

本期焦點



分析師的社群數據煉金術 不藏私大公開(上)

- 策略方向：產品生命週期各階段策略建議
- 策略應用：階段重點 X 社群聆聽與分析方法



OpView放大鏡

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

從產品生命週期看數位品牌經營

數位品牌經營是時代主流，當體驗式消費成為趨勢，社群口碑的影響力便越發重要，然而面對廣大散佈的社群聲量，該從何分析起？又該如何應用？知曉其重要性，但不知道從何下手，是許多人在使用分析工具時的共同困境。



本期Social Watch節錄意藍資訊資深分析顧問陳怡文的演講內容，將數位品牌經營結合產品生命週期理論(Product Life Cycle)，說明企業該如何透過社群聆聽(Social Listening)，在不同的生命週期階段發展適合的社群經營策略，並逐一探討各階段的社群分析應用，帶您掌握概念與數位品牌的社群經營重點！

上期帶您掌握分析概念
與重點！

揭密分析師心法PLC x
OpView四階段全攻略！

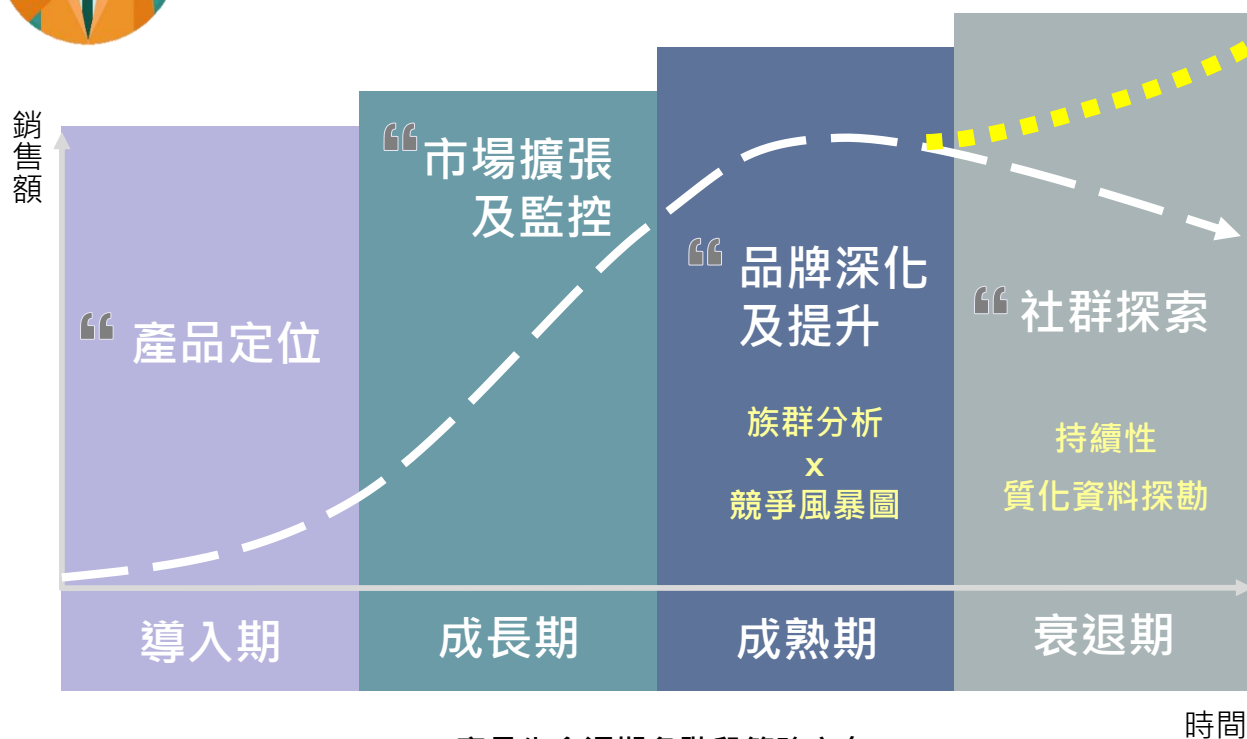


下期帶您實例操作，落實
概念應用！

成熟期品牌該怎麼操作？
執行重點與具體操作一步
一步拆解！



從產品生命週期看數位品牌經營



▲產品生命週期各階段策略方向

社群媒體發展蓬勃，市場需求變化快速，了解自身產品的產品週期階段對社群經營至關重要，在各個階段的社群經營策略重點與方向皆有所不同。因此，除了對外衡量整體市場大環境種種因素，對內，得先評估自身產品所在階段，並根據合適的指標來檢視成效、洞察方向，進而發想策略、探索商機，接下來將帶您更深入的探討各個時期的社群經營方向。

導入期：產品定位策略

階段重點	社群聆聽與分析方法
市場調查研究	1.透過相關產品 <u>熱門話題</u> 調查，掌握最新市場趨勢。 2.區分 <u>聲量的來源佔比</u> ，了解新聞與討論的熱度。
消費者調查研究	1.在產品規劃上透過 <u>需求分析</u> 更貼合消費者偏好。 2.在產品使用上透過消費者 <u>正負評價分析</u> 調整產品。
提升產品認知度	1.追蹤受眾 <u>網頁點擊與分享率</u> ，側面觀察消費者對產品或品牌的認知狀況。 2.搜羅 <u>早期採用者</u> 進行評價分析，以作為產品調整優化之參考。

產品初試啼聲，在市場上尚無太多資訊流通，討論亦為小眾，消費者對於產品多半陌生，業者對於市場反應不確定性高，「是否了解自己的市場？」乃是一大重點，在嘗試、探索的階段，更確切的來說，知道「消費者想要什麼」便是關鍵核心了！因此，在這個階段將透過大小範圍的市場調查、消費者研究，不斷的產品測試與定位調整，期待產品臻於完善、符合市場需求，並提升消費者對於產品的認知度。

熱門話題

複製	累積文章數?	來源頻道	標題
1	345	facebook粉絲團 > VS MEDIA	那不是Trap! (尖叫 (#重慶佩佩豬) #我就是要看Netflix 啊VS ...
2	31	facebook粉絲團 > 台灣達人秀	速度快一點! 婚後生活比較刺激 #愛大編影片: LINE TV 提供...
3	26	Ptt > Lifeismoney	Re: [討論]各家OTT平台優惠方案/折扣比較
4	21	校園聊天-Dcard > 女孩	女孩們追劇都用什麼看呢?
5	11	Ptt > WomenTalk	[討論]颱風天適合追劇, 女孩都用什麼平台?

市場調查的第一步，可以透過觀察網路相關主題的討論話題，以及常被提及的關鍵字等，了解市場最夯話題與趨勢，並從中挖掘顧客的潛在需求，以左圖為例，可以從網路熱門話題中延伸探討消費者的需求，歸納重要購買因素。

▲熱門話題搜羅：以各家線上影音平台為例

進一步將網路聲量分類，可以區分是自發性討論居多，還是多以新聞報導為主，以網路討論熱度作為市場需求度的參考，以右圖為例，圖中可看出此主題以自發性討論熱度高於新聞報導，表示有話題性、有潛在需求。

查詢期間：2019/08/31~2019/09/29

查詢來源：討論區、PTT、PTT 回文、社群網站、Facebook、Facebook(含回文)、問答網站、部落格、新聞、新聞回文

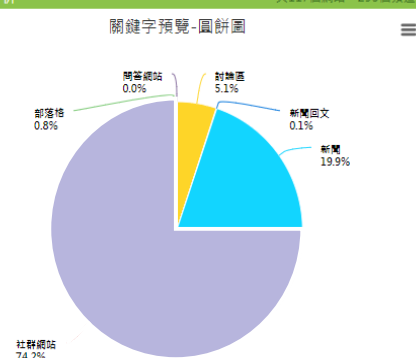
查詢關鍵字：智慧音箱|智慧音箱

◎整體聲量數據

	總聲量	社群網站	討論區	新聞	部落格	問答網站
總聲量	4,350	3,226	222	869	33	0
月聲量 (201908)	513	488	7	17	1	0
月聲量 (201909)	3,837	2,738	215	852	32	0
主回文分布						
主文	1,013 (23.3%)	41 (1.3%)	73 (32.9%)	866 (99.7%)	33 (100%)	0 (0%)
回文	3,337 (76.7%)	3,185 (98.7%)	149 (67.1%)	3 (0.3%)	0 (0%)	0 (0%)

◎來源分析

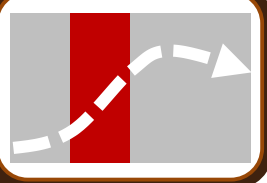
共117個網站，295個頻道



▲聲量來源佔比圖：以家用智能音箱為例

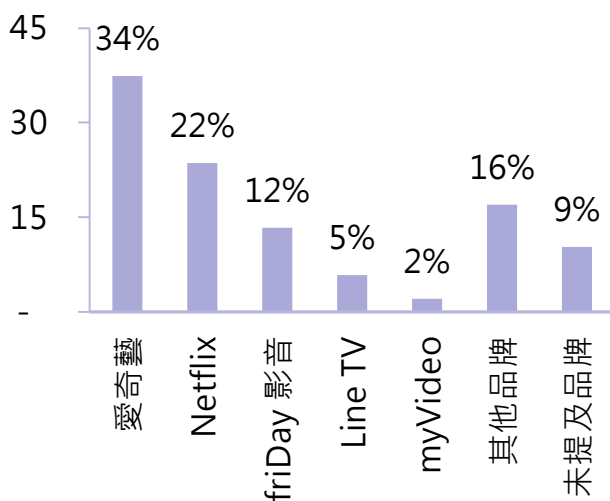
另外，針對早期採用者的開箱評價作分析，甚至鎖定特定頻道的討論，皆可視為市場測試的反饋，並作為導入期產品定位調整的方向，讓產品更貼近市場需求，同時，早期採用者的評論往往是許多消費者決定購買前的意見參考，因此，須格外關注並針對其負面評價作妥適處理，以建立良好的產品口碑與品牌形象。

成長期：市場擴張及監控策略



階段重點	社群聆聽與分析方法
市場擴張	1.定期追蹤 <u>心佔率</u> ^[註1] ，尋找缺口，了解還有多少市場份額可擴張。
行銷成效追蹤	針對大量投入的行銷資源作成效追蹤： 1.透過 <u>點閱數</u> 分析受眾認同、喜好程度 2.透過 <u>分享數與觸及網友數</u> 分析宣傳廣度 3.從 <u>高活躍網友數</u> 分析產品/品牌吸粉力 4.觀測 <u>網路擴散頻道數</u> ，以了解市場話題討論度
競品監測	1.掌握 <u>競品動態</u> ，市場新進入者與品項的觀測追蹤，確保本身市場份額，並尋找市場可擴張缺口。 2.分析各品牌產品線的差異，與觀察競品整體社群發展趨勢、話題與討論評價，了解自身內外優劣勢、盤點調整重點，並可作為規劃自身 <u>產品差異化</u> 的參考。

聲量數（千）

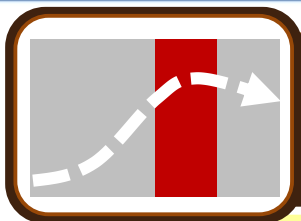


▲線上影音心佔率長條圖，圖中9%未提及品牌部分為現存市場中，各品牌的潛在可競爭份額。

在此期間，消費者對產品已有認知、市場接受度提高，產品打開銷路，有利可圖之下，便有越來越多的競爭者想投入瓜分市場，因此這個時期著重於觀測市佔率，並掌握競品動態，才能抓緊機會爭取更多市場份額、擴張市場，另外，無論是外部推廣或維護口碑皆為重要的一環。

一般而言，行銷單位會投注相對大量的資源去做產品的推廣，因此行銷成效的追蹤也會是此階段的重點項目，其中可以透過點閱、分享以及觸及數等不同意義的指標來衡量不同面向的社群行銷效果；對外，掌握數位市佔率，尋找市場缺口、發掘其他「有討論聲量，無品牌偏好」的可開發空間作市場擴張，以左圖為例，從心佔率長條圖中可看出其他可滲透的潛在市場；最後，透過觀測競爭品牌的話題與口碑來掌握對手動態，探索其產品討論，作為規劃產品差異化的參考方向。

[註1]心佔率係指談及某產品或產業關鍵字時，品牌「被提及的比例」，意即越常被提及的品牌，消費者關注度越大，心佔率越高，同時轉換為實質銷售的機率越大，故心佔率亦可視為市佔率的領先指標。



成熟期：品牌深化及產品提升策略

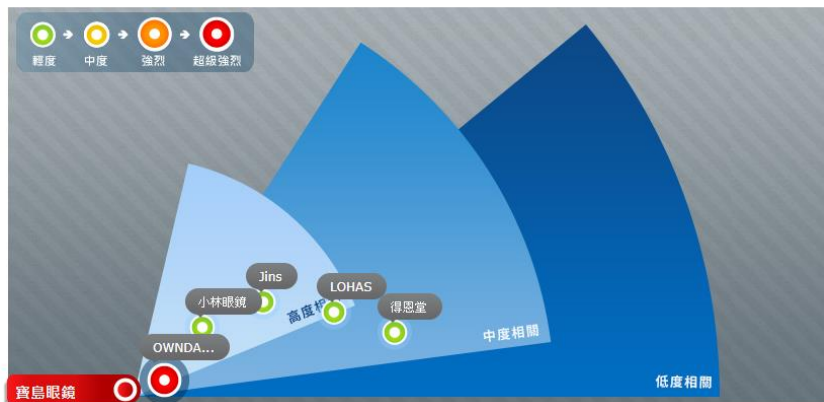
階段重點	社群聆聽與分析方法
競品長期觀測	是競爭最激烈的階段，競品觀測不可忽視，社群經營內容參考 <u>成長期「競品觀測」</u> ，須持續性的進行競品監測。
品牌經營與深化	1.積極經營的<u>社群互動、即時回應</u>，捍衛既有市場 2.關注<u>網路評論</u>了解實體的經營狀況，透過定期報表觀測需改進之處。 3.透過<u>品牌定位分析</u>確立當前品牌經營策略與方向 4.透過受眾<u>族群分析</u>，掌握受眾生活階段與偏好，除了可與其偏好類型的<u>關鍵領袖</u>合作業配，增加觸及率，亦可進而深化關係經營。
產品提升	1.透過 <u>產品評價蒐集與使用問題分析</u> ，彙整產品優化重點。

當產品走入成熟期，技術成熟、市場穩定，眾人紛紛投入搶占大餅，市場最為競爭，然而除了在市場價格上廝殺成一片紅海，我們還有沒有其他選擇？

在四郊多壘的時期，建立品牌忠誠度無疑是個重要方針，積極經營社群，能即時回應網路各種聲音至關重要，透過觀測品牌每日的話題討論，掌握線上線下的經營狀況，針對網路的負面聲音即時溝通處理，維持品牌形象，捍衛既有市場版圖。

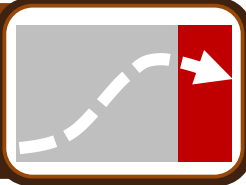
此時期，市場競爭激烈，消費者選擇多元，如何能夠降低自身顧客跳槽率，增加競爭者顧客轉換誘因，將決定廠商能否捍衛固有市場與攻佔更多市場份額，其一重點是掌握競品動態，由淺至深，可透過如下方的競爭風暴圖觀測競品對自身的威脅，或是直接觀測競爭者的整體動態，探討其社群實質討論與口碑內容，其二，品牌經營精緻化，從族群分析了解顧客類型，進而作分眾行銷的應用都是經營方向。

競爭中心	
寶島眼鏡	
競爭主題	
OWNDA...	超級強烈
小林眼鏡	輕度
Jins	輕度
LOHAS	輕度
得恩堂	輕度
光明分子	輕度



◀ 競爭風暴圖：
以眼鏡品牌為例，從圖中可看出寶島眼鏡與OWNDAYS高度競爭關係

衰退期：社群探索策略



階段重點	社群聆聽與分析方法
社群探索	透過質化分析持續挖掘新機會



當市場需求下降，產品進入衰退期，另闢新路是必須的，無論是作內部的策略調整，如產品升級、技術創新，或是作外部市場的移轉，而此時期可透過質化分析去探索市場新機、挖掘商機。以左圖為例，可看出大學生外送服務討論熱烈、潛在需求大，業者可思考如何平衡外送與校園行車安全，與校方善意合作，爭取具商機潛力的大學外送市場。

▲自動化議題分布圖：以各家外送平台為例

最後歸納本期重點：

——導入期：產品定位策略

- 產品設計與規劃初期，著重市場調查與消費者需求研究
- 產品投入市場後，著重市場認知度的開發與追蹤，同時透過市場反饋調整產品定位

——成長期：市場擴張及監控策略

- 著重市場成長擴張，透過心佔率可了解市場競爭樣態與潛在可競爭份額
- 追蹤並深入探討競品動態，市場與產品趨勢均不落人後
- 透過相關產品的評論蒐集，進行產品差異化的規劃

——成熟期：品牌深化及產品提升策略

- 積極經營社群與即時回應，與消費者建立良好互動關係，深化品牌溝通與口碑經營
- 透過族群分析區分忠誠顧客、目標受眾類型，強化關係經營，並可與關鍵領袖合作業配
- 分析產品評價與使用問題，彙整產品優化重點

——衰退期：社群探索策略

- 產品與策略本身，可嘗試技術創新、產品升級
- 市場開發，可市場移轉、擴張新興市場，或回歸社群探索新商機

社群行銷當道，而不論是從影響力行銷、口碑行銷著手，除了跟上趨勢以外，掌握不同階段社群經營策略的著力點也不可忽視，善用工具做社群聆聽，發展對的「溝通策略」、選擇對的「溝通管道與媒介」！下期Social Watch將以成熟期品牌為例，帶您看如何將概念落實應用！

OpView放大鏡 觀測期間| 2019.10.14-20
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	5,598	LINE TODAY > 國內	明天起「放韓假」韓國瑜宣布：請假3個月扮總統大選
2	2,616	LINE TODAY > 國內	跟總統直播...63萬貓奴社團慘被韓粉出征下架
3	2,190	yahoo新聞 > 理財就業	韓國瑜：若當選總統會主動廢除一例一休
4	1,927	LINE TODAY > 國內	台男赴陸「舉國旗」遭逮！5千字曝5小時恐怖經歷
5	1,869	LINE TODAY > 國內	上報 「競選時間不多」韓國瑜出面證實不去美國了
6	1,764	yahoo新聞 > 政治	高歌「我現在要出征」韓國瑜宣布16日起請假
7	1,610	LINE TODAY > 國內	【快訊】台南造勢晚會剛結束 2民眾丟雞蛋突襲韓國瑜
8	1,519	LINE TODAY > 國際	《快訊》民陣召集人岑子杰遭襲 血流如注癱倒在地
9	1,427	LINE TODAY > 國際	法新社 習近平：企圖在中國搞分裂只能粉身碎骨
10	1,417	LINE TODAY > 國內	2020大選 前藍委嘆：國民黨想方設法讓韓自生自滅

Dcard 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	1,966	追星	f(X)雪莉驚傳身亡
2	1,422	感情	快要結婚女友才承認不是處女
3	1,348	心情	請不要再拿客家當省錢代名詞了
4	1,284	電影	盜錄還那麼理直氣壯啊
5	1,263	心情	墮胎(有圖血腥慎入)
6	1,131	有趣	怕！179/115=190/78的心路歷程
7	954	感情	我暴打了約炮的男友
8	915	感情	就是我幹的
9	913	心情	刺青被爸媽看到
10	835	有趣	女大十八變啦強勁視覺饗宴7152

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	2,140	Gossiping	[問卦]人生很難 我的腫瘤變大了
2	1,502	DMM_GAMES	[情報][妖聲] 10/17開始營運
3	1,500	Gossiping	[新聞]士林外送員遭夾死・行車記錄器曝光
4	1,498	DMM_GAMES	[情報][妖聲]之後的一些方針
5	1,496	KoreaStar	[情報]警方“接到藝人雪莉死亡申告..已確認
6	1,491	Gossiping	Re: [新聞]黃國昌領銜「居住正義改革聯盟」明成立
7	1,489	DMM_GAMES	[情報][千年]每週(10/15+16)電文
8	1,483	KoreaStar	[新聞]雪莉死因確認「上吊輕生」！13日最後
9	1,480	Gossiping	[新聞]又失言！柯文哲：自殺拜託吃安眠藥・不要
10	1,431	Gossiping	[問卦]柯粉一直反軍購 到底有什麼企圖？

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	289	Gogoro	我的車維修費要四萬多塊???
2	259	新聞與時事(生活娛樂)	九二共識・真的存在嗎？
3	248	新聞與時事(生活娛樂)	好扯的小英政府~買2架新飛機僅7億農委會竟準備花17億
4	206	桃園縣 (居家房事 北部地區)	房屋轉貸與轉賣・我真的快瘋了(文長...)
5	206	兩性與感情(生活娛樂)	男人跟不同女人上床的感覺
6	157	Mercedes Benz (小惡魔的動力研究室)	A180.....真難養・心痛!!!!
7	146	手機消費經驗分享 (智慧型與傳統手機)	為什麼很多人會強調不要中國品牌的手機？
8	145	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	6分鐘的影片護一生・請AMB-2886自主繳回駕照
9	138	Google(Android)	Pixel 4系列開始預購雙鏡頭演算又進化夜視可以拍出銀河
10	133	小米手機 (Android)	紅米Note 8 Pro \$6599超好買的・真有誠意

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	22,646	九把刀 Giddens Ko	小說取材關係，想問大家現在從事什麼職業最丟臉最可恥？...
2	22,155	台灣達人秀	不會唱就落伍了啦！吉娃娃...
3	17,963	五月天 阿信	週六晚上又到了貼宵夜時間了！給我看看好不好 #...
4	17,362	黃阿瑪的後宮生活	阿瑪：你家的貓叫什麼名字？《2019台灣流行貓名調查》...
5	15,976	韓國瑜	我今天正式向市民請假，開始我的傾聽之旅。有鑑於許多...
6	15,519	韓國瑜	「高瞻四海貨暢流雄企八方人和通起...
7	14,860	鏡傳媒	國民黨議員表示，要用相同標準檢視候選人...
8	13,772	Yahoo!奇摩新聞	這間月老廟真的那麼靈？ #月老#大學生#男友#高富帥#YDD
9	12,458	爆料公社	35歲以下青年之年所得為54萬多元，有達到的請+1...
10	10,856	東森財經	500元呷到飽！5種海鮮任你吃：吃到痛風為止...

Facebook活動文 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	22,279	派愛族	你會跟誰在一起呢？ https://bit.ly/2phWsQb
2	18,026	小三魔法棒 (小三美日)	【#測近期感情和事業運勢】直覺選出一張牌
3	17,307	check2check	秋天就是一個很適合談戀愛的季節！不管是不是單身的你...
4	15,889	【Major made】 Mavis*瑪菲斯	本週新品限時優惠+1- 瑪菲LIVE秋季約會私服穿搭秀 ...
5	14,947	小三魔法棒 (小三美日)	如果能許一個願你會許什麼呢？測你是不是很容易錯過真愛...

閒聊文：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

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](#)。



【有話好說 PTSTalk】邀請年輕人談想法 你自認是台灣人還是中國人呢？



【政經關不了】彭文正於倫敦召開記者會 公開
蔡總統論文調查



【木曜4超玩】一日系列之市議員助理 呱吉和
邵哥會迸發什麼火花？



【Bit King比特王出任務】名醫師黃義霖以自
身經歷訴說 他為何反對蔡英文



【眾量級 CROWD】網紅情侶家寧送急診 呼
籲大家重視健康