

本期焦點



分析師的社群數據煉金術 不藏私大公開(下)

- 數位品牌經營分享：成熟期策略
- 社群經營一把罩：品牌深化X競品追蹤X產品優化



OpView放大鏡

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

由成熟期品牌看數位經營策略

成熟期市場需求飽和，潛在消費者與既有市場中的可開發空間皆所剩無幾，市場競爭遂趨於白熱化，此階段如何固守事業江山，將是品牌的一大考驗；而在潛力無窮的數位版圖中，社群領導聲量已是時代趨勢，因此，數位市場的「品牌經營」將是此階段的重點！如何借力使力，透過社群的擴散力傳遞品牌的好口碑？如何在消費者溝通模式轉變下，提供「標準配備」—多元且高效率的溝通管道？如何與消費者互動建立關係，並快速掌握消息、即時溝通應變，建立品牌良好形象？並透過競爭者動態與評價反饋機制，調整服務、優化產品。

上期 [《Social Watch Vol.91》](#) 結合產品生命週期理論(Product Life Cycle)，帶您探討企業在不同階段適合的社群經營策略與分析應用，本期將延續上期概念，透過實際解析成熟期品牌，一步一步帶您掌握數位品牌社群經營的執行重點，落實概念應用。

上期 本期

導入期：產品定位策略

成長期：市場擴張及監控策略

成熟期：品牌深化及產品提升策略

衰退期：社群探索策略

本期帶您實例操作，
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！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！
[複習請點我。](#)



數位品牌經營分享：成熟期策略

社群經營一把罩：品牌深化X競品追蹤X產品優化

在消費者選擇多元的成熟期，技術門檻降低、商品普及，競爭者們各據一方，品牌重心在於鞏固既有市場與留住忠誠顧客，因此，**這個階段的策略核心要點將回歸到品牌本身如何「深化經營」**。而在資源有限的情況下，**我們羅列了以下策略的優先順序：以品牌經營為首要重點，觀察競品次之，其後是產品提升**，接下來將以連鎖通路業為例，說明如何具體應用成熟期策略，並依序說明之。

1 品牌經營與深化

1-1 社群經營與回應：觀測社群反應 從互動中形塑品牌形象

市場需求趨近飽和的成熟期階段，成長動能趨緩，如何提升品牌價值、區隔與競爭者的差異，為成熟期捍衛市場的一大重點。而在社群概念興起後，人與人之間的虛擬互動影響現實行為甚鉅，因此在品牌經營中，社群營運可說是企業不可缺少的一環！

定期觀測，維持品牌形象、動態回應市場

品牌需要長期經營，從內容、互動、公司政策等面向不斷動態調整，而千變萬化的市場反應，稍不注意，極有可能摧毀苦心經營的品牌價值。因此需定期從量化指標（聲量起伏、滿意水平、回應熱烈度等）中觀察是否有異常現象，並輔以質化內容分析，如熱門討論議題為何？其中的行銷元素（時事、借勢梗、宣傳素材等）為何？從中提取受眾的回饋，不斷深化品牌給予大眾的形象，並藉由數據加以防範初期出現的頹勢。如右圖，該通路品牌八月第三周聲量較上期成長27%，由S/N^[註2]比可知主要來自社群聲量增長，再從熱門話題深入探討在網路引起討論的為何，隨時掌握受眾喜好。

[註2] 為社群活躍度，由社群網站、討論區和部落格聲量加總(S)，除以新聞聲量(N)。此指標用以判斷社群活躍程度高低，大於1為社群討論比新聞曝光多，反之為新聞曝光較多。



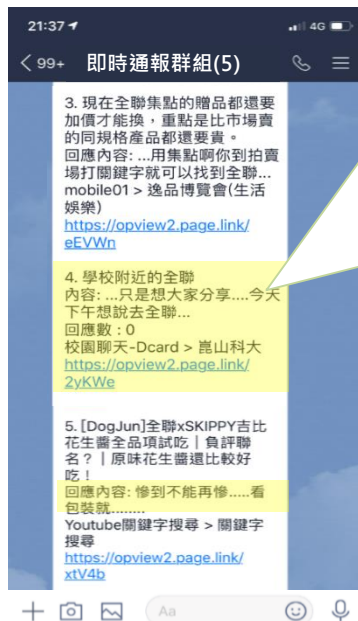
▲定期觀測社群指標：以全聯為例

從互動與危機回應 建立品牌調性與風格

除了從單向的宣傳提升品牌形象外，社群時代更注重透過互動與消費者建立關係，包含回應的語氣、用字、速度等，甚至還有面對負面事件的處理方式。如何掌握不同渠道中存在的顧客聲音，並給予相應的回應與對其意見的尊重，皆是品牌必修的危機與轉機課。

即時口碑通報：以全聯為例

除了觀測自有頻道所發出的貼文回饋外，更難掌握的是外部渠道中的顧客反應。以右圖為例，從口碑通報中可得知，有網友在討論區發文抱怨台南某分店收銀員之服務態度，另外也有YouTube開箱試吃影片，針對某花生醬產品留下負評。



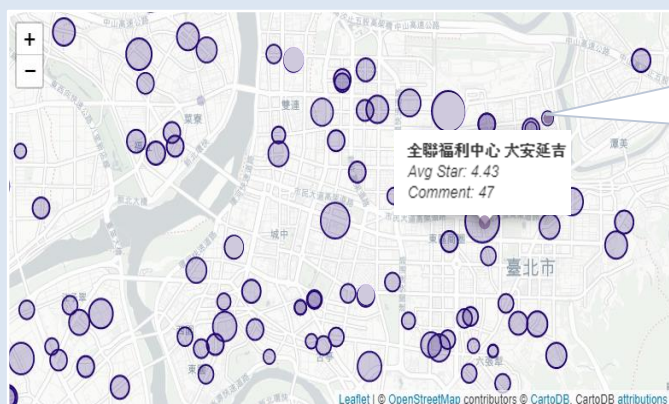
學校附近的全聯

純屬我個人感受只是想大家分享.... 今天下午想說去全聯買個日常用品結果結帳的時候 那個收銀員態度讓我很無解 明明其他的都很熱情.... 感覺很無解

共 27 則回文 崑山科技大學/F

2019-09-14 20:10:43

校園聊天-Dcard > 崑山科大



店員服務差，還不給貼紙。住附近還不如去遠一點的三民店購買，東西多樣通道也寬大，店員服務也超好。

K*****a ho 2019/8/24 10:55

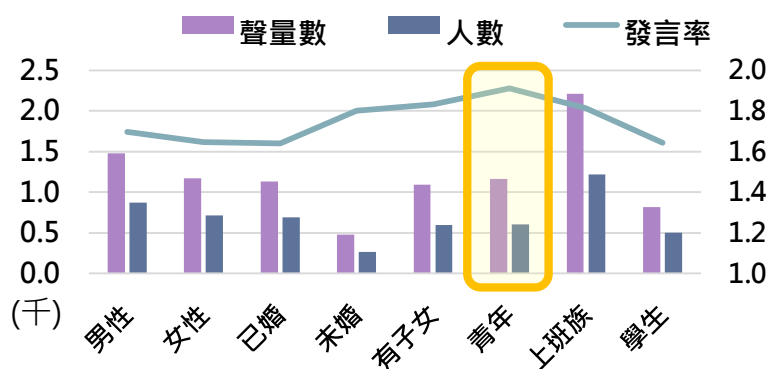
地圖評論資料：以全聯為例

從地圖評論資料掌握實體店面的網路口碑，如左圖八月份台北市區以大安延吉店表現最佳，獲 4.4 顆星；然而在松山新東店及松山三民店的部分，則獲得較低的 2.8 及 3.1 顆星，網友評論包含：服務差、未提供集點貼紙等，需要相關單位進一步注意。

針對網路負評，無論是作即時的公關處理，在負面聲浪發酵擴散前搶先「止血」，或是快速調整服務品質、商品規劃等，從社群經營上即時、個性化的回應，方方面面的提升品牌服務效率，並透過對話創造品牌風格，成為數位時代成熟期中與競爭者產生區隔的必備實力。

1-2 品牌深化經營：透過族群分析了解受眾

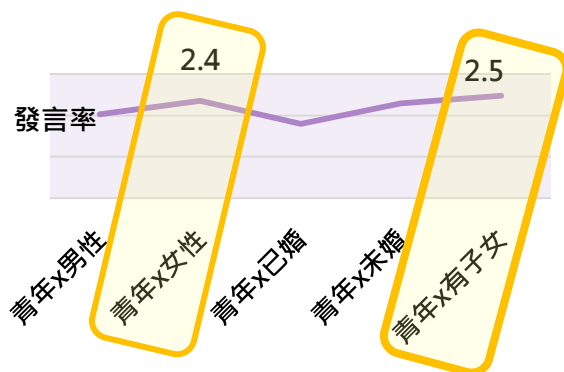
到了成熟期的階段，已累積一定的消費客群，當品牌欲將「陌生客群開發」的重心轉換到「深化經營忠誠顧客或會員」，其一可透過族群分析了解目標受眾類型，進而根據其生活背景或所在階段，作經營策略差異化、分眾行銷，或是反過來透過族群分析掌握高活躍的受眾，作為品牌主力目標客群，並可透過目標受眾偏好的頻道觀察其共同特徵，作為會員深化經營的策略參考方向。



▲族群分析長條圖(可識別作者數：2,546)

找出互動高之重點族群

掌握經營的重點族群、目標受眾可謂行銷評估中不可或缺的一環，透過族群分析找出發言率較高的族群，就左圖來說，以青年族群發言率較高(1.9)，表示發言參與度高，後續可鎖定此族群深耕。



▲族群交叉分析折線圖

交叉族群分析，觀測其偏好興趣

再次交叉其他族群，發現女性青年族群及有子女的青年族群是發言率相對較高的群體，進一步分析這些族群常出沒頻道，發現共通特色為「精打細算」或「寵物」相關內容。

Ptt car | Lifeismoney | C_Chart | Baseball
| Bank_Service | catf 愛貓聯盟
貓咪也瘋狂俱樂部 CrazyCat club

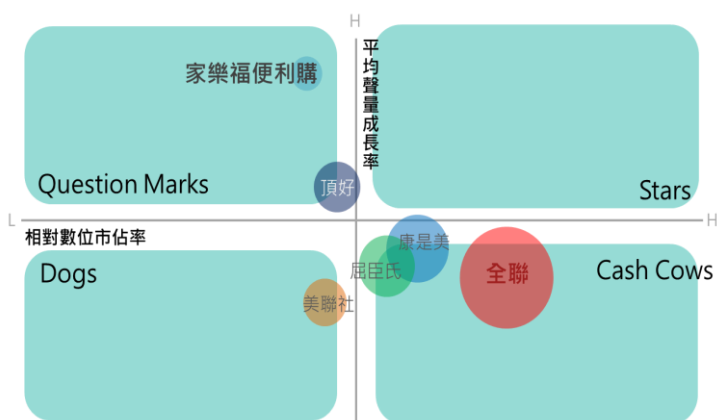
投其所好 KOL加速觸及

找出吸引網友的關鍵領袖，與其合作是個比起傳統宣傳更能有效觸及受眾的方式。掌握族群偏好後，直接篩選出屬於寵物類的網紅頻道，並針對這些頻道排序互動率高者，如左圖為超市通路業中的高互動之寵物網紅，可考慮作為後續合作對象，深化網路客群經營。

 	 	 
黃阿瑪的後宮生活 128萬位訂閱者	好味小姐 Lady Flavor 18.4萬人說這讚	橘貓布布拉姆斯 1.3萬人說這讚

2 競品追蹤與觀測

所謂知己知彼百戰百勝，在成熟期對競品的監測比任何一個時期都來的關鍵，透過不同面向的競品分析與監測，結合自身市場定位，才能找出最適合品牌的迎戰策略。



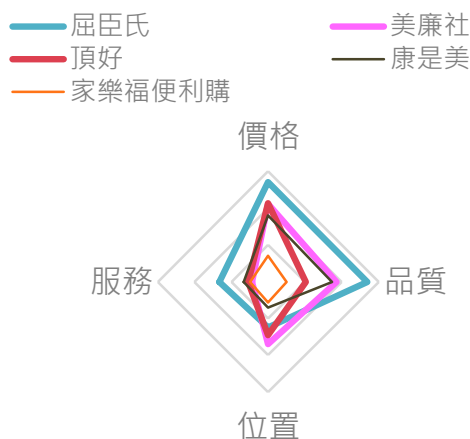
▲數位BCG矩陣：以連鎖超市為例

掌握社群數位市場落點

繪製 BCG 矩陣以了解當前數位市場競爭狀況，左圖以連鎖超市為例，可看出目前品牌落點全聯位於金牛區，應持續維持數位市佔率，並注意迅速崛起之家樂福便利購。(繪製方式[點我參考](#))

競品優勢分析

從雷達圖可看出目前競品狀況，其中全聯聲量仍屬最高，但在競品之間，於價格、服務及品質部分，屈臣氏表現佳；美聯社則是在位置部分獲得最多關注和討論。



▲連鎖超市「有機生鮮」、「即時調理包」競爭風暴圖

正負情誼文章排行		正評文章排行		負評文章排行	
來源	網站標題	標題	聲量數?	正評數?	負評數?
ETtoday新聞雲	生活新聞	想買自有品牌！4大賣場「高CP好貨」大發現網購推優惠價格...商品全曝光	1	1	0
Ptt	Lifemoney	[討論]大賣場自有品牌	1	1	0

好物：「爪哇咖哩調理包不錯吃」

▲正負評文章排行示意圖

商品競爭力觀測

以競爭風暴圖找出各品類主要競品，並了解其正面聲量，規劃自身應對策略，左圖舉連鎖超市為例，從競爭風暴圖中可看出全聯在即食調理包及有機生鮮上，需關注頂好及家樂福便利購。接著看正負評文章，從質化的角度深入探討網友對競品咖哩料理包的正面評價內容，作為後續商品規劃或行銷文案之重要參考資訊。

3 產品改善與優化

網路評價機制與自媒體發達，除了傳統的問卷調查與電話客服，越來越多人習慣透過社群網站與討論區分享心得、抒發抱怨，在網路上透露真實心聲，與此同時，網路評價領導購買決策，成為人手一機時代中必然的趨勢，因此，網羅社群正負評價與各大討論區的「開箱心得文」，綜合分析網友對產品的評論，作為產品改善升級的要點，甚至新一代產品規劃的參考，為數位時代重要的新方向。

熱門話題：以全聯為例 ▶

右圖為知名吃播網紅千千透露對全聯產品的負面評價，值得注意後續影響。

熱門話題			
Youtube觀看次數最多 > DIY教學	珍珠風暴再次來襲！全聯黑糖珍珠奶全系列開箱！【黃氏兄弟開箱頻道】		三歲哲生氣了，瑋瑋快逃XDD
Youtube 頻道 > Men's Game 玩物誌	這是Costco烤雞？開箱全台灣最大全聯福利中心居然有咖啡廳「Men's Game玩物誌」		推薦要留地址.
facebook粉絲團 > 千千進食中/Chien-Chien	好久不見的開箱又來了❤️		覺得蜂蜜檸檬乳酪很香難吃
Youtube 頻道 > 八婆 BESTIES	【開箱】全聯花生季全系列開箱！該不會是世上最△的一次？！ 八婆BESTIES		兩位今天都很正喔，天氣轉涼要多注意身體，突然聽起來那段很有趣耶~~~d(d'v')
Youtube 頻道 > 八婆 BESTIES	【全系列開箱】今晚宵夜吃什麼？夏日消暑甜湯！竟然在全聯就可以買到！ 八婆BESTIES		真的♥♥

最後針對成熟期品牌數位經營重點，依優先順序歸納於下：

品牌經營與深化

- 透過社群經營與即時回應，維繫並強化顧客關係與品牌溝通。
- 從地圖評論資料系統性了解網友們對於實體店面意見，迅速找出須關注改進之門市。
- 找出互動高之重點族群，鎖定目標受眾持續深耕，深化網路客群經營。
- 透過交叉族群分析，更明確掌握目標族群類型，進一步挖掘其共同偏好興趣，可更精準行銷。
- 與目標客群有興趣主題之關鍵領袖合作，能更有效觸及受眾。

競品長期監測

- 由數位市佔率與聲量成長率了解數位市場競爭狀況，關注既有對手之餘，也能掌握後起之秀。
- 進一步探討敵我在各面向之優劣勢，作為品牌調整改善規畫之參考。
- 觀測各業者推出的同類型產品，除了掌握自身產品競爭力之外，透過分析網友評價，也可作為後續商品規劃或行銷文案之重要參考資訊。

產品提升策略

- 蒐羅並綜合分析網友對產品的評論，作為產品優化要點與未來產品規劃的參考。

本期Social Watch由上期概念延伸，以實例解析成熟期品牌的社群操作，期待上期的概念結合本期的示例解析，能讓您對數位經營的策略與脈絡更明確。



OpView放大鏡 觀測期間| 2019.11.04-10 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	3,759	LINE TODAY > 國內	TVBS 遭爆砸大錢買豪宅 韓國瑜：不是拿7200萬買房
2	2,884	LINE TODAY > 國內	陳其邁：再給蔡總統4年「讓台灣成為美麗而偉大國家」
3	2,507	LINE TODAY > 國內	TVBS 央視主播：灣灣回家吧！台網友留言反擊
4	1,905	LINE TODAY > 運動	緯來體育台-【12強棒球直播】日本vs台灣
5	1,866	LINE TODAY > 國際	三立新聞網 NBA觀眾穿「台國旗」...中國急停播
6	1,741	yahoo新聞 > 政治	韓國瑜遭爆買豪宅 韓陣營：庶民也有買賣房產權利
7	1,708	LINE TODAY > 運動	緯來體育台-【12強棒球直播】台灣vs委內瑞拉
8	1,697	yahoo新聞 > 娛樂	遭爆買豪宅韓國瑜臉書痛批「洩漏者」：不願骯髒的贏
9	1,658	LINE TODAY > 國內	副手敲定了！韓國瑜親口證實 加碼曝宣布時間
10	1,587	LINE TODAY > 國際	台人可在中國外館尋求保護 國台辦發惠台26條措施

Dcard 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	1,479	時事	韓國瑜妻砲轟：學母語浪費資源
2	1,474	感情	好險我看懂妳的求救訊號
3	1,286	美髮	為了女兒，辮了九年的長髮！
4	1,094	感情	男友想求婚 該怎麼阻止他！！！！
5	801	棒球	感謝中華隊為我們帶來這麼精彩的比賽
6	753	追星	PRODUCE安PD承認 第3、4季投票造假
7	689	彩虹	#驚難道這一切只是騙局！？
8	677	穿搭	我的日常穿搭
9	659	心情	在台灣，會唸書其實是個陷阱
10	620	感情	真的有這麼多手控嗎

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	1,894	DMM_GAMES	[情報][千年]本周(11/5+11/6)情報
2	1,684	Gossiping	Re: [爆卦]知名鄉民Deann疑似為職業Ptter
3	1,566	Gossiping	[新聞]藍酸小英32歲就能買15筆土地
4	1,552	Gossiping	Re: [新聞]韓拋學貸免息挨批 讓他怒了！
5	1,517	DMM_GAMES	[閒聊] [千年]千年戦争アイギス 11/08
6	1,511	Gossiping	[新聞]與布拉格簽姊妹市「台北台灣」惹議
7	1,486	Gossiping	[新聞]【獨家】奧萬大墜橋 男童父親還原真相
8	1,485	WomenTalk	[閒聊]會羨慕像金庸我富二代的人生嗎？
9	1,472	HatePolitics	Fw: [新聞]韓拋學貸免息挨批讓他怒了！
10	1,444	Boy-Girl	[問卷]男友付房貸 女友付管理費水電 這樣公平嗎？

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	391	新聞與時事(生活娛樂)	庶民失業買7200萬豪宅
2	292	行動通訊綜合討論區(智慧型與傳統手機)	這版有人被我告公然侮辱了。開放登記免費雞排50份
3	286	汽車(Luxgen)	URX五座改5+2，一些問題請教
4	239	閒聊與趣味(生活娛樂)	心情差聊聊天
5	225	小米手機 (Android)	小米雙11官網活動 抽500券可以做什麼??
6	222	行動通訊綜合討論區(智慧型與傳統手機)	台星雙11老客戶續約 現在已經可以申辦了
7	221	動研室七嘴八舌區(小惡魔的動力研究室)	幼稚園接送被拖吊
8	221	汽車(Toyota)	Toyota Raize正式發表，主打日本市場的小車體大空間
9	216	居家 (房地產資訊)	[無殼蝸牛－上節目被壓著說不出論述][為什麼?]
10	192	動研室七嘴八舌區(小惡魔的動力研究室)	建議高公局直接廢掉『超車道』這個名詞

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)

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	23,975	韓國瑜	【強力譴責侵害個人資料】1.我與妻子八年前合力購買預售...
2	18,839	蔡阿嘎	【票選】蔡桃貴弟(妹)的外號！哈哈~二寶外號，留言票選...
3	13,780	台灣達人秀	玩三關小編可能就會開始摔健身環了 馬丁Martin 提...
4	13,380	東森新聞	5分鐘全嗑光！40隻蟑螂遇鼠慘變美食...
5	10,577	中國國民黨 KMT	【戒嚴復辟？蔡政府滅殺人民自由】民進黨人數優勢護航下...
6	9,472	Now News – 新聞	警方記者會 警方指示威記者不肯離場 取消記者會...
7	9,111	ASUS Store Taiwan	誰才能成功打出「小布幫幫忙」！我先：...想蹦蹦嗎 ...
8	8,731	五月天 阿信	蔡依林Jolin Tsai #五月天 蔡依林 玫瑰少年
9	8,025	東森新聞	挑戰大聲公灌珍奶！狂男秒遭洩洪炸滿身...
10	7,745	韓國瑜	【傾聽之旅小花絮—韓總洗衣篇】有空檔回家一下...

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	74,765	富發牌	備戰雙11趴吐 楠哥哥最便宜
2	37,415	神魔之塔	【寶石心理測驗UID留言派獎第三彈！】留下你的答案和UID
3	29,788	Pairs – 派愛族	馬上測出！你最適合和哪個星座談戀愛！...
4	27,984	TR Box寶藏屋： 傘的專家、居的職人	少說多做♥朋友就多了少裝多真♥感情就久了凡事親力親為 ...
5	23,874	Pairs – 派愛族	選一個字！測測看你未來10年的富貴運勢！...

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](#)。



【票選】蔡桃貴弟(妹)的外號，由你決定！蔡波能、蔡單、蔡奇亞、蔡桃湯？



【我要當選】專訪韓國瑜親口證實「副手敲定了！」20191108【韓國瑜】



【震撼】目前信息量最大的一期影片，水|老高與小茉Mr & Mrs Gao



[華記11月4日直擊報導](#) ✪ 首先非常感謝大家的關心，衷心感謝大家支持！



[Glamping Vlog | 好久不见](#)