Opview Social Watch VOL. 70

發行日期：2018/12/17

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
訂閱電子報請點我

本期焦點

了解第三方數據特性 制定品牌策略框架

- 社群輿情資料之產業矩陣
- 規劃客戶旅程策略與指標

OpView放大鏡

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

觀賞活動花絮影片請點上圖

了解第三方數據特性
制定品牌策略框架

受亞洲廣告聯盟AFAA 邀請參加《DigiAsia數位亞洲大會》，意藍資訊與國際大廠Google、IBM、Oath(Yahoo)、日本電通等於論壇上分別就數位應用分享各自經驗，本期即節錄演講內容，說明第三方數據如何與AI結合，協助品牌行銷與應用於會員營運。

「人工智慧」意即機器智慧，透過電腦程式仿擬人類行為，由於各行各業所專注領域與發展重點皆不同，接下將以意藍多年專精之自然語言處理及語意分析技術所延伸之應用說明。

近年資料科學蓬勃發展，人人對「大數據」早已不陌生，而與常常一同被提及的「人工智慧」之間又有何差異？簡單來說，數據就如同未經加工處理的原油，雖珍貴，但成分複雜而無法直接取用，需經煉化後才能廣為製成商品；AI便像是煉油廠，透過機器程式處理，代替人腦處理龐大資訊做出反應，甚至預測未來。

舉例來說，作為編輯者常常寫完文章後，苦於寫出一句精鍊的標題來說明文章內容，以下用一則新聞稿為例，來看看機器如何理解中文內容並「寫標」！

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
訂閱電子報請點我

人工
編輯

(Output)

聯電擬買30萬張庫藏股 股價開盤漲2.79%

內文
(Input)

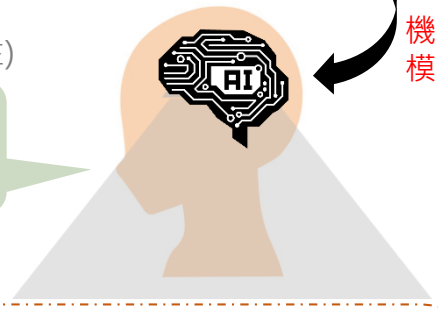
（中央社記者張建中新竹2018年11月6日電）晶圓代工廠聯電 (2303) 今天起將買回30萬張庫藏股，股價順利止跌回升，開盤跳空達新台幣11.05元，漲幅約2.79%。

為維護公司信用及股東權益，聯電今天起至明年1月5日將買回30萬張庫藏股，買回區間價格每股7.55元至20.8元，這是聯電近3年來第3度實施庫藏股，聯電前2次都買回20萬張庫藏股，執行率100%。

聯電實施庫藏股策略奏效，股價順利止跌回升，今天開盤跳空達11.05元，漲0.3元，漲幅約2.79%。

聯電因遭美國司法部起訴指控竊取美光商業機密，最高可能面臨200億美元罰金，並有歐系外資調降投資評等至劣於大盤，目標價降至10.8元，5日股價重挫跌停，達10.75元，跌幅達9.66%。

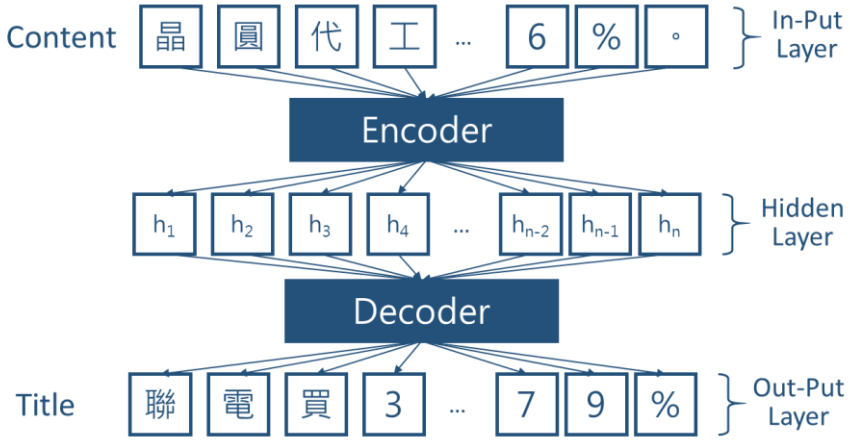
機器
模仿



(由意藍資訊開發之專利語意分析技術自動產生)

“聯電買30萬張庫藏股 開盤漲2.79%”

(Output)



Encoder-Decoder 框架進行深度學習，對Input(內文)進行編碼(Encoding)，將之轉化為電腦讀得懂的特徵，接著再以模型運算，最後利用解碼器，將晦澀的權重及符號轉成人們可看懂的Output(標題)。

當訓練文本不斷累積，亦即資料達到足夠龐大，機器能力便越發提高，所寫出的標題更加擬人化，最後甚至可藉由內容推估出人們的意圖，做到 *“From Content to Intent”* ！

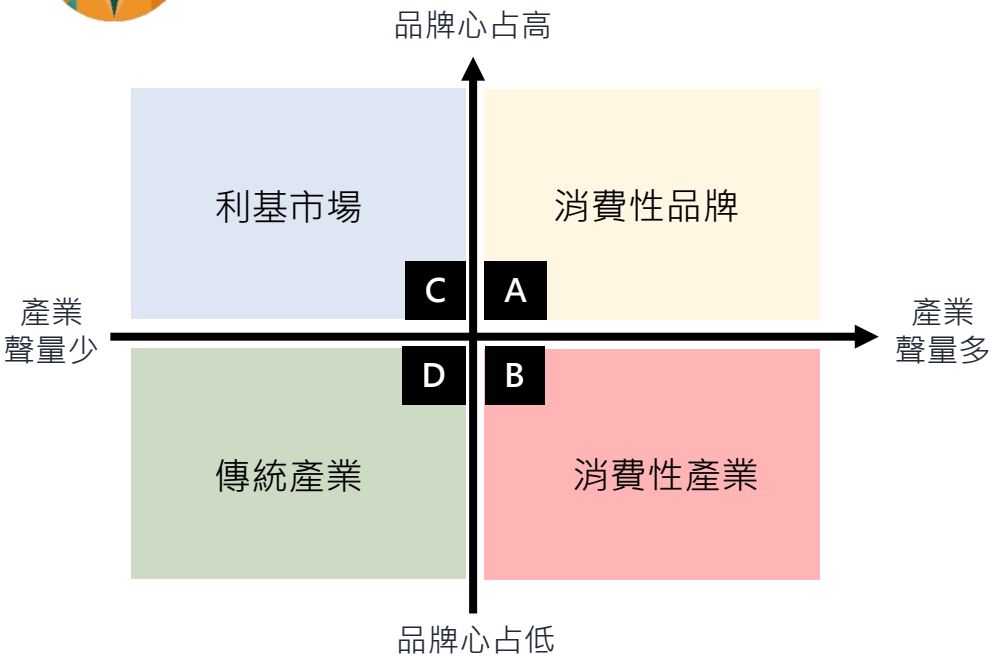
而原油(數據)的多寡、雜訊程度或資料處理的支援能力，再再都影響最後可產製的成品。處於不同資料現狀，應當發展何種營運策略？接下來我們以社群文本資料劃分出產業矩陣，並建議適合的行銷策略。

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
訂閱電子報請點我

社群輿情資料之產業矩陣

[註]
產業聲量多表示該產業由網友常自發性討論的商品或服務所構成，通常為消費性產業。

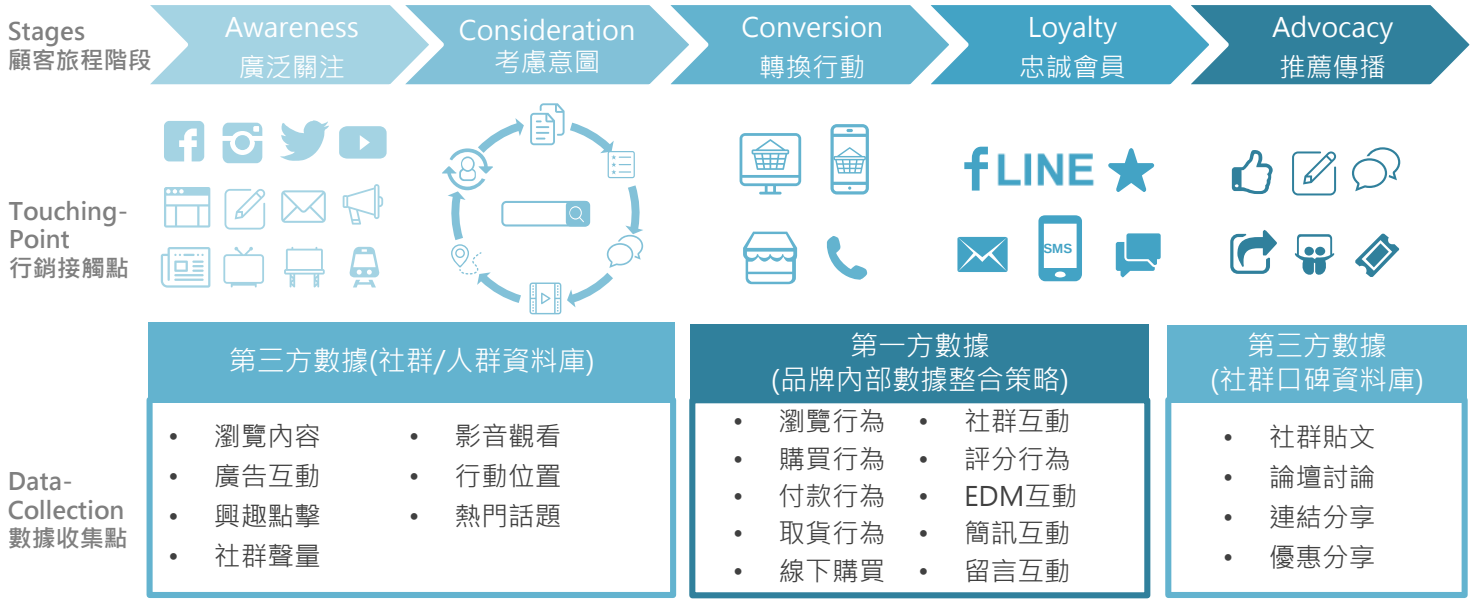
品牌心占率高，表示產業具有領導品牌或數個知名品牌，網友討論時常會同時提及品牌名，或以品牌代稱。



	現況說明	應用策略
A	如奢侈品、3C、專櫃美妝、品牌服飾等。雖具有知名度，但需隨時關注競品動向。而領導品牌則需考慮拓展新市場以求獲利成長。	**迴避競爭者、開發新市場** 資料充足，依照公司未來目標可進行競品調查、公關監測、新市場研究等
B	產業競爭激烈，消費者雖常會在網路上討論相關話題，但對品牌的關注程度低。易受促銷或宣傳影響。	**品牌差異化** 針對產業與競品進行內容分析，塑造品牌風格、突顯印象，提升品牌心占率
C	數位程度高之新興產業，產業聲量較低，新聞聲量常多於社群聲量。已有領導品牌，其他品牌尚未造成顯著威脅。	**加強行銷、擴大聲量** 沉默受眾多，適合以數位行為研究並開發潛在客戶，同時針對目標市場提高社群參與。
D	傳統產業或數位程度較低之產業；網路較無人討論，且無顯著知名品牌。正面臨企業轉型或是原有營運策略的調整。	**製造話題、市場教育** 藉由操作引領產業曝光，需妥善規劃宣傳階段，進行市場教育、累積熱度，再藉由先行者優勢獲取心占率。

規劃客戶旅程策略與指標

各品牌所處的市場困境不同，當確立行銷目標後，進一步將顧客旅程中的每一個客戶接觸點羅列，同時監測特定指標，以數據實際計算每階段轉換成效，找出最需修正的步驟加以優化。



廣泛關注 Awareness

Guide Customers' Journey with the Right Content at the Right Place

依照公司目標展開宣傳策略，結合原有第一方官方媒體數據，加上第三方數據，更全面掌握顧客溝通成效。

此階段應注意：

- *受眾是誰 Right Person*
- *如何接觸 Right Place*
- *用什麼素材 Right Content)*

執行後，根據公司內部需辨識關鍵接觸點的轉換品質，例如，此階段重視公司知名度者，即應觀測品牌聲量與產業聲量比值是否成長、關注活動成效者則偏重點擊率、分享數等。

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
訂閱電子報請點我

考慮意圖 Consideration

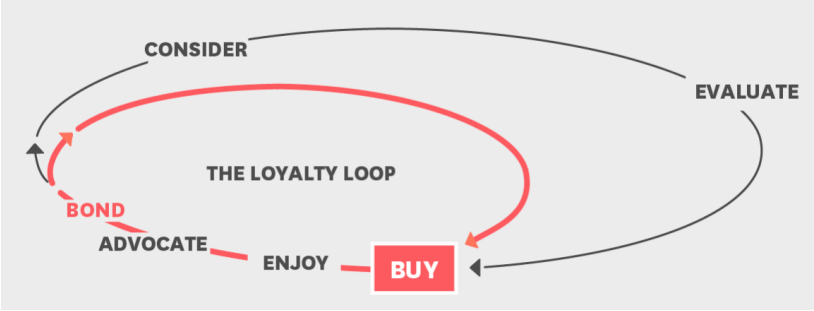
Integrate Reliable 3rd Party Data to Create More Relevant Experience

引起觀注後，為加強短期記憶印象，前期累計的數據需不斷驗證每個人的反應程度，算出最適合推薦的素材、進行再行銷喚起轉換意圖！做為進入轉換行動的敲門石，創造符合顧客高度相關的體驗，需將第一階段溝通用戶分群，提供不同素材，優化再行銷成精準再行銷，「*Remarketing+Micro-target*」是此階段的重點。

除此之外，是否出現相關疑惑在社群上，影響其他潛在客戶?過去是否有正面分享，加強顧客認同?亦需同時注意。

Loyalty 忠誠會員

Apply AI Technologies to Improve Efficiency and Personalization



恭喜終於完成了交易或是其他行動轉換，一路上所累積的資料可千萬別成塵封！為了培養新客成為回頭客，並降低舊客流失率，此階段不再如同宣傳階段求廣，而是求精。

利用前期與顧客互動，由電腦運算而成的Persona標籤，在未來活動推廣時可減低非必要的過頻、低相關性資訊。藉由更個人化的溝通模式，加強顧客管理成效。

Advocacy 推薦傳播

Encourage Influencers to Share Brand-mentioned Comments

而最後，需廣泛地觀測活動回應與品牌正負面言論。不論是顧客自發性，亦或是透過激勵、操作性活動，例如選擇具有傳播影響力的網紅(Right Influencer)，加強推廣力道。畢竟網路上的正面評價都是下次活動的催化劑，反之負面評價品牌應謹慎處理，提供合理回應增加潛客信任感。

了解所有體驗階段的關注重點，是否仍對第三方資料所能提供的幫助與差異有所疑惑，以下以表格簡述社群資料與人群資料的區別：

	社群口碑數據	人群標籤數據
研究方式	側面觀察、 社群文本內容分析	數位足跡行為、 人群標籤分析
目標受眾	話語者(Who talk)分析	行為者(Who read/act)分析
頻道分析	聲量頻道 (Where to talk)	站點瀏覽 (Where to read/act)
行銷內容設計	分析出實質內容(Content)，了解受眾口味與成效反應，進而準備相關素材；另外輿情文本內容加上語意分析後，可大量自動標記話語情緒，了解話語者偏好。	可對沉默者行為進行分析、建立標籤，進而了解客戶喜愛的「類別(Segment)」，依此設計服務、行銷素材、或是挑選適合受眾，進行投放活動。
宣傳接觸	社群媒體、網紅	廣告聯播網、定向推送(如EDM、簡訊等)
行銷應用	口碑操作、內容行銷、公關監測、市場研究、競品分析	精準行銷、再行銷、會員管理、受眾研調、廣告投放、競品矩陣等
成效追蹤	網路聲量與擴散成效	廣告曝光及轉換

總結來說，產業聲量高、品牌具有知名度、需追蹤社群潮流者，《OpView社群口碑資料庫》提供軟體即服務(SaaS)，無須了解艱澀程式能力，連結網路即可使用視覺化友善平台，探索網路輿情世界；而PeopleView人群資料的數位足跡分析仰賴品牌官方平台埋入追蹤碼，進行用戶輪廓解構，進而規畫後續推廣活動，或是與品牌CRM系統串接，倒入第三方數據，進行會員資料加值。

若您有進一步的需求，或是需要取得更多資訊，歡迎隨時與我們聯繫。

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 ext.220
訂閱電子報請點我

OpView放大鏡 觀測期間| 2018.12.03~2018.12.09
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	2,043	yahoo新聞 > 財經	韓國瑜下令正副議長選舉跑票就開除黨籍網笑：新政治
2	1,891	yahoo新聞 > 政治	戴瑋姍否認失言！稱「農漁民下層」是學術詞
3	1,707	yahoo新聞 > 政治	禁日本核食進口柯文哲：這不合理
4	1,692	yahoo新聞 > 娛樂	館長公開切割！韓國瑜陣營吐「8字回應」宅神一語狠...
5	1,614	LINE TODAY > 生活	蜜月期已過？大選過後韓國瑜聲量如溜滑梯撞死人...
6	1,587	yahoo新聞 > 生活	「車爛，還賣這麼貴？」館長怒譙納智捷裕隆這樣說
7	1,306	LINE TODAY > 國內	【驗票拚逆轉】丁守中驗票追真相驗輸將提選舉訴訟
8	1,288	LINE TODAY > 生活	要漲了！機車明年起強制裝ABS買新車恐再多花8000...
9	1,239	yahoo新聞 > 政治	館長暴怒：韓給市民一記耳光！小內閣人選上火線回應
10	1,192	LINE TODAY > 娛樂	40歲小S無預警「宣布息影！」丟震撼彈網：演藝圈...

Dcard　聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	1,502	感情	男友吃四片披薩讓我不爽⋯
2	1,392	西斯	#圖男伴樓蓋起來
3	1,243	感情	懷孕讓我男孩變大人
4	1,068	考試	大學越來越好考
5	939	西斯	再來一次♡
6	931	心情	#花博遊客的水準？
7	925	閒聊	尖如事件總整理#持續更新
8	861	有趣	#男大18變-一趟107Kg到78kg的旅程
9	840	寵物	拜託不要在用這張圖了！
10	729	西斯	想知道版上體育男孩有多少

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 ext.220
訂閱電子報請點我

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	2,019	DMM_GAMES	Re: [情報][童前] 12/5白色聖誕節活動
2	1,822	Gossiping	[爆卦]徐佳青:向來都是柯文哲欠民進黨的
3	1,698	KoreaStar	[新聞] BTS柾國領大賞「感謝留給幕後英雄」　壯
4	1,597	Gossiping	[爆卦]韓國瑜髒手拿開！別弄髒高雄人的水拼經濟
5	1,594	DMM_GAMES	[情報][千年]封緘のグラセスタ×アイギス
6	1,508	Gossiping	[FB]蔡政府的政績（總體經濟篇）
7	1,503	PuzzleDragon	[1203] MP.稀寵.寶玉.龍王/綠冥龍.音樂龍.輝夜.星知.鐵機.海...
8	1,497	Gossiping	[新聞]行政院：現無恢復7天國定假日必要
9	1,496	DMM_GAMES	Re: [情報][童前] 12/8虛飾的義母/河童大師
10	1,396	marriage	[求助]這樣的婚姻還走的下去嗎？

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	469	新聞與時事(生活娛樂)	住台北反核四,那就不要中電北送啊~~
2	346	新聞與時事(生活娛樂)	2020總統當選人必為朱立倫
3	289	動研室七嘴八舌區(小惡魔的動力研究室)	不要再提國道公投了~~~
4	286	投資與理財(生活娛樂)	美國要求加拿大逮捕華為CFO孟晚舟
5	227	汽車消費經驗分享(小惡魔的動力研究室)	台灣人是不是沒ACC就不會開車了阿?
6	223	新聞與時事(生活娛樂)	韓國瑜為什麼不宣告就職高雄市長那一天立即辭掉國民黨...
7	211	新聞與時事(生活娛樂)	红朝前三十年
8	188	Huawei(Android)	驚嚇！華為CFO被捕台股供應鏈全倒
9	180	軍事迷基地(生活娛樂)	中美貿易戰.第一回合美國獲勝(贏).中國人民要被割羊毛了
10	177	台中市(居家房事 中部地區)	經濟部：核電無法保證穩定供電網友打臉「風光發電」穩定趨近0

新增回文數：於觀測期間內所新增之回文留言數。

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 ext.220
訂閱電子報請點我

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	11,334	即新聞	阿北連謝票都J麼特別XDDD「簽唱歌手」柯文哲...破音落...
2	9,956	ETtoday新聞雲	哇～一連唱3首！！！推跨年場也來唱一下～被揍...）...
3	9,735	五月天 阿信	[我喜歡]我喜歡陰天我喜歡偷吃泡麵我喜歡半夜出門散步我...
4	9,397	小三美日平價美妝	我的朋友一大早不知道要去哪玩笑得那麼開心你們的朋友也...
5	8,598	食尚玩家	芋頭控一次喝兩杯沒問題 聽說,好吃的都在這! https://...
6	6,867	韓國瑜	【不積跬步無以至千里】有人說屬於我的蜜月期已經過了，...
7	6,780	ETtoday新聞雲	這研究.....能家沒男友....又肥....484該屎QQ ...
8	6,379	蘋果日報 台灣	奶茶口味的湯圓，不知道味道如何？？　　下載《蘋果》...
9	6,360	蔡英文 Tsai Ing-wen	民主政治不是宮廷劇，政治也沒有那麼複雜。關於執政黨：...
10	5,503	食尚玩家	#想喝聽說比去年更濃郁 鄉親今天想吃什麼 https://...

跨平台活動文　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	38,263	小三美日平價美妝	婚姻就像巧克力有苦也有甜來測看看你的婚姻是穩固還是有危機吧#留下答案小編私訊...
2	35,017	小三美日平價美妝	中獎的第一件事最想做什麼? (測你的忌妒指數有多高?) #心理測驗
3	12,005	Costco好市多 商品經驗老實說	#管理員文章Costco好市多2018/12/04蔬果...
4	10,301	7-ELEVEN	【上班族職場二選一PART.1】\u000b生活能有什麼火花? GODIVA醇黑熱巧克力...
5	7,613	夢時代購物中心	今年就賭這一把!! #要抽蘋果手機RR iPhone Xs Max 64G，...

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
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。

【How Fun】HOWHOW終於向阿福求婚啦！超感人

【878發明家】能不花一塊錢存活兩個月嗎？

【搞神馬】各位八年級生一定看過的童年懷舊零食

【娛樂百分百】凶嗚狼人殺 - 鮪魚讓粉絲氣炸

【KUAIZERO】老高解析世紀難題 - 伏尼契手稿