Tech Salon 2

ពង្រឹងយុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយលើបណ្តាញសង្គមហ្វេសប៊ុក សម្រាប់អង្គការសង្គមស៊ីវិល

SOPHAT CHY
ICT TRAINER AND FACILITATOR
31 OCT 2022

គោលបំណង

Kawsang កំពុងរៀបចំ Tech Salon រយៈពេល ២ ម៉ោងជាប្រចាំខែ ជាសិក្ខាសាលាចែករំលែកបច្ចេកវិទ្យា ដែលអាចជួយដោះស្រាយបញ្ហាប្រឈមរបស់សមាជិក ក្រុម CSO ជាសមាជិក CSS។

បទបង្ហាញ៖ **ពង្រឹងយុទ្ធសាស្ត្រផ្សព្វផ្សាយលើបណ្តាញសង្គមហ្វេសប៊ុក សម្រាប់អង្គការសង្គមស៊ីវីល**

- ទិដ្ឋភាពទូទៅហ្វេសប៊ុក
- FACEBOOK ENGAGEMENT
- យុទ្ធសាស្ត្របង្កើតមាតិកា
- ឧបករណ៍ជំនួយក្នុងការធ្វើផែនការ
- ការបង្កើតផុសឲ្យបានល្អ
- ចំនុចសំខាន់ៗផ្សេងៗ
- សំនួរ/ចម្លើយ

ការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិត
នៅកម្ពុជា
ក្នុងឆ្នាំ ២០២២

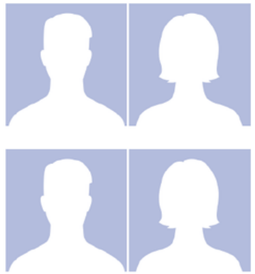
មានអ្នកប្រើប្រាស់**អ៊ីនធឺណេត**
ចំនួន **១៣,៤៤** លាននាក់
នៅក្នុងប្រទេស**កម្ពុជា**។

DATAREPORTAL

អ្នកប្រើប្រាស់ FACEBOOK នៅកម្ពុជា ក្នុងឆ្នាំ ២០២២

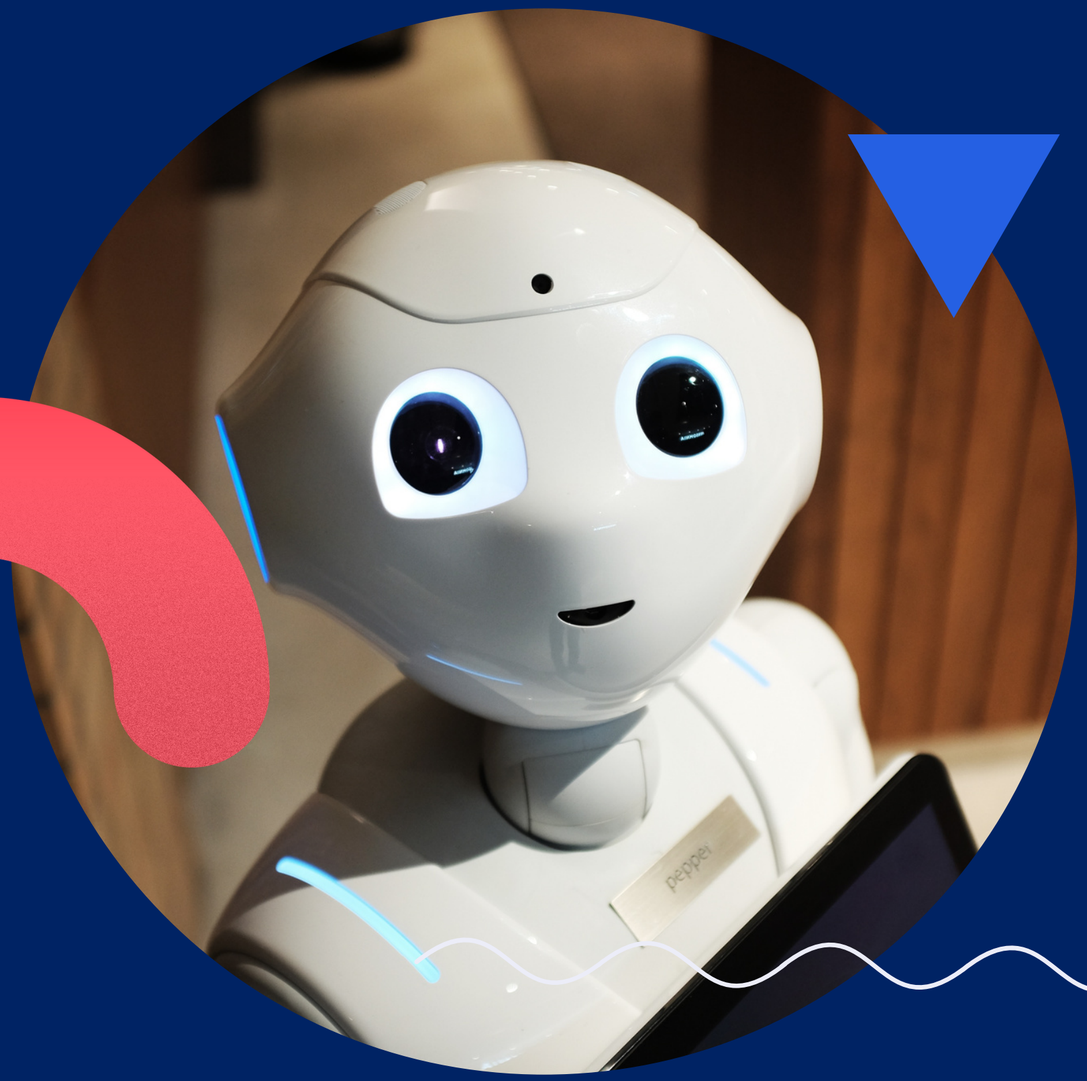
អ្នកប្រើប្រាស់ FACEBOOK នៅកម្ពុជា

ទិន្នន័យដែលបានចេញផ្សាយនៅក្នុងប្រភពផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរបស់ Meta បង្ហាញថា Facebook មាន

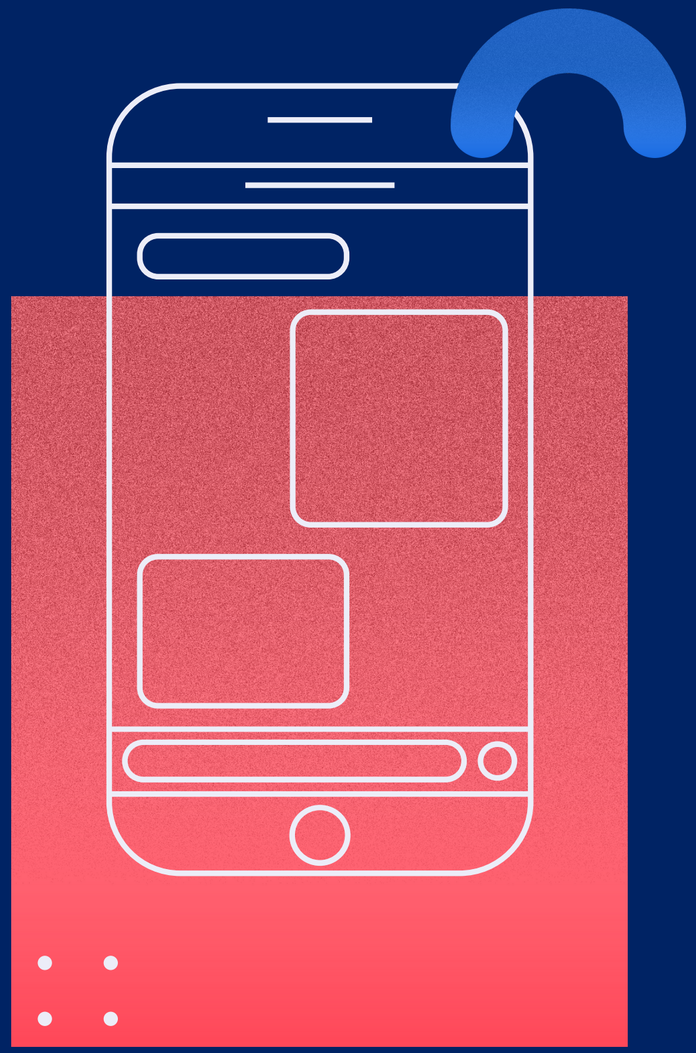


អ្នកប្រើប្រាស់ **១១,៦០ លាននាក់**នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជានៅដើមឆ្នាំ ២០២២។

ការ"reach" នៃការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មរបស់ Facebook នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជាគឺស្មើនឹង ៦៨,០ ភាគរយនៃចំនួនប្រជាជនសរុបនៅដើមឆ្នាំ ២០២២ និងមានអ្នកប្រើប្រាស់ជាស្ត្រីចំនួន ៤៤,៤ ភាគរយ និងបុរសចំនួន ៥៥,៦ ភាគរយ។



ហ្វេសប៊ុកដើរដល់ណាហើយ?



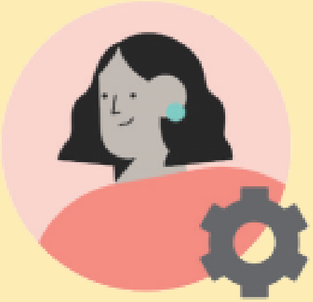
ACCOUNT VS PAGE

ACCOUNT/PAGE

ទំព័រហ្វេសប៊ុក	គណនីហ្វេសប៊ុក
តំណាងអោយអាជីវកម្មរបស់អ្នក	តំណាងអោយអ្នកផ្ទាល់
គួរផ្សព្វផ្សាយតែផលិតផល ឬសេវាកម្ម របស់អ្នក	គួរបង្ហោះតែជីវិតផ្ទាល់ខ្លួន របស់អ្នក
ងាយស្រួលក្នុងការផ្សព្វផ្សាយអោយ ចំគោលដៅ	ការផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈតែមិត្តភក្តិ ដែលមានស្រាប់
អាចពង្រីកការផ្សព្វផ្សាយតាមការប្រើ ថវិកា (Boosting)	មិនអាចពង្រីកផ្សព្វផ្សាយដោយ ថវិកាបាន
អាចវិភាគទិន្នន័យនៃការផ្សព្វផ្សាយរបស់ អ្នកបាន (Facebook Insight)	អាចវិភាគទិន្នន័យបានតែមិនស៊ីជម្រៅ
អាចដាក់កាលវិភាគក្នុងសម្រាប់ការផ្សព្វ ផ្សាយនីមួយៗបាន(Schedule Post)	មិនអាចដាក់កាលវិភាគក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ បានទេ
អាចបែងចែកតួនាទីនៃការគ្រប់គ្រងបាន (Page Roles)	មិនអាចបែងចែកតួនាទីនៃការគ្រប់គ្រង បានទេ
អាចដាក់ទីតាំងរបស់អាជីវកម្មរបស់ អ្នកបាន	មិនអាចដាក់ទីតាំងជាក់លាក់បានទេ

តួនាទី	Admin	Editor	Moderator	Advertiser	Analyst	Live Contributor
គ្រប់គ្រងតួនាទីទំព័រហ្វេសប៊ុកទាំងមូល និងការកំណត់ផ្សេងៗទៀត	◉					
កែប្រែទំព័រហ្វេសប៊ុក និងបន្ថែម App	◉	◉				
បង្កើតនិងលុបផុសក្នុងទំព័រហ្វេសប៊ុក	◉	◉				
អាចធ្វើការ Live ក្នុងទំព័រហ្វេសប៊ុក	◉	◉				◉
អាចផ្ញើសារទៅអ្នកមើលក្នុងនាមជាទំព័រហ្វេសប៊ុក	◉	◉	◉			
ឆ្លើយតប និងលុប ខមមិន (Comment) ក្នុងផុស	◉	◉	◉			
លុបនិងហាមអ្នកមើលដែលអ្នកមិនចង់ឱ្យចូលមកទំព័រហ្វេសប៊ុករបស់អ្នក	◉	◉	◉			
បង្កើតការផ្សព្វផ្សាយ	◉	◉	◉	◉		
មើលទិន្នន័យ (Page Insight)	◉	◉	◉	◉	◉	
មើលឃើញអ្នកដែលបានផុសក្នុងទំព័រហ្វេសប៊ុករបស់អ្នក	◉	◉	◉	◉	◉	

ម៉ូយ



នៅក្នុងអាជីវកម្មមួយ ក្រុមគោលដៅ
គឺជាក្រុមមនុស្សដែលអាចនឹងចង់បាន
ហើយទិញផលិតផលរបស់អ្នក
ឬយើងតែងតែ ហៅថា

១ តើពួកគេជាអ្នកណា? ភេទអ្វីខ្លះ? អាយុចន្លោះប៉ុន្មាន?

២ តើប្រភេទការងាររបស់ពួកគេមានអ្វីខ្លះ? តើពួកគេជាសិស្សមែនទេ?

៣ តើហេតុអ្វីបានជាពួកគេប្រើប្រាស់ទំព័រហ្វេសប៊ុក?

៤ តើជាទូទៅពួកគេប្រើប្រាស់ហ្វេសប៊ុកនៅពេលណាច្រើនជាងគេ? ហើយហេតុអ្វីដែរ?

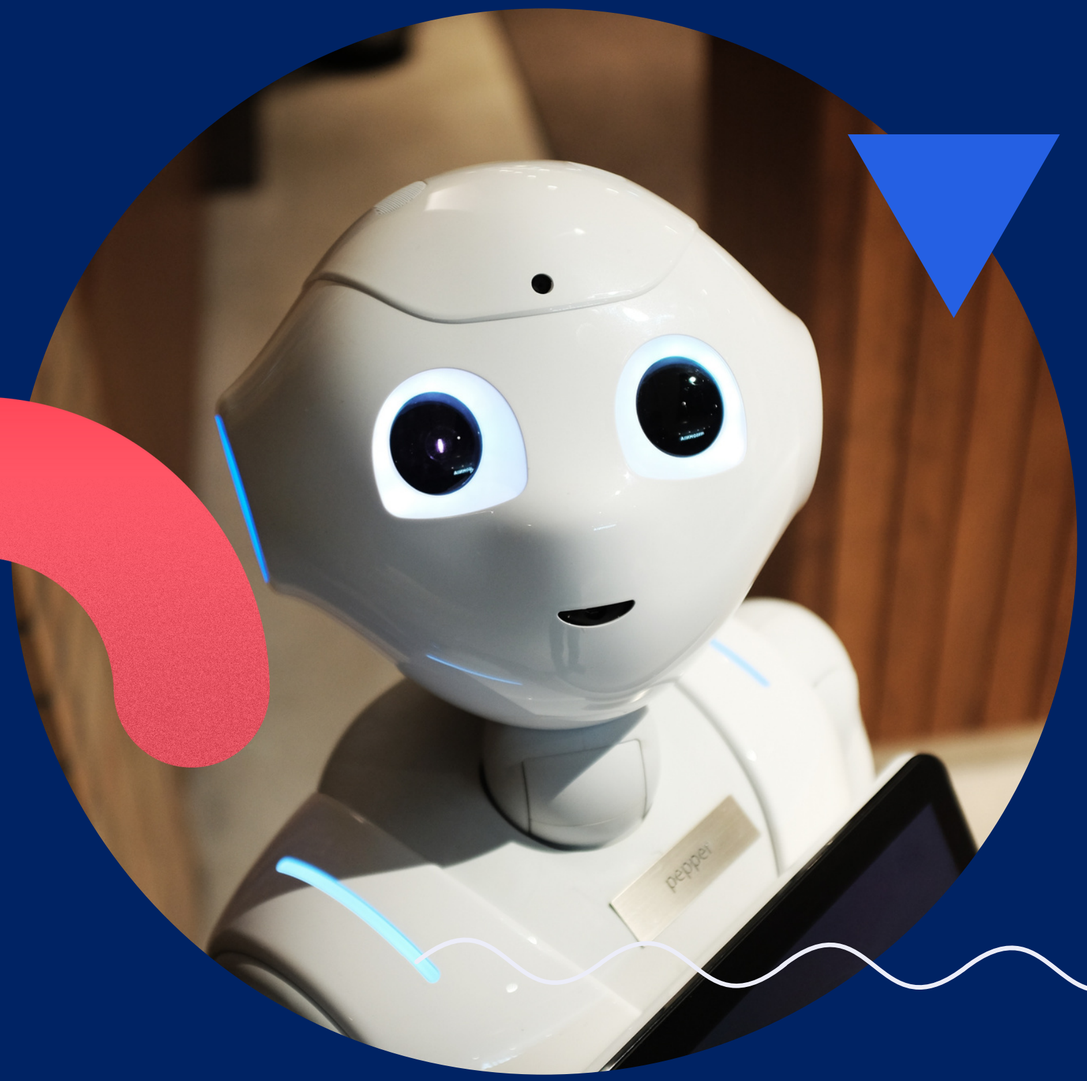
៥ តើពួកគេភាគច្រើនរស់នៅទីណា? រស់នៅតាមទីប្រជុំជន? ឬតាមទីជនបទ?

FACEBOOK ENGAGEMENT

Facebook Engagement គឺសកម្មភាពរបស់អ្នកប្រើប្រាស់នៅក្នុងផ្ទុសណាមួយក្នុងទំព័រហ្វេសប៊ុករបស់អ្នក។

សកម្មភាពទាំងនោះមានទម្រង់ផ្សេងៗគ្នា ហើយសកម្មភាពដែលសំខាន់ៗមានដូចជា ប្រតិកម្ម (Reations) ការផ្តល់មតិយោបល់(Comment) ការចែករំលែកឡើងវិញ (Share) ។

ការយល់ដឹងច្បាស់ពី Facebook Engagement ពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ព្រោះវាជួយអោយអ្នកងាយស្រួល ក្នុងការសិក្សាពីអ្នកមើលរបស់អ្នក តាមរយៈ Facebook Insight បាន។ អ្នកអាចសិក្សាបាន ដូចជារបៀបដែលពួកគេបញ្ចេញយោបល់ ចំនួនដងដែលអ្នកមើលរបស់អ្នកចូលចិត្តផ្ទុសរបស់អ្នក ពេលវេលាដែលអ្នកមើលរបស់អ្នកតាមដានផ្ទុសរបស់អ្នក ឬ តើផ្ទុសមួយណាដែលមានការចែករំលែកច្រើន ហើយអ្នកអាចសិក្សាបានថាតើមកពីមូលហេតុអ្វី?



TONE

ទំព័រហ្វេសប៊ុកអង្គការ

USAID Cambodia
20 hrs ·

English below

ថ្ងៃនេះ ម្ជិះសប្បាយចិត្តណាស់ដែលខ្លួនទទួលបានការស្នើសុំធ្វើជាមិត្តយ៉ាងច្រើន នៅលើហ្វេសប៊ុក។ តើម្ជិះគួរតែយល់ព្រមធ្វើជាមិត្តជាមួយជនប្លែកមុខដែរឬទេ? បើចង់ដឹង សូមទស្សនាគំនូរជីវចលស្តីពីសុវត្ថិភាពក្នុងអំឡុងពេលអនឡាញ។

Today, Malis is happy that she received many friend requests on Facebook. Should she accept the requests from strangers? Find out in this animation about Online Safety. ... See More

ទំព័រហ្វេសប៊ុកកំសាន្តនិងអប់រំយុវជន

BonnPhum បុណ្យភូមិ
April 27 ·

រូបភាពពេលថ្ងៃ និងពេលយប់នៃផ្តាយបុណ្យភូមិ ⭐🌟

រូបថតខាងស្តាំត្រូវបានដកស្រង់ចេញពីបទចម្រៀង "ផ្តាយបុណ្យភូមិនៅតែរ:" ដើម្បីបង្ហាញថា មិនថាពេលវេលា ឬថ្ងៃណាក៏ដោយ ហើយទោះបីស្ថានភាព Covid-19 បច្ចុប្បន្ននៅមិនទាន់ប្រសើរឡើងក៏ដោយក៏ផ្តាយបុណ្យភូមិ នៅតែរ:ដោយមានទេវតាផ្តាយចាំប្រទានពរដល់យើងរាល់គ្នាដែរ ✨❤️

ដើម្បីទប់ស្កាត់ការរីករាលដាលនៃជំងឺកូវីត ១៩ សូមអ្នកស្រុកបុណ្យភូមិទាំងអស់គ្នារួមគ្នាអនុវត្តតាមវិធានការ និងការណែនាំរបស់ក្រសួងសុខាភិបាល ក៏ដូចជារាជរដ្ឋាភិបាល មើលថែខ្លួន រក្សាសុខភាព នៅផ្ទះ រក្សាសុវត្ថិភ... See More

ការបង្កើតមាតិកា

ទី១

វិធីក្នុងការថតរូបអោយ
ស្អាតសមដោយប្រើ
កាម៉េរាទូរស័ព្ទរបស់អ្នក

ទី២

ការរចនាមាតិកាក្រាហ្វិក
សម្រាប់ការផុស
ក្នុងទំព័រហ្វេសប៊ុករបស់អ្នក
អោយមានភាពទាក់ទាញ

គិតអំពីសារដែលអ្នកចង់បង្ហាញ

មុនពេលដែលអ្នកថតនូវរូបអ្វីក៏ដោយ សួរខ្លួនឯងថាតើអ្វីដែលអ្នកចង់ប្រាប់ទៅ អ្នកមើលរបស់អ្នក?
ឧទាហរណ៍ថា បើសិនជាអ្នកចង់ថតរូបដបទឹក តើអ្វីដែលអ្នកចង់ប្រាប់ទៅអ្នកមើលរបស់អ្នកអំពីដបទឹកនោះ? (ដបទឹកនោះអាច ប្រើបានឡើងវិញ? ឬដបទឹកនោះងាយស្រួលក្នុងការដាក់តាមខ្លួន?)

គិតអំពីអារម្មណ៍

នៅពេលដែលអ្នកបានដាក់សារមួយសម្រាប់រូបថតរបស់អ្នករួចហើយ បន្ទាប់អ្នកអាចគិតពីអារម្មណ៍ដែលអ្នកគួរដាក់នៅក្នុងរូប។

ឧទាហរណ៍៖

ប្រសិនបើអ្នកថតដបទឹកមួយ អ្នកអាចថតដបទឹកនោះក្នុងសភាពធម្មតា មិនត្រជាក់ពេក មិនក្តៅពេក ។ រូបនោះប្រាកដជាមិនសូវទាក់ទាញ ព្រោះវាគ្រាន់បង្ហាញអារម្មណ៍ធម្មតា។ តែបើអ្នកថតរូបដប ទឹកនោះដូចគ្នា តែអ្នកថតវាពេលដបទឹកនោះស្ថិតក្នុងសភាពត្រជាក់ខ្លាំង(សភាពត្រជាក់ដែល ទើបដកក្នុង ទូរទឹកក) ហើយអ្នកថត នៅពេលថ្ងៃក្តៅខ្លាំង នោះរូបដបទឹកដដែលនោះនឹងធ្វើអោយយើងមានអារម្មណ៍ត្រជាក់ ហើយមើលទៅកាន់តែចង់ញ៉ាំនៅពេលដែលវាថតនៅពេលថ្ងៃក្តៅខ្លាំង។

@ Facebook Mention

គឺនៅពេលដែលអ្នកបង្កើតផុសមួយហើយមានដាក់ចូលនូវឈ្មោះរបស់ទំព័រហ្វេសប៊ុកបន្ថែម ផ្សេងពីទំព័ររបស់អ្នក។

ឧទាហរណ៍៖

អ្នកអាចធ្វើការ Mention បានដោយការធ្វើបែបនេះ @ដៃម៉ែបោកអ៊ីតទំនើប - Mom's Hand Modern Laundry។ នៅពេលដែលអ្នកធ្វើការ Mention ផេកណាមួយ អ្នកកាន់ផេកដែលអ្នកធ្វើការ Mention នោះនឹងទទួល បានការប្រាប់ដំណឹង (Notifications) ថាទំព័ររបស់អ្នកនោះត្រូវបាន Mention ដោយផេករបស់អ្នកជាដើម។ លើសពីនេះ ប្រសិនបើទំព័រដែលអ្នកធ្វើការ Mention នោះធ្វើការឆ្លើយតបឡើងវិញផុសរបស់អ្នក អ្នកនឹងអាចទៅដល់អ្នកមើលនៃទំព័រដែលអ្នកធ្វើការ Mention នោះផងដែរ។

ចំណាំ សូមកុំធ្វើការ Mention ទៅកាន់ទំព័រណាដែលមិនមានភាពទាក់ទង នឹងផុសរបស់អ្នកអោយសោះ។ ការធ្វើបែបនេះ វានឹងធ្វើអោយ មានភាពធុញទ្រាន់ទៅកាន់ផេកដ៏ទៃផ្សេងទៀត។

Facebook Check-in

គឺនៅពេលដែលអ្នកធ្វើការ Check-in នៅលើផុសហ្វេសប៊ុករបស់អ្នក វាមានន័យថាអ្នកបានប្រាប់ហ្វេសប៊ុកពីទីតាំងដែលផុសរបស់អ្នកកើតឡើង។

ឧទាហរណ៍៖

ប្រសិនបើអ្នកមានសកម្មភាពណាមួយនៅខេត្តសៀមរាប អ្នកអាចធ្វើផុស មួយដើម្បីធ្វើការប្រាប់ទៅអ្នកមើលរបស់អ្នក ថាអ្នកមានសកម្មភាព ពិសេស នៅសៀមរាបផងដែរ។ លើសពីនេះអ្នកក៏អាចធ្វើការ Check-in នៅក្នុងព្រឹត្តិការណ៍សាធារណៈផ្សេងៗផងដែរ។ នៅពេលដែលអ្នកធ្វើការ Check-in ផុសរបស់អ្នកអាចនឹងទៅដល់អ្នកដែលស្ថិតនៅទីតាំងឬព្រឹត្តិការណ៍ក្បែរអ្នក។

សរុបមក អ្នកអាចធ្វើការផុសដោយមិនចាំបាច់ Check-in ឬ Mention ក៏បាន។ ហេតុផលសំខាន់ដែលពួក យើងគិតថា អ្នកគួរធ្វើការ Check-in និង Mention នោះគឺថា ប្រសិនបើអ្នកធ្វើវា វាអាចជួយជាផ្នែកមួយក្នុងការទៅដល់មនុស្សបន្ថែម ទៀតដែលវានឹងចំណេញ ទៅកាន់អ្នកទាំងអស់គ្នា។

Page Like/Follower

Like គឺជាចំនួនអ្នកដែលចូលចិត្តផេករបស់សរុប។ ហើយ Follow គឺជាចំនួនអ្នកតាមដានផេករបស់អ្នកសរុប។

Post Reach

គឺជាចំនួនដងដែលផុសរបស់អ្នក បានទៅដល់អ្នកមើលរបស់អ្នក។ ចំនួនដងសរុបនៃ Post Reachនេះគឺមិនស្មើរនឹង ចំនួនមនុស្សសរុបនោះទេ។ វាមិនស្មើរគ្នា ព្រោះតែមនុស្សម្នាក់អាចឃើញផុស របស់អ្នកច្រើនជាងមួយដង។

Post Engagement

គឺជាសកម្មភាពទាំងឡាយណាដែលអ្នក មើលបានចូលរួមក្នុងហ្វេសប៊ុកផុសរបស់អ្នក។ Facebook Engagement ត្រូវបានកំណត់ជា ៧ទម្រង់ដែលអ្នកអាចរកមើលបាន នៅក្នុង Facebook Insight។ ប៉ុន្តែសម្រាប់ការសិក្សាដំបូង គឺមាន Post Engagement បីប្រភេទដែលអ្នកគួរដឹង។ វាមានដូចជាការឆ្លើយតមដោយអារម្មណ៍(Reactions) ការផ្តល់មតិយោបល់ជាអក្សរ(Comment) និង ការចែករំលែកបន្ត (Share)។

TOOL

DOWNLOAD DOWNLOAD