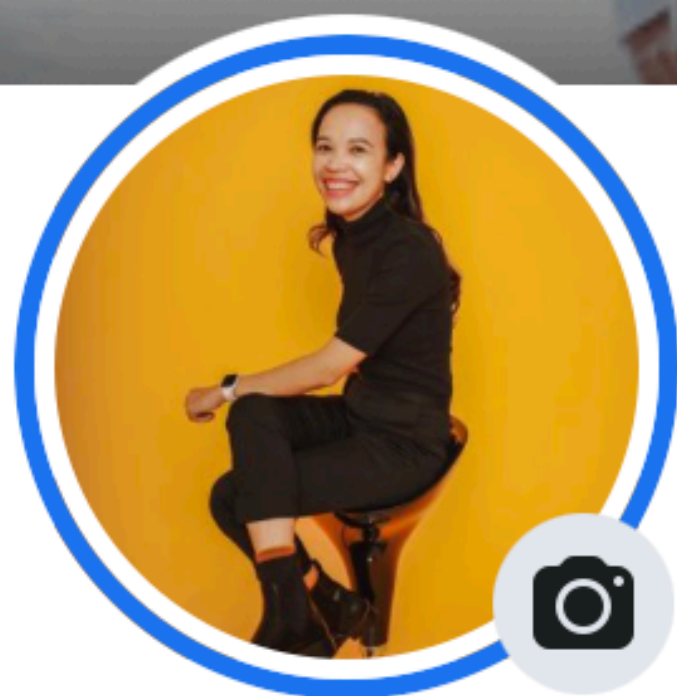




📷 แก้วไข



ครูนิดหน่อย Office with mac

@officewithmac · ธุรกิจท้องถิ่น

✎ แก้วไข ติดต่อเรา



**“Digital business
transformation”**



DIGITAL 2021

GLOBAL OVERVIEW REPORT

THE LATEST INSIGHTS INTO HOW PEOPLE AROUND THE WORLD USE
THE INTERNET, SOCIAL MEDIA, MOBILE DEVICES, AND ECOMMERCE

we
are
social



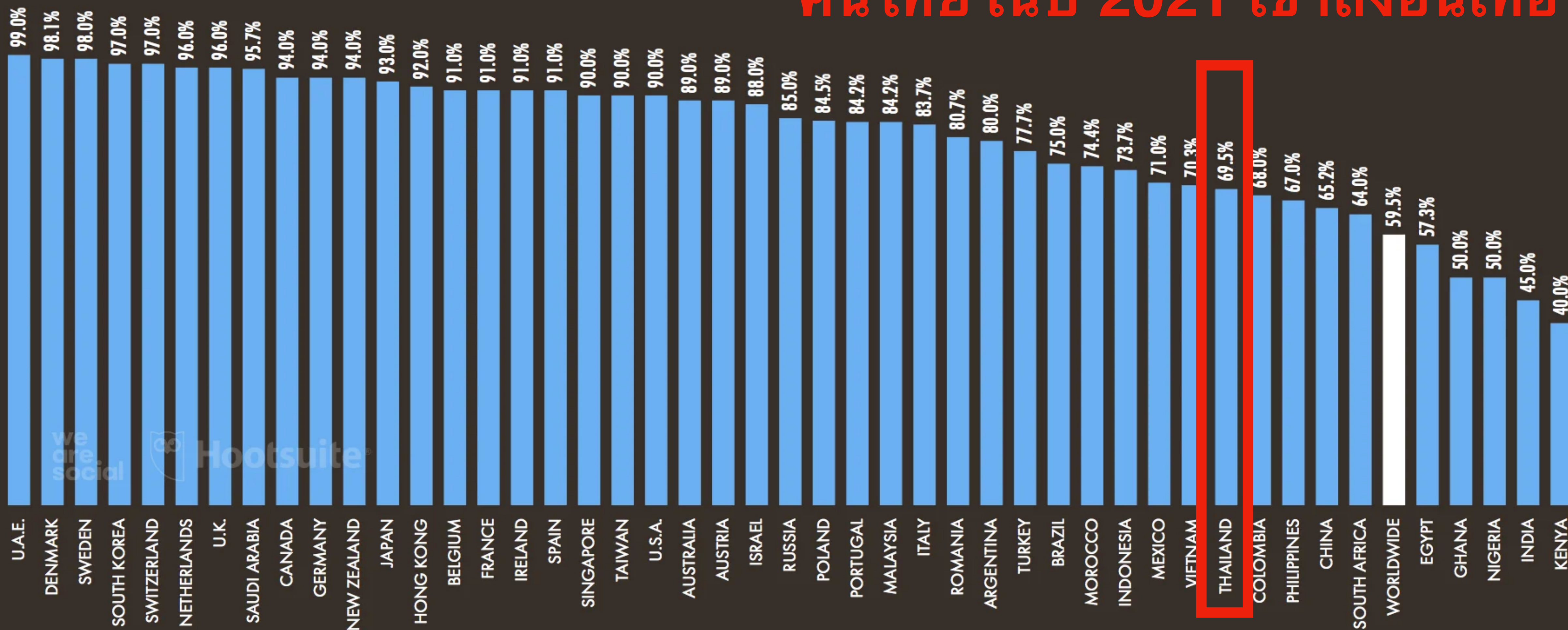
www.everydaymarketing.co

JAN
2021

INTERNET ADOPTION BY COUNTRY

PERCENTAGE OF THE TOTAL POPULATION THAT USES THE INTERNET

คนไทยในปี 2021 เข้าถึงอินเทอร์เน็ต

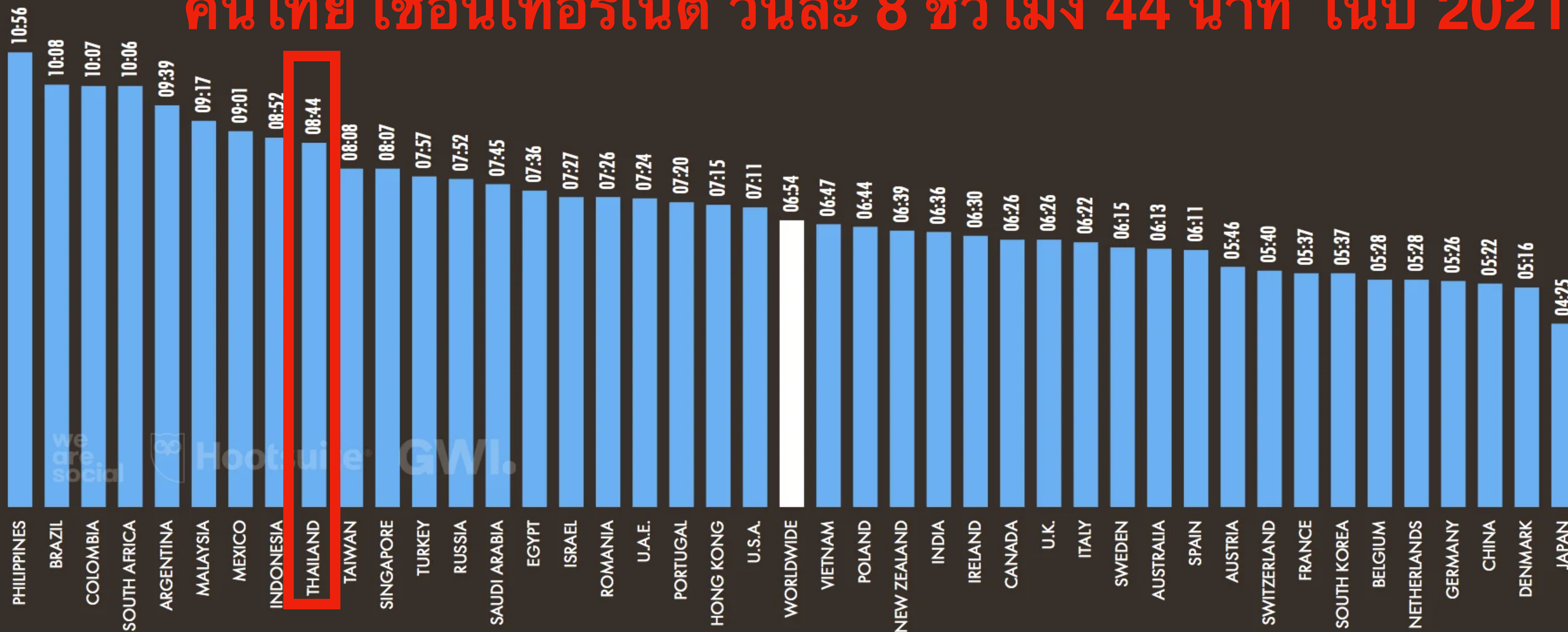


JAN
2021

DAILY TIME SPENT USING THE INTERNET

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING THE INTERNET EACH DAY ON ANY DEVICE

คนไทยใช้อินเทอร์เน็ต วันละ 8 ชั่วโมง 44 นาที ในปี 2021



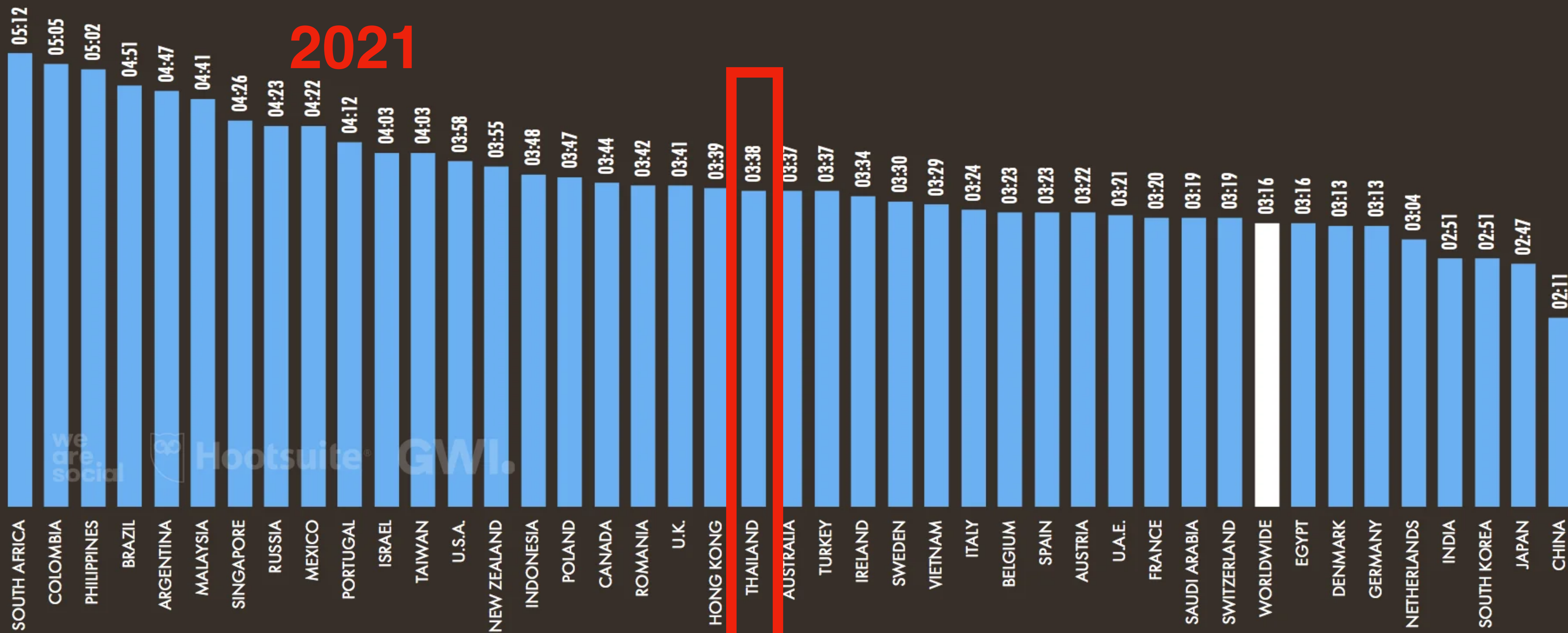
JAN
2021

DAILY TIME SPENT USING THE INTERNET VIA COMPUTERS

AVERAGE AMOUNT OF TIME PER DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING THE INTERNET VIA LAPTOPS, DESKTOPS, OR TABLETS

คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตบนคอมพิวเตอร์วันละ 3 ชั่วโมง 38

2021



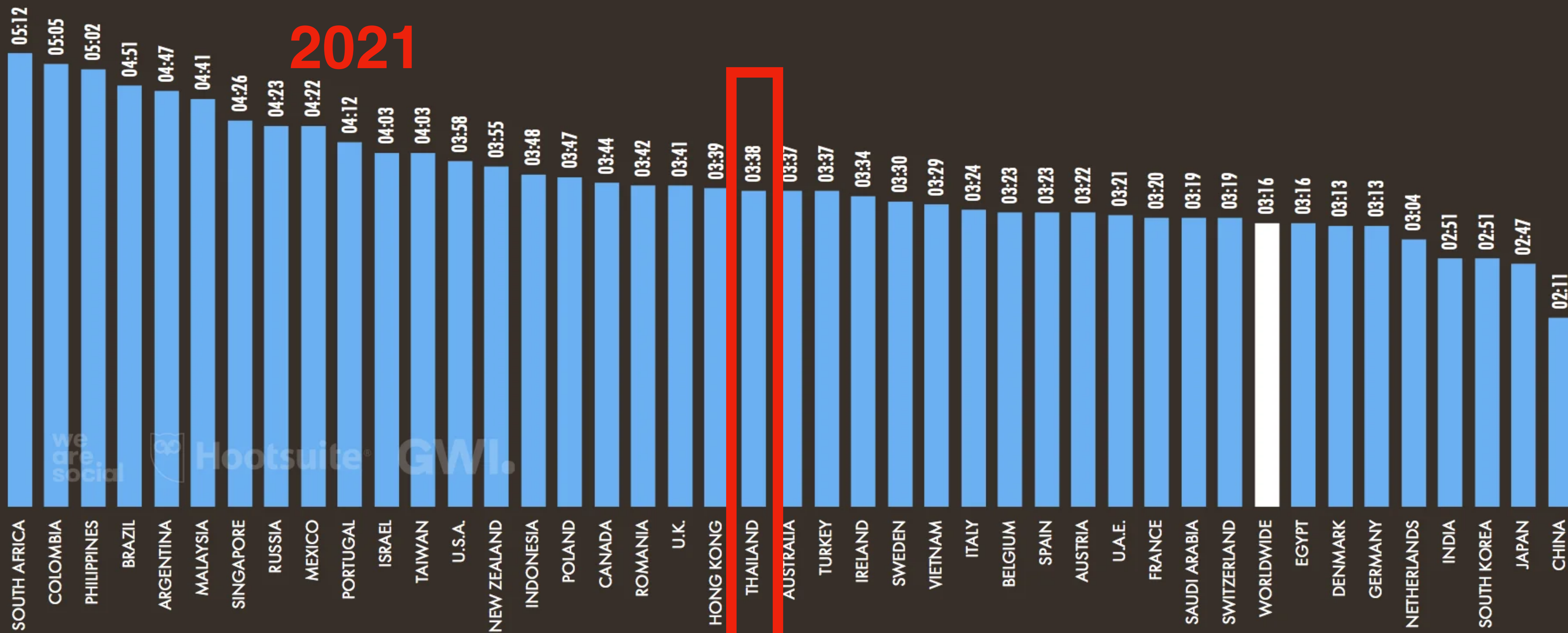
JAN
2021

DAILY TIME SPENT USING THE INTERNET VIA COMPUTERS

AVERAGE AMOUNT OF TIME PER DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING THE INTERNET VIA LAPTOPS, DESKTOPS, OR TABLETS

คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตบนคอมพิวเตอร์วันละ 3 ชั่วโมง 38

2021



JAN
2021

AVERAGE FIXED INTERNET CONNECTION SPEEDS

THE AVERAGE **DOWNLOAD** SPEED OF **FIXED** INTERNET CONNECTIONS, IN MEGABITS PER SECOND (MBPS)

เน็ตบ้านของคนไทยเร็วติดอันดับ 1 ของโลก



JAN
2021

WORLD'S MOST VISITED WEBSITES (SEMRUSH)

RANKING OF THE WORLD'S MOST VISITED WEBSITES ACCORDING TO SEMRUSH, BASED ON TOTAL WEBSITE TRAFFIC

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	66.52B	2,995M	23M 07S	6.87
02	YOUTUBE.COM	20.42B	1,947M	33M 11S	4.17
03	FACEBOOK.COM	15.52B	1,794M	23M 02S	5.96
04	WIKIPEDIA.ORG	12.96B	2,291M	8M 42S	2.14
05	YAHOO.CO.JP	4.90B	198M	17M 31S	6.80
06	AMAZON.COM	4.34B	753M	13M 08S	7.01
07	PORNHUB.COM	3.94B	594M	14M 07S	8.91
08	INSTAGRAM.COM	3.76B	836M	17M 23S	4.46
09	XVIDEOS.COM	3.51B	523M	17M 36S	9.46
10	YAHOO.COM	3.37B	498M	15M 48S	3.97

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
11	TWITTER.COM	3.24B	723M	15M 21S	4.48
12	YANDEX.RU	2.95B	202M	22M 35S	7.57
13	XNXX.COM	2.29B	397M	17M 35S	9.68
14	LIVE.COM	2.20B	369M	7M 16S	4.09
15	REDDIT.COM	2.17B	344M	17M 10S	4.23
16	NAVER.COM	1.81B	67M	27M 07S	9.89
17	VK.COM	1.66B	150M	26M 43S	11.73
18	FANDOM.COM	1.49B	351M	10M 51S	3.11
19	WHATSAPP.COM	1.34B	276M	21M 44S	1.54
20	RAKUTEN.CO.JP	1.33B	143M	8M 34S	5.74

SOURCE: SEMRUSH (JAN 2021). FIGURES REPRESENT TRAFFIC FOR DECEMBER 2020. **NOTES:** 'UNIQUE VISITS' REPRESENTS THE NUMBER OF DISTINCT 'IDENTITIES' ACCESSING EACH SITE, BUT MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, AS SOME PEOPLE MAY USE MULTIPLE DEVICES OR BROWSERS. **ADVISORY:** SOME WEBSITES FEATURED IN THIS RANKING MAY CONTAIN ADULT CONTENT. PLEASE USE CAUTION WHEN VISITING UNKNOWN SITES.

**JAN
2021**

GOOGLE SEARCH: TOP WORLDWIDE QUERIES IN 2020

THE MOST COMMON QUERIES THAT PEOPLE ENTERED INTO GOOGLE SEARCH BETWEEN 01 JANUARY AND 31 DECEMBER 2020

#	SEARCH QUERY	INDEX	▲ Y-O-Y
01	GOOGLE	100	-6.6%
02	FACEBOOK	93	-16%
03	YOUTUBE	84	-7.7%
04	VIDEO	69	-14%
05	YOU	68	+3.1%
06	CORONAVIRUS	61	[NEW]
07	NEWS	53	+12%
08	WEATHER	52	-5.9%
09	AMAZON	41	+11%
10	TRANSLATE	36	+16%

#	SEARCH QUERY	INDEX	▲ Y-O-Y
11	INSTAGRAM	33	+2.1%
12	CORONA	30	+1,200%
13	WHATSAPP	29	+72%
14	GMAIL	28	-4.4%
15	MP3	21	-15%
16	TWITTER	21	+27%
17	TIEMPO	21	+30%
18	TRADUCTOR	20	+20%
19	CLIMA	20	-13%
20	HOTMAIL	19	-11%

we
are
social



SOURCE: GOOGLE TRENDS (ACCESSED JAN 2021); KEPIOS ANALYSIS. **NOTES:** GOOGLE DOES NOT PUBLISH SEARCH VOLUMES, BUT THE "INDEX" COLUMN SHOWS RELATIVE VOLUMES FOR EACH QUERY COMPARED TO SEARCH VOLUMES FOR THE TOP QUERY (AN INDEX OF 50 MEANS THAT THE QUERY RECEIVED 50% OF THE SEARCH VOLUME OF THE TOP QUERY). YEAR-ON-YEAR CHANGE FIGURES COMPARE AVERAGE INDEX VALUES FOR EACH QUERY IN Q4 2020 TO Q4 2019.

we
are
social

Hootsuite®

**JAN
2021**

ONLINE CONTENT ACTIVITIES

PERCENTAGE OF GLOBAL INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO CONSUME EACH KIND OF CONTENT VIA THE INTERNET EACH MONTH (ANY DEVICE)

WATCH
ONLINE VIDEOS



GWl.

90.6%

WATCH
VLOGS



51.4%

LISTEN TO MUSIC
STREAMING SERVICES



GWl.

73.2%

LISTEN TO ONLINE
RADIO STATIONS



we
are
social

47.1%

LISTEN TO OR
WATCH PODCASTS

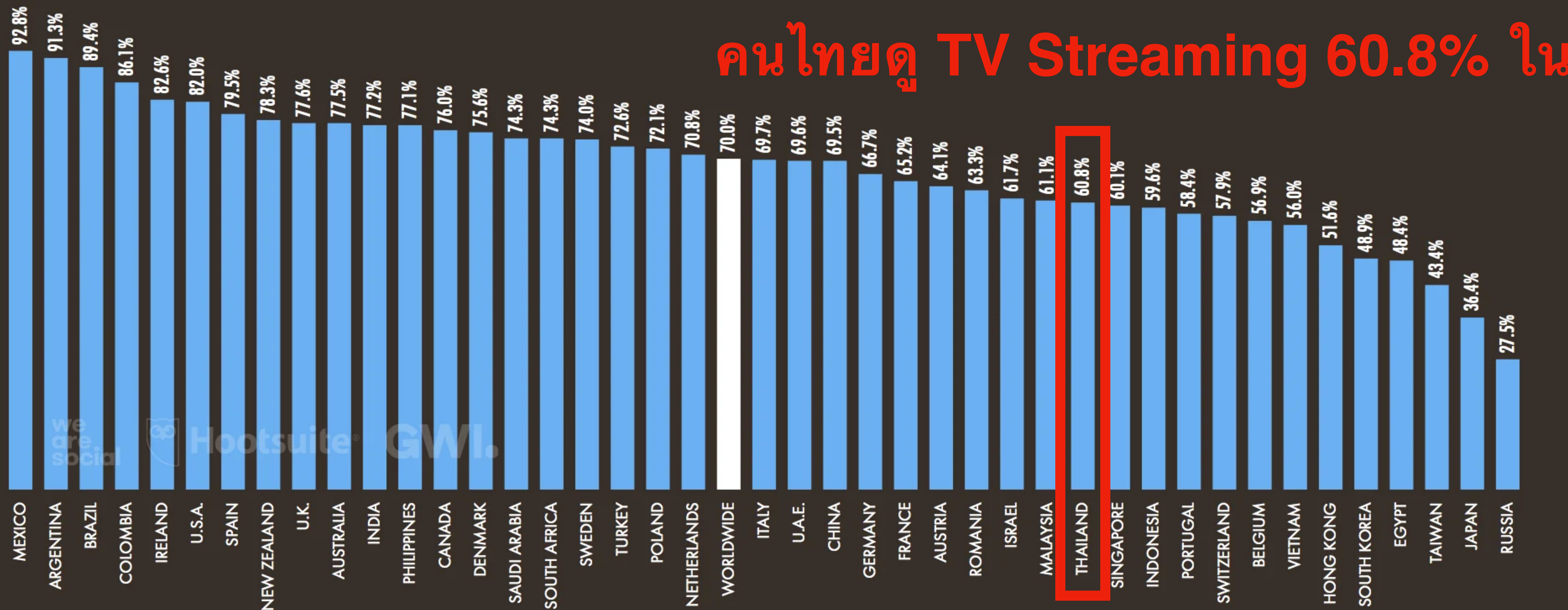


44.1%

JAN
2021

STREAMING TV CONTENT VIA THE INTERNET

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO WATCH TV CONTENT VIA STREAMING SERVICES (E.G. NETFLIX) EACH MONTH



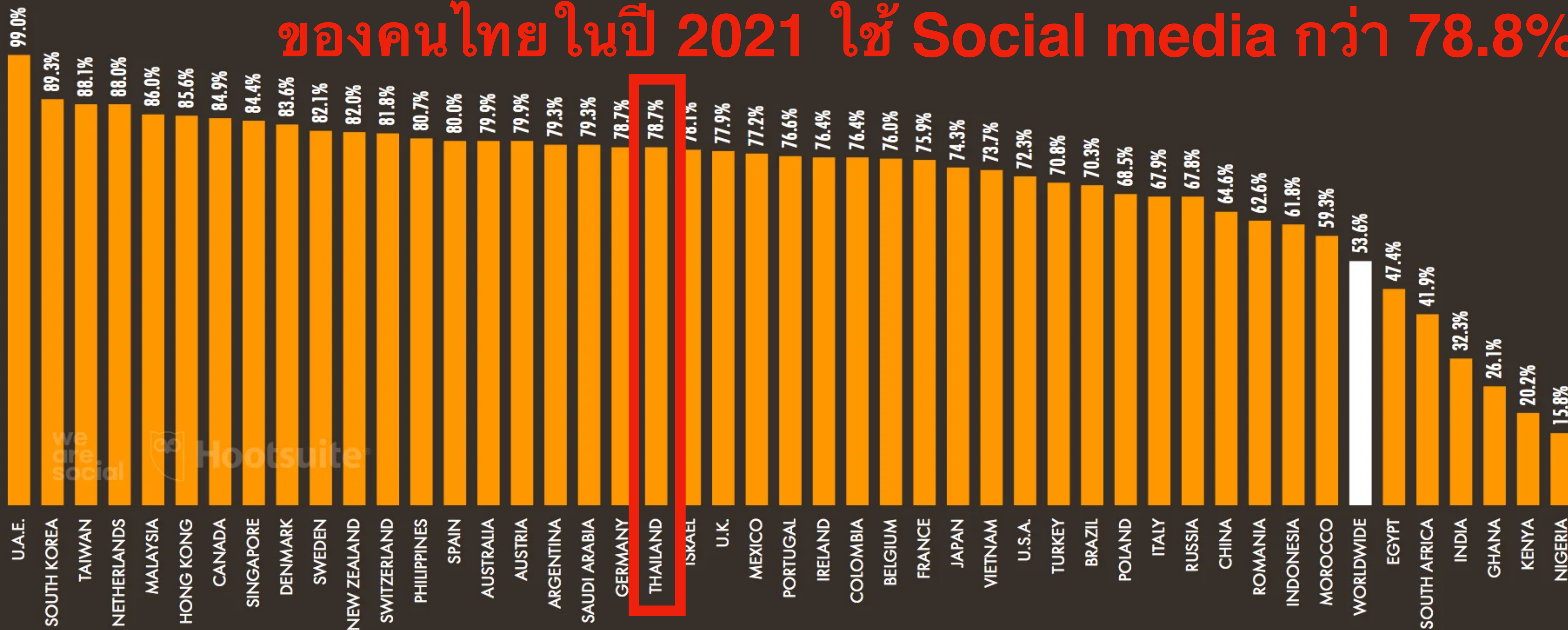
JAN
2021

SOCIAL MEDIA USERS vs. TOTAL POPULATION

ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS* AS A PERCENTAGE OF THE TOTAL POPULATION

⚠ SOCIAL MEDIA USER NUMBERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS DUE TO SOURCE CHANGES.

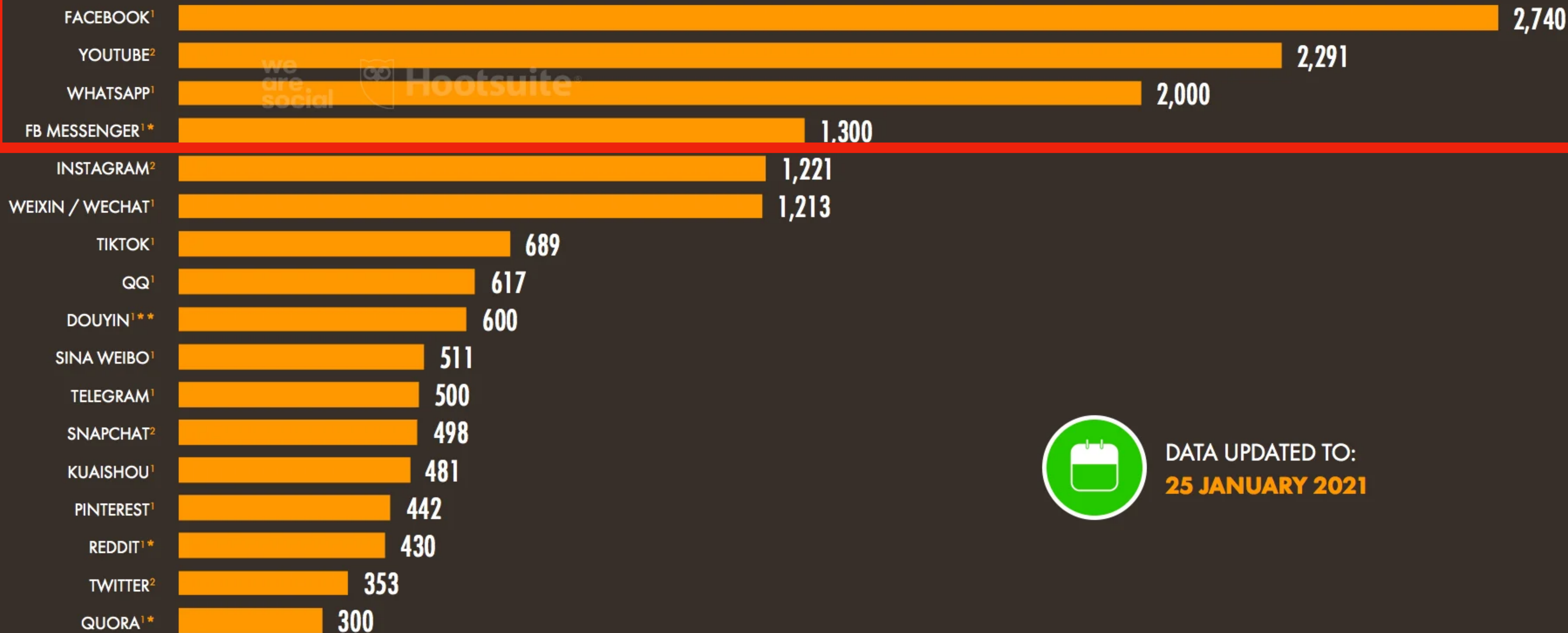
ของคนไทยในปี 2021 ใช้ Social media กว่า 78.8%



JAN
2021

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

THE LATEST GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) FOR A SELECTION OF THE WORLD'S TOP SOCIAL MEDIA PLATFORMS*



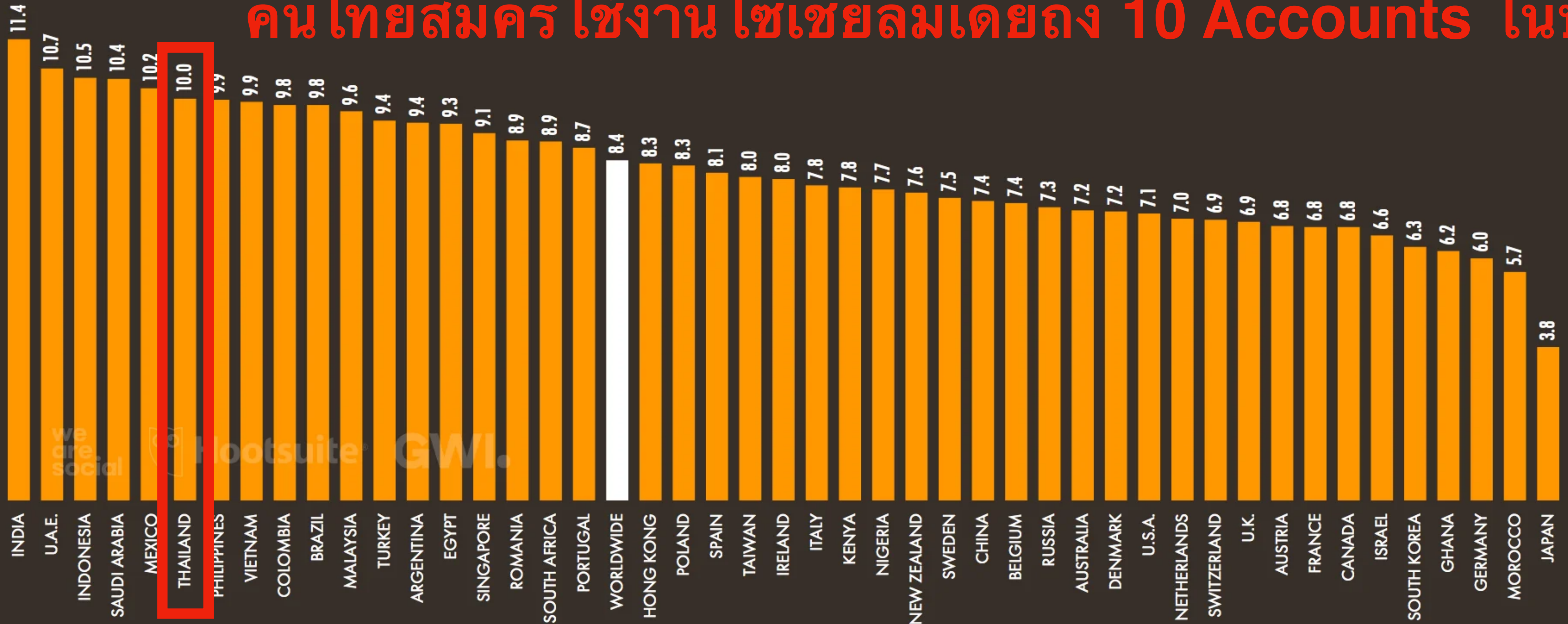
DATA UPDATED TO:
25 JANUARY 2021

JAN
2021

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL MEDIA ACCOUNTS

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS ON WHICH INTERNET USERS AGED 16 TO 64 HAVE ACCOUNTS (NOT NECESSARILY ACTIVE USERS*)

คนไทยสมัครใช้งาน โซเชียลมีเดียถึง 10 Accounts ในปี

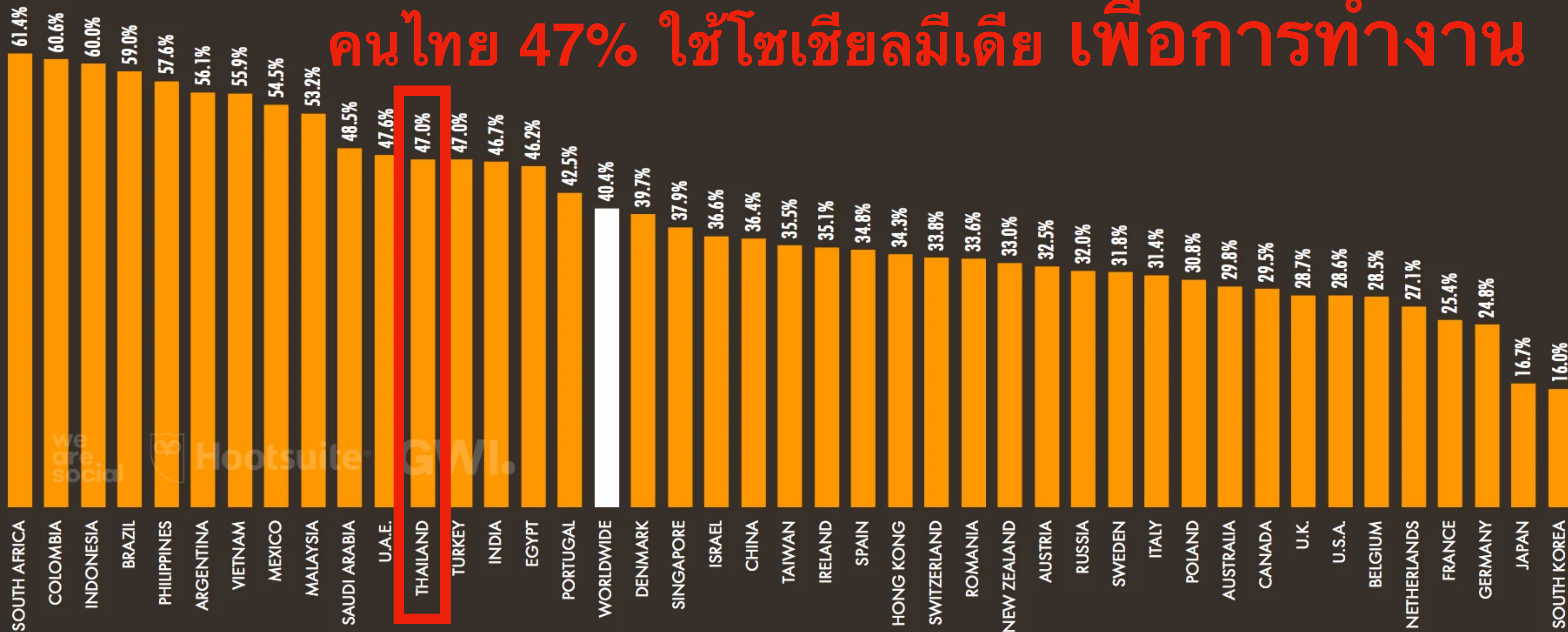


JAN
2021

INDIVIDUAL USE OF SOCIAL MEDIA FOR WORK

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE SOCIAL MEDIA FOR WORK PURPOSES*

คนไทย 47% ใช้โซเชียลมีเดีย เพื่อการทำงาน



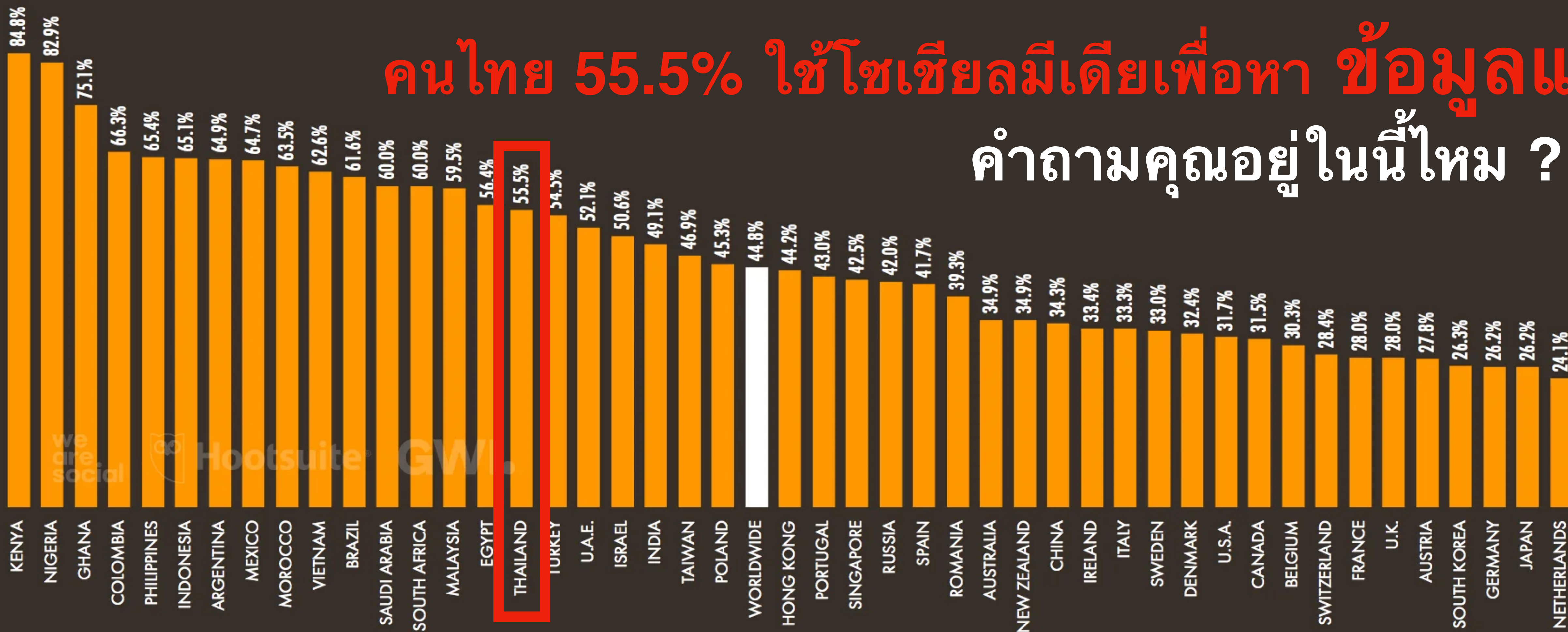
JAN
2021

USE OF SOCIAL MEDIA FOR BRAND RESEARCH

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO VISIT SOCIAL NETWORKS TO SEARCH FOR INFORMATION ABOUT BRANDS

คนไทย 55.5% ใช้โซเชียลมีเดียเพื่อหา ข้อมูลแบบ

คำถามคุณอยู่ในนี้ไหม ?





THAILAND

JAN
2021

DEVICE OWNERSHIP

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 THAT OWNS EACH KIND OF DEVICE



THAILAND

MOBILE PHONE
(ANY TYPE)



99.0%

SMART
PHONE



98.9%

NON-SMARTPHONE
MOBILE PHONE



6.7%

LAPTOP OR DESKTOP
COMPUTER



48.5%

TABLET
DEVICE



34.7%

TV STREAMING
STICK OR DEVICE



8.4%

GAMES
CONSOLE



14.5%

SMART HOME
DEVICE



5.0%

SMART WATCH
OR WRISTBAND

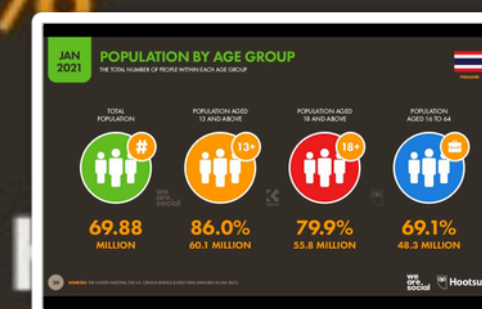


21.9%

VIRTUAL
REALITY DEVICE



3.4%



JAN
2021

DAILY TIME SPENT ON MEDIA

THE AVERAGE DAILY TIME* THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND ON DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES



TIME SPENT USING THE
INTERNET (ALL DEVICES)



8H 44M

TIME SPENT WATCHING TELEVISION
(BROADCAST AND STREAMING)



3H 30M

TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA



2H 48M

TIME SPENT READING PRESS MEDIA
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



2H 23M

TIME SPENT LISTENING TO
MUSIC STREAMING SERVICES



1H 34M

TIME SPENT LISTENING
TO BROADCAST RADIO



0H 44M

TIME SPENT LISTENING
TO PODCASTS



0H 56M

TIME SPENT PLAYING VIDEO
GAMES ON A GAMES CONSOLE



1H 38M



JAN
2021

ONLINE CONTENT ACTIVITIES

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 THAT CONSUMES EACH KIND OF CONTENT VIA THE INTERNET EACH MONTH



WATCH
ONLINE VIDEOS



99.0%

WATCH
VLOGS



51.4%

LISTEN TO MUSIC
STREAMING SERVICES



67.5%

LISTEN TO ONLINE
RADIO STATIONS



51.0%

LISTEN TO OR
WATCH PODCASTS



44.2%

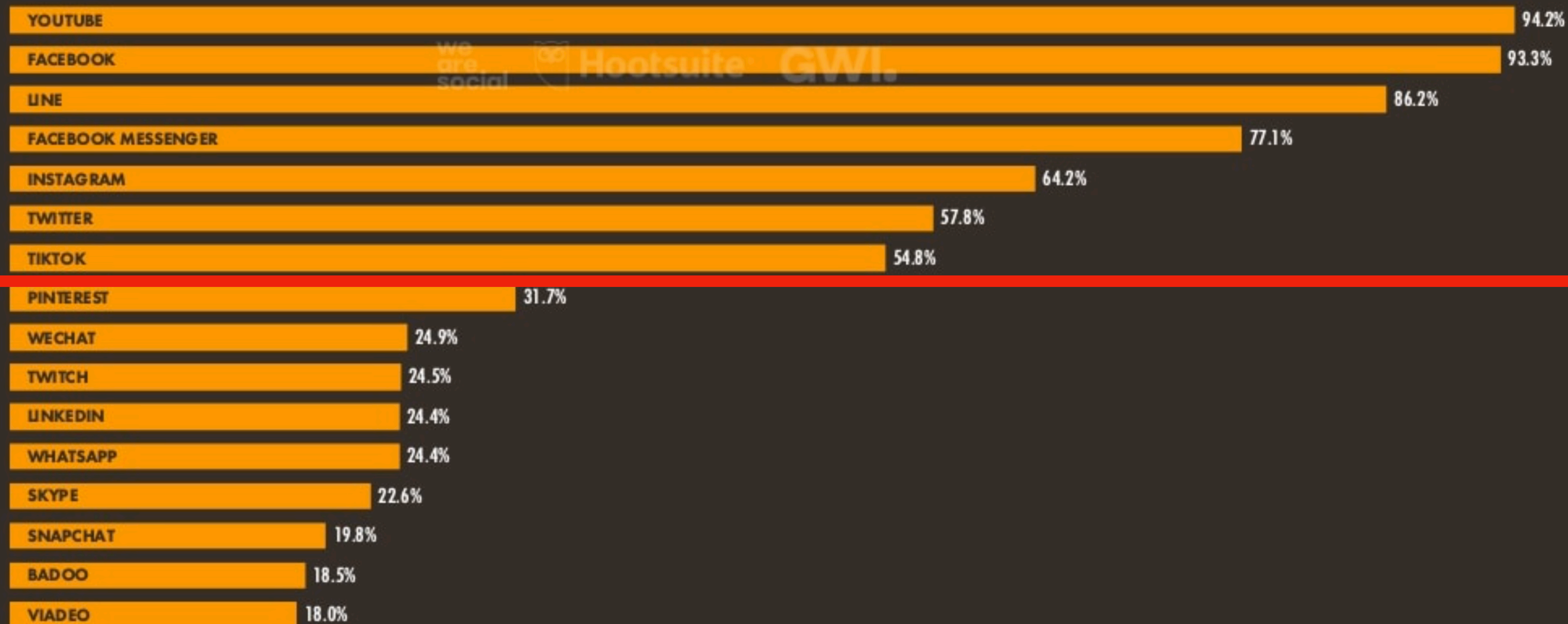
JAN
2021

MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 THAT HAS USED EACH PLATFORM IN THE PAST MONTH



THAILAND



JAN
2021

MOBILE APP RANKINGS: ACTIVE USERS

RANKINGS OF TOP MOBILE APPS AND GAMES BY MONTHLY ACTIVE USERS IN 2020



THAILAND

RANKING OF MOBILE APPS BY MONTHLY ACTIVE USERS

#	APP NAME	PARENT COMPANY
01	FACEBOOK	FACEBOOK
02	LINE	LINE
03	FACEBOOK MESSENGER	FACEBOOK
04	LAZADA	ALIBABA GROUP
05	SHOPEE	SEA
06	INSTAGRAM	FACEBOOK
07	K PLUS	KASIKORNBANK
08	TWITTER	TWITTER
09	SCB EASY	SIAM COMMERCIAL BANK
10	MY AIS	ADVANCED INFO SERVICE

RANKING OF MOBILE GAMES BY MONTHLY ACTIVE USERS

#	GAME NAME	PARENT COMPANY
01	COIN MASTER	MOON ACTIVE
02	ARENA OF VALOR	TENCENT; SEA; NETMARBLE
03	FREE FIRE	SEA
04	AMONG US!	INNERSLOTH
05	PUBG MOBILE	TENCENT; VNG; REKOO; KRAFTON
06	ROBLOX	ROBLOX
07	CALL OF DUTY: MOBILE	TENCENT; SEA; VNG; ACTIVISION BLIZZARD
08	RAGNAROK M : ETERNAL LOVE	GUNGHO ONLINE ENTERTAINMENT; X.D. NETWORK
09	MINECRAFT POCKET EDITION	NETEASE; MICROSOFT
10	TOM AND JERRY: CHASE	NETEASE; ENVOYGAMES

JAN
2021

MOBILE APP RANKINGS: DOWNLOADS

RANKINGS OF TOP MOBILE APPS AND GAMES BY **TOTAL DOWNLOADS** IN 2020



RANKING OF MOBILE **APPS** BY **TOTAL NUMBER OF DOWNLOADS**

#	APP NAME	PARENT COMPANY
01	TIKTOK	BYTEDANCE
02	FACEBOOK	FACEBOOK
03	FACEBOOK MESSENGER	FACEBOOK
04	LINE	LINE
05	SHOPEE	SEA
06	INSTAGRAM	FACEBOOK
07	LAZADA	ALIBABA GROUP
08	WALLET BY TRUEMONEY	TRUE CORPORATION
09	FOODPANDA	DELIVERY HERO
10	MYMO BY GSB	GOVERNMENT SAVINGS BANK

RANKING OF MOBILE **GAMES** BY **TOTAL NUMBER OF DOWNLOADS**

#	GAME NAME	PARENT COMPANY
01	WORMSZONE.IO	AZUR INTERACTIVE GAMES
02	FREE FIRE	SEA
03	ARENA OF VALOR	NETMARBLE; TENCENT; SEA
04	BRAIN OUT	EYEWIND
05	SUBWAY SURFERS	IDREAMSKY; SYBO
06	AMONG US!	INNERSLOTH
07	PUBG MOBILE	KRAFTON; VNG; TENCENT; REKOO
08	WORMATE.IO	OLEKSANDR GODOBA
09	COIN MASTER	MOON ACTIVE
10	GARDENSCAPES - NEW ACRES	PLAYRIX

JAN
2021

GOOGLE SHOPPING: TOP QUERIES IN 2020

THE MOST COMMON SHOPPING QUERIES THAT PEOPLE ENTERED INTO GOOGLE BETWEEN 01 JANUARY AND 31 DECEMBER 2020



THAILAND

#	SEARCH QUERY	INDEX
01	กระเป๋า	100
02	โทรศัพท์	53
03	OPPO	52
04	แอป	50
05	SAMSUNG	41
06	LAZADA	39
07	SHOPEE	37
08	IPHONE	37
09	ลาซาด้า	25
10	แปลภาษา	24

#	SEARCH QUERY	INDEX
11	SHOES	21
12	ของเล่น	21
13	VIVO	20
14	โน้ตบุ๊ก	17
15	การ์ตูน	16
16	ตรวจหวย	16
17	HUAWEI	13
18	รองเท้าผ้าใบ	9
19	กระเป๋าสะพายข้าง	9
20	IPHONE 11	9





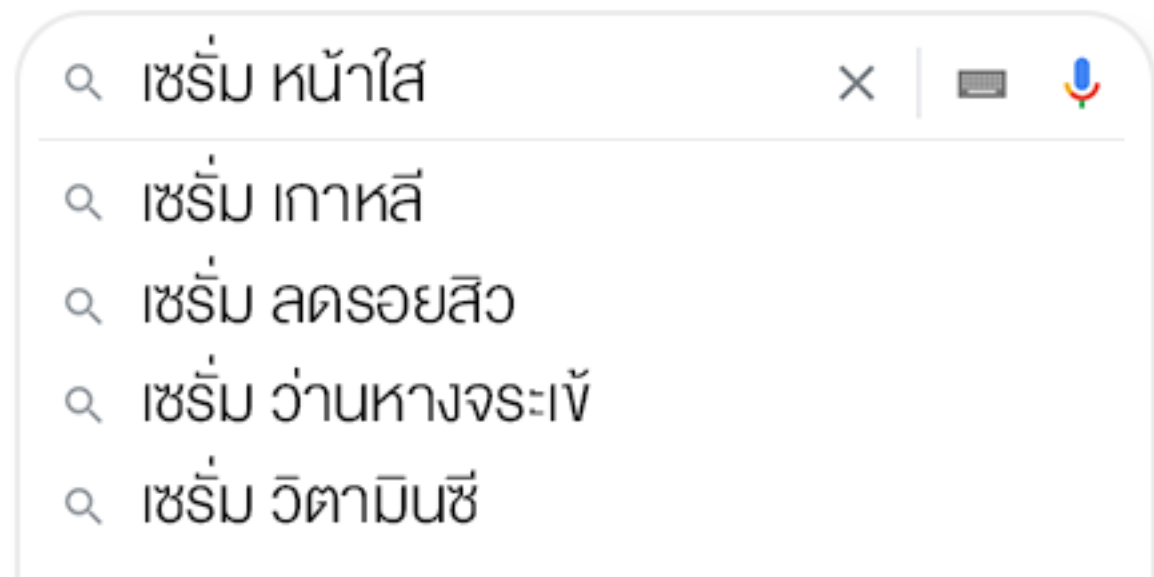
เทรนด์ช้อปปิ้งออนไลน์



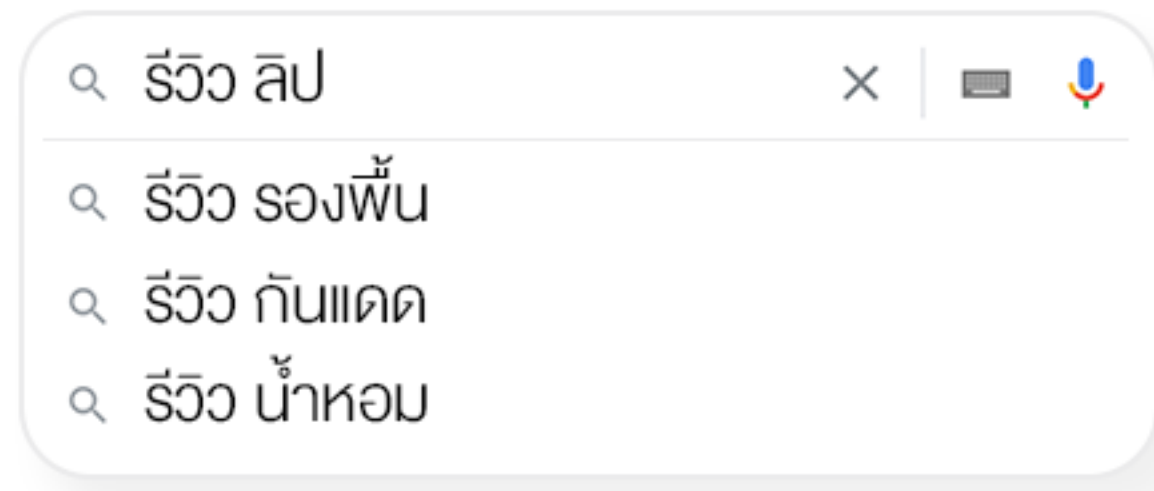
พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจซื้อ



คำค้นหาของผู้บริโภคเจาะจงความต้องการ แต่ไม่ระบุแบรนด์ เช่น



การค้นหายอดนิยมเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ในปี 2020 บน YouTube





เทรนด์ทำงานที่บ้าน



การค้นหา 'เก้าอี้ทำงาน'
เพิ่มขึ้น 34%



การค้นหา 'วิธีประชุมออนไลน์'
เพิ่มขึ้น 1.5 เท่า

เทรนด์แสวงหาความสุข



เวลาในการรับชม 'หนังตลก'
บน YouTube
เพิ่มขึ้น 90%



การค้นหา 'เก้าอี้เกมมิ่ง'
เพิ่มขึ้น 125%



การค้นหา 'การทำอาหาร'
บน YouTube
เพิ่มขึ้น 81%



การค้นหาเกี่ยวกับ 'ปลูกต้นไม้'
เพิ่มขึ้น 20%



ข้อมูลจาก : Google

เทรนด์อาหาร และเครื่องดื่ม



การค้นหาสูตรอาหาร
เพิ่มขึ้น 55%



การค้นหาวิธีทำอาหารบน YouTube
เพิ่มขึ้น 81%

เมนูที่มีการค้นหาสูงสุด

- สูตร หมูแดดเดียว
- สูตร บราวนี่
- สูตร วนมกรก
- สูตร หมักหมูย่าง
- สูตร หมักไก่ย่าง



การค้นหา 'หม้อทอดไร้น้ำมัน'
เพิ่มขึ้น 2400%



การค้นหา 'ไมโครเวฟ'
เพิ่มขึ้น 156%

หลังคลายล็อกดาวน์เทรนด์การรับประทานอาหารนอกบ้านและไปร้านกาแฟฟื้นตัว



การค้นหา 'ร้านอาหาร ใกล้เคียง'
เพิ่มขึ้น 87%



การค้นหา 'ร้านกาแฟ ใกล้เคียง'
เพิ่มขึ้น 52%



เทรนด์สุขภาพ



แบรนด์ถูกคาดหวังให้สามารถ
ตอบสนองความชอบเฉพาะ
บุคคลของลูกค้าได้มากขึ้น



เวลาในการรับชมวิดีโอ
ออกกำลังกายบน YouTube

เพิ่มขึ้น 80%



การค้นหา 'อาหารที่ทำจากพืช'

เพิ่มขึ้น 173%



การค้นหา 'วิตามิน' (ในเดือนมี.ค./เม.ย.)

เพิ่มขึ้น 80%



การค้นหา 'คีโต'

เพิ่มขึ้น 121%



การค้นหา 'เจลล้างมือ'

เติบโตขึ้น 1100%

เทรนด์พัฒนาทักษะและเสริมรายได้



การค้นหา 'เรียนออนไลน์'

เพิ่มขึ้น 6 เท่า



เวลาในการรับชมวิดีโอเกี่ยวกับ 'การเงิน'

เพิ่มขึ้น 6 เท่า



การค้นหาเกี่ยวกับ 'การตลาดออนไลน์'

เพิ่มขึ้น 50%



การค้นหา 'ขายของออนไลน์'

เพิ่มขึ้น 32%

คำค้นหายอดนิยมเกี่ยวกับ
การขายของออนไลน์

ขายของออนไลน์ อะไรดี

วิธีขายของออนไลน์ให้ขายดี

แอปแต่งรูปขายของออนไลน์

Active Social Media Users



 Facebook
51 ล้านบัญชี

 YouTube
37.3 ล้านบัญชี

Facebook Messenger
37 ล้านบัญชี

IG
16 ล้านบัญชี

Twitter
7.35 ล้านบัญชี

Linkedin
3.2 ล้านบัญชี

Snapchat
382,500 บัญชี

55
ล้านคน

เพิ่มขึ้น
5.8%



10 Social Media ยอดนิยม



5	IG	64.2%
6	Twitter	57.8%
7	TIKTOK	54.8%
8	Pinterest	31.7%
9	We Chat	24.7%
10	Twitch	24.5%

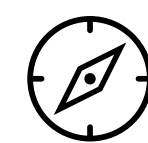


คนไทยชอบใช้เฟสบุ๊คแบบไหน

1. เสพคอนเทนต์ (บทความ/วิดีโอ/ไลฟ์)
2. แชร์เรื่องที่ชอบ / หรือต้องการให้คนอื่นเห็น

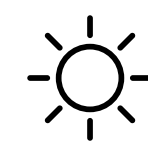


SHARE



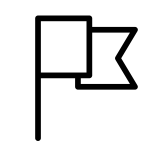
NEWS

ข้อมูลข่าวสาร หรือ อัปเดต



วิเคราะห์

นำข้อมูลมาวิเคราะห์ แล้วสรุปอย่างน่าสนใจ



ความรู้

ความรู้ หรือ How-to ที่นำไปใช้ได้ทันที



สนุกสนาน

วิดีโอสนุกสนาน บันเทิง



คนเราดูวิดีโอ มากแค่ไหน ?



55%

ชมคอนเทนต์
ประเภทวิดีโอทุกวัน



72%

รู้จักผลิตภัณฑ์/บริการ
ผ่านคอนเทนต์วิดีโอ



90%

ชื่นชอบวิดีโอสั้นแนวตั้ง



99%

คอนเทนต์จากการ
Live Streaming
มีมากขึ้น (YOY)



#อยู่บ้านเป็นอะไรก็ได้

7.3M views

มาสนุกกับการอยู่บ้าน เป็นเวลาอีกจะไรดี กับแชนแนล #อยู่บ้านเป็นอะไรก็ได้ คลายเครียดกันเถอะ #สนุกทุกสร้างสรรค์



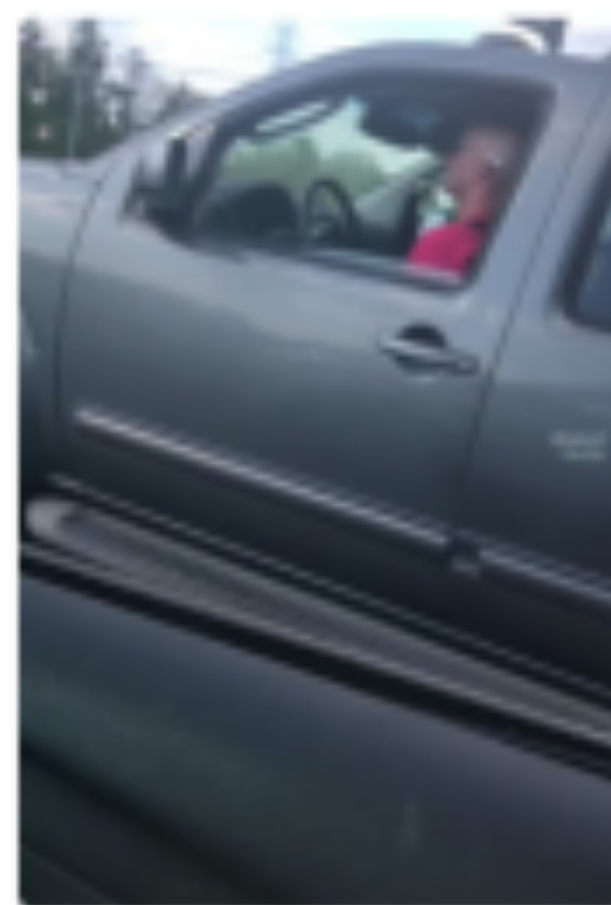
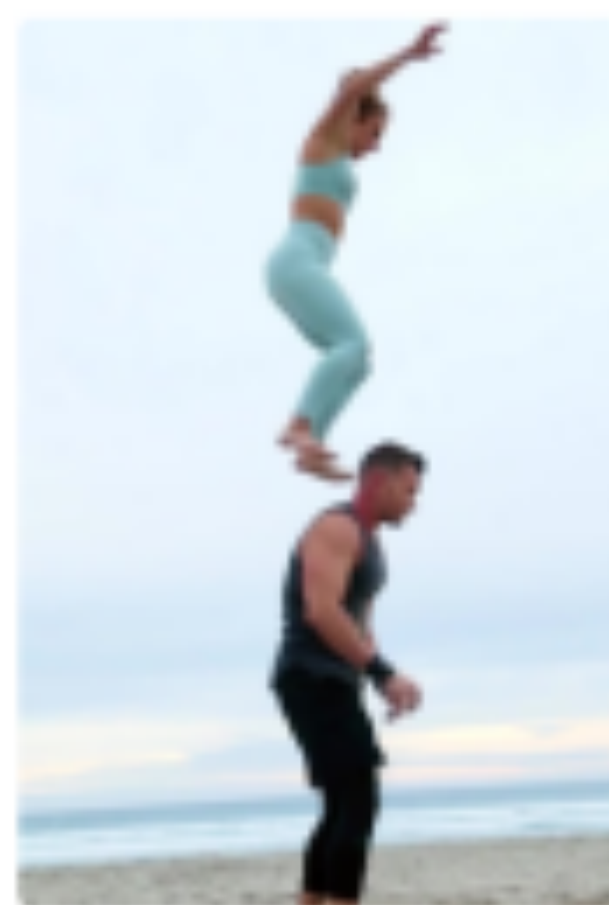
#ตลกขบขัน



Woah

8.4M videos

KRYPTO9095 feat. D3Mstreet



Myself





TikTok ในไทย ฮิตแค่ไหน



ยอดดาวน์โหลด
สูงขึ้น 44%



คนใช้เวลาบน TikTok
สูงขึ้น 71%



ใช้งานแต่ละครั้ง
เพิ่มขึ้น 47%



ผู้ใช้ 50%
อายุ 18-34 ปี

หมวดคอนเทนต์ยอดวิวสูงสุด 5 อันดับ



Entertainment
(รายการ/ทีวีโชว์/คอนเสิร์ต
/เบื้องหลังต่าง ๆ)



Daily life



Food&Drink



Games



Comedy

Instagram Live To Live On

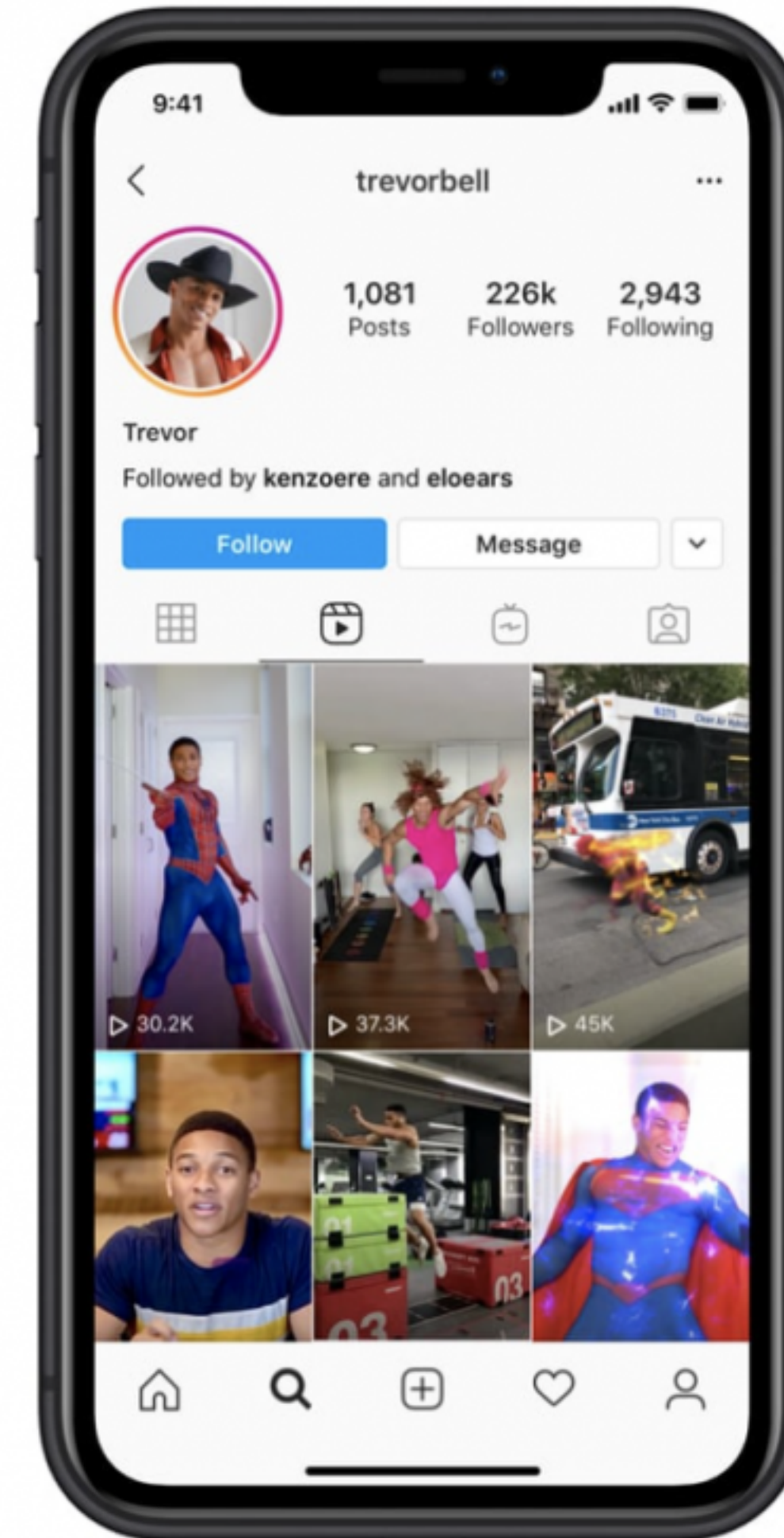


At the peak of the coronavirus pandemic, Instagram Live usage skyrocketed

70%

and will continue to be popular in 2021.

(Business Insider, 2020)



REELS

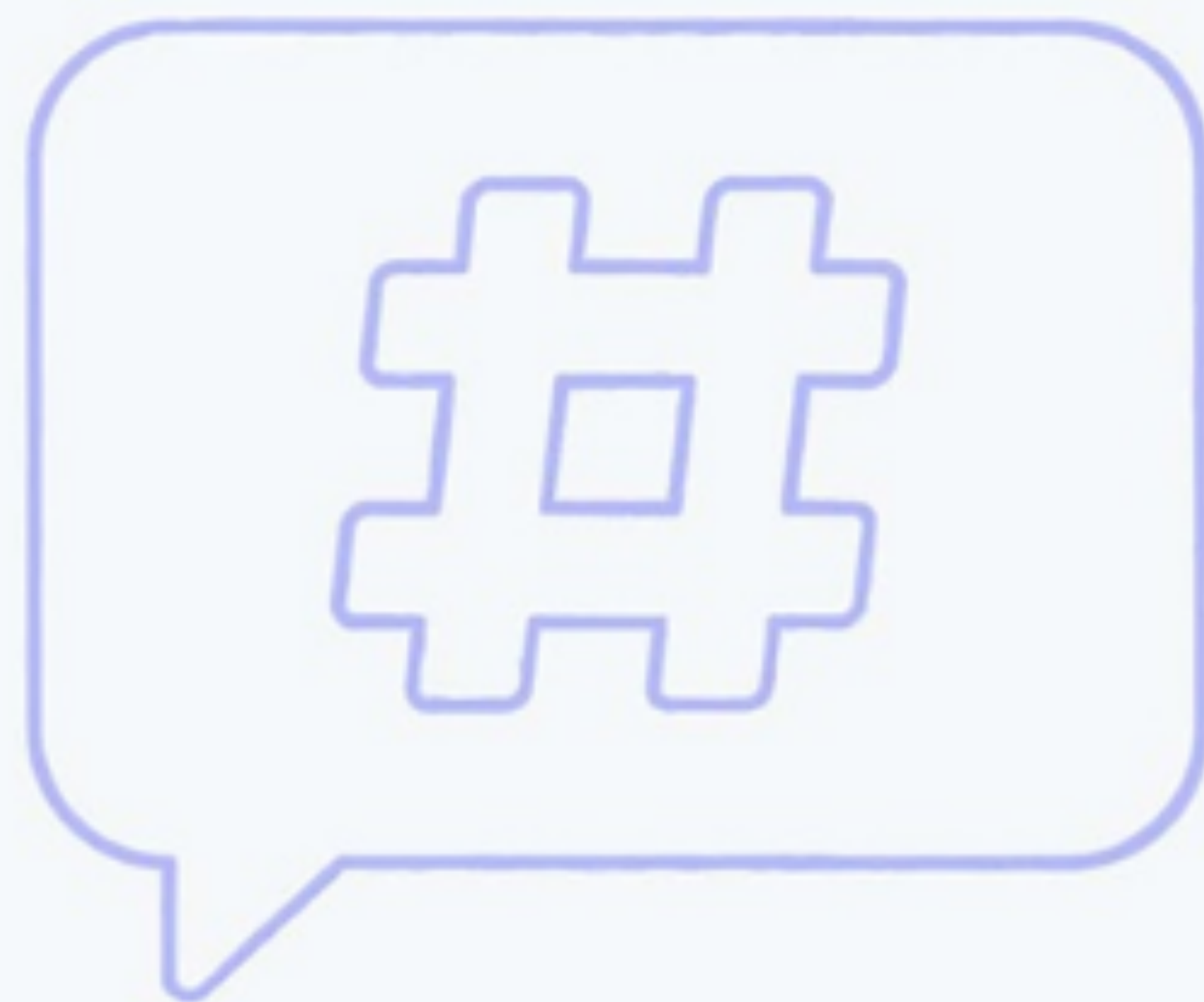
TikTok, Twitter, and Gif Content Trending on Instagram

Cross-platform content
from other social
channels including
TikTok and Twitter will

**FEATURE
MORE**

on Instagram.

(Hootsuite, 2020)



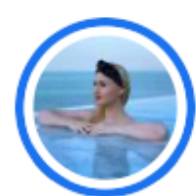
สรุป

YouTube : ดูยาวๆ เรื่องที่สนใจ

FACEBOOK : แชร์ก็บไว้

TIKTOK : ดูรีวๆ แต่ได้อะไร

INSTAGRAM : ภาพสวยๆ

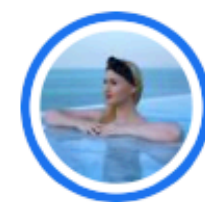
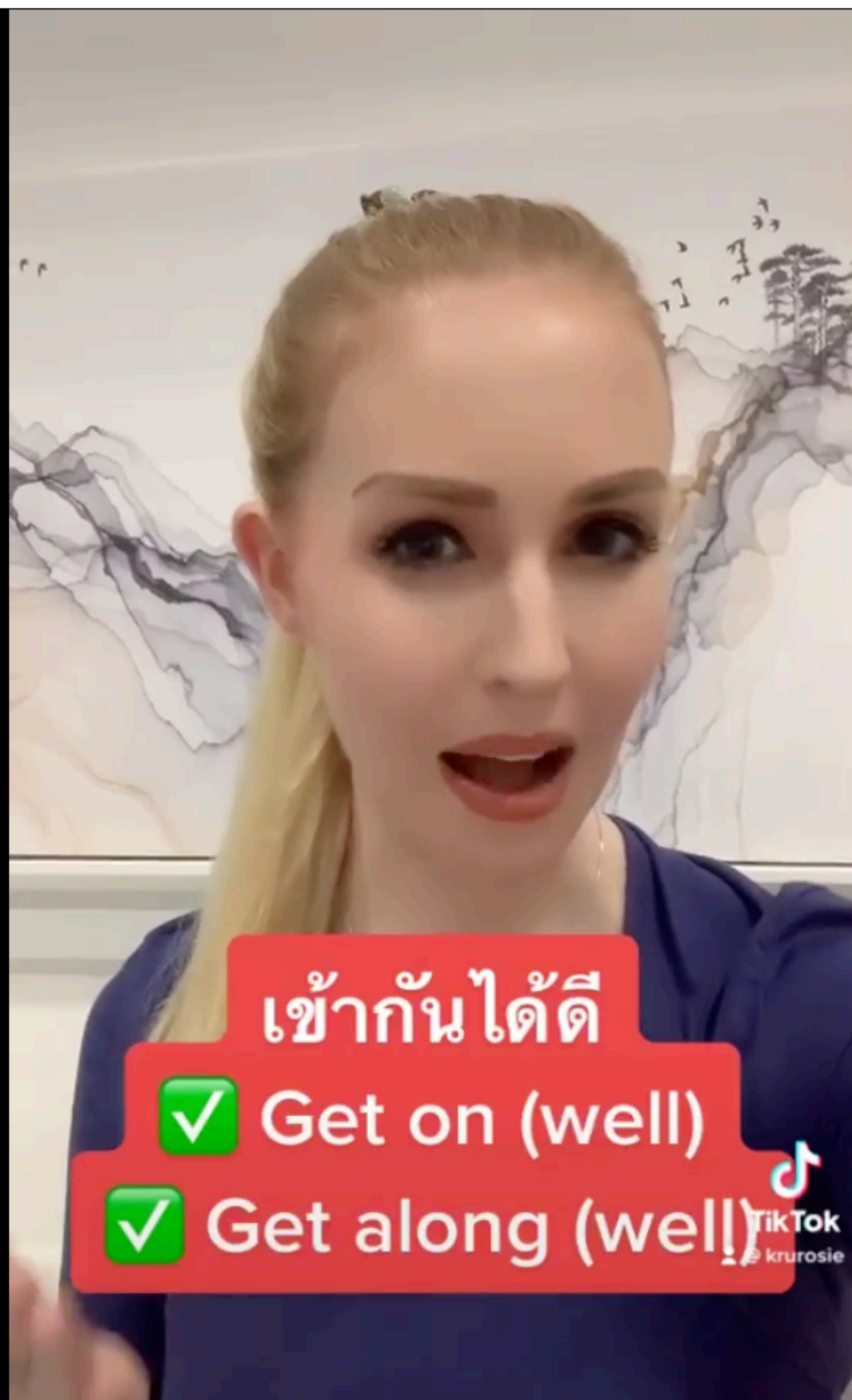


ครูโรซี่: British English

12 กันยายน เวลา 16:08 น. · 🌐

...

'เข้ากันได้ดี' กับ 'ไม่ถูกกัน' ภาษาอังกฤษคือ...

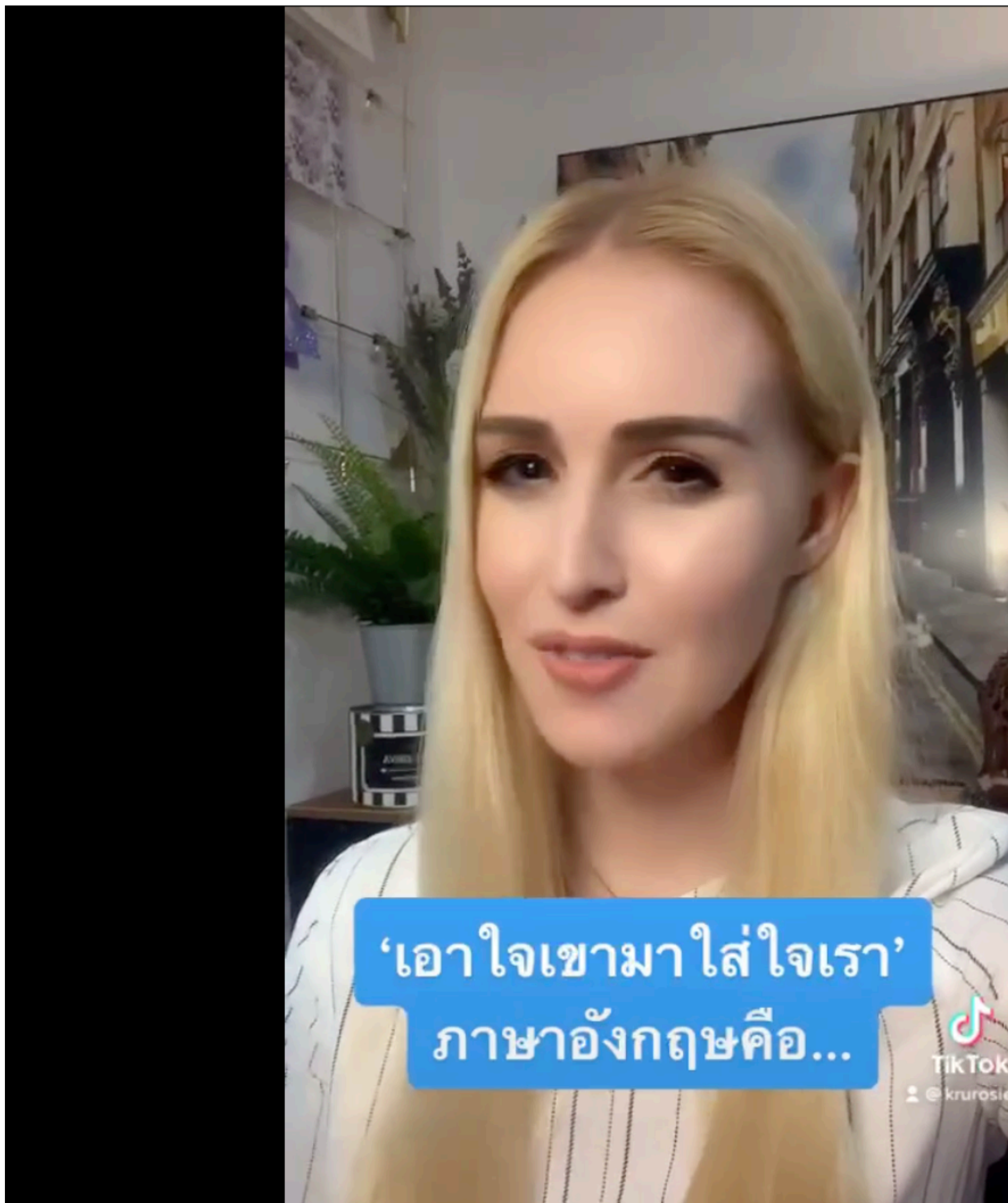


ครูโรซี่: British English

5 กันยายน เวลา 13:39 น. · 🌐

...

'เอาใจเขามาใส่ใจเรา' ภาษาอังกฤษคือ...

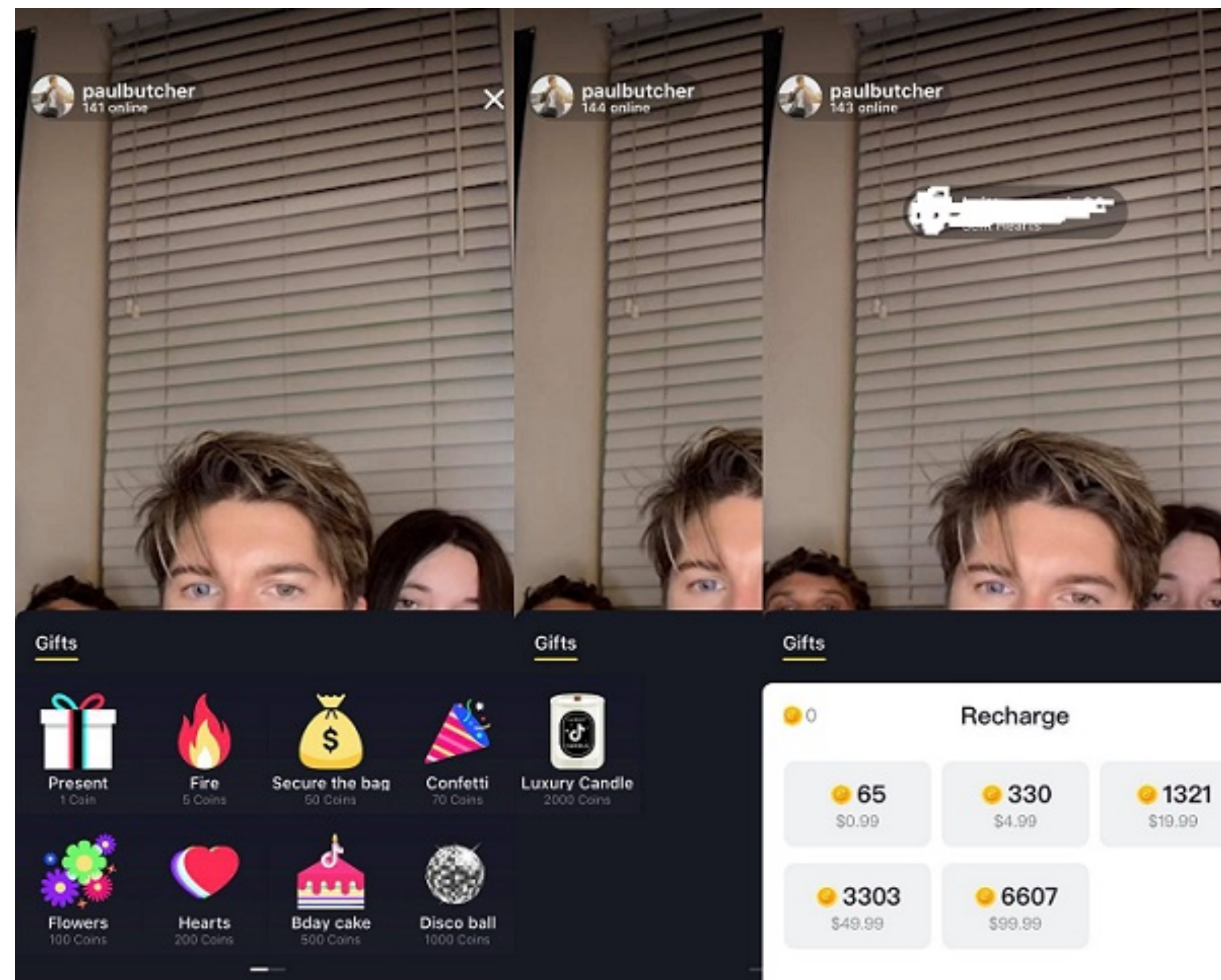
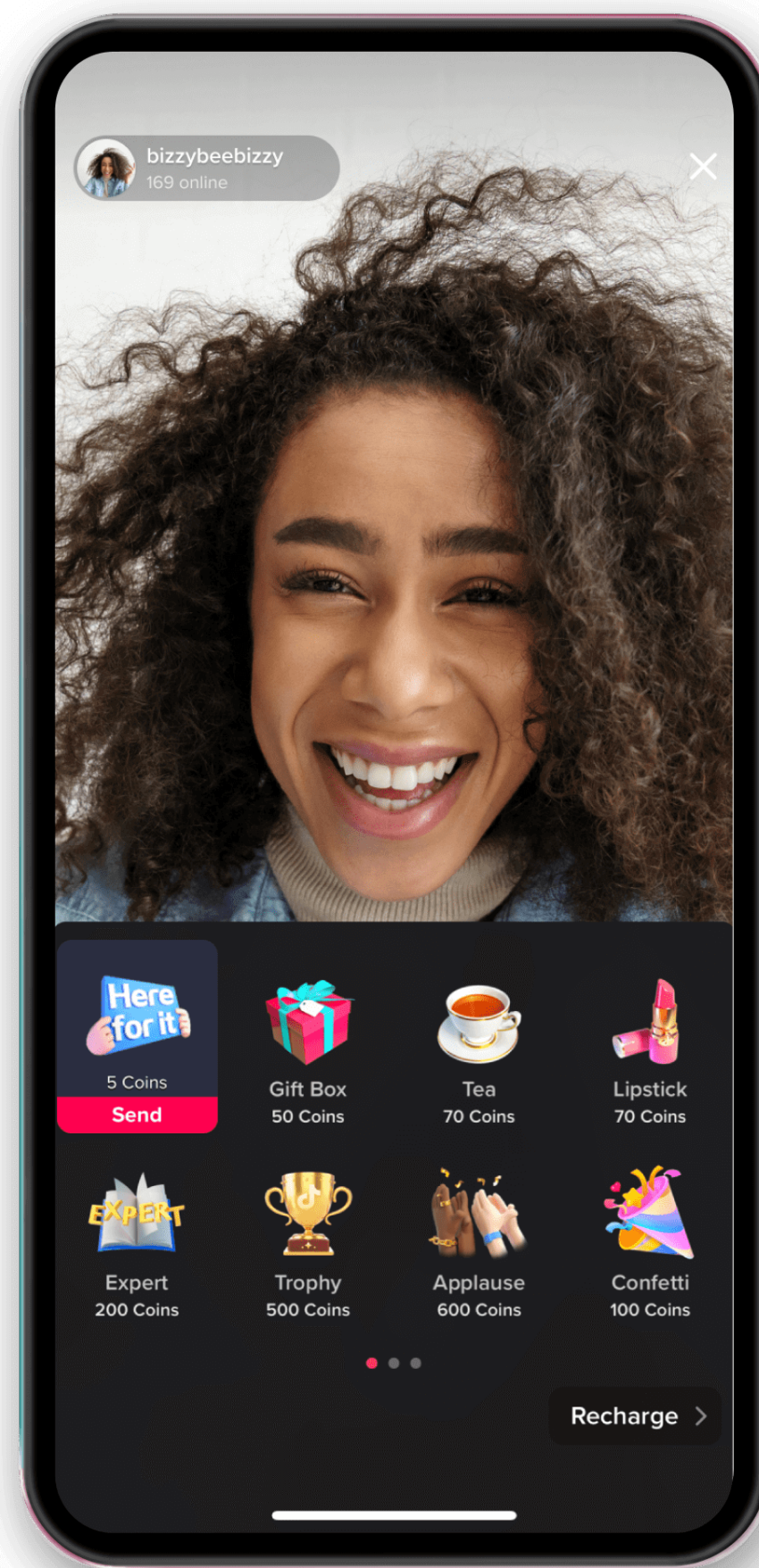




สร้างรายได้อย่างไร

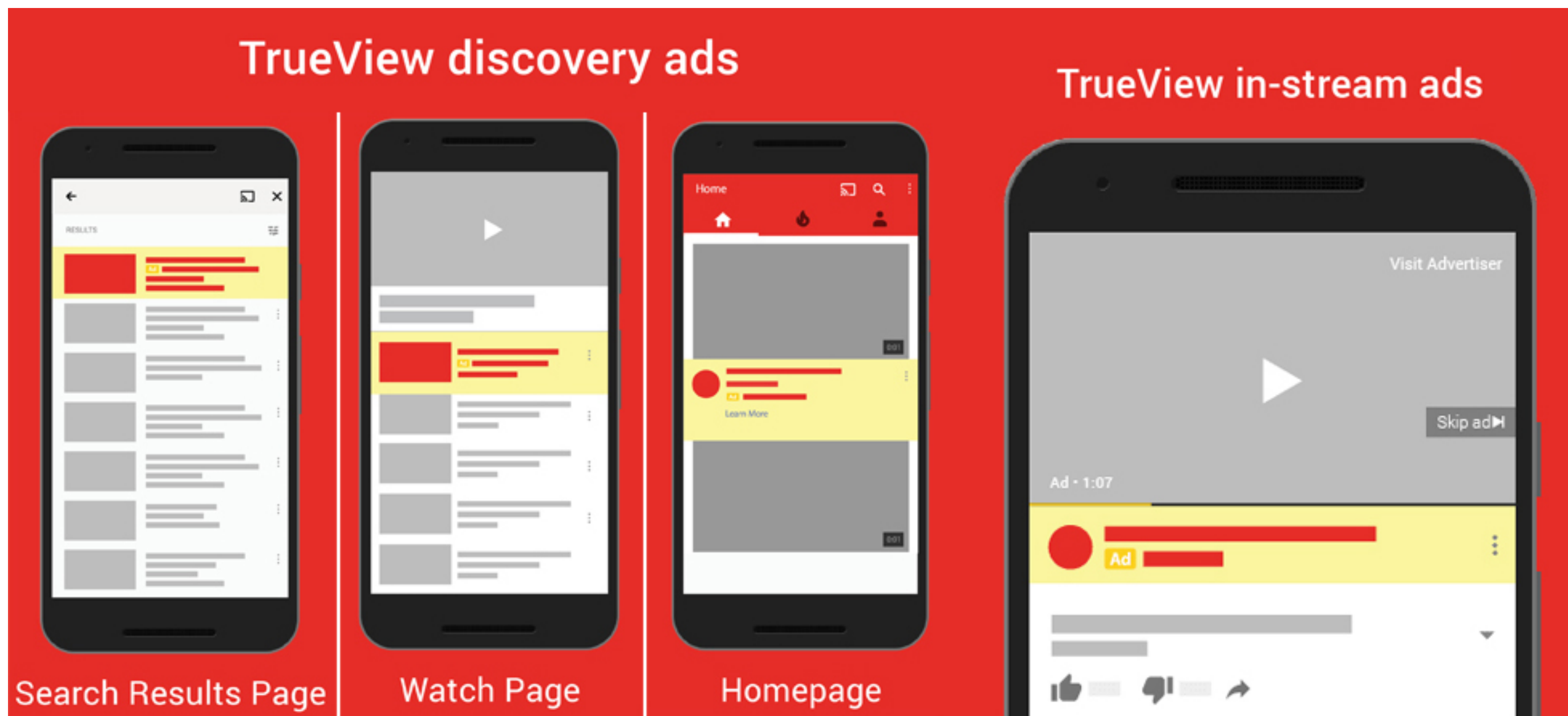
สร้างรายได้อย่างไร

TIKTOK : Coin



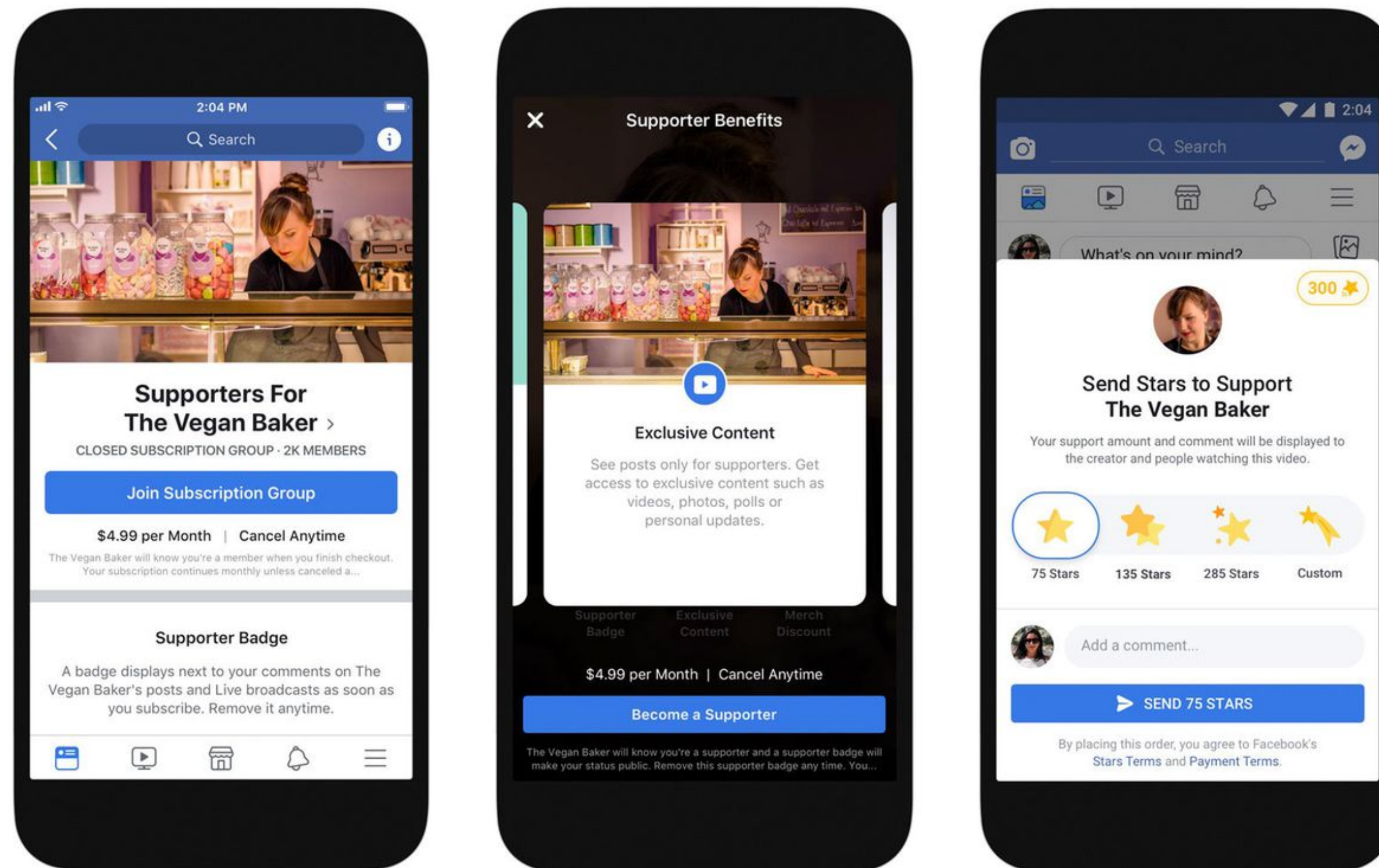
สร้างรายได้อย่างไร

YouTube : Adsense/Sponcer



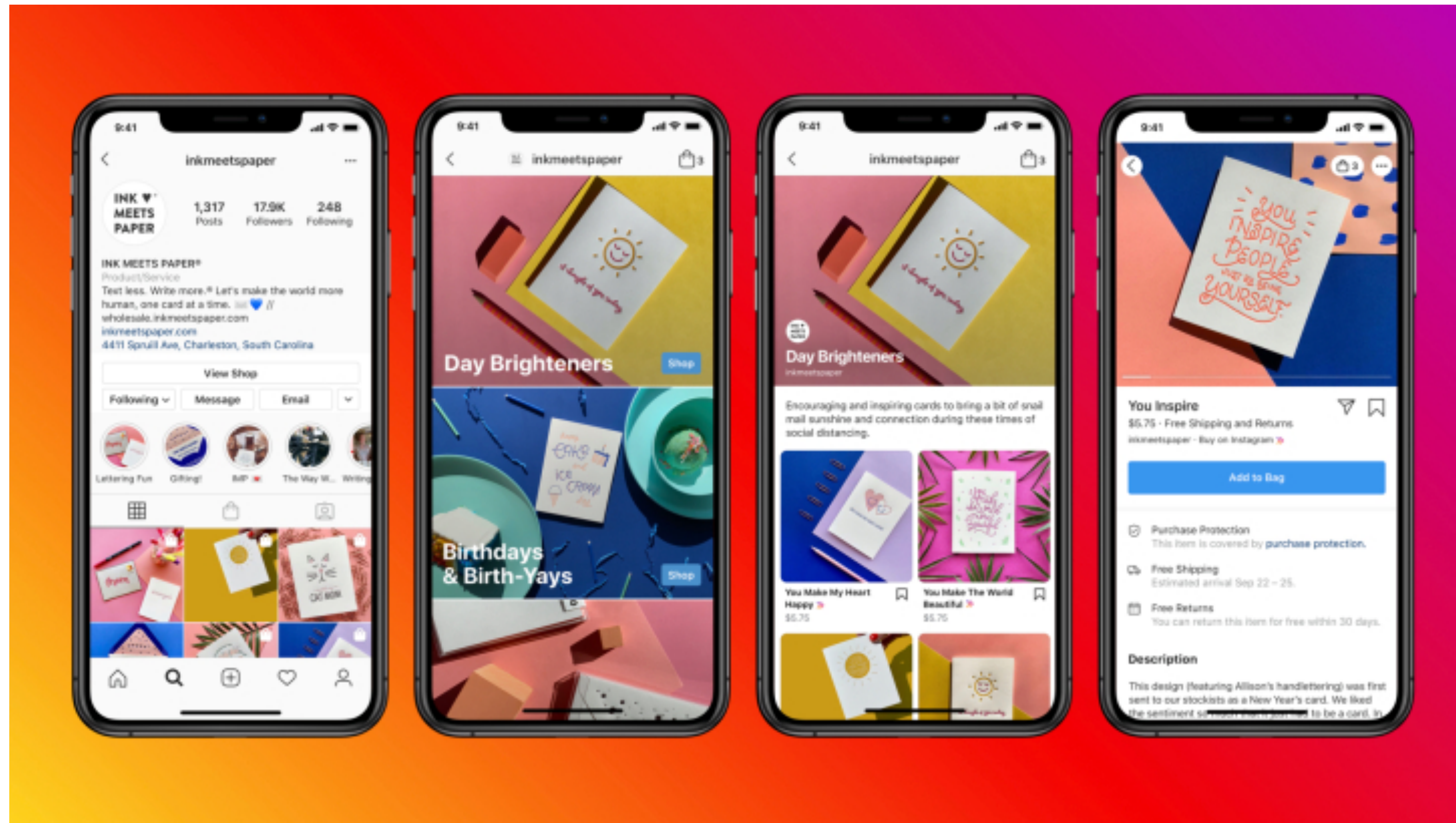
สร้างรายได้อย่างไร

FACEBOOK : AdsView, Star/ขายตรงๆ



สร้างรายได้อย่างไร

INSTAGRAM : แปะร้านขายเลย



สร้างรายได้อย่างไร

YouTube : Adsense/Sponcer

FACEBOOK : AdsView,Star/ขายตรงๆ

TIKTOK : Coin

INSTAGRAM : แปะร้านขายเลย