

本期焦點



如何用社群大數據提升社群品牌力？

- 2018社群好評產業大調查

- 應用社群大數據分析產業與品牌競爭力—家電產業

OpView放大鏡



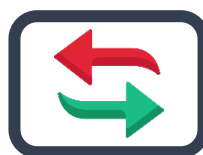
熱議文章大公開 (新聞 / Dcard / 批踢踢 / Mobile 01 / Facebook / 品牌話題)

觀測時間：
2018/01/01-08/31
觀測範圍：討論區、社群網站、新聞回文

如何用社群大數據提升社群品牌力？

人和社群媒體接觸的時間越來越長，已經成為生活中密不可分的一部分，社群大數據的價值在此時便顯現出來。為此，意藍資訊於10月4日舉辦社群大數據分析應用發表會，獨家發布產業好評排行榜、產業熱門頻道，並提出傳統品牌 (Purchase brands) 往新數位品牌 (Usage brands) 移動的經營趨勢。

本期電子報節錄台大商研所兼任教授楊立偉博士和意藍資訊資深口碑分析師陳怡文Even兩位的演講內容，分析品牌經營趨勢轉變，探索好評聲量成長最高的產業品牌策略，帶出社群經營的方針，並以家電產業為案例，研究其社群影響力。



從傳統品牌到數位品牌

過去三到五年間，品牌常以銷售導向做行銷，忽略顧客對品牌的定位認知跟了解，不過最近哈佛商業評論的研究指出，其重要性正不斷在提升中。目標客群對品牌的認知，會在數位時代中反過來塑造你的品牌，在討論目標客戶時，同時也是在說品牌的定位。



▲楊立偉博士於發表會現場



▲ 品牌定位與目標客戶互相影響

許多傳統舊品牌只關注購買、漏斗理論、促銷等，著重市占率 (Market share)，被稱之為 Purchase brands；然而有一批新型態的數位品牌開始提倡 Usage brands，讓目標客戶從傳統購買者 (Buyer) 變成使用者 (User)，將品牌建立在顧客的生活中。數位品牌較注重產品的體驗、服務，或是客戶之間的分享，優化使用者的體驗，以了解它的價值。舉訂房網站為例，傳統品牌如飯店住宿業者，以往關心的是廣告、DM、傳遞的訊息內容等，而新數位品牌如 Airbnb 的業者則是將焦點放在 google 或是網站上的評分，亦即得到使用者的五星評分可能比廣告本身得獎還重要。傳統品牌用活動、促銷創造「買」產品的需求，現代品牌則創造「用」產品的需求，從體驗切入、關心網友討論的東西並鼓勵分享，而非一味地以自己的利益角度出發。



好評成長產業排行榜

★ 討論聲量最高產業	排名
觀光旅遊產業	1
消費性電子及家電	2
連鎖餐飲產業	3
影視娛樂產業	4

♥ 好評成長最多產業	排名
連鎖餐飲產業	1
美妝保養品	2
行動支付產業	3
電商及網路品牌	4

▲ 2018 產業聲量及好評成長率排行榜 (以 OpView 調查；成長率為對比去年同期)

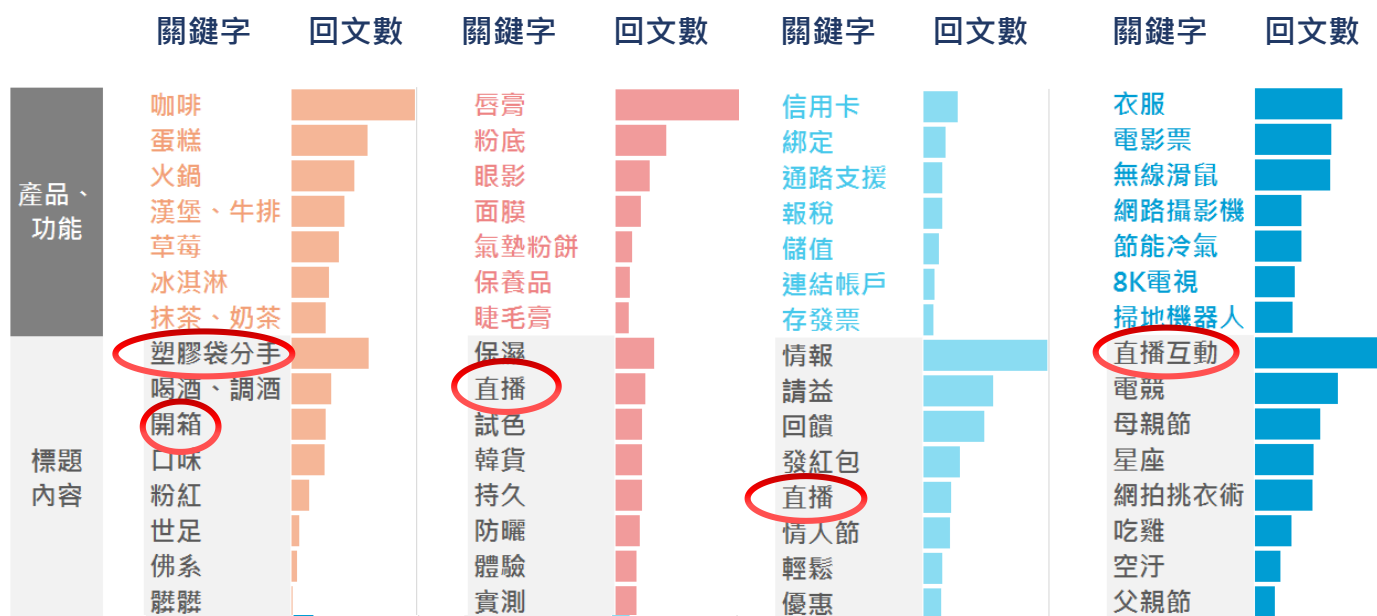
首先從產業來看，今年討論聲量前四名的是「觀光旅遊產業」、「消費性電子及家電產業」、「連鎖餐飲產業」、「影視娛樂產業」。足見這四個產業，都已經轉向重視產品的體驗及討論，而非傳統的廣告及促購。以消費性電子及家電產業，社群開箱文及網紅直播體驗當道，深入影響客戶的行為，是今年的觀察重點。

然而品牌不只要有話題、更希望獲得好評。因此使用AI自動判讀網友留言文字情緒，與去年同期相比，客戶正面評價成長率最高的產業，有「連鎖餐飲產業」、「美妝保養產業」、「行動支付產業」、「電商及網路品牌」，不但在社群上獲取客戶的好感，甚至不少網友發展成品牌鐵粉及擁護者，帶來極大的擴散力量。



四大好評成長產業社群討論概覽

1.連鎖餐飲 2.美妝保養 3.行動支付 4.電子商務



▲好評產業之熱門參與話題關鍵字

(以OpView過濾熱門回應後分析關鍵字詞)

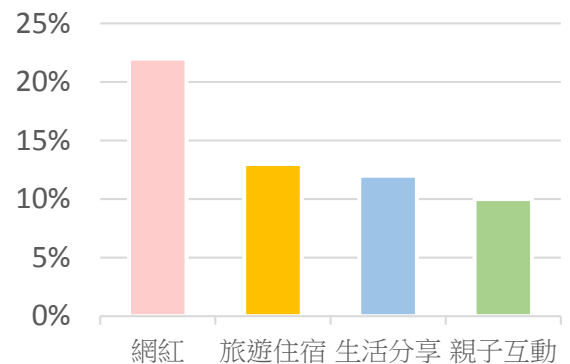
1. 連鎖餐飲 討論雖多 關係薄弱

連鎖餐飲的品牌與所在的購物中心之Facebook粉絲團回文多、正評高，但其中的關係與連結相對薄弱，多為抽獎或優惠的活動，楊博士建議此產業需思考更多關於體驗、續購、擁護之客戶參與。關注餐飲的網友除了受旅遊、美食網紅推薦的影響性高之外，熱門的關鍵字包含各類美食、開箱文，以及最近的環保議題「與塑膠袋分手」都吸引大量網友回覆。

排名	社群網站	討論區
1	FB > 麥當勞	Ptt > Gossiping 🙄
2	FB > 台茂購物中心	校園聊天-Dcard > 美食
3	FB > 千葉火鍋	Ptt > fastfood
4	FB > momo購物網	巴哈姆特 > 場外休憩區 🙄
5	FB > 陶板屋	伊莉討論區 > 吹水聊天

▲連鎖餐飲熱門討論頻道

(依照討論聲量排名，紅字者為負面聲量較多。)



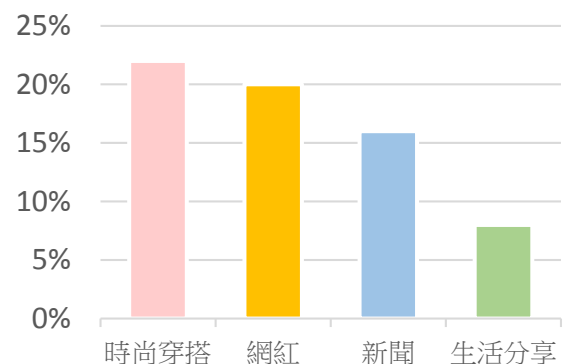
▲連鎖餐飲相同客群常用社群類型

2. 美妝保養 體驗行銷 聲量正面

美妝保養品牌參與度高的頻道多為好評，可見正在往新數位品牌發展，注重消費者評價與體驗的角度切入，是其他產業可以學習的。除了時尚穿搭、網紅開箱試色的影響性高之外，美妝討論版的使用者連帶對新聞、生活分享類頻道感興趣。最常討論的除了各式美妝品以外，直播、試色、體驗也都有良好的反應。

排名	社群網站	討論區
1	FB > LOOKin	Dcard > 美妝
2	FB > ELLE Taiwan	PTT > MakeUp
3	FB > VOGUE Taiwan	PTT > BeautySalon
4	FB > momo購物網	FashionGuide > Beauty
5	FB > Kiehl's	PTT > Buytogether

▲美妝保養熱門討論頻道



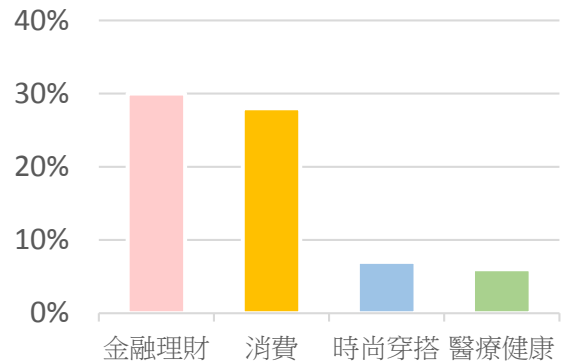
▲美妝保養相同客群常用社群類型

3. 行動支付 磨合期導致負評高

行動支付的熱門頻道中負評較多，分析其主要原因是行動支付模式正處於和台灣市場磨合的時期。行動支付社群關注者特別注意金融理財與消費類消息，最新「情報」、「回饋」、「優惠」等資訊皆引起網友熱烈討論，部分業者因「發紅包」活動當機事件造成負評。

排名	社群網站	討論區
1	FB > 日貨連線(MAVIS)	Ptt > Mobile Pay 🙄
2	Youtube關鍵字搜尋	Ptt > creditcard
3	FB > 街口APP 🙄	Ptt > Gossiping 🙄
4	FB > momo購物網	Ptt > Lifeis money
5	FB > 中區國稅局	mobile01 > 行動通訊 🙄

▲行動支付熱門討論頻道



▲行動支付相同客群常用社群類型

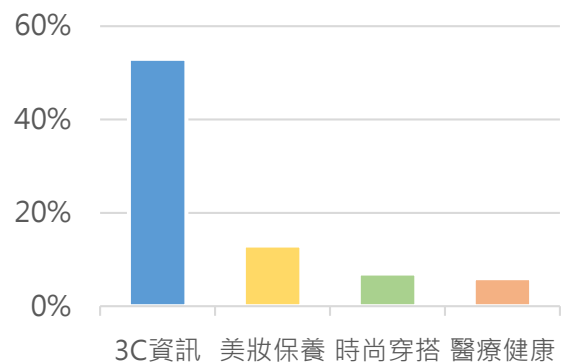
4. 電子商務 部分社群需謹慎經營

電子商務品牌以經營Facebook為主，因為電商品牌多樣化，網友的討論可能分散在許多地方，除了投注心力在外部的社交網站，也應考慮經營官方的交流平台，黏著會員與宣傳潛在用戶，避免成就了外部的平台，卻反而沒有自己的第一方情報。部分討論區的聲量以負評較多，如PTT八卦板與Dcard網路購物板，需持續關注、謹慎經營。

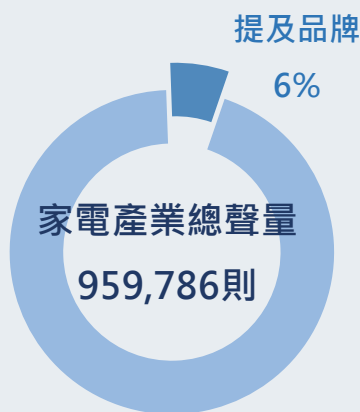
電商社群參與者共同關注的頻道，主要與3C相關資訊，其次為美妝、穿搭、健康，他們最常回覆的貼文提到衣服、電影票、3C產品與家電，且對直播互動有熱烈反應。

排名	社群網站	討論區
1	FB > 燦坤快3網路商城	Ptt > e-shopping
2	FB > PayEasy線上購	伊莉討論區 > 吹水聊天
3	FB > momo購物網	Ptt > Gossiping 🙄
4	FB > PChome 24h購物	Ptt > Lifeismoney
5	FB > MOMO購物台	Dcard > 網路購物 🙄

▲電子商務熱門討論頻道



▲電子商務相同客群常用社群類型



▲家電產業討論概況

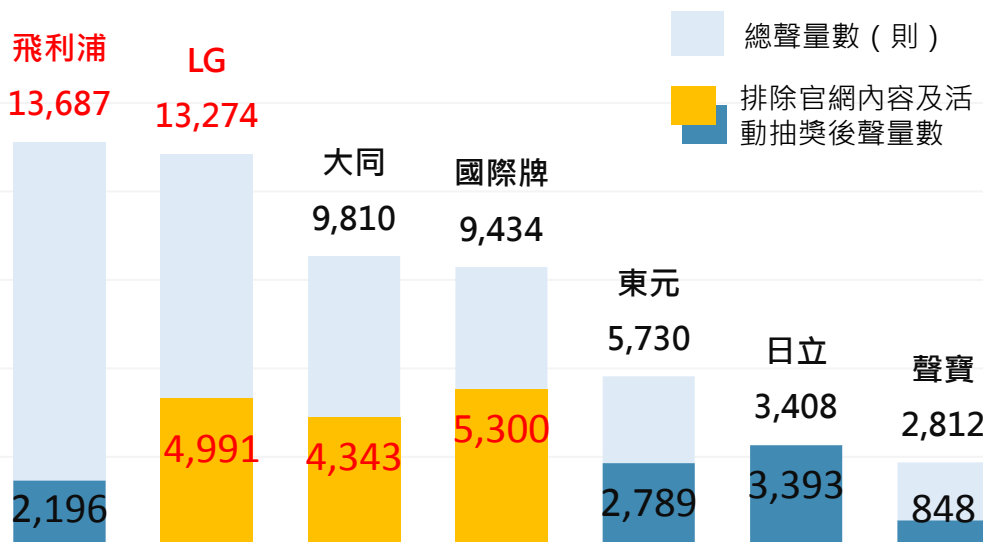


分析產業與品牌競爭力— 家電產業

本次研討會以家電產業為例，進行產品上市前的市場探勘，以及分析各品牌目前在市場的落點，協助品牌挖掘潛在客戶，並在眾多競爭者中脫穎而出、或是繼續穩坐霸主。

首先以維度分析，可以發現在近百萬則的家電產業討論中，提到品牌名稱的討論數僅占6%，代表各品牌都還有很大的努力空間。社群露出的品牌中以飛利浦最高，再來則是LG，其他的則都是飛利浦的聲量七成以降。

再進一步排除官方主動露出的內容、活動、抽獎文章，以篩出實質的網友討論率，可以發現老牌大廠國際牌逆轉勝出，韓牌 LG 和大同虎視眈眈，表現同樣不俗。



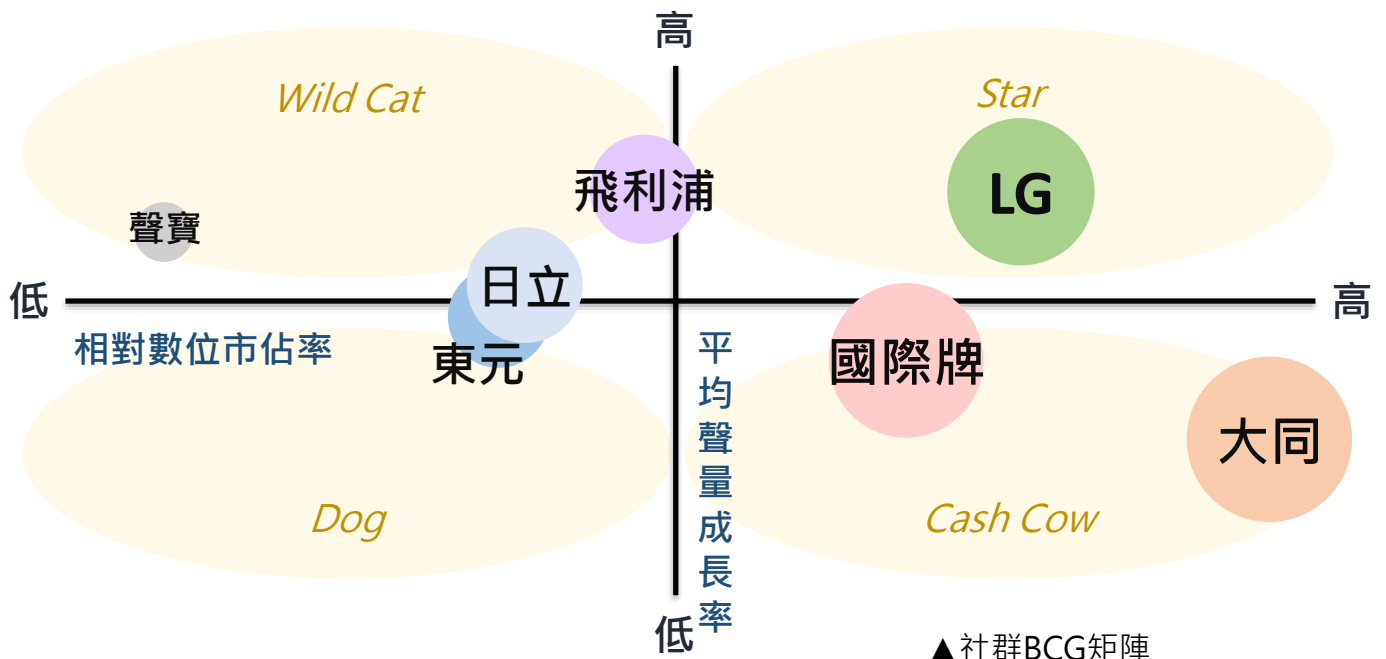
▲家電競爭品牌討論聲量維度分析

[註1]相對數位市占率：實質心占率（特定產業實質討論中，提到特定品牌的聲量數占比）x 品牌正評聲量數 / （品牌正評聲量數 + 品牌負評聲量數）之正規化指標。

[註2]平均聲量成長率：以過去六個月的平均聲量成長率，用來推估未來增長。

社群BCG矩陣找出定位

接著應用傳統的BCG矩陣，重新定義衡量指標以找出品牌在數位市場的定位。以相對數位市占率[註1]取代相對市場占有率為橫軸，縱軸則以平均聲量成長率[註2]取代市場預期增長。



▲社群BCG矩陣

定位	數位市場現況	數位策略
Star	相對數位市佔率高 平均聲量成長率高	1.持續的投資與經營。 2.並參考金牛區前輩們的輿論正負評，作為前車之鑑。
Cash Cow	相對數位市佔率高 平均聲量成長率低	1.家電相關討論有94%未提及品牌，可進一步經營的數位社群，增加心佔率 2.積極追蹤自身正負評，了解網友想法。
Wild Cat	相對數位市佔率低 平均聲量成長率高	1.關注全產業數位行銷策略，力求創造差異化，搶攻市場。 2.謹慎妥善規畫社群資源，將有限資源做最大利用。

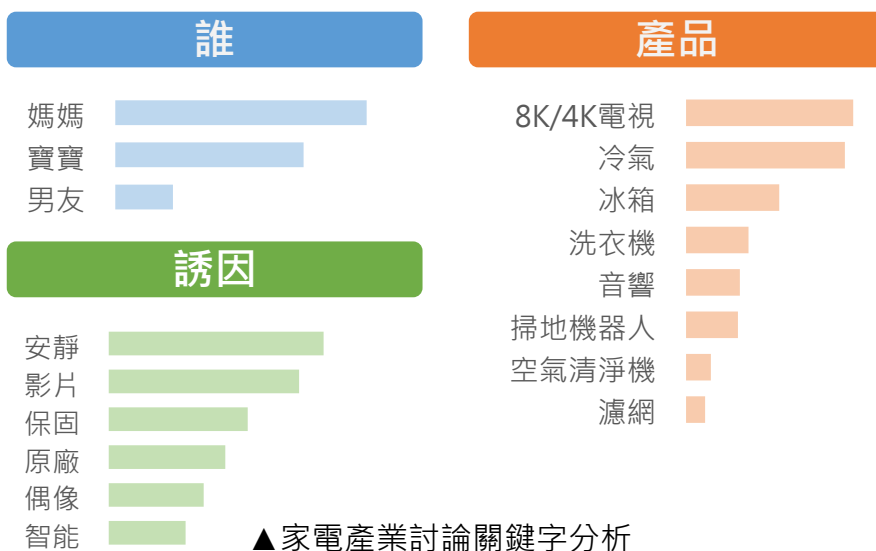
▲數位市場定位與策略

經典老牌國際牌與大同，落在相對數位市佔率高，但近期討論聲量成長幅度已經趨緩的Cash Cow區。再來，LG是具有高聲量成長率及高數位佔有率的數位社群明星事業位於Star區，此時的產品已經具有競爭優勢與擴展機會的策略性事業。最後看到相對數位占有率較低，但近期聲量成長率較高的Wild Cat區，此處其他品牌包括飛利浦、日立、東元、聲寶，各品牌根據自身定位可根據上表採取因應的數位策略。

家電產業討論關鍵字

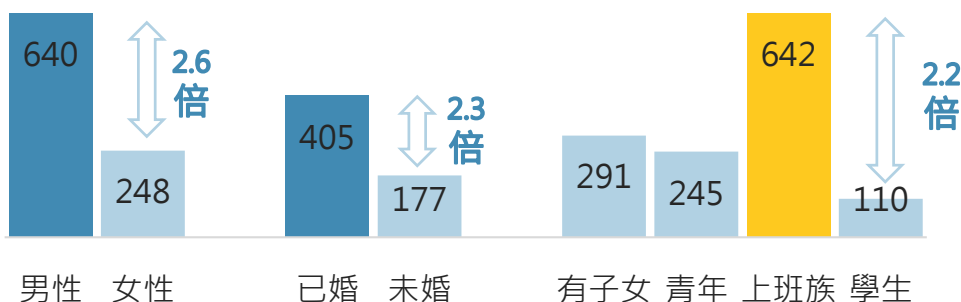
以關鍵字進行話題分析，區分出「對象」、「誘因」、「

產品本身」的三類討論，顯示消費者經常會考慮家庭成員，討論中提到「媽媽」、「寶寶」的聲量最高，家電不再只是買給自己的，也可能會是一種禮物。其他誘因中「安靜」則是現代購買家電的常見考量，而上榜的家電產品則以傳統四大家電：「電視」、「冷氣」、「冰箱」、「洗衣機」討論最多。

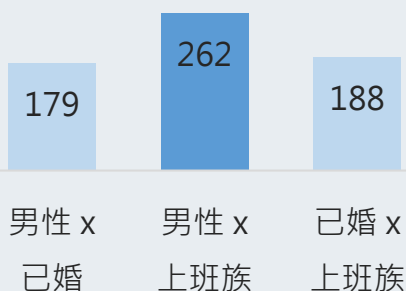


描繪數位族群輪廓

聲量數 (則)



LG討論族群特徵挖掘 ▼▶



以LG為例，利用文本中所含有的族群特徵詞，透過機器學習的方式，劃分討論族群，分析發現主要族群為上班族，其次為男性、已婚，經過交叉族群分析其中男性的上班族獲得最高聲量。若要擴大 TA，可以從男性上班族延伸到男性青年，或是反向開發關注度敬陪末座的族群，如已婚女性，都是行銷策略的選擇之一。



▲家電產業品牌競爭關聯度分析^[註4]

[註4]競爭關聯度：與中心主題直線距離代表「關聯度」高低。與中心主題相比，顏色深淺代表「聲量數」多寡。

進一步透過各大家電品牌的關聯度分析，與LG同時提及、關聯度最高的品牌是國際牌，LG與國際牌的交集族群，相較於整體家電討論參與者，更關注親子、生活量販、廚房或洗滌家電、新知八卦等頻道，LG可以鎖定相關頻道的熱門話題與討論面向，了解重疊族群的喜好與網友抱怨的重點，檢討自家同類產品，以搶食市場、滿足市場需求。

品牌策略從過去的促銷與削價競爭，到現在轉為注重使用者體驗和互動分享。在社群足跡的分析上，透過AI自動學習數百種興趣及消費意圖，以標籤網友族群身分，除了本期所舉的家電產業，亦可延伸應用至美妝、汽車、金融等各產業，藉此幫助企業找到消費者的隱性需求以及開發客戶，瓜分市場大餅。《OpView社群口碑資料庫》下一期將為您整理下半場研討會重點，分享如何創造行銷話題梗、有效借勢，以及如何探索客群興趣輪廓，整合多方數位足跡精準投放廣告。



排名	常出沒的頻道
1	Ptt>BabyMother
2	Ptt>hypermall
3	mobile01>廚房家電
4	mobile01>洗濯家電
5	卡提諾王國>科技新知
6	卡提諾王國>明星八卦

▲LG與國際牌交集族群
常出沒頻道



OpView放大鏡 觀測期間| 2018.10.01~2018.10.07
網友熱議文章大公開

Social Lab收錄每周各類熱議討論文章前十名，欲看[上周熱門排行榜請點我](#)。

新聞頻道 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,006	LINE TODAY > 國內	韓國瑜爆黑歷史！偷襲推倒阿扁害住院
2	1,643	LINE TODAY > 國內	男童遭虐打泣訴：媽媽對狗比對我好
3	1,508	yahoo新聞 > 財經	駐日代表處辦國慶酒會主視覺曝光「滿滿蔡英文頭像」
4	1,493	yahoo新聞 > 政治	不文青了！吳音寧南下替表哥輔選嗆「不被抹黑擊倒」
5	1,441	yahoo新聞 > 政治	韓國瑜曾把扁打到住院陳致中：高雄人接受暴力市長嗎？
6	1,217	yahoo新聞 > 政治	撤銷政治受難者罪名總統道歉：這天來得太晚讓你們...
7	1,183	LINE TODAY > 理財	趕走麥當勞後金店面下場竟變這樣
8	1,141	LINE TODAY > 國內	韓國瑜主張母語回家學李永得批：外省獨尊的殖民心態！
9	1,128	LINE TODAY > 生活	不能白放颱風假？商總：勞工要補上班
10	1,091	yahoo新聞 > 生活	故意找碴？大陸國慶小英「幫狗慶生」陸網軍氣pupu

Dcard 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,202	心情	這個真的很可愛
2	2,189	西斯	#圖笨貓
3	1,985	感情	跟男友吵架
4	1,797	心情	#幫高調高鐵上的台大同學對不起還有謝謝你
5	1,795	感情	圖#被學妹黑說是渣男中央空調
6	1,608	有趣	[笑話]哥哥我會說英文了 親生經歷
7	1,494	心情	我的豆豆小腳
8	1,383	西斯	前男友看不到
9	1,315	西斯	第一次ㄣㄨ就被放鴿子
10	1,273	有趣	學費

PTT批踢踢 聲量探索排行榜(排除閒聊文、贈獎文、直播文)

排行	新增回文數	來源頻道	標題
1	1,567	Gossiping	Re: [問卦] 1124滅東廠...然後呢?
2	1,537	Gossiping	[新聞]葛特曼若不道歉 柯文哲揚言募款打國際官
3	1,517	Gossiping	[問卦] 不影響閱讀
4	1,486	Golden-Award	[金鐘]戲劇節目男主角獎
5	1,485	Gossiping	[新聞]柯P涉器官移植風暴姚文智：賴院長相信·
6	1,475	Gossiping	Re: [FB]林國成一感謝台大葉克膜團隊救了我兒子
7	1,432	KoreaStar	Re: [新聞]陸女團抄襲防彈「幾乎一樣」 韓粉氣炸：
8	1,406	WomenTalk	Re: [新聞]跟團遊歐脫隊閒逛她趕不上飛機...6萬旅費
9	1,364	Gossiping	Re: [新聞]瓜粉、柯粉高度重疊瓜吉：有點失望柯文
10	1,343	Gossiping	[FB] 1124滅東廠大數據分析

Mobile01 聲量探索排行榜(排除贈獎文、閒聊文)

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	314	投資與理財(生活娛樂)	插手貿易戰！台向美採購475億黃豆大陸氣炸：背後插...
2	287	新聞與時事(生活娛樂)	台灣碳排放與空汙世界第一，還要蓋深澳火力電廠??
3	214	兩性與感情(生活娛樂)	如果你是那個老公，你怎麼想？
4	183	新聞與時事(生活娛樂)	柯P火速PO律師函嗆葛特曼24小時內公開道歉
5	157	Mazda (小惡魔的動力研究室)	台灣馬自達汽車聲明稿2018/10/3
6	147	閒聊與趣味(生活娛樂)	我是大陸人，看了这里心里有些难过。。
7	147	台中市 (居家房事 中部地區)	全新型態的三井outlet將於12/12正式開幕
8	146	閒聊與趣味(生活娛樂)	人生好難，想離開了怎麼辦
9	146	新聞與時事(生活娛樂)	誰不會用到葉克膜？
10	142	Nikon單眼相機 (可換鏡頭數位相機)	Z7跟Z6還有Canon R的選擇

Facebook粉絲團 聲量探索排行榜(排除贈獎文)

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	7,906	員林人大小事	我老婆在昨天生產時失血過多...(集氣文)
2	7,314	柯文哲	Mr. Ethan Gutmann於西元2018年10月2日台北國賓大飯...
3	6,842	食尚玩家	芋頭控心動了嗎？美食好康在這裡 https://goo.gl/...
4	4,986	女人我最大	是不是~我現在就要去增加我的智商惹！！#飲酒過量有礙...
5	4,800	東森新聞	原來胖也值錢！公司獎勵減肥1公斤1340元他狂鏟5公斤樂...
6	4,492	udn.com 聯合新聞網	陳水扁被韓國瑜打到住院三天【影 / 民進黨批黑道底韓國瑜...
7	4,317	ETtoday新聞雲	千萬不要浪費吼~~11/3快來ETtoday壞朋友音樂節...
8	4,080	快樂寶寶~ 教養、育兒媽媽經	看著女兒做化療一整天...(集氣文)
9	4,069	~~我愛鹿港小鎮~~	我老婆在昨天生產時失血過多...(集氣文)
10	4,021	食尚玩家	妳是那位#酒鬼閨蜜嗎？愛美別錯過啦 http://bit...

跨平台贈獎文 聲量探索排行榜(來源：討論區、社群網站)

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	57,380	天下文化	【留言+1免費領取】#21世紀的21堂課 慶祝年度最期待的必讀書!榮登...
2	28,934	小三美日平價美妝	【心理測驗】你未來另一半的星座是...? #留言私訊答案給你們#阿編自己測了覺...
3	18,487	小三美日平價美妝	99%的人都無法解開!!!一塊豆腐，最多只能切2刀，要怎樣才能切成8塊? #留...
4	18,007	小三美日平價美妝	快來測看看財神爺有沒有眷顧你? #偏財運
5	16,024	小三美日平價美妝	【心理測驗】為了愛，你願意付出多少代價? #留言私訊答案給你們#阿編選了B你們...

閒聊天：①特定頻道週期性發起之聊天性文章。②主文發文日期於觀測期前14天，網友仍持續回帖之長期性討論文章。
直播文：提供直播連結或相關資訊，並於該主文下討論影片內容。
贈獎文：發文者要求回覆文章、按讚、分享等，並提供特定回饋，誘發網友大量留言之文章
欲了解更詳細的排行榜訊息，請至官網查閱 [請點我](#)

Youtube大熱門(排除贈獎文)

Social Lab收錄每周前十名Youtube熱門影片排行榜，欲看[更多熱門影片請點我](#)。



[【阿滴英文】史上最難，阿滴英文挑戰香港DSE](#)



[【安啾咪】做生日蛋糕給自己！26歲小感言](#)



[【搞神馬】用冰淇淋機挑戰用珍奶做冰淇淋](#)



[【人生肥宅x尊】火柴球創造極致的療癒感？](#)



[【年代向錢看】葛特曼衝柯P來！吳祥輝背後算計？](#)