

本期焦點



母親節禮品 已婚、未婚需求大不同

- 透過族群分析 取得分眾化的需求特徵
- 透過時間分析 得知消費者購買之後的進階需求



OpView放大鏡

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

本期焦點

母親節禮品 已婚、未婚需求大不同 使用網路口碑資料 提升品牌行銷成效

「母親節檔期」向來是各品牌上半年的重頭戲，行銷人肩負提升銷售的重責大任，通常會參考客戶關係管理(以下簡稱CRM)系統中的歷史資訊，來謀劃即將到來的行銷檔期，然而歷史資料總帶有過時的隱憂，如何掌握即時的消費者動向情報，成了品牌最為苦惱的難題。

本期《OpView社群口碑資料庫》電子報將透過OpView Audience^[註1]，精準地以不同族群的角度不間斷地分解網路口碑文字，提出不同族群的消費需求，幫助行銷人規劃分眾行銷、觸及適切的客群，並吸引舊客戶回流、擴展新客；除此之外，更可釐清消費者在購買前、後的不同需求，延續品牌跟客戶之間的互動，提升行銷策略的成效！



《母親節禮品 族群偏好輿情分析》

觀測期間：2016.01.01~2017.04.20

分析範圍：社群媒體、討論區

[註1]：OpView Audience 為今年度推出的輿情加值方案，挑選內建的族群功能，可更精準的了解特定族群的話語、想法，相關資訊請上網：
<http://www.opview.com.tw/opview-audience>

新客戶名單 接觸潛在消費者.....

分析與「母親節」相關的熱門話題、商品和論壇網站，品牌可以在這些自媒體以外的論壇網站與潛在消費者接觸，藉此擴展新客群，並精萃出這些熱門來源網站中的「熱門話題」與「商品需求」。

以下就2016年母親節檔期單一產品聲量最高的「蘭蔻肌因賦活露」為案例，自2016/3/9~2016/5/23，涵蓋完整母親節檔期，從出現討論開始蒐集，到討論減少至零為止，觀察「蘭蔻」的熱門網站與互動熱度，

論壇網站	2016年3月				2016年4月				2016年5月			
	第1週	第2週	第3週	第4週	第1週	第2週	第3週	第4週	第1週	第2週	第3週	第4週
Ptt > BeautySalon	0%	0%	2%	1%	5%	30%	0%	5%	12%	1%	1%	1%
FashionGuide > Beauty討論區	0%	1%	19%	0%	2%	3%	1%	2%	1%	1%	0%	0%
BabyHome 寶貝家庭親子網 > 美容醫美	1%	0%	0%	0%	2%	4%	1%	0%	0%	1%	0%	0%
美妝INTALKING > 臉部保養	0%	0%	0%	0%	0%	2%	1%	3%	0%	1%	0%	0%
UrCosme > 最新心得	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%

▲ 品牌與產品：蘭蔻肌因賦活露
(討論串總則數：1,685)

透過自媒體以外的論壇網站取得客戶高互動性網站，再根據消費者在網路上的路徑，找出「橋梁型」論壇網站。對「蘭蔻」來說，批踢踢美容保養版是延續時間最長、互動熱度最高的網站，具有「擴散資訊」的「橋梁」，是「蘭蔻」經營內容行銷、導流、擴展新客的優先管道。



▲ 「蘭蔻」互動熱度前五大的論壇網站

分眾化需求 透過族群分析取得

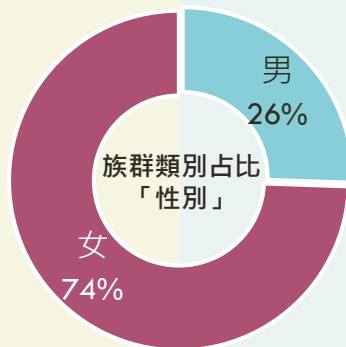
以OpView Audience進一步區分出不同「族群類別」，如性別、婚姻/子女狀況，分析不同客群對母親節禮品的需求程度。透過下圖對照表，品牌可以參照自己本身的會員資料，了解現行市場中，不同族群對各式禮品的喜好，進而推估出客戶的潛在購買需求，幫助以往依據購買頻次/金額/產品的「歷史資料」猜測未來趨勢的行銷策略，賦予更精準、更即時快速的「族群需求情報」。

▼「母親節禮品」的各族群偏好
總樣本人數：6,806
觀測時間：2017.01.20~04.20

討論禮品聲量排行榜

1. 美妝保養品
2. 蛋糕甜點
3. 聚餐
4. 一起逛街
5. 祝福卡片

女性



男性



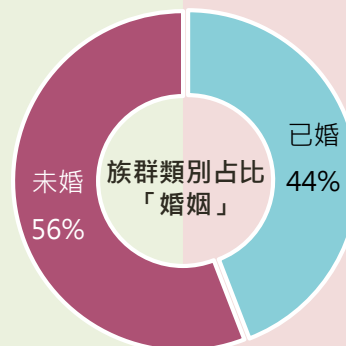
討論禮品聲量排行榜

1. 美妝保養品
2. 蛋糕甜點
3. 祝福卡片
4. 家用電器
5. 聚餐

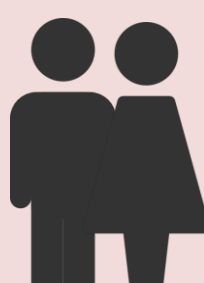
討論禮品聲量排行榜

1. 美妝保養品
2. 蛋糕甜點
3. 一起逛街
4. 祝福卡片
5. 聚餐

未婚



已婚



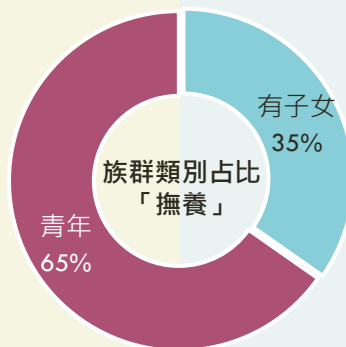
討論禮品聲量排行榜

1. 美妝保養品
2. 蛋糕甜點
3. 親子活動
4. 聚餐
5. 女鞋

討論禮品聲量排行榜

1. 美妝保養品
2. 蛋糕甜點
3. 祝福卡片
4. 聚餐
5. 一起逛街

青年



有子女



討論禮品聲量排行榜

1. 美妝保養品
2. 蛋糕甜點
3. 親子活動
4. 女鞋
5. 聚餐

上頁以2017年母親節檔期(1/20~4/20)為資料期間，分析討論「母親節禮品」的網路口碑，並依據「自述型口碑內容」將網友區分成「男性/女性/未婚/已婚/青年/有子女」六種族群類別。除了贈禮需求最大的美妝保養品，不同族群呈現了對禮品的不同喜好排行。

透過OpView Audience可取得不同族群的分眾化需求特徵，協助品牌對應至目標客群，迅速了解客戶不會告訴你的喜好！

提升行銷成效 透過時間分析 得知進階需求

再進一步加入「時間」變因，分析不同族群消費者在「母親節」之後的進階需求，藉此強化節慶後的商品行銷策略。

下圖以網友跨年度討論母親節禮品的文章為例，經過時間的變化，儘管多數消費者主要討論的禮品類別仍然屬於「美妝保養品」，但部分消費者的「階段需求」已經發生變化：

網友代號	2016年發表文章	2017年發表文章	階段變化
已婚A	[請益] SK2母親節怎麼買最划算	[問題]是否該在此時補貨肌膚之鎊粉底還是衝ysl	未維持品牌忠誠
男性A	[心得]蘭蔻母親節特惠組開箱之教戰守則	[心得]后秘帖系列華炫系列心得	未維持品牌忠誠
男性A	Re: [情報] Clarisonic官網母親節特價	[心得]后秘帖系列華炫系列心得	未維持品牌忠誠
女性A	[請益]百貨母親節美白-玫瑰露+蘭蔻淨斑精華	[閒聊]給靠櫃新手的教戰守則分享	從生手到老手
未婚B	[心得]雅詩蘭黛母親節靠櫃不算很好的經驗	[情報] 2017全台各大百貨公司母親節檔期一覽表	從生手到老手
未婚B	[心得] Jill Stuart母親節特惠組	[情報] 2017全台各大百貨公司母親節檔期一覽表	從生手到老手
女性B	[心得]蘭蔻母親節特惠組開箱之教戰守則	Re: [心得]請假衝新光蘭蔻小黑瓶組合~	維持品牌忠誠
男性B	[問題]幫挑碧兒泉母親節男士特惠組	[心得]母親節時代百貨採買碧兒泉	維持品牌忠誠

▲消費者不同階段的口碑討論，反映其生活動態與需求變化^[註2]

[註2] 取樣方式：1.取出2016年、2017年皆有在社群媒體、討論區發表母親節相關文章的網友名單，共取得441人、5,287篇文章後，擇錄部分「階段需求」發生變化的消費者，呈現其發表文章

透過時間分析得知消費者購買之後的進階需求，品牌同時需得「建立標準化流程」與「建立關鍵指標」(如族群人數、討論頻率、需求項目的變化)，才能在將社群口碑劃分為更細緻的族群之下，再透過熱門網站分析、時間分析，大大加值網路口碑文本，創造更多元的消費者族群情報，透過定期檢視數據報表，將可隨時掌握消費者趨勢脈動。

透過機器學習的方式訓練自動化判別族群特徵詞，進而快速分群，解決了以往無法辨識網友身分輪廓的問題。本次電子報透過族群分析發現，母親節檔期除了美妝保養品具有強勁的消費動能，不同族群的消費者亦會選擇能反映自己的需求的母親節禮品：男性較女性喜愛選擇家用電器；已婚/有子女者，比起未婚/青年族群，還要喜愛選擇具親子互動性質的母親節慶祝方式。

最後，不論要送哪一種禮物，其實媽媽們最窩心的還是孩子們的貼心，母親節可不要忘了陪伴在媽咪身邊，對她說一聲我愛妳！



OpView放大鏡 觀測期間| 2017.04.03~2017.04.16

網友熱議文章大公開

針對不同網路平台進行聲量探索，由OpView自動計算出超過1600個新聞頻道中，網友熱議的前10大社會話題；並挑選台灣網友集中的社群平台如批踢踢、Mobile01與臉書粉絲團各別探索，再加上台灣熱門品牌的網友關注話題，讓您快速掌握網民最夯的討論動向。

新聞頻道 聲量探索排行榜

鑒於媒體逐漸傾向於官方網站內嵌Facebook留言功能，將官網留言與臉書留言整合，故於此排行榜露出之文章，將不再重複於後方Facebook排行榜露出，並擴大節選前15名民眾熱議之新聞話題。

排行	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,160	ETtoday新聞雲 > 即時新聞	婦人突「小跑步」穿越馬路 騎士僅1.84秒反應...撞死判無罪！
2	2,148	蘋果日報_即時新聞 > 即時新聞總覽	男友請媽媽吃飯 結帳4萬6再送一巴掌
3	2,057	ETtoday新聞雲 > 即時新聞	牽繩在身上..哈士奇雙眼遭挖獨自臥雨中 想哭卻沒了眼
4	1,974	ETtoday新聞雲 > 即時新聞	蔡英文138億在彰化建捷運！他憂變成「養蚊子」
5	1,970	ETtoday新聞雲 > 政治新聞	蔡英文宣布砸138億蓋彰化捷運！4張支票齊發...網友震驚戰翻天
6	1,952	聯合新聞網 > 地方	高鐵捕獲野生馬英九網友讚：教養非常好的人
7	1,768	蘋果日報_即時新聞 > 即時新聞總覽	當街殺女友47刀吻屍 台大宅王無期改判21年半
8	1,708	壹週刊 > 政治(即時新聞)	當街殺女友47刀吻屍 台大宅王無期改判21年半
9	1,691	蘋果日報_即時新聞 > 即時新聞總覽	惡劣！烏山頭水庫八田與一雕像遭斷頭
10	1,681	東森新聞 > 國際	聯航濺血醫師被起底！疑涉非法性交 病人還是撲克選手
11	1,611	ETtoday新聞雲 > 國際新聞	8歲男童偷開廂型車 載4歲妹抵達2公里外麥當勞吃大麥克
12	1,596	ETtoday新聞雲 > 生活新聞	「讓徐總兒子再摔一次」網發起拒吃麻膳堂 其他人：別追殺
13	1,594	yahoo新聞 > 理財就業	17年領1千多萬！退休教師挺年金改革：我領太多了，都花不完
14	1,502	ETtoday新聞雲 > 社會新聞	死亡撞車「無照高中生」竟沒過失！碩士生搶快判賠340萬
15	1,463	蘋果日報_即時新聞 > 即時新聞總覽	台青年讚上海方便到害死人「台灣真的沒什麼」

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	2,876	Ptt > Gossiping	Re: [新聞]台修法禁吃貓狗肉 CNN：重要里程碑
2	2,747	Ptt > Gossiping	[新聞] 12次產檢未發現女嬰缺手腳 婦人求償816萬
3	2,501	Ptt > Gossiping	[FB]全聯臉書徐重仁回應了!
4	2,224	Ptt > Japan_Travel	[資訊]明日台虎促銷0元起
5	2158	Ptt > Gossiping	[新聞]走向新人生！陳進興兒將在美結婚 鮮少談
6	1,896	Ptt > medstudent	Fw: [新聞] 12次產檢未發現女嬰缺手腳婦人求償816萬
7	1,787	Ptt > WomenTalk	[難過]為什麼可以這麼義正詞嚴？
8	1,581	Ptt > Gossiping	Re: [FB]全聯臉書徐重仁回應了!
9	1,563	Ptt > Gossiping	Re: [新聞]低薪好苦悶徐重仁：不要太計較薪水比別
10	1,544	Ptt > BabyMother	Fw: [新聞] 12次產檢未發現女嬰缺手腳 婦人求償816萬

Mobile01 聲量探索排行榜(排除閒聊文、直播文、贈獎文)

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	1,086	新聞與時事(生活娛樂)	聯航機位超賣逼乘客下機 濺血拖離「華裔男」
2	744	閒聊與趣味(生活娛樂)	我要推廣一個正確的閒聊方法~~自問自答法
3	577	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	關於開ACC佔用內線一事
4	431	LUXGEN (小惡魔的動力研究室)	納智捷的未來是越來越嚴峻了
5	429	投資與理財(生活娛樂)	大揭密台灣低工資根本原因，央行壓低匯率2倍
6	419	閒聊與趣味(生活娛樂)	介紹一間不給換零錢的全家便利商店
7	393	閒聊與趣味(生活娛樂)	卡比獸似乎變多了
8	368	職場甘苦談(生活娛樂)	年金改革政府不敢公布精算報告，我來精算給大家看
9	340	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	憑甚麼就是要我讓內車道？
10	339	軍事迷基地(生活娛樂)	國造潛艦未成軍、F-35匿蹤戰機未到手2025年台海攻防戰這樣打

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	58,982	蕭敬騰 Jam Hsiao	時時 on sale
2	25,053	派愛族 - 來自日本最受 歡迎的婚姻媒合服務	與你結婚「最速配」「最不配」的星座!! ▶ http://bit.ly/2ol3...
3	22,030	東森新聞	不蓋你！活跳跳泰國蝦500元吃到飽#我在這編：那個蝦膏 太犯規！攝影記者：...
4	21,631	ETtoday星光雲	小編膽子小，看到「10年來最狂恐怖片」就不敢看看過的同 事都說：超可怕！好噁！真...
5	19,075	蘋果日報即時新聞	這個妹妹也太崩潰了吧XDDD #外國#小女孩#勾男生#失敗 #崩潰
6	18,419	東森新聞	海中屁孩吐沙搗亂網友笑翻：超靠北！ #車部編：人生就要 有這樣的朋友才完整🤔?...
7	17,343	ETtoday分享雲	這就是盧小小女友的魅力啊~~ (#媽妃) #延伸:看金剛被噎到 狂挺胸...女友...
8	16380	東森新聞	超驚人實驗！可樂喝下肚變這樣？網友：我到底喝了什麼# 車部編：好險編編幾乎不喝...
9	16,,242	全聯福利中心	大家好，我不是全聯小編，我是徐重仁。昨日收到一位年 輕同仁向我諫言：「總裁，...
10	15,827	噪咖	交往再久也心動！另一半的哪個瞬間讓你又戀愛了？(為我 擔心的時候> /// <) 特別...

Facebook粉絲團 聲量探索排行榜(贈獎文)

排名	新增 回文數	來源頻道	標題
1	30,709	大甲鎮瀾宮	🎉🎉🎉賀大甲鎮瀾宮粉絲突破38萬人 🎉舉辦「遶境進香」 結緣非賣...
2	22,626	卡提諾狂新聞	【狂抽猛送】第八集「李施德霖」沒有最狂只有更狂，這次 獎品再度叩關十萬!!!!...
3	21,030	卡提諾狂新聞	連假最後一天加班開直播抽獎啦！
4	20,074	Kevin老師	香奈兒果凍粉餅全亞洲獨家搶先開箱!!! 看直播有機會搶 先體驗!!!
5	17,186	小熊 Yuniko	將將將我帶禮物來給你們囉!!!技嘉AORUS GeForce® GTX 10..

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

欲了解更詳細的排行榜訊息，請至官網查閱 請點我

品牌話題排行榜(排除贈獎文)

透過OpView探索台灣百大^[註]與各領域知名品牌在網路頻道上的討論聲量，並即時產出前十大排行榜，讓您隨時了解品牌輿論風向。

用摩斯APP點餐一不小心點就了120份，是免費宣傳抑或業配？

網友在PTT笨版發表自己近期用APP訂購MOS餐點，卻因為程式有異，造成一次下單過量，被店員提醒的糗事，網友們反應熱絡，無意間為MOS的APP與優惠活動做了宣傳，有人大讚因此了解最近有APP的促銷，但也有零星幾位網友認為原PO在做『業配文』操作。

網路文章的真偽，儘管你我都有一把尺，但是對於這則討論串輿論風向帶往何處，公關人員皆應持續觀察避免危機發生！



排名	品牌	新增回文數	來源頻道	標題
1	Luxgen 納智捷	1,178	Ptt > car	Fw: [新聞]終於忽悠不下去了! 納智捷瀕臨破產邊緣
2	Luxgen 納智捷	431	LUXGEN (小惡魔的動力研究室)	納智捷的未來是越來越嚴峻了
3	Uber 優步	280	Ptt > Gossiping	[新聞]快訊 / Uber宣布回歸台灣! 13日公布最新
4	OPPO 歐柏	268	Ptt > MobileComm	[心得]清晰的小視界OPPO R9s Plus開箱
5	HONDA 本田	256	Ptt > car	[分享] Honda第五代CR-V規格配備流出?
6	Uber 優步	243	ETtoday新聞雲 > 即時新聞	Uber宣布4/13重返台灣 但8.3億罰款「全都沒繳」
7	acer 宏碁	216	投資與理財(生活娛樂)	個人研究觀察記錄篇(宏碁轉型之路篇)
8	TOYOTA 豐田	215	Toyota (小惡魔的動力研究室)	之前豐田不是說sienta一個月目標2000台
9	Nissan	210	Nissan (小惡魔的動力研究室)	小拉皮更有型Nissan iTiida雙動力試駕
10	MOS 摩斯漢堡	210	Ptt > StupidClown	Re: [無言]我訂了120份摩斯早餐!

[註]參考《商業周刊》[百大品牌列表請點我](#)

若某事件廣泛於各大頻道露出，為不重複提供相似資訊，品牌話題排行榜僅收錄該事件相關文章之聲量最高者。