สรุปภาพรวมความสำเร็จ การผลิตเนื้อหาและบริหาร Facebook Fanpage

ตลอดระยะเวลา 7 เดือน Facebook ได้เปลี่ยนจากช่องทางสร้างการรับรู้ (Awareness) สู่เครื่องมือสร้างคอนเวอร์ชั่นของงาน THECA 2026 อย่างเต็มรูปแบบ โดยสร้างยอดการเข้าชมถึง 1.38 ล้านครั้ง (82.2% ขับเคลื่อนโดย Paid Media)

Scale (การเข้าถึง)

1,380,455

Total Views

(ยอดเข้าชมรวม)

636,664

De-duplicated Viewers

(จำนวนผู้ชมจริง)

Action (การตอบสนอง)

25,911

Page Visits

(ยอดเข้าชมเพจ)

25,430

Link Clicks

(ยอดคลิกลิงก์)

Community (การมีส่วนร่วม)

4,717

Interactions

(ยอดการมีส่วนร่วม)

531

New Follows

(ผู้ติดตามใหม่)

สรุปการผลิตเนื้อหา (Content Production Production Summary)

ผลิตเนื้อหารวมทั้งหมด 273 ชิ้น (เฉลี่ย 39 ชิ้น/เดือน)

สัดส่วนการผลิต (Output):
รูปภาพและสตอรี่ (Photos & Stories)
ครองสัดส่วน 80.6% ของเนื้อหาทั้งหมด

สัดส่วนยอดเข้าชม (Views Impact):
ลิงก์ (Links) สร้างยอดเข้าชมสูงสุดถึง 69.0%

สัดส่วนการมีส่วนร่วม (Interactions Impact):
อัลบั้มภาพและวิดีโอสั้น (Multi-photo & Reels)
สร้างการมีส่วนร่วมรวมกันถึง 62.0%

โพสต์ยอดเยี่ยมแห่งแคมเปญ (Top Performing Post)

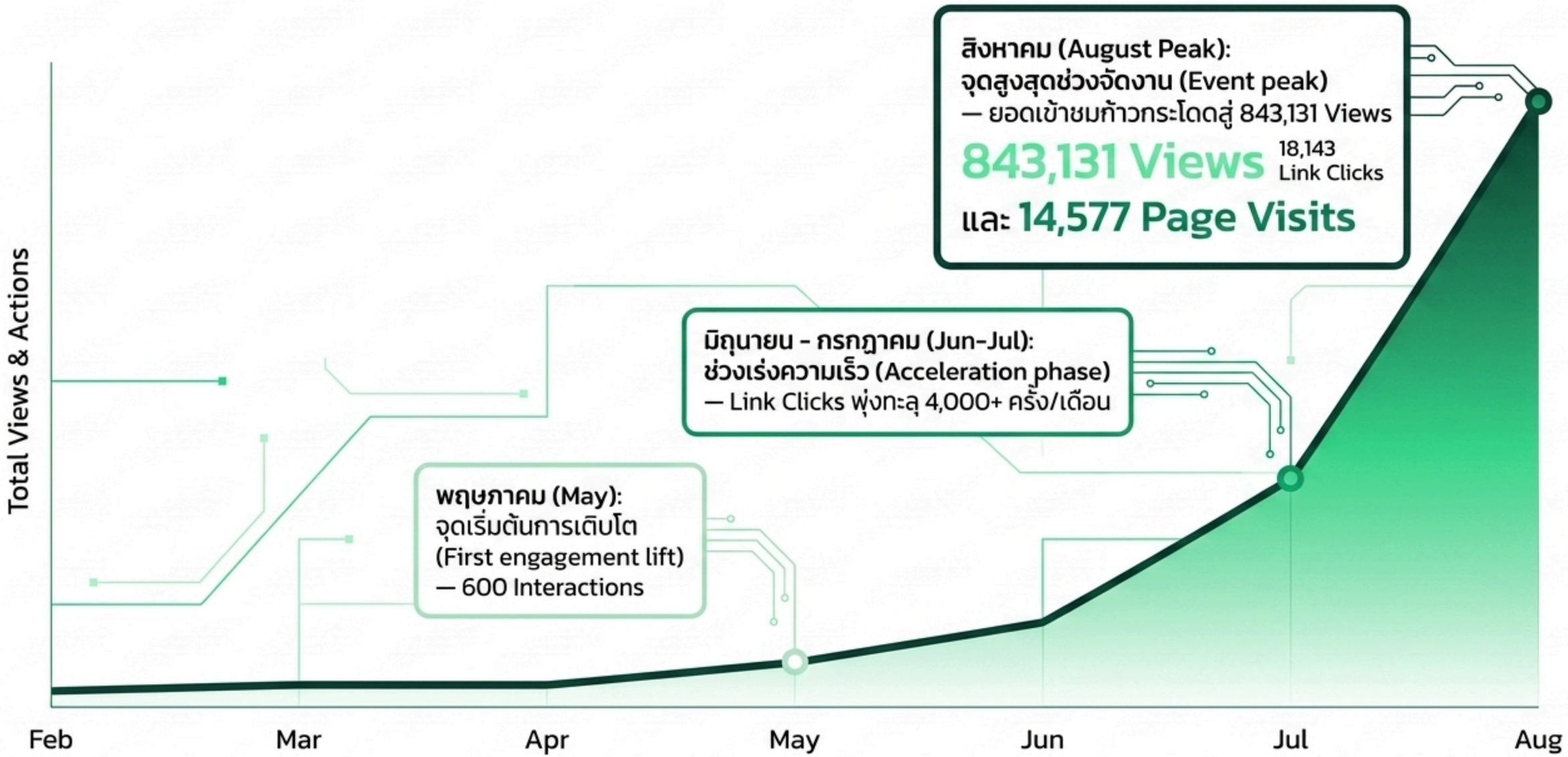
Mektec Product Highlights @ THECA 2026

(เนื้อหาเจาะลึกนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และผู้จัดแสดงนิทรรศการ)

3,379	267	109
Views	Total Clicks	Interactions

พิสูจน์แล้วว่าเนื้อหาที่เน้นศักยภาพของผู้จัดแสดงงาน (Exhibitor/Product proof) สร้างความน่าเชื่อถือและการมีส่วนร่วมได้สูงสุด

แนวโน้มการเติบโตรายเดือน (Monthly Trend)



ระยะเวลาและการสื่อสาร (Communication (Communication Phase)

การวางรากฐาน
(Foundation) | ก.พ. – พ.ค.

สร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือ
(Build recognition)

สร้าง **5.0%** ของ Views รวม
31.7% ของ Interactions รวม

การเร่งการเติบโต
(Acceleration) | มิ.ย. – ก.ค.

ขยายการเข้าถึงและกระตุ้น Action
(Scale reach & external action)

สร้าง **33.9%** ของ Views รวม
28.3% ของ Link Clicks รวม

คอนเวอร์ชั่นสู่งาน
(Event Conversion) | ส.ค.

เปลี่ยนความสนใจเป็นการเข้าร่วมงาน
(Turn attention into action)

สร้าง **61.1%** ของ Views รวม
56.3% ของ Page Visits รวม
71.3% ของ Link Clicks รวม

ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายและเนื้อหา (Audience and Content)

Audience Persona Profile

Demographics Profile

กลุ่มอายุหลัก (Core Age):
25-44 ปี (รวม 57.3%)

สัดส่วนเพศ (Gender):
ผู้ชาย 37.7% / ผู้หญิง 19.6%
(ในกลุ่มอายุหลัก)

ประเทศไทย (Thailand):
55.3% (โดยเฉพาะกรุงเทพฯ 24.6%)

ตลาดรอง (Secondary Markets):
อินโดนีเซีย (5.1%), คิวบา (4.8%)

Content Dynamics & Distribution

Paid Ads (โฆษณา): 82.2%
(1,134,973 Views)

Organic (เข้าถึงธรรมชาติ): 17.8%
(245,482 Views)

ยอดเข้าชมสูงสุด (Highest Views):	ลิงก์ (Links) = 951,962 Views
ยอดการมีส่วนร่วมสูงสุด (Highest Interactions):	อัลบั้มภาพ (Multi-photo) = 2,046 Interactions