

คนไทยค้นหาอะไร?

หลังจากที่โควิด-19 ได้แพร่ระบาดมากกว่าหนึ่งปีเต็ม ผู้บริโภคเริ่มมีความมั่นใจว่าเศรษฐกิจโลกกำลังฟื้นตัวอย่างช้าๆ แม้จะยังมีความไม่แน่นอน สำหรับประเทศไทย เรายังคงเห็นเทรนด์ผู้บริโภคที่ได้นำเสนอใน [รายงาน Year in Search ประเทศไทย](#) คนไทยยังคงให้ความสำคัญกับการดูแลตัวเอง หลายคนมองหาวิธีใช้ชีวิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และหันมาทำกิจกรรมในรูปแบบใหม่ๆ นักการตลาดสามารถใช้เครื่องมือ [Google Trends](#) เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และความรู้สึกของผู้บริโภค รวมถึงทำให้ลูกค้าค้นหาเจอรธุรกิจของคุณ

การดูแลตัวเอง



“สัฟม ไฮไลท์”
เพิ่มขึ้น
86%

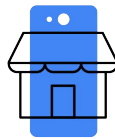


“แชมพูลดผมร่วง”
เพิ่มขึ้น
54%

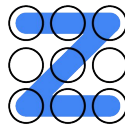


“ร้านตัดผมใกล้ฉัน”
เพิ่มขึ้น
54%

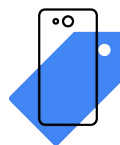
วิธีใช้ชีวิตให้มีประสิทธิภาพ



“ร้านโทรศัพท์”
เพิ่มขึ้น
81%

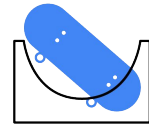


“บอร์ดมงคล”
เพิ่มขึ้น
38%

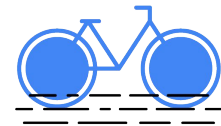


“ราคาล่าสุด”
เพิ่มขึ้น
25%

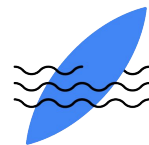
กิจกรรมกลางแจ้งรูปแบบใหม่



“สเก็ตบอร์ด”
เพิ่มขึ้น
262%



“บึงหนองบอน”
เพิ่มขึ้น
177%



“เซิร์ฟบอร์ด”
เพิ่มขึ้น
119%