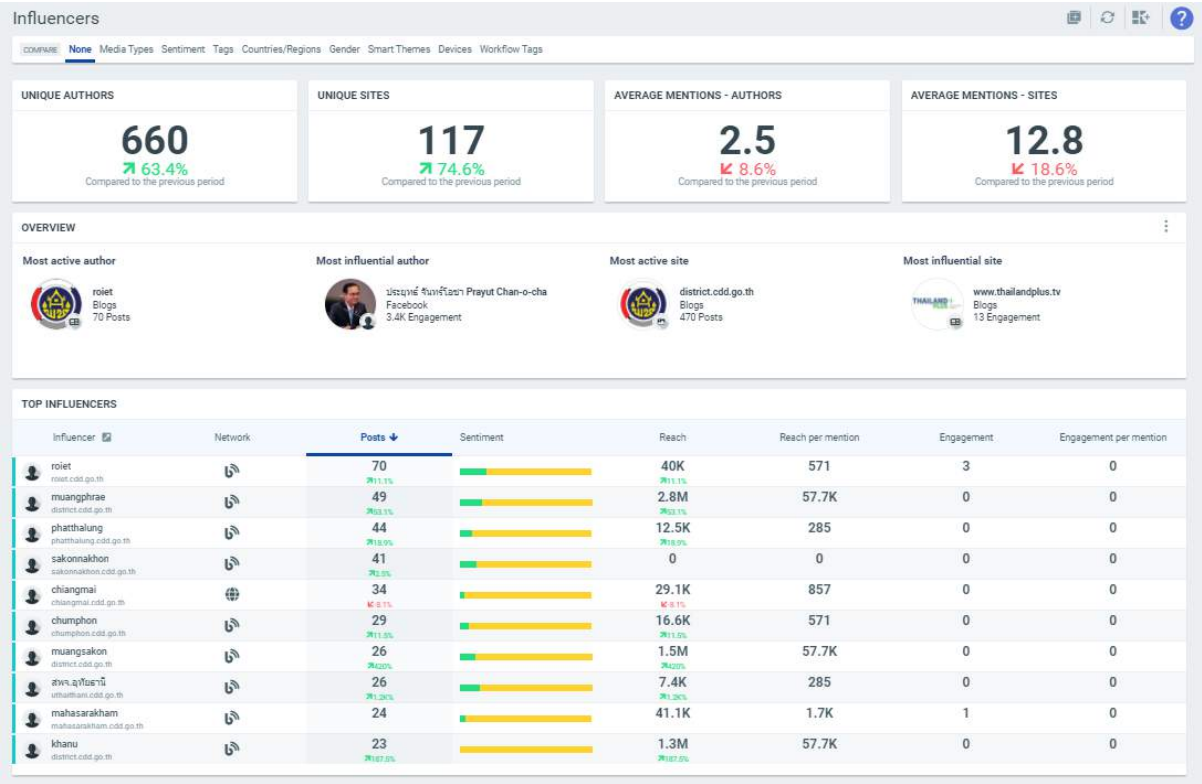
พบว่าผู้ที่แชร์เกี่ยวกับภาพรวมกรมการพัฒนาชุมชนในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมาพบว่าสัดส่วนการแชร์ เพศชายเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเป็น 84.7% เพศหญิง 15.3%

ข้อมูลการสื่อสารของสังคม ที่เกี่ยวข้องกับ world soil day มีการสื่อสารในสังคมช่วง 4 พฤศจิกายน 2564 ถึงวันที่ 3 ธันวาคม 2564 มี มีผู้พูดถึงภาพรวมกรมการพัฒนาชุมชน จำนวน 1714 หัวข้อ ในช่องทาง Facebook, Forums ,Twitter, Youtube , Instagram , LinkedIn , Blogs เว็บไซต์สื่อต่างๆ มีการพูดถึงแบบกลาง (83.4 %) และ ไปในทางบวก (16%) และ ทางลบ (0.5 %)



ช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารสังคมมากที่สุดได้แก่ BLOG 82.9% twitter 8.9% OnlineNews 4.5 % Facebook 1.7 % Newspaper 1.6 TV 0.2% ถ้าสามารถเพิ่มสัดส่วนการสื่อสารทาง Twitter facebook youtube ได้จะสร้างการรับรู้และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารสังคมได้มากยิ่งขึ้นเพราะเป็นสื่อที่มีศักยภาพการเข้าถึงมาก

ผู้กระตุ้นการรับรู้ในสังคม (Influential Author)

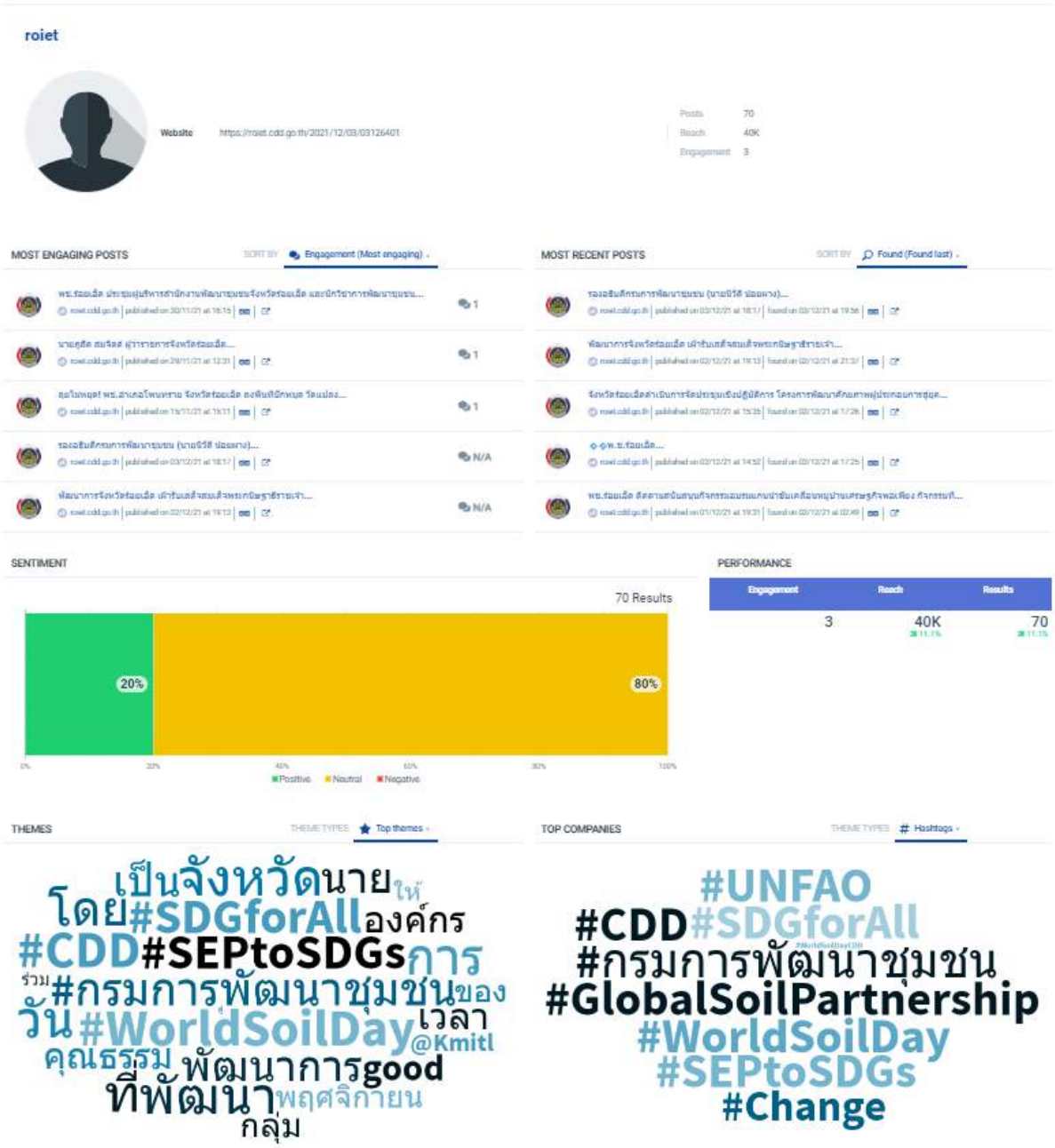


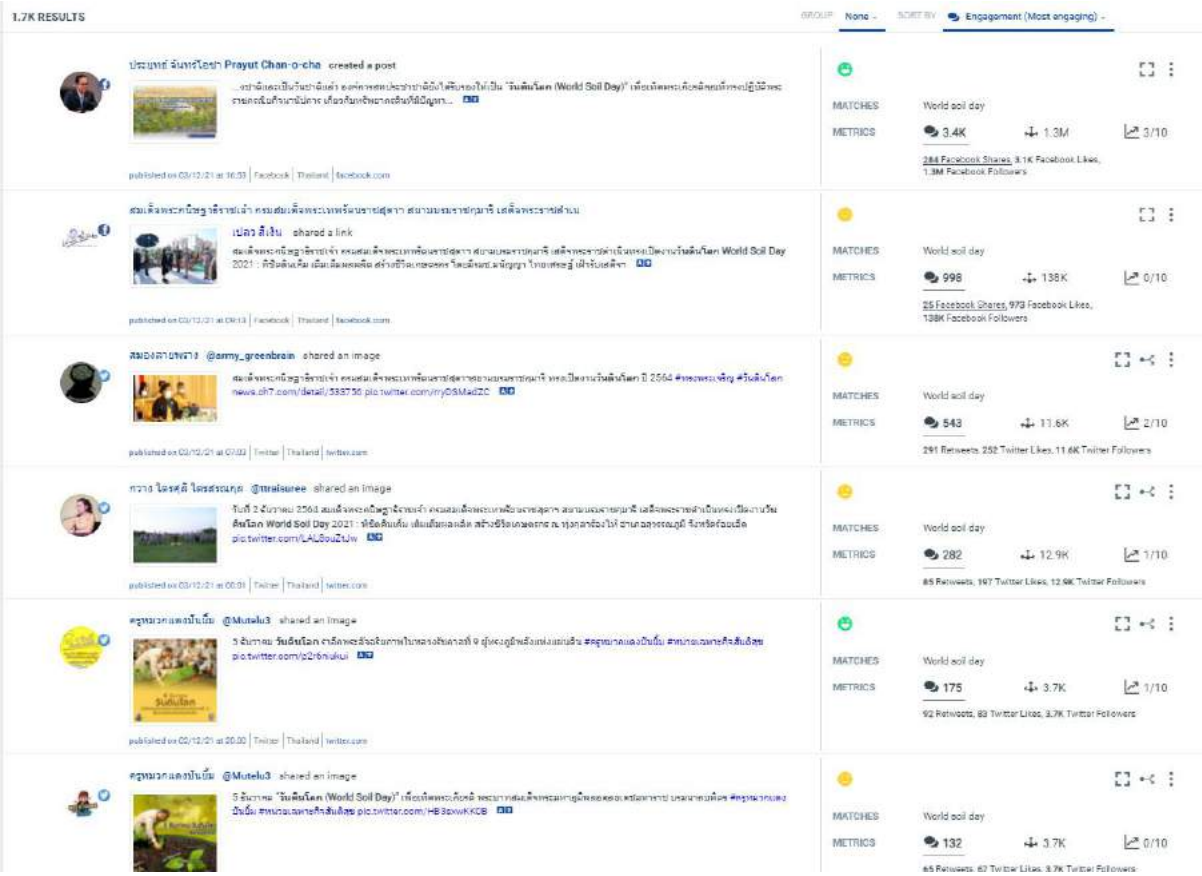
การวางกลยุทธ์ในการสร้างการกระแสการรับรู้โดยใช้ Hashtag ทำให้ จำนวน Influential author นั้น มีจำนวนมากขึ้นจากก่อนการใช้กลยุทธ์ในการสร้างกระแสการรับรู้ ซึ่ง influential author ที่โพสต์กระตุ้นการสื่อสารในสังคม influential author ที่มีส่วนในการกระตุ้นการรับรู้ ในช่วงวันที่ 4 พฤศจิกายน 2564 ถึงวันที่ 3 ธันวาคม 2564 ที่ผ่านมามากที่สุด มีดังนี้

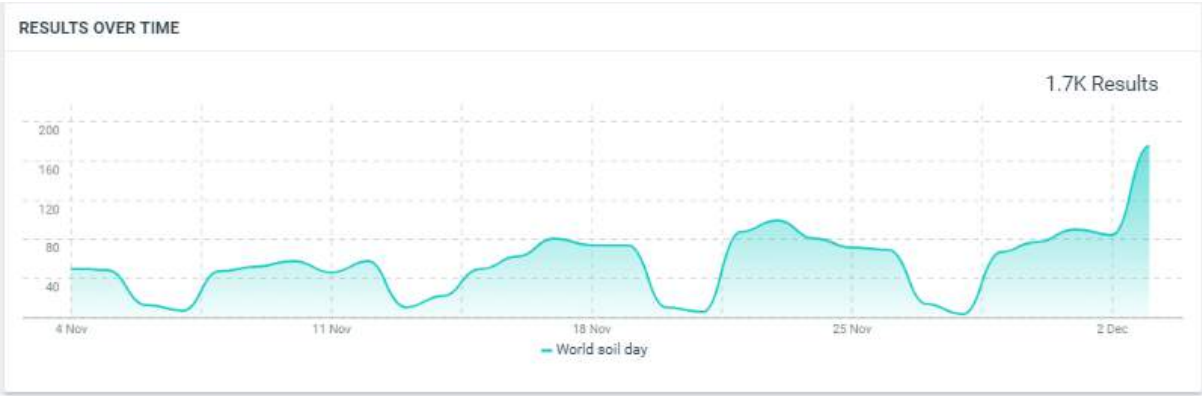
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด	70	โพสต์
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่	49	โพสต์
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพัทลุง	44	โพสต์
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสกลนคร	41	โพสต์
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่	34	โพสต์
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุทัยธานี	26	โพสต์
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดมหาสารคาม	24	โพสต์
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกำแพงเพชร	23	โพสต์

Influential ที่ โพสกระตุ้นการสื่อสารทางสังคมต่อเนื่องมากที่สุดในส่วนของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดคือ

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด



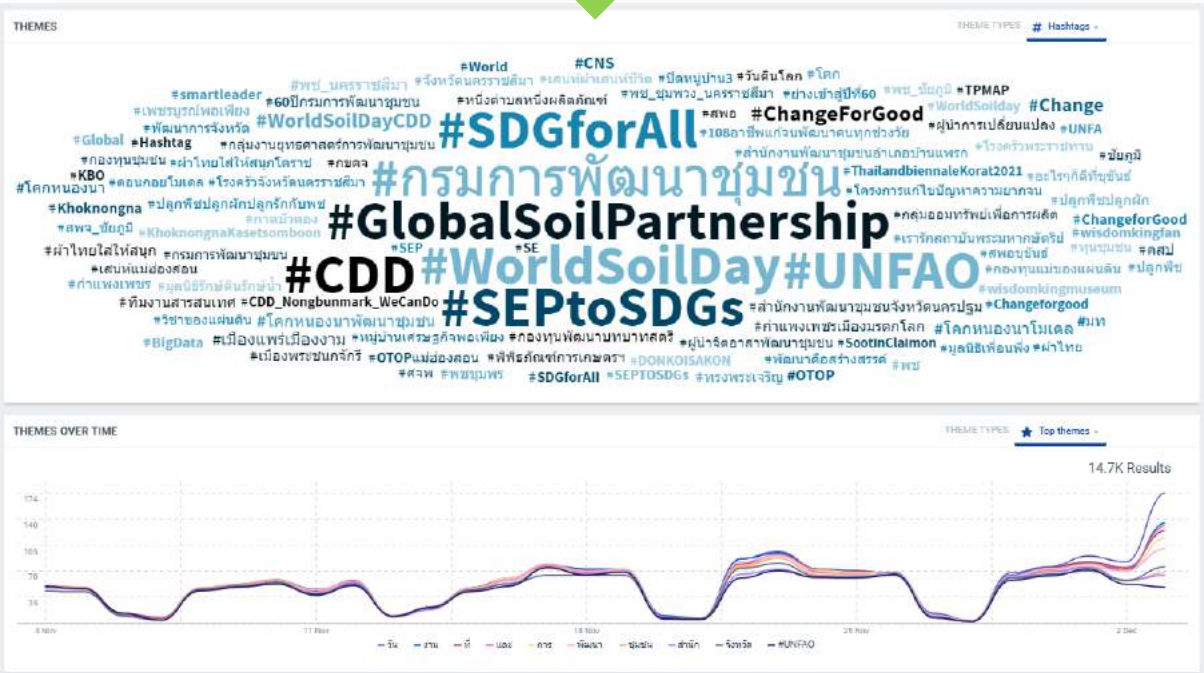




จากภาพในส่วน RESULT OVER TIME จะพบว่าการแชร์มีแนวโน้มที่ทรงตัวช่วง 4 – 25พฤศจิกายน 2564 จากนั้นเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนช่วงวันที่ 26 พฤศจิกายน - 3 ธันวาคม 2564

การวิเคราะห์คีย์เวิร์ด (Word Could Analysis)

13 สิงหาคม 2564



3 ธันวาคม 2564

Word Analysis คำที่ถูกใช้ทิเกี่ยวกับ world soil day จะสังเกตว่าก่อนหน้านี้ในช่วงวันที่ 13 สิงหาคม 2564 ยังกระจัดกระจาย การถูกใช้ และสืบค้น เกี่ยวกับ กรมการพัฒนาชุมชน ยังไม่เป็นระบบ ซึ่งตั้งแต่มีการวางกลยุทธ์ก็จะพบว่ามีการเพิ่มขึ้นและ จะเห็นว่ามีการเกาะกลุ่มกันมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดของ Hashtag ทั้งนี้การนำเครื่องมือ Social Listening มาใช้ ทำให้กรมการพัฒนาชุมชนสามารถวิเคราะห์แนวโน้มการสร้างกระแสการรับรู้จนนำไปสู่การได้วางกลยุทธ์ในการสร้างกระแสการรับรู้โดยใช้ Hashtag การจัดทำสื่อทิถึงผู้รับรู้ การกระตุ้นตามช่องทางที่ถึงโแยกว้างขวางขึ้น ก่อให้เกิดการกระตุ้นการรับรู้ทางสังคมเป็นวงกว้าง ยังส่งผลให้การสือสารในสังคมในกิจกรรมพัฒนาชุมชนอื่นๆมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วยและที่สำคัญส่งผลให้เกิดกระแสรับรู้ในเชิงบวกต่องานและภาพลักษณ์ของกรมการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่องชัดเจน

กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ทางสังคม (Social Awareness)

1.**เพิ่ม/กำหนดการสื่อสารในสังคม** โดยการสร้าง #Hashtag ให้ทุกคนในพช สำนักงานพัฒนาชุมชน สื่อต่างๆ หรือเครือข่าย ภายใน ภายนอก ที่ใช้ Social network ติดทุกครั้งที่มีการลงข่าว โพสต์ หรือแชร์ ในทุกงาน ยกตัวอย่างเช่น

งานโคกหนองนา ให้ติด #Hashtag

#โคกหนองนา
#โคกหนองนาโมเดล
#โคกหนองนาพัฒนาชุมชน
#Khoknongna
#CDD #กรมการพัฒนาชุมชน
#WorldSoilDay
#GlobalSoilPartnership
#UNFAO
#SEPtoSDGs
#SDGforAll@Kmitl

งานปลูกพืชปลูกผัก

#ปลูกพืชปลูกผัก
#CDD #กรมการพัฒนาชุมชน
#WorldSoilDay
#GlobalSoilPartnership
#UNFAO
#SEPtoSDGs
#SDGforAll@Kmitl

งานผู้นำการเปลี่ยนแปลง

#ผู้นำการเปลี่ยนแปลง
#smartleader
#CDD #กรมการพัฒนาชุมชน
#WorldSoilDay
#GlobalSoilPartnership
#UNFAO
#SEPtoSDGs
#SDGforAll@Kmitl

***เพิ่มเติมเอกสารวิเคราะห์คีย์เวิร์ดแนบท้าย ปรับได้ตามความเหมาะสม

2. **สร้างทีมเครือข่ายสื่อสารสังคมกรม:** ให้มีการใช้และสื่อสารข้อมูลวิเคราะห์ไปยังหน่วยหลักของการสื่อสารของกรมฯ , ทีมสื่อสาร, ผู้ที่ได้อบรม Social Listening จากทุกสำนักกอง จำนวน 20 คน, ผู้เกี่ยวข้องกับเนื้องาน/กิจกรรม เพื่อให้ทราบสถานการณ์ของกรมฯ และ ปรับใช้ข้อมูลไปในการสร้าง content และ สื่อสารทิศทางเดียวกัน

3. **จัดทำแผนกลยุทธ์การสร้างการรับรู้ทางสังคม:** จัดวางและใช้แผนกลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมของกรมการพัฒนาชุมชน ซึ่งมีการใช้ข้อมูลจาก Social Listening ไปกำหนด กิจกรรมเชิงบวก และกำหนดทิศทางสื่อสารที่ชัดเจน ทั้งระยะสั้น และ ระยะยาว รวมถึงช่องทางการสื่อสาร วิธีการสื่อสารแบบทั่วทั้งองค์กร และเป็นเครื่องมือการติดตามของผู้บริหารด้วย

4. **กลยุทธ์การบริหารจัดการสื่อและสังคมออนไลน์ เป็นการใช้ข้อมูลเพื่อการสร้างกระแสบวกเพื่อล้างกระแสลบ:** การมีหน่วยมอนิเตอร์ข่าว สังเกต จะมีการเห็นสื่อความเห็นทางลบและเชิงบวก สามารถที่จะใช้ Content เติมข่าวเชิงบวกได้ หรือ ได้การสื่อสารข้อเท็จจริงก่อนที่สื่อสารสังคม อาจจะคลาดเคลื่อนไป จากประเด็นการค้นพบกระแสเชิงลบ ทางกรมการพัฒนาชุมชนสามารถเตรียมข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ข้อชี้แจง เตรียมข้อมูลเพื่อตอบข้อซักถาม หรือสร้างความเข้าใจ ในประเด็นภารกิจที่เกี่ยว ซึ่งส่งผลให้เกิดการเตรียมการในอนาคต ที่ควรสร้างการรับรู้ เกี่ยวกับ เนื้องานกรม ให้สังคมได้มองเห็นข้อจริงในมุมมอง ในด้านบวกมากขึ้นเพื่อแก้กระแสในเชิงลบและไม่ให้สังคมออนไลน์รับฟังเพียงข้อมูลด้านเดียว โดยการประชาสัมพันธ์ในเพจหรือเฟสบุคคลสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด หรือ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ เฟสบุคส่วนตัว และช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ให้มากที่สุด หรือให้ผู้ได้รับประโยชน์จากงาน พช.ได้เป็นผู้สื่อ Content ร่วมด้วย เพื่อให้เกิด กระแสข่าวอีกด้านในเชิงบวกให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้เกียวกับผลสำเร็จอีกด้านของงานพัฒนาชุมชน

5. **วิเคราะห์สร้างฐานข้อมูลลูกค้าใช้ข้อมูลเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า** (Generating Leads): ระบบหรือรูปแบบ Customer Service วิเคราะห์ Sentiment (ความรู้สึกของสังคม) ในงานกรมฯ จากการดู Feedback /เสียงของของประชาชน

6. **พัฒนาระบบChatbot** เพื่อ ตอบข้อสงสัย ปัญหา สถาณการณ์ หรือใช้เป็นระบบ Customer Service แบบ Realtime ต่อประชาชน

7. **สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างกรมการพัฒนาชุมชน หน่วยงานภาคี (Strategic Partner) และ ประชาชน (Customer Engagement):** เพราะเราจะรู้ว่ามีหน่วยงานไหนกำลังสนับสนุนและขับเคลื่อนงานไปในทิศทางเดียวกัน สามารถสร้างกลยุทธ์ความร่วมมือร่วมในการสร้างการสื่อสารสังคมได้ง่าย อีกทั้ง จำนวน Influencer หรือ Follower จะมีผลต่อการสร้างการสื่อสารสังคม และความรับรู้ในกิจกรรมการพัฒนาชุมชน เพราะหมายถึงเราควรแสวงหาความร่วมมือกับหน่วย หรือสื่อใดในการช่วยสร้างความตระหนักของสังคม

8. **การสร้างกิจกรรม หรือ Content ส่งเสริมการรับรู้ พร้อมระบบติดตาม Tracking Marketing Campaign:** โครงการ/กิจกรรมที่สื่อสารไปในสังคมนั้น ควรเป็นแบบไหน มีผลให้เกิดความสำเร็จเพียงใด ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย หรือ คุ้มค่าหรือไม่ เราอาจจะผลิต Content เช่น การรีวิวโคกหนองนา / ถ่ายรูปชุมชนโอทอป / โพสต์เรื่องพืชผักทุกวันบนหน้า FB Feed ให้สมาชิกได้อ่าน หรือแม้กระทั่งอยู่ Work from home แล้วถ่าย Vlog ใส่ผ้าไทย ก็ถือว่าเป็น Content แล้ว คือ ทำทุกอย่างให้เกี่ยวกับงาน

ที่กำลังขับเคลื่อนอยู่ สร้าง CDD Influencer การพัฒนาชุมชนเพื่อสื่อสารเนื้องาน ให้คอนเทนต์สื่อสารตัวเอง และ ใช้ พช เองเป็นผู้สื่อสารเมื่อสื่อสารก็**ติด** #Hashtag ด้วย และ **ควรมีการจัดทำคอนเทนต์ที่เฉพาะเจาะจงให้เห็นถึงความเข้มแข็ง จุดเด่น ผลงานเด่นของจังหวัด หรือ ผลงานดีของพัฒนาชุมชน**

9. **ท้ายที่สุด การจัดทำแผน**ด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ของกรมการพัฒนาชุมชน ควรจะมีความชัดเจน ซึ่งควรมีมีระบบ วิธีการ วางแผนงบประมาณเพื่อสามารถสร้างแผนการสื่อสารสังคมในระยะยาว

Infographic
Social Listening of CDD
การสร้างสื่อสารสังคมและการฟังความคิดเห็นใน Social Network
วัตถุประสงค์
รวบรวมข้อมูล ติดตามความคิดเห็นของประชาชน , ข้อเสนอแนะ และความต้องการ จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อนำมาวิเคราะห์เชิงลึก และใช้กำหนดแผนกลยุทธ์ ในการพัฒนางาน/โครงการ ของกรมฯ
ข้อมูลเชิงลึก
ตรวจสอบ,ค้นหา พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ ทั้งรูปแบบข้อความและการกดสัญลักษณ์แสดงความรู้สึกเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาแก้ไขหรือปรับปรุงในการดำเนินงาน
TREND
หา Topic
การค้นหาข้อมูล, เรื่องราวที่กำลังได้รับความสนใจทั้งที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานหรือเรื่องราวที่กำลังเป็นที่สนใจในสังคมเพื่อนำมาปรับใช้กับการดำเนินงาน
เข้าใจ ความต้องการ
รวบรวมข้อมูลจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ เก็บเป็นฐานข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ถึงความต้องการของประชาชนหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการดำเนินงาน
สำรวจ ความพอใจ
สามารถสำรวจความพึงพอใจต่างๆที่มีต่อการดำเนินงานเพื่อนำมาวิเคราะห์และพัฒนาต่อยอดในการดำเนินงานครั้งต่อไป
Change for Good
กลุ่มวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศชุมชน

การวิเคราะห์คีย์เวิร์ดภายใต้ประเด็นงาน (เลือกใช้ได้)

#Hashtag กลางของกรม	#Hashtag วันดินโลก	#Hashtag งานสสช	#Hashtag สภว	#Hashtag งานสทอ
#กรมการพัฒนาชุมชน	#โคกหนองนา	#เศรษฐกิจฐานราก	#ศิลปนOTOP	#ศูนย์เรียนรู้ทุนชุมชน
#CDD	#โคกหนองนาโมเดล	#กองทุนเด็กชนบท	#PSOพช.	#กข.คจ
#พช	#โคกหนองนาพัฒนาชุมชน	#โคกหนองนา	#KBO	#กองทุนแม่ของแผ่นดิน
#พัฒนากร	#พินทีต้นแบบ	#โคกหนองนาพัฒนาชุมชน	#ภูมิปัญญาท้องถิ่น	#ศูนย์สารภี
#Changeforgood	#Khoknongna	#แก้ไขปัญหาความยากจน	#ตลาดนัดคนไทยยิ้มได้	#อพ.สธ.พช.
#พัฒนาคือสร้างสรรค์	#WorldSoilDay #UNFAO	#SEP	#คัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์	#ศูนย์สาธิตการตลาด
#Communitydevelopment	#GlobalSoilPartnership	#ศกพ.	#OTOP	#ศูนย์จัดการกองทุนชุมชน
	#กรมการพัฒนาชุมชน	#หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง	#ผ้าลายขอเจ้าฟ้า	#กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต
		#ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	#หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	#Savingsgroupforproduction
		#หมู่บ้านคนรักษ์ช้าง	#อาหารถิ่นรสไทยแท้	
		#มชช	#OTOPTODAY	
		#ประชารัฐ	#นวัตวิถี	
		#องค์กรชุมชน	#OTOP ชวนชิม	
		#เครือข่ายองค์ชุมชน	#ชุมชนท่องเที่ยว	
		#ศอช.ต.	#สินค้าชุมชน	
		#สัมมาชีพชุมชน		
		#ผู้นำอช		
		#แผนตำบล		
		#ปลูกผักพช.		

โดยกลุ่มงานวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศชุมชนและผู้ร่วมอบรม Social Listening วันที่ 26 มิถุนายน 2564

#Hashtag งานสพช	#Hashtag งานศสท	#Hashtag งานสล	#Hashtag งานกองแผน	#Hashtag งานสตรี
#ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชน	#จปฐ	#ศูนย์ดารงธรรมพช.	#รายงานประจำปพช	#จุลสารกองทุน
#Elearningพัฒนาชุมชน	#BigDataการพัฒนาชุมชน.	#สวัสดิการกรมการพัฒนาชุมชน	#eMENSCR	#กองทุนสตรี.
#IDP	#พชดิจิทัล	#จิตอาสาพช.	#การประเมินผลพัฒนาชุมชน	#สกส.
#สถาบันการพัฒนาชุมชน	#กชช2ค	#พช.พบประชาชน	#งบประมาณพัฒนาชุมชน	#คลังข้อมูลกลุ่มอาชีพ
#คลังความรู้พัฒนาชุมชน	#ศูนย์ข้อมูลกลางพช	#CDDPR	#แผนบริหารความเสี่ยงพช	#กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
#ผู้นำการเปลี่ยนแปลง	#TourformHome	#พช.NEWS	#แผนปฏิบัติราชการพช	#เชิดชูเกียรติคนกองทุนสตรี
#มาตรฐานการพัฒนาทรัพยากรบุคคล	#CDDBigdata	#สารบรรณพช.	#DHope	#ตลาดสตรีแบ่งปันรัก
#SmartLeader	#สารสนเทศชุมชน	#CDDChannel	#BPM	#บริหารจัดการหนี้กองทุน
#วิทยาลัยการพัฒนาชุมชน	#GISพัฒนาชุมชน	#อธิบดีพช	#นโยบายกรมการพัฒนาชุมชน	
#ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักทฤษฎีโท	#sessioncallพช		#ตัวชี้วัดพัฒนาชุมชน	
#ฝึกอบรมพัฒนาชุชน	#OAพช		#วิเทศนสัมพันธ์	
#นักบริหารงานพัฒนาชุมชน	#cddwifi			
	#ทีวีพช			
	#ชุมชนท่องเที่ยวนวัตวิถีไทย			
	#Cdditcenter			

#Hashtag งาน กพร	#Hashtag งาน กจ	#Hashtag งานกองคลัง
#ABCDEFSP	#พชไสสะอาด	#ระบบบริการพัฒนาชุมชน
#รางวัลเลิศรัฐพช.	#จริยธรรมพช.	#บริหารงบประมาณ
#โครงสร้างพัฒนาชุมชน	#ข้าราชการ พช.	#สวัสดิการพช.
#PMQAพช	#พัฒนากร	#จัดจ้างจัดซื้อพช
	#นพต.	
	#พัฒนาการจังหวัด	
	#พัฒนาการอำเภอ	