

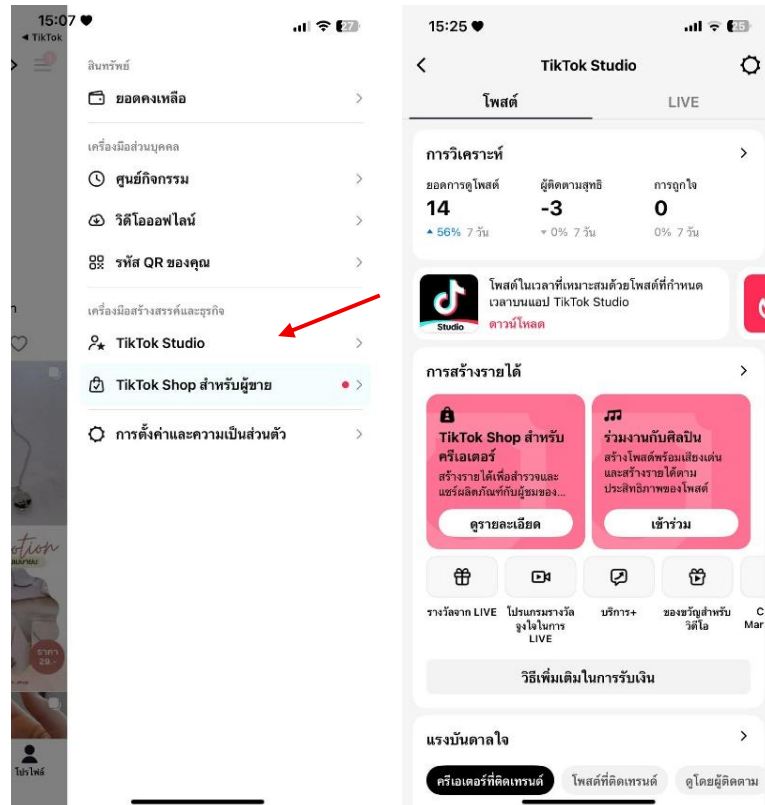
ภาคผนวก ค

คู่มือการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok

สามารถเข้าถึงการวิเคราะห์ TikTok ได้สามวิธี

ในแอป

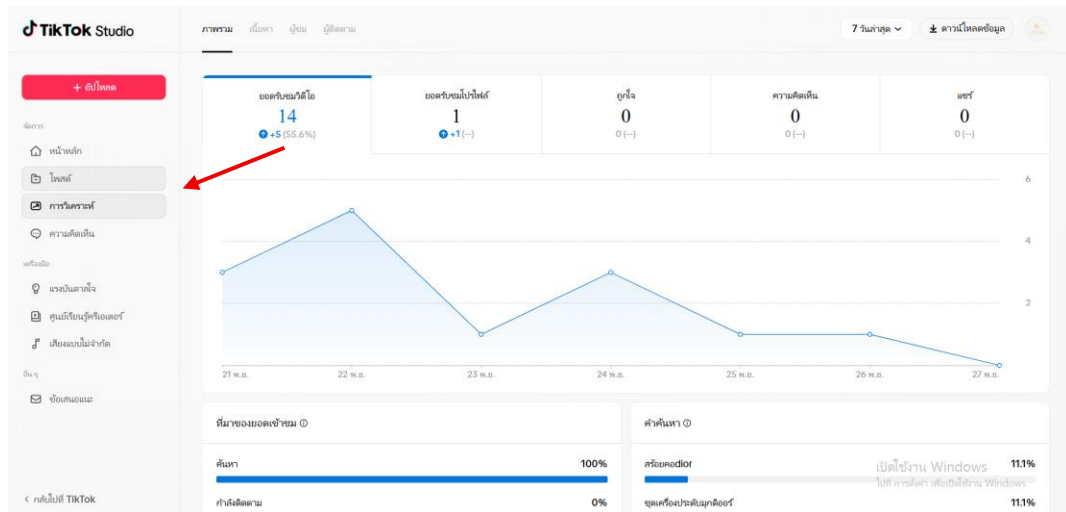
หากคุณอยู่ในแอป TikTok เพียงไปที่โปรไฟล์ ของคุณ > แท็บ แถบ เมนู > เลือก "TikTok Studio" > ค้นหา "Analytics" แล้วคลิก " ดูทั้งหมด "



ภาพที่ ค.1 การเข้า TikTok Studio

เว็บไซต์ TikTok Studio

หากคุณเข้าถึง TikTok Studio ผ่านทางเว็บ เพียงไปที่ แท็บ "Analytics" ทางด้านซ้ายของหน้าจอ



ภาพที่ ค.2 Analytics TikTok Studio

แอป TikTok Studio

ในแอป TikTok Studio เพียงคลิก แท็บ "Analytics" ในแถบด้านล่างของหน้าจอ

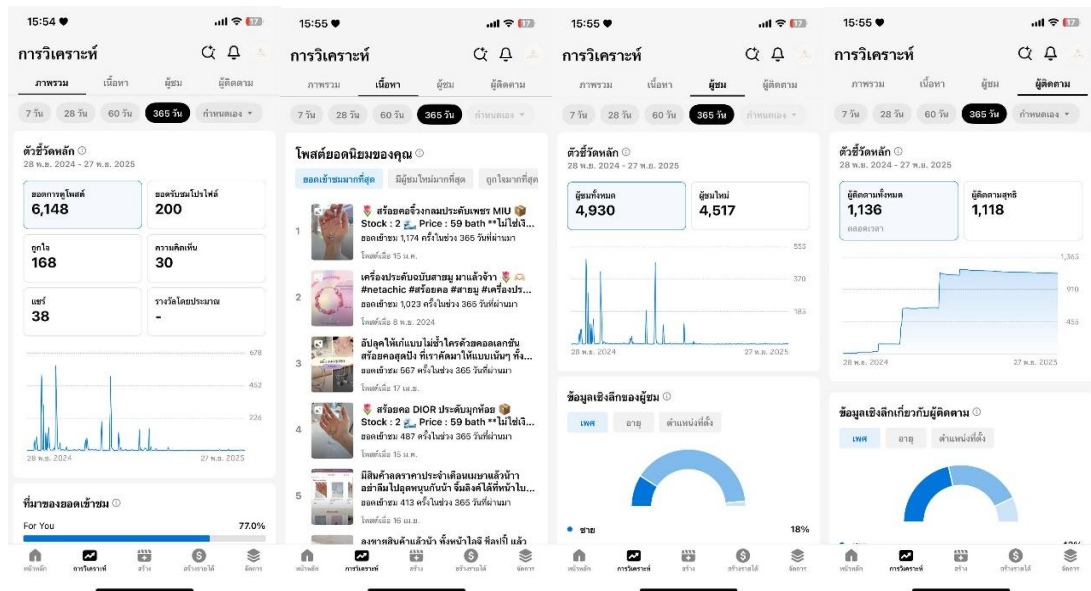


ภาพที่ ค.3 แท็บ Analytics

เลือกช่วงวันที่สำหรับการวิเคราะห์ของคุณ เช่น 7 วันล่าสุด, 28 วันล่าสุด, 60 วันล่าสุด, 365 วันล่าสุด หรือรายงานแบบกำหนดเอง ในเวอร์ชันเว็บ คุณสามารถปรับแต่งหน้าต่างรายงานสำหรับข้อมูลย้อนหลังได้ถึงวันที่ 17 กรกฎาคม 2022 เท่านั้น ดังนั้นหากคุณต้องการข้อมูลก่อนหน้านั้น คุณจะต้องไปที่แอป คุณสามารถดาวน์โหลดข้อมูลการวิเคราะห์ได้สูงสุดครั้งละ 365 วัน

การนำทางการวิเคราะห์ผู้สร้าง

ข้อมูลทั้งหมดนี้ช่วยให้คุณเข้าใจกลุ่มเป้าหมายของคุณได้ดีขึ้นทั้งที่ว่าพวกเขาเป็นใครและต้องการอะไรทำให้การสร้างเนื้อหาโดยคำนึงถึงชุมชนเฉพาะของคุณเป็นเรื่องง่ายขึ้น! นี่คือนี่ที่คุณจะพบในแต่ละแท็บ :



ภาพที่ ค.4 แท็บ การนำทางวิเคราะห์ผู้สร้าง

ภาพรวม

ดูการดูโพสต์ การดูโปรไฟล์ ยอดไลค์ ความคิดเห็น การแชร์ และรางวัลโดยประมาณในช่วงวันที่ที่คุณเลือกใน"ภาพรวม " นอกจากนี้ คุณยังสามารถดู ข้อมูล "แหล่งที่มาของการเข้าชม"เพื่อดูว่าผู้ชมค้นพบโพสต์ของคุณได้อย่างไร หรือ"คำค้นหา" ไต ที่นำพวกเขาไปยังเนื้อหาของคุณ

เนื้อหา

กำลังมองหาข้อมูลเชิงลึกที่ละเอียดยิ่งขึ้นเกี่ยวกับโพสต์แต่ละโพสต์อยู่ใช่ไหม? คุณยังสามารถดูคอนเทนต์ที่ได้ผลได้ง่ายๆ โดยไปที่ ส่วน "โพสต์ยอดนิยมของคุณ"ซึ่งจะแสดงวิดีโอ 10 อันดับยอดนิยมของคุณในช่วงเวลาที่คุณเลือก โดยจัดอันดับตามยอดวิว ยอดไลค์ จำนวนผู้ชมใหม่ และผู้ติดตามใหม่ที่ได้รับ คุณสามารถแตะที่วิดีโอแต่ละรายการเพื่อเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับประสิทธิภาพของวิดีโอเหล่านั้นๆ รวมถึงอัตราการรักษาผู้ชม แหล่งที่มาของทราฟฟิก และข้อมูลผู้ชม

ผู้ชม

หน้า " ผู้ชม" ของคุณ จะแสดงภาพรวมที่ครอบคลุมเกี่ยวกับผู้ชมของคุณ ซึ่งรวมถึงตัวชี้วัดผู้ชมหลัก ข้อมูลประชากร ข้อมูลกิจกรรม และเนื้อหาที่ผู้ชมของคุณรับชม ทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเข้าถึงบัญชีของคุณให้ดียิ่งขึ้นผ่านส่วนต่างๆ เหล่านี้:

ตัวชี้วัดที่สำคัญ:ดูจำนวนผู้ชมไม่ซ้ำและผู้ชมที่กลับมาดูโพสต์ของคุณในช่วงเวลาที่คุณเลือก

ข้อมูลเชิงลึกของผู้ชม:รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเพศ อายุ และตำแหน่งที่ตั้งของผู้ชมที่อนุมาณได้ สถิติเหล่านี้อิงจากแบบจำลองเชิงคาดการณ์ ไม่ใช่ข้อมูลผู้ใช้ที่ได้รับการยืนยัน

เวลาที่ใช้งานมากที่สุด:เรียนรู้ว่าผู้ชมของคุณใช้งาน TikTok มากที่สุดเมื่อใดในช่วง 7 วันที่ผ่านมา

ผู้ชมของคุณยังติดตามด้วย:ค้นหาผู้สร้างที่ผู้ชมของคุณดูเมื่อเร็วๆ นี้

ผู้ชมของคุณยังดู:ดูโพสต์ที่ผู้ชมของคุณดูเมื่อเร็วๆ นี้

ผู้ติดตาม

แท็บ "ผู้ติดตาม"ถือเป็นกุญแจสำคัญในการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายที่กำลังเติบโตของคุณ คุณสามารถสำรวจข้อมูลทุกประเภทเกี่ยวกับผู้ที่กำลังรับชมเนื้อหาของคุณ เช่น เพศ อายุ และตำแหน่งที่ตั้งยอดนิยม ข้อมูลประชากรนี้อ้างอิงจากหลายปัจจัย รวมถึงข้อมูลที่ผู้ใช้ระบุไว้ในโปรไฟล์ หากคุณสามารถจริงๆ คุณยังสามารถสำรวจพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเป้าหมายโดยแบ่งตามชั่วโมงและวัน เพื่อช่วยให้คุณเข้าใจช่วงเวลาที่มีการใช้งานมากที่สุด

สด

หากคุณชอบการถ่ายทอดสดเรามีข้อมูลมากมายรอคุณอยู่! เราแนะนำให้หมั่นตรวจสอบประสิทธิภาพวิดีโอถ่ายทอดสดของคุณเป็นประจำ วิธีนี้จะช่วยให้คุณรู้ว่าอะไรโดนใจผู้ชมของคุณมากที่สุด (และทำให้คุณทำสิ่งนั้นได้มากขึ้น!)

หากต้องการดูข้อมูลสรุปเกี่ยวกับไลฟ์ของคุณ ให้ไปที่ แท็บ "ไลฟ์"ที่นี้คุณจะพบข้อมูลสำคัญต่างๆ ได้แก่ จำนวนไลฟ์ ยอดวิวไลฟ์ทั้งหมด เวลาไลฟ์ทั้งหมด จำนวนผู้ชมใหม่ ผู้ติดตามใหม่ ผู้ชมเฉพาะ และจำนวนเพชรที่สะสมได้ คุณสามารถกรองข้อมูลนี้ตามช่วง 7-28 วันที่ผ่านมา ทั้งหมดนี้ในทีเดียวเพื่อความสะดวก

ขั้นตอนการใช้ TikTok Analytics (ข้อมูลเชิงวิเคราะห์)

TikTok Analytics เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้คุณเข้าใจประสิทธิภาพของวิดีโอ ผู้ชม และการเติบโตของบัญชีอย่างละเอียด เพื่อนำไปปรับปรุงกลยุทธ์ด้านเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพสูงสุดครับ

คุณสามารถเข้าถึงเครื่องมือนี้ได้ผ่าน **แอปพลิเคชัน TikTok (บนมือถือ)** หรือ **TikTok Web/Desktop (บนคอมพิวเตอร์)** โดยต้องมีบัญชีเป็น **Pro Account** (บัญชีธุรกิจ/บัญชีครีเอเตอร์) ก่อน

1. การเข้าถึง TikTok Analytics

1. **เปลี่ยนบัญชีเป็น Pro Account:** ไปที่ **Profile** > **แตะ เมนู 3 ชิด (มุมขวาบน)** > **Settings and privacy** > **Manage account** > **เลือก Switch to Business Account** (หรือ Creator Account)
2. **เข้าสู่ Analytics:** เมื่อเปลี่ยนบัญชีแล้ว ให้ไปที่ **Profile** > **แตะ เมนู 3 ชิด อีกครั้ง** > **เลือก Creator tools** > **เลือก Analytics**

2. การวิเคราะห์ข้อมูลหลัก 4 ส่วน

TikTok Analytics จะแบ่งข้อมูลออกเป็น 4 หมวดหมู่หลัก ดังนี้:

1. Overview (ภาพรวม)

ส่วนนี้แสดงตัวชี้วัดหลัก ๆ ของบัญชีในช่วง 7, 28, หรือ 60 วันที่ผ่านมา:

- **Video Views (ยอดดูวิดีโอ):** จำนวนครั้งรวมที่วิดีโอทั้งหมดของคุณถูกดู
- **Profile Views (ยอดเข้าชมโปรไฟล์):** จำนวนครั้งที่โปรไฟล์ของคุณถูกเข้าชม
- **Followers (ผู้ติดตาม):** การเปลี่ยนแปลงของจำนวนผู้ติดตามในช่วงเวลาที่กำหนด

2. Content (เนื้อหา)

ส่วนนี้ช่วยให้คุณเจาะลึกประสิทธิภาพของวิดีโอแต่ละคลิป:

- **Trending Videos (วิดีโอที่ได้รับความนิยม):** ดูว่าวิดีโอใดมีประสิทธิภาพสูงสุดในช่วงที่ผ่านมา

- **Post performance (ประสิทธิภาพรายโพสต์):** แต่ละที่วิดีโอแต่ละรายการเพื่อดูข้อมูลเชิงลึก:
 - **Total Play Time (เวลาเล่นทั้งหมด):** ระยะเวลาที่ผู้ชมทั้งหมดใช้ดูวิดีโอนี้
 - **Average Watch Time (เวลาดูเฉลี่ย):** โดยเฉลี่ยผู้ชมดูวิดีโอนานแค่ไหน ตัวเลขที่สูงแสดงว่าเนื้อหาดีดึงดูด
 - **Reached Audience (ผู้ชมที่เข้าถึง):** จำนวนบัญชีที่ไม่ซ้ำกันที่เคยเห็นวิดีโอของคุณ
 - **Traffic Source Types (แหล่งที่มาของการเข้าชม):** ข้อมูลสำคัญที่บอกว่าผู้ชมมาจากไหน เช่น **For You Feed (FYP)**, **Following**, **Personal Profile**, หรือ **Search**
 - **Audience territories (พื้นที่ผู้ชม):** ภูมิภาคหลักของผู้ชมวิดีโอนี้

3. Followers (ข้อมูลผู้ติดตาม)

ส่วนนี้จะให้ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของผู้ชม เพื่อช่วยให้คุณเข้าใจกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น:

- **Gender (เพศ):** สัดส่วนเพศของผู้ติดตาม
- **Top Territories (ภูมิภาคหลัก):** ประเทศ/เมือง ที่มีผู้ติดตามมากที่สุด
- **Follower Activity (กิจกรรมของผู้ติดตาม):** ช่วงเวลา (ชั่วโมง/วัน) ที่ผู้ติดตามของคุณ **ใช้งาน TikTok มากที่สุด** (นี่คือเวลาที่ดีที่สุดในการโพสต์)
- **Videos Watched by Followers:** ประเภทวิดีโอที่ผู้ติดตามของคุณสนใจ

4. LIVE (สำหรับการถ่ายทอดสด)

หากคุณเคยทำการถ่ายทอดสด (LIVE) ส่วนนี้จะแสดงตัวชี้วัดเกี่ยวกับการ Live ของคุณ เช่น ยอดชมรวม, จำนวนผู้เข้าร่วม, ระยะเวลา Live, และจำนวนของขวัญ (Gifts) ที่ได้รับ

3. การนำข้อมูลไปใช้งาน

การใช้ TikTok Analytics ให้เกิดประโยชน์สูงสุดคือการเปรียบเทียบและวิเคราะห์รูปแบบ:

1. ระบุแหล่งที่มา: หากวิดีโอหนึ่งมีประสิทธิภาพดีเป็นพิเศษ ให้ตรวจสอบ Traffic Source Types หากส่วนใหญ่มาจาก For You Feed (FYP) แสดงว่า TikTok ชอบวิดีโอชิ้นนั้นและดันให้คนเห็นเยอะ คุณควรวิเคราะห์ว่าวิดีโอชิ้นนั้นมีองค์ประกอบใดที่แตกต่างจากคลิปอื่น (เช่น เพลง, Hashtag, Hook ใน 3 วินาทีแรก)
2. หาจุดดึงดูด: ดูที่ Average Watch Time ของวิดีโอที่ประสบความสำเร็จ หากวิดีโอ 15 วินาที มีเวลาดูเฉลี่ย 12 วินาที ถือว่าดีมาก ให้เรียนรู้จากโครงสร้างวิดีโอชิ้นนั้นเพื่อนำไปใช้กับคลิปต่อไป
3. กำหนดเวลาโพสต์: ใช้ข้อมูล Follower Activity เพื่อโพสต์ในช่วงเวลาที่ผู้ติดตามของคุณออนไลน์มากที่สุด ซึ่งจะช่วยให้วิดีโอได้รับยอด Engagement เริ่มต้นที่สูงขึ้น