Opview Social Watch VOL. 126

發行日期：2021/04/15

內容歡迎轉載引用
出處請註明《OpView社群口碑資料庫》
業務合作聯繫：02-2755-1533
OpView體驗申請 | 電子報訂閱

本期焦點

網紅行銷評估指南 打造品牌社群圈新戰力

- 網紅行銷起手式：目標客群輪廓、溝通平台與熱門話題分析
- 網紅合作放大鏡：合作網紅評估指標及實際案例操作

OpView放大鏡

- 熱門話題調查局（手作市集 / 中華職棒 / 乾拌麵）
- 熱議文章大公開（新聞 / Dcard/ PTT / Mobile 01 / Facebook / YouTube）

網紅行銷意即品牌藉由和網紅合作的方式，來達成自身的行銷目標，也是目前最直接、有效的廣告方式之一，而網紅在這之中最大的價值便是發揮自身的影響力與知名度，再加上社群平台與媒體的力量，藉此增加消費者購買意願與品牌信任度。而近年來社群媒體的操作隨著平台演算法不斷變革、受眾的使用習慣改變等而有所調整，所以對品牌、代理商來說，要如何利用工具搶占社群趨勢的先機，擬好最新策略就變得至關重要。

本期Social Watch節錄資深分析師鍾馨瑩於《大數據開講bar》中的演講內容，將以數據分析拆解網紅行銷，描繪目標客群輪廓、興趣喜好，即時掌握市場需求變化，找出品牌自身的行銷戰場，並透過實例—鮮食品牌，示範如何運用社群指標評估網紅合作，找到最合適的合作網紅！

本主題大綱

Part 1 網紅行銷客群輪廓描繪
- 1.1 消費族群與偏好分析
- 1.2 溝通平台探索
- 1.3 平台熱門話題觀察

Part 2 網紅評估指標暨實例說明
- 2.1 網紅與品牌的相關性探索
- 2.2 網紅與粉絲互動暨好感度分析
- 2.3 網紅「串門子」延伸效益解析

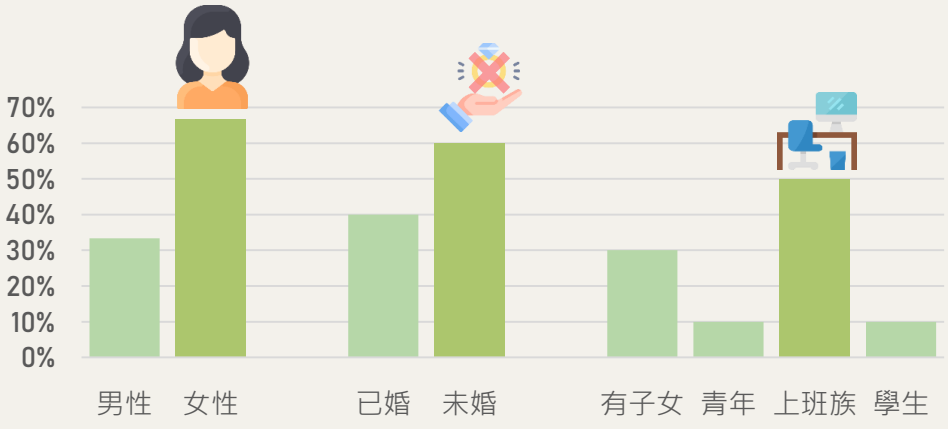
內容歡迎轉載引用
出處請註明《OpView社群口碑資料庫》
業務合作聯繫：02-2755-1533
OpView體驗申請 ｜ 電子報訂閱

要進行網紅行銷之前，首先要確定品牌自身行銷目的、目標受眾為何？藉由網紅合作，希望達到什麼樣的效果？再透過分析聲量趨勢、熱門話題、關鍵字等，進一步了解目標客群關注的話題內容，以及活躍討論之處，以選擇能快速、有效溝通的平台，最後再透過各項社群指標，評估能達到行銷目的之網紅來合作，接下來，將先帶您來看看欲精準行銷所需之前置作業。

PART1、網紅行銷客群輪廓描繪

客群探索 1-1 消費族群與偏好分析

八大族群加上興趣分析，描繪消費者輪廓



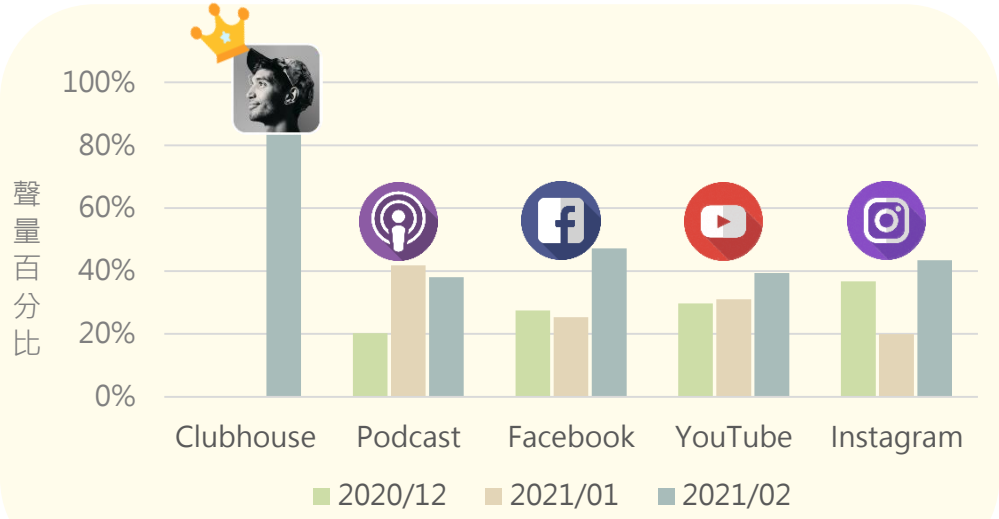
▲品牌關注者族群分析圖

▲品牌關注者興趣分析

首先，品牌潛在受眾除了可以區分性別比例之外，還可以再分出已婚、未婚、有無子女、上班族、青年、學生等。以左圖情境來說，品牌關注者的身分特徵是女性、未婚跟上班族，接著，藉由觀察他們的留言，歸類發文頻道的屬性，找出他們的興趣，以右圖為例，當我們發現品牌關注者對寵物有興趣，其次是美妝保養跟消費後，就可以將以上元素收集起來，作為往後宣傳推廣的參考素材。在前置作業先清楚目標客群的興趣愛好，描繪輪廓後才能更快速、精確的制定完善的行銷策略。

客群探索 1-2 溝通平台探索——趨勢掌握

Clubhouse突崛起，與網紅零距離接觸成熱議



▲平台聲量成長率分析圖

接下來，可以透過網路討論聲量來分析時下趨勢，找出近期的熱門溝通平台。如上圖根據近三個月的統計結果，能看出Clubhouse的討論度竄升極快，再從聲量成長、熱門話題中找出爆紅原因，包括可零距離接觸藝人網紅、第一時間了解熱門事件、與有相同興趣的陌生人零距離互動等，尤其是藝人網紅的出現會讓網友有驚喜感，因此試著在Clubhouse中推出快閃活動、製造驚喜感，也是品牌未來可考慮的活動推廣方式之一 。

客群探索 1-2 溝通平台探索——選擇有效平台

與網紅相關的討論仍以 YouTube 居多

而要進行網紅行銷究竟哪一個平台最合適？於是進一步聚焦「網紅」相關的討論聲量，最後發現各平台中以 YouTube 的討論度最高，表示相較於異軍突起的Clubhouse， YouTube 對於網紅行銷來說，是更為合適的溝通平台。

客群探索 1-3 平台熱門話題觀察

YouTube寵物影片深得網友心

- No.1 寵　物 110,272
- No.2 趣味分享 94,974
- No.3 音樂創作 91,664
- No.4 知識分享 87,362
- No.5 繪畫插圖 69,851

▲ 網紅類型群眾影響力排行榜

No.	標題熱門詞	熱詞群眾影響力【註1】(單位萬次)
1	搬家	68.9
2	奶貓 、奶貓+救援	61.8
3	整人 、整人+驚喜	57.8
4	從零開始養、從零開始養+特殊寵物	54.7
5	受傷	48.8
6	交配 、交配+叫聲	48.4
7	特輯 、特輯+生日	42.7
8	飼養 、飼養+開箱	42.6
9	崩潰 、崩潰+傻眼、崩潰+剪指甲	37.9
10	發抖 、發抖+角落	33.8

▲ YouTube「寵物影片」熱門詞群眾影響力排行榜

進一步可以觀察欲選擇之平台上是否有什麼熱門話題、元素可供參考，如左圖可見2020年度在YouTube上被觀看次數最多的影片為寵物類影片，代表網友對寵物類的內容最有興趣，而在寵物類型的影片中， 又以寵物生活分享、整人驚喜、特殊寵物知識分享等主題企劃最具影響力，可知此類主題具有相當程度潛在商機。

【註1】：群眾影響力以發文後兩日內之觀看次數除以主文量，進一步計算出網紅發文的平均觀看次數。

客群小結 掌握三大關鍵，做好前期分析

挑選合作網紅需要先做好前期評估，如上重點所述，確認行銷目的後，框定目標客群也很重要，必須掌握品牌關注者的族群分佈、興趣，才能做到投其所好，接著還要選擇合適的溝通平台，緊抓趨勢脈動，借力使力，讓品牌行銷做到事半功倍。

隨著市場上出現愈來愈多的品牌相互競爭，面對堆山積海的產品資訊、廣告，消費者很容易便會迷失其中，注意力也愈發下降，因此面對品牌，消費者更傾向相信關鍵領袖的意見，伴隨網紅時代的來臨，利用網紅的知名度來行銷成為現今潮流，且網紅與追蹤者間的關係本就建立於信任之上，粉絲對網紅們有著高度的認同，而這股認同也造就了網紅們的影響力，讓品牌能達到想要的推廣效果與銷售額。

因此在完成網紅行銷的起手式後，我們在下一部分將接續從指標與實際案例，帶您探討如何評估適合品牌的合作網紅。

PART2、網紅評估指標暨實例說明

完成上一部份網紅行銷的前期評估後，則可開始探索適合品牌的網紅。挑選合作網紅有許多指標，知名度固然是不可忽視的一環，以YouTube平台來說，頻道的訂閱數是最直觀的知名度參考，然而高訂閱的網紅不一定能創造高流量，意即頻道影片的觀看次數也是觀察群眾影響力的重要指標。

而隨著越來越多人投入影音創作平台，網紅的選擇也越發多元，除了基本的知名度評估，挑選網紅更重要的是判斷網紅的風格和自身品牌調性是否符合，同時觀察候選合作網紅與粉絲的互動頻率，再接續探討該網紅的粉絲族群對於企業推出產品或服務是否有興趣，一步一步挑選適切的合作對象！本段將透過寵物鮮食品牌實例拆解網紅評估指標與步驟，帶您了解如何運用社群大數據找到「對」的人，借力使力、放大影響力！

網紅評估 2-1 網紅與品牌的相關性探索

以寵物鮮食品牌為例，分析網紅是否符合品牌調性

【註2】品牌概念相關性依據網友討論內容計算整體回文中網友提及品牌概念的占比，數值越高表示網紅粉絲的調性與品牌概念越相關。

【註3】圓圈大小係以YouTube訂閱數為數據進行繪製，圓圈越大代表訂閱數相對高。

▲ 網紅影響力 x 品牌關聯分析圖

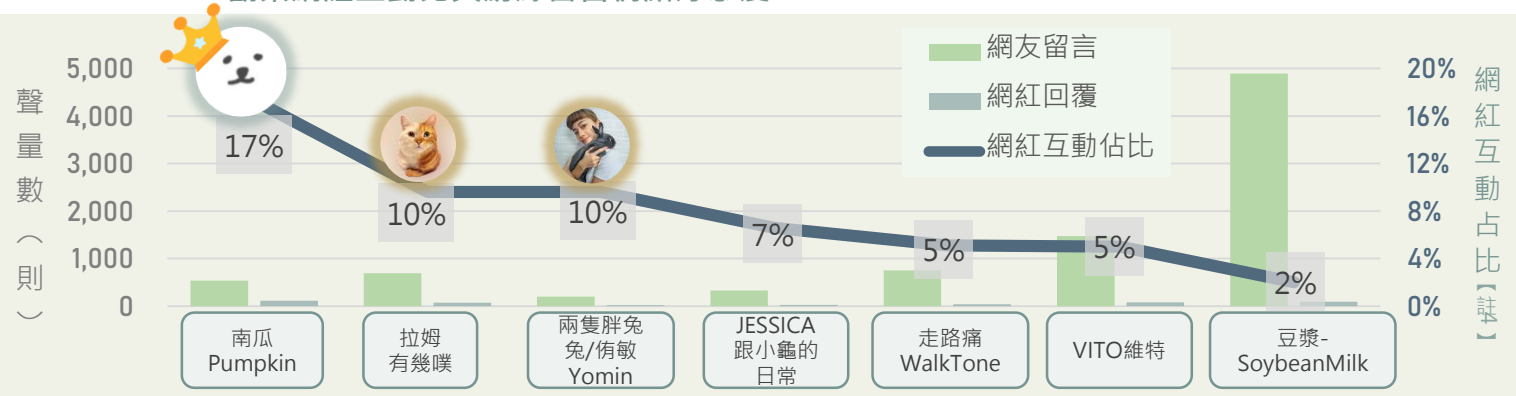
以寵物鮮食品牌為例，希望透過網紅推廣寵物鮮食，因此先挑選了一批以經營寵物內容為主的知名網紅，而針對這批網紅名單該怎麼找出合適的合作對象呢？我們可以透過網紅跟品牌關聯性的評估，找出最符合品牌概念的網紅。上圖運用群眾影響力與品牌概念相關性來進行綜合評估，縱軸越高代表平均觀看次數越多，橫軸則是透過分析這個網紅被網友回應的所有內容，當中有多少比例是與品牌概念相關的，以評估網紅頻道與品牌概念的相聯性。

從上圖來看，可發現南瓜Pumpkin的觀看數與訂閱數並非最高，但卻是與「鮮食」概念相關性最高的網紅，而好味小姐Lady Flavor的相關性也有8.3%，同時在群眾影響力中位列第三，以這樣的分析為例，品牌就可以盡量找越靠近右上角的網紅合作，表示他不僅靠近品牌理念，同時又能兼具知名度。

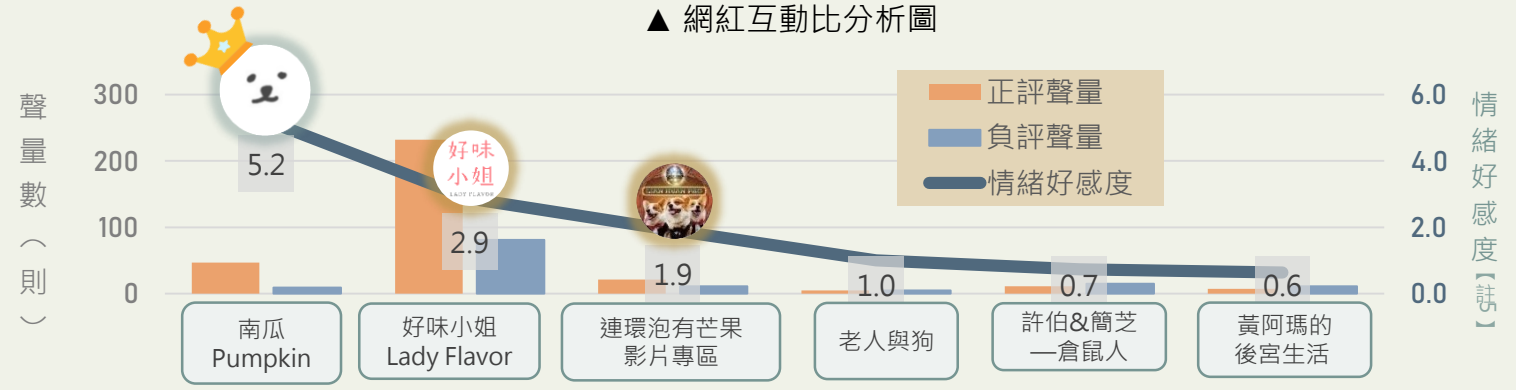
內容歡迎轉載引用
出處請註明《OpView社群口碑資料庫》
業務合作聯繫：02-2755-1533
OpView體驗申請 | 電子報訂閱

網紅評估 2-2 網紅與粉絲的互動暨好感度分析

觀察網紅互動比與粉絲留言情緒好感度



▲ 網紅互動比分析圖



▲ 粉絲對於「鮮食」相關留言情緒好感度分析圖

【註4】網紅互動占比係以網紅留言數/總留言數計算，數值越高表示網紅於留言區回覆占比越高、網紅與粉絲的互動越頻繁。

【註5】情緒好感度係以正評聲量 / 負評聲量計算，數值大於1代表網友對該議題的討論情緒較為正面，數值小於1則反之。

我們想進一步了解網紅與粉絲的互動狀況，因此透過網紅互動占比來找出與粉絲互動最密切的網紅，從上圖來看，可知Pumpkin與粉絲的互動最為密切。接著，也透過分析「鮮食」相關的留言好感度，來了解網紅的粉絲是否喜歡這類的鮮食產品，由下圖YouTuber的粉絲留言好感度分析可見，Pumpkin的粉絲對「鮮食」的好感度相對高，也顯示這群粉絲對於鮮食的影片有較正向的回饋。

Image Source：南瓜 Pumpkin

綜合以上品牌概念關聯性、網紅互動占比以及好感度等指標，最終評估優先考慮合作的網紅為Pumpkin。此外，後續還可進一步探討粉絲喜歡跟Pumpkin互動，以及Pumpkin被粉絲喜歡的原因，以尋找能引發受眾關注、共鳴的元素，更能有效直擊目標客群的心。歸納網友文本後發現，多數人認為Pumpkin吃鮮食的時候很可愛、優雅，看了很「紓壓」，因此在合作時品牌可以多保留「療癒」的元素 。

網紅評估 3-3 網紅「串門子」延伸效益解析

其他網紅留言能帶動更多粉絲互動意願

網紅【註6】	留言中【註7】共同粉絲占比	關係備註	有分享的自有頻道	觀看數	按讚數	回文數	網友分享數
南瓜 Pumpkin	--	頻道本身	FB、IG、YT	673,781	560,102	1,052	93
見習網美小吳	39%	南瓜主人	FB、IG、YT	373,930	447,439	502	45
黃氏兄弟	27%	影片合作	FB、IG、YT	204,813	19,655	167	18
卡特Kart	13%	小吳團隊成員	FB、IG	--	87,430	327	3
希露弟弟啃雞腿	5%	影片合作	FB、YT	15,535	84	10	1

資料範圍： 2020/05~2021/02，取自南瓜 Pumpkin。

【註6】僅列舉部分曾經串門子的網紅，並加以統計該網紅於自有頻道分享南瓜相關資訊之各項數據。

【註7】留言中共同粉絲占比之計算，係將留言中網紅與南瓜共有的粉絲數除以南瓜留言粉絲數。

在選定合作網紅之後，就可以進行延伸效益分析，挖掘網紅間的互動、粉絲重疊率等，評估其他適合一起合作的網紅。如上圖，分析曾到南瓜 Pumpkin 頻道影片下方「串門子」的網紅後，發現除小吳團隊成員外，其餘還有曾影片合作的網紅會來進行互動，且這類型串門子的留言也會更吸引粉絲回應。另外，也可透過留言中的共同粉絲占比來分析網紅們的粉絲是否重疊，若重疊度高則能提高粉絲興趣，帶動銷售機會，但若想增加品牌曝光，則可挑選重疊度低一點的網紅進行合作。同時，透過其他網紅將影片分享於自有頻道的成效，也可檢視實際創造出的外部流量，幫助我們以選定的網紅為中心，挑選其他適合且更具效益的其他合作網紅。

網紅小結 網紅合作評估三大重點回顧

1. 進行品牌相關性探索，分析網紅是否符合品牌調性
2. 觀察網紅與粉絲間的互動情況，如互動比與粉絲留言情緒好感度
3. 挑選適合的網紅之後，進行延伸效益分析，協助挑選其他適合一起合作的對象

最後，總結本期重點，想掌握社群行銷趨勢，就要懂得靈活善用社群聆聽工具，確認行銷目標後描繪出客群輪廓、選擇適合的互動平台與貼近消費者的素材，最後，藉由社群指標來有效評估「對」的合作方式與對象，透過與適切的網紅合作來放大影響力、加速目標達成，讓品牌於行銷戰場上無往不利。

Social Lab網路新聲量 熱門話題調查局

觀測期間| 2021.04.05-04.11

Social Lab每週追蹤特定主題，把網友想法一次說給你聽！

感謝各大媒體引用《Social Lab社群實驗室》透過《OpView社群口碑資料庫》剖析之獨家主題文章！

放假就「市」這樣玩！ 這些市集你都看過也逛過了嗎？

全台市集這麼多，想要靠市集環島都不是夢，近年來文創、手作、在地小農市集正夯，有不少是期間限定，或搭配特別的活動主題.....繼續閱讀

中華職棒火熱開打！ 職棒球隊網路人氣大比拚

當全世界的運動賽事都籠罩在新冠疫情的陰霾中，中華職棒在去年四月閉門開打，引起全球矚目，也讓台灣再次因為棒球被世界關注.....繼續閱讀

「麵」試結果出爐！7大必囤乾拌麵品牌就在這！

現代人生活忙碌，工作下班、學校放學之餘，已無精力動手準備晚餐，又因疫情當道，不方便外出用餐，因此方便快速又不太需要廚藝的「乾拌麵」急速竄紅.....繼續閱讀

- OpView階數據分析課程，數十支教學影片讓您依照需求自行安排學習進修，成為社群口碑及網路聲量分析達人！
- 不知道從何開始嗎？由大學糖循序漸進地推薦您學習菜單！
- 除了功能教學，還有補充資料與課後小測驗！

立 即 體 驗

4/15 線上開講！

社群流量新浪潮，

企業強化品牌形象的關鍵三力！

【大數據開講bar系列講座】

- 品牌影響力+網紅行銷力+企業危機趨勢、戰法全解析！
- 立即觀看講座、索取簡報！

免 費 索 取

OpView放大鏡 觀測期間| 2021.04.05-04.11
網友熱議文章大公開

新聞頻道　聲量探索排行榜

看新聞其他時期排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	3,497	LINE TODAY > 國內	LINE Pay啟動「太魯閣號愛心捐款」專案平台...
2	3,375	LINE TODAY > 國內	邱淑媞批賑災專戶「發災難財」！...
3	2,933	LINE TODAY > 國內	國民黨要求多人下台謝志偉批：請某黨考慮離台
4	2,303	yahoo新聞 > 首頁	為太魯閣號事故傷亡默哀祈福...
5	1,818	yahoo新聞 > 政治	藍營提案要求蘇貞昌下台綠營以人數優勢否決
6	1,452	LINE TODAY > 國內	不甩內政部江啟臣：絕不改黨徽
7	1,364	yahoo新聞 > 熱門新聞	陳時中頻現身台鐵記者會沈富雄錯愕...
8	1,345	LINE TODAY > 國內	內政部：國民黨徽與國徽類似宜適度調整
9	1,345	LINE TODAY > 國內	盤點3總統任內台鐵傷亡人數網搖頭：沒比較沒傷害
10	1,341	LINE TODAY > 國內	創最早擾台記錄解放軍機遭驅離...

Dcard　聲量探索排行榜

看Dcard其他時期排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,330	心情	爸爸要再娶的女人太噁心了
2	1,543	時事	因太魯閣號出軌要取消站票？西部人拜託...
3	1,386	感情	我的女友搭太魯閣號確認罹難我該死一死去陪她嗎?
4	1,305	考試	醫牙在台灣憑什麼那麼爽
5	1,065	感情	想報復男友所以跟朋友上床了
6	981	感情	我因為交了現任女友一直被羞辱恥笑
7	819	感情	男友說要收回求婚...
8	754	戲劇綜藝	全明星運動會第二季Ep.7討論
9	737	感情	今天30歲了要去嫖嗎
10	696	工作	國立大學畢業月薪從沒超過三萬

內容歡迎轉載引用
出處請註明《OpView社群口碑資料庫》
業務合作聯繫：02-2755-1533
OpView體驗申請 | 電子報訂閱

PTT批踢踢　聲量探索排行榜(排除閒聊文、贈獎文、直播文)

看PTT其他時期排行榜

排行	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,081	elephants	[情報]今日先發
2	1,952	KoreaStar	[閒聊]金正賢被爆料與徐玄拍完戲拿濕紙巾擦手
3	1,768	lol	[電競] 2021 LCK Spring Playoffs Finals
4	1,508	Gossiping	[新聞]葉毓蘭提議永久保存「第8節車廂」：放在
5	1,504	Gossiping	[問卦]當兵時爸爸意外走了，心情該怎麼調適...
6	1,501	Gossiping	[問卦]網紅捐150萬太有愛心了吧
7	1,500	Gossiping	[爆卦]黨要蓋太魯閣紀念碑了!!
8	1,493	Gossiping	[新聞]去年對大陸貿易順差1450億美元　馬英九
9	1,482	WomenTalk	[閒聊]另一半正直但有個我不能接受的習慣..
10	1,480	Gossiping	[新聞] 【獨家】黑心廠商竟拿到新標案！柯P爆氣

Mobile01　聲量探索排行榜(排除贈獎文、閒聊文)

看Mobile01其他時期排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	293	機車_電動機車_電動機車綜合	請問換電車出門是不是一直找換電站
2	234	居家_空間設計與裝潢	【開箱】微加幸福的溫度/我的家被放大了!!
3	210	汽車_汽機車七嘴八舌	方向燈打了就要讓你？
4	184	時事_國際新聞	嗅到世界大戰的味道了?
5	165	時事_台灣新聞	林佳龍一走了之，爛攤子誰來收拾？
6	163	時事_國際新聞	華爲公開“合法監聽”新專利...
7	153	機車_電動機車_電動機車綜合	今天我們討論核電與火力發電
8	150	居家_空間設計與裝潢	25坪新北老屋翻新，自己的家自己設計...
9	150	電腦_電腦組裝訪價消費分享	(更新店家後續)原價屋十一萬單組裝...
10	146	汽車_日本車系_Toyota	【國內新訊】最接近賽車的「戰鬥鴨」...

新增回文數：於觀測期間內所新增之回文留言數。

Facebook粉絲團　聲量探索排行榜(排除贈獎文)

看Facebook其他時期排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	32,672	白沙屯拱天宮	2021 4/11~4/20白沙屯媽祖進香即時直播
2	25,920	大甲鎮瀾宮	【辛丑年大甲鎮瀾宮遶境進香】起駕日-Part3 大甲鎮瀾宮...
3	13,366	WalkerLand 窩客島	對中名字喝#珍奶買一送一姓林的~喝起來啦！...
4	11,223	ETtoday新聞雲	我姓林！各位林姓朋友們在哪裡~...
5	10,312	東森新聞	騎一騎在地上撿到別人的妹子？辣腿妹跑山摔車！...
6	9,896	食尚玩家	宣宣走啦～吃好料😋😋😋只要同音都能用餐打折🛒...
7	8,607	udn.com 聯合新聞網	為什麼同樣都是轉盤，你們的看起來比較好玩！...
8	6,068	蔡英文 Tsai Ing-wen	台鐵太魯閣號的事故，對全體國人都帶來了衝擊...
9	5,881	食尚玩家	林先生、林小姐直接賺一杯國宴珍奶138元...
10	5,579	中國國民黨 KMT	今天是先總統蔣公逝世46周年紀念日...

Facebook活動文　聲量探索排行榜

看Facebook其他時期排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	46,709	神魔之塔 Tower of Saviors	神魔之塔Tower of Saviors派獎活動又來囉...
2	41,676	博客來	人家不想上班啦😩...
3	10,980	衛生福利部社會及家庭署	#兒權Play童心不累#最終回時間過得很快...
4	10,458	陳子玄	看到發文請簽到💝
5	7,118	Candice蔡譯心	昨天綁雙馬尾結果粉絲認不出來是我...

閒聊文：❶特定頻道週期性發起之聊天性文章。❷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

內容歡迎轉載引用
出處請註明《OpView社群口碑資料庫》
業務合作聯繫：02-2755-1533
OpView體驗申請 ｜ 電子報訂閱

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。

【攝徒日記Fun TV】香港人遭小粉紅霸凌？

【波特王 Potter King】
中共對維吾爾族的迫害是？

【老高與小茉Mr&Mrs Gao】
你是人嗎？如何確定自己是人？

【全明星運動會】
不愧是前棒球國手曹祐寧！

【霸軒】知名網紅竟在深夜偷吃？