

本期焦點



## 社群互動數據豐富CRM 客戶關係管理新篇章

- 品牌會員經營發展趨勢

- Social CRM新工具 洞察會員全貌

OpView放大鏡



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

## 社群互動數據豐富CRM 客戶關係管理新篇章

近年來隨著AI與大數據的興起，不少品牌開始透過資料反饋和會員建立更完善的溝通管道。意藍資訊專精巨量搜尋及自動語意分析，日前舉辦「人群大數據分析應用發表會」，邀請台大商研所兼任教授楊立偉博士說明品牌會員發展的未來趨勢。



### 品牌會員經營發展趨勢

會員經營常與客戶關係管理 (Customer Relationship Management, 簡稱CRM) 畫上等號，使企業更加了解顧客與市場、提升轉換率、留住顧客建立長期關係，進而減少客服問題並改善聲譽，最終創造營收新契機。

### 促銷買不到忠誠 發展關係行銷強化關聯性

由於招攬新客比留住舊客的成本多出5-7倍，多數CRM目標與顧客忠誠度有關，意圖建立長久信任關係，使顧客持續購買以增加終身價值，甚至是主動向他人推廣品牌。不過[哈佛商業研究](#)指出，加強購買誘因來維護顧客忠誠度的成本越來越高，單向推播廣告達到的效果不如以往，所以品牌應更關注在提升

與消費者的需求關聯性：如何在正確的時間或情境下，第一時間滿足他們的需求。

相較於傳統大眾行銷只注重一次性的交易、以單向傳遞訊息為主，企業應改採關係行銷 ( Relationship Marketing ) 來強化與顧客的關聯性。關係行銷為一種以消費者為中心的行銷方式，藉由與消費者每一次互動中，累積資訊並進行個人化服務，強調長期持續的交易、雙向的溝通瞭解，比較重視荷包占有率 ( 長時間可從一位顧客獲得的營業額 ) 而非市占率。

大眾行銷與關係行銷差異 ▶

大眾行銷		關係行銷
獨立交易 強調短期	交易時間	持續交易 強調長期
單向溝通	雙方關係	雙向溝通與合作
招攬新客戶 市佔率 產品差異化	注重差異	留住舊客戶 荷包佔有率 顧客差異化

### Social CRM工具驅動決策 落實關係行銷

現代品牌通常會經營社群媒體如粉絲團、自媒體，利用社群與消費者互動，了解他們的想法，同時透過活動、操作話題建立品牌形象與口碑。品牌也導入CRM系統，整合會員資料、消費紀錄、電子報推播和客戶問答支援等多元的資料來源，以支援發展分眾行銷、銷售和服務的策略。

然而，楊博士指出，在活動與內容發佈後，所有的數據便散佈在不同廣告平台，難以整合或再次利用，而品牌會員資料若不夠即時，無法看出客戶是否有生活型態或興趣的改變，無法了解到客戶全貌與消費情境，不足以在交易前就精準預測需求。

因此，越來越多企業導入第三方數據，想要了解更多客戶的站外行為和興趣。Social CRM ( 社群客戶關係管理 ) 的觀念應運而生，利用AI整合消費者在社群上的互動數據和品牌會員資料，進而了解消費者在什麼時間點，什麼情況下想到公司的產

品、品牌、服務，甚至是勾勒出顧客平常的喜好、經常瀏覽的網站或購買產品顧客之間共同點。公司擁有的資訊愈多，越能為每一位顧客與潛在顧客提供更好的價值，同時也收集顧客反應不斷改進。品牌可以根據不同的顧客做出不同的業務流程，走入他們的生活；從瀏覽官網的人群特性中制定交集，挖掘潛在的客戶；或是在預算有限的情況下，增加分析維度作更精準的會員分級管理。

**數據驅動  
範例1**

**引入外部數據 發現客戶特徵**

在Social CRM的行銷模式下，意藍資訊提出的解決方案《PeopleView人群資料庫》便利用數位足跡，可以定期將累積的會員數據匯入到品牌慣用的系統，補充資料豐富性和即時性，進一步分析其特徵進行個人化行銷，亦可作為後續會員經營策略之參考。

興趣標籤補充會員資料之示意圖

ID	姓名	性別	帳號	Email	標籤
U001	Nick	男	fox2016	fox16@gmail.com	休閒、投資理財、資訊科技、美食餐廳
U002	Judy	女	rabbit17	rt2017@gmail.com	休閒、影視娛樂、電影、結婚
U003	Flash	男	Flashhh	flashhh@gmail.com	汽車、音樂、電影、資訊科技
U004	Eland	男	eland123	eland@gmail.com	嬰幼兒、資訊科技、旅遊
U005	Anna	女	annaaa	annaaa@gmail.com	居家生活-電器、美容保健、烹飪
U006	kate	女	cat2016	ct2016@gmail.com	休閒、旅遊、美容保健、投資理財
U007	Ray	男	rayhi	haha@gmail.com	汽車、遊戲、旅遊、資訊科技、電影

示意畫面



專屬個人檔案



人群分析



分眾行銷

1. 引入第三方人群數據，從多元角度描繪客戶樣貌
2. 結合決策樹分析模型，找出高轉換率潛在客戶

舉例來說，某個知名的旅遊比價網站希望能觀測消費者的樣貌，強化會員行銷策略，於是利用PeopleView作為社群和CRM的橋樑，以一般訪客與飯店訂房者身上帶有的人群興趣標籤差異製成決策樹（見下頁），分析主力客群樣貌，藉此挖掘同樣條件的潛在新客戶。他們發現一般純粹路過的訪客通常不大關注外匯交易；若同時關注外匯交易、又有水上活動的習慣，

特別是游泳者，會下單訂房的機率高達94%；其次，對游泳沒有興趣，可能也不常看商業與經濟新聞者，飯店訂房率也達到92%。最後，利用此預測性分析結果做相對應的個人化建議或廣告投放，可以有效提高轉換率。



▲ 旅遊比價網站訪客興趣特徵決策樹

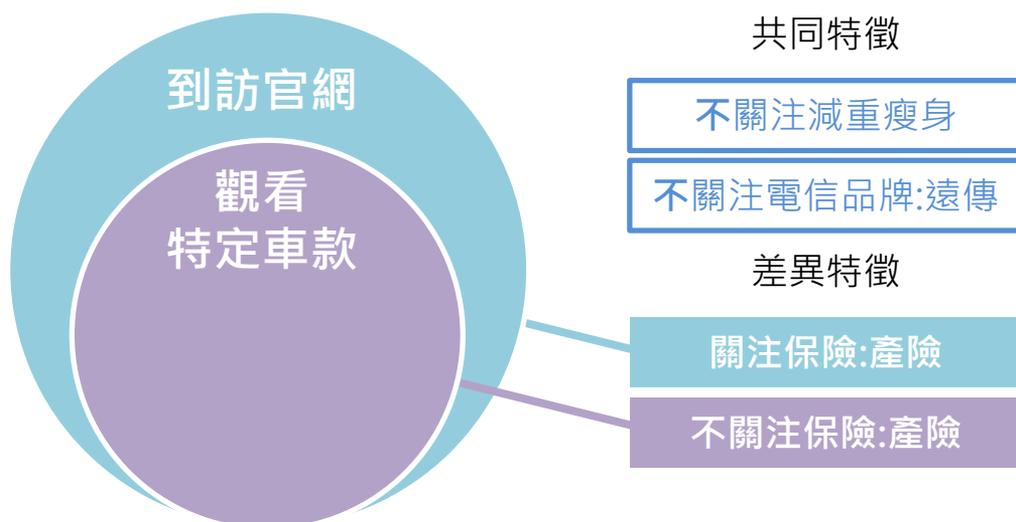
**數據驅動  
範例2**

**累積互動數據 反覆優化廣告成效**

品牌導入第三方數據，建立客戶決策模型描繪高轉換族群特徵之外，還可以協助客群行銷，追蹤點擊廣告者特徵並修正目標靶心，接觸到真正的客群。

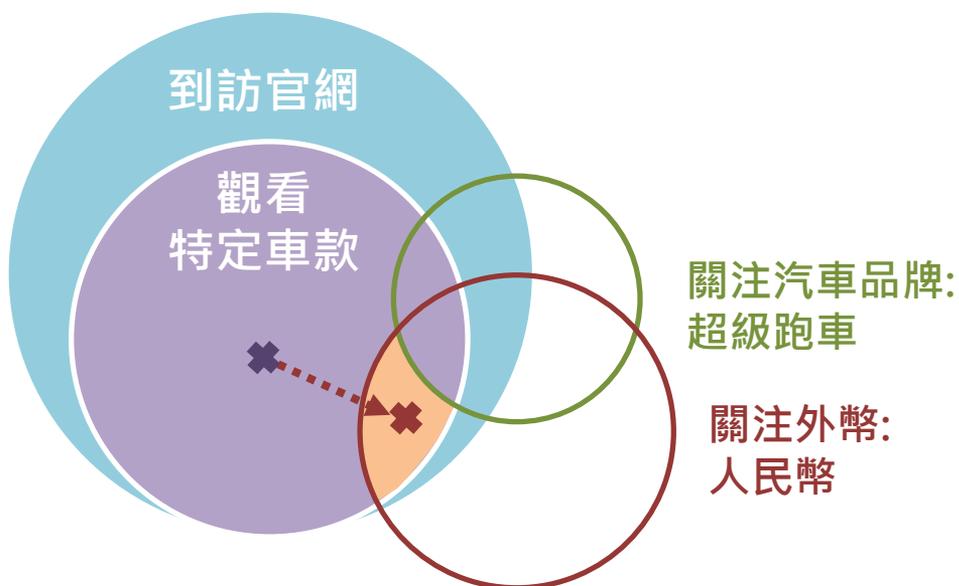
1. 引入第三方人群數據，觀察網站的訪客特徵
2. 依其特徵進行相似受眾的廣告投放或修正策略

某知名汽車品牌則希望比較全體官網訪客與觀看特定車款的顧客特性異同，進而擬定針對性的行銷策略：發現到訪官網者都未被貼上減重瘦身和電信品牌的標籤，而瀏覽特定車款頁面的人特別不關注產險，與整體官網訪客剛好相反（見下頁）。



▲ 汽車品牌官網訪客興趣特徵比較

依照上述特徵投放廣告後，再分析點閱該車款廣告之消費者，除了原本特徵，意外發現他們還對人民幣有興趣且不關注超級跑車，以此方法反覆修正廣告投放條件，逐步鎖定目標客群，提升廣告成效。



▲ 觀看品牌特定車款客戶之廣告條件修正

數據驅動  
範例3

新會員分級指標 洞察用戶全貌

在資源有限情況下，過去我們已在進行會員分級，現在導入 PeopleView 的網路行為資料到傳統會員模型，增加可分析的用戶資料維度，進而配置不同的行銷預算。如此一來，不只能看到消費者的消費時間、頻率、購買商品，更能了解他在站外的 5 興趣特徵，更有效分配行銷資源。

## 傳統RFM模型下的行銷策略

會員編號	Recency	Frequency	Monetary_value	R_Quartile	F_Quartile	M_Quartile	RFMScore (四分位數)
25494	73	4	2284.0	3	2	1	321
18669	1	3	2412.0	1	2	1	121



[注1] RFM模型：利用傳統CRM的會員資料可進行RFM模型顧客分級，根據最近一次消費（Recency）、消費頻率（Frequency）和消費金額（Monetary）設立指標。

以傳統RFM模型<sup>[注1]</sup>顧客分級為例，會員編號25494這位客戶他很久沒來消費，但過去交易金額大，因此視為潛在有價值的客戶需要喚醒，此時品牌應採取價格或禮金誘因吸引他回鍋。而編號18669，他近期常消費且貢獻金額高，應重點維護與其關係，採取品牌忠誠計畫並提供新品通知。利用傳統CRM數據所規劃的策略，雖看似完美，實際上第一方的交易和人口統計資料遠遠不夠，還有包括社群互動、瀏覽足跡、興趣偏好、EDM行為、廣告互動、行動裝置資訊等數據未能捕捉。

## 導入第三方數據後RFM模型的展望



重要挽回客戶：  
即將流失的高  
金額顧客

1<sup>st</sup> Party 購買紀錄



PeopleView可針對會員做興趣強度變化的追蹤，比如編號25494的會員最近一次消費精油蠟燭後，對精油的興趣明顯下降，但同時可發現他對生機一直有興趣，推測是一位注重健康、有強烈意識的人。為了挽回此客戶應投其所好，推薦高單價、有尊榮感的相關產品，吸引他再度消費。

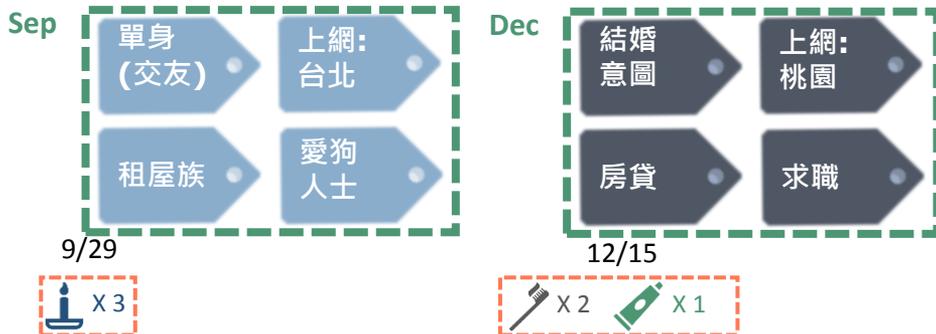


18669

重要維護客戶：  
最近剛消費、金額  
最高之優質客戶

1st Party 購買紀錄

### 3rd Party 標籤變化



企業還可以利用PeopleView興趣標籤來更加了解會員輪廓，原本只知道編號18669這位會員為頻繁消費的優質客戶，進一步觀察其興趣標籤，可知其9月時主要從台北上網，是位單身租屋族，到12月時上網地點改為桃園，並且有結婚意圖、關注房貸訊息。站外觀察的行為及興趣可作為領先指標，發現此會員其實是由於生活型態、地理因素改變，成為即將流失的客戶。

傳統CRM與Social CRM的最大差異，即是不限制來訪特定網站、不限時間、不限已完成交易者，完全依照消費者的使用習慣，記錄品牌與每個人接觸的珍貴數據。

數位工具是企業CRM能力的核心，除了利用會員制、Cookie、條碼掃描、社群媒體及Google Analytics等工具幫忙累積有關顧客及其行為的相關資訊，加上AI智能興趣標籤後，不但協助提升客戶轉化率，更能有效分配預算降低行銷成本。在潛在客戶決定下單前便可採取針對性策略，使銷售與廣告的投放更加精準，和顧客互動的過程不再只是單向的發送郵件與廣告，更是將消費者的回饋與喜好納入企業的決策，達到雙向且更智慧化的互動，創造新的營收機會。

## 活動快訊

對會員經營方法有興趣者，或是欲了解更多關於Social CRM解決方案者，意藍資訊3月將舉辦另一場人群大數據分析應用發表會，說明如何以數據驅動關鍵會員力。若您想取得更多活動資訊、有興趣參加，歡迎點連結[至官網留下您的聯絡資訊](#)。

**PeopleView**  
人群資料庫

- 探索市場
- 用戶刻畫
- 開發新客
- 競品研究
- 客群分級
- 廣告優化



OpView放大鏡 觀測期間| 2019.02.04~2019.02.10

# 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	2,095	LINE TODAY > 國內	<a href="#">韓國瑜帶家人赴峇里島度假挨轟李四川緩頰：心在高...</a>
2	1,819	LINE TODAY > 國內	<a href="#">韓國瑜峇里島度假陳菊前幕僚憶：花媽以前放不下...</a>
3	1,742	yahoo新聞 > 娛樂	<a href="#">韓國瑜過年爽去東南亞度假被公視小編狂酸</a>
4	1,623	LINE TODAY > 生活	<a href="#">華航機師月薪34萬起年休逾5個月</a>
5	1,489	LINE TODAY > 國際	<a href="#">兩岸若開戰...共中將提這招讓台變死島</a>
6	1,447	yahoo新聞 > 娛樂	<a href="#">狠打臉？一圖揭花媽「公費出國全紀錄」：韓國瑜自...</a>
7	1,124	LINE TODAY > 生活	<a href="#">只睡5小時被抓飛！第一線機師吐心酸</a>
8	1,066	LINE TODAY > 娛樂	<a href="#">謝和弦丟震撼彈！痛喊：不想當台灣人</a>
9	1,037	LINE TODAY > 國內	<a href="#">死刑能震懾酒駕？李茂生：大概只有鞭刑發揮威嚇作用</a>
10	949	LINE TODAY > 生活	<a href="#">LINE TODAY   華航機師宣布2/8早上6點起罷工</a>

## Dcard 聲量探索排行榜

排名	新增回文數	來源頻道	標題
1	2,489	心情	<a href="#">醜女大翻身刪文嘍</a>
2	2,139	時事	<a href="#">從機師角度看華航罷工</a>
3	2,113	心情	<a href="#">我被老闆強暴，男友說我一定很享受。</a>
4	1,999	感情	<a href="#">朋友說男友買的是假貨</a>
5	1,862	西斯	<a href="#">百人斬計畫</a>
6	1,737	時事	<a href="#">2019台灣詭異巧合</a>
7	1,326	感情	<a href="#">大年初一分手媽的</a>
8	1,139	西斯	<a href="#">小隻馬幹起來真的比較爽？</a>
9	1,055	西斯	<a href="#">喝到ㄅ一ㄅ掉</a>
10	846	考試	<a href="#">我覺得部分科大生該了解的事</a>

## 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	2,388	Lifeismoney	<a href="#">[情報] beanfun除夕起~送零用金活動展開!</a>
2	1,982	DMM_GAMES	<a href="#">Re: [情報][童前] 2/5新春500</a>
3	1,873	Boy-Girl	<a href="#">[求助]又被說條件不錯但沒感覺</a>
4	1,623	Lifeismoney	<a href="#">[情報] beanfun掃碼領紅包</a>
5	1,600	Gossiping	<a href="#">Re: [新聞]支持蔡英文連任? 柯文哲媽媽: 不相欠了</a>
6	1,586	PuzzleDragon	<a href="#">[0206]進化.龍王.MP / 蓋亞龍.木宙.遊樂魔.紳士.天翼.風龍.神...</a>
7	1,575	DMM_GAMES	<a href="#">[閒聊][千年]千年戦争アイギス 02/05</a>
8	1,508	Gossiping	<a href="#">Re: [新聞]罷工機師給旅客的公開信「我們不是貪婪</a>
9	1,505	Lakers	<a href="#">Re: [外電] Info – AD rumor</a>
10	1,460	marriage	<a href="#">Re: [求助]追求尊嚴而堅持離婚是對的嗎?</a>

## 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	279	創業夢想家	<a href="#">我年薪300萬，也可以要求不疲勞工作嗎？</a>
2	216	新聞與時事 (生活娛樂)	<a href="#">中國生活水平是世界第一了~</a>
3	200	KYMCO (250cc以下)	<a href="#">請問雷霆王會有高山症嗎</a>
4	183	職場甘苦談 (生活娛樂)	<a href="#">華航機師罷工懶人包看看台灣勞工素質</a>
5	178	軍事迷基地 (生活娛樂)	<a href="#">我採購M1A2戰車案美跨部會審查中</a>
6	173	新聞與時事 (生活娛樂)	<a href="#">為什麼有人信奉宗教? 大陸是唯物主義無神論</a>
7	162	軍事迷基地 (生活娛樂)	<a href="#">完了，完了，登陸艦全沈在港口，怎麼對臺作戰</a>
8	161	動研室七嘴八舌區 (小惡魔的動力研究室)	<a href="#">[轉貼]這位騎重機的長腿姐姐生氣氣了~</a>
9	149	投資與理財 (生活娛樂)	<a href="#">請問大家都說中國經濟很差</a>
10	146	兩性與感情 (生活娛樂)	<a href="#">一位被孩子不親近的姑姑</a>

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	5,621	GirlStyle 台灣女生日常	<a href="#">所以說我這麼聰明不是沒有原因的啊 ~ #等等就來喝一杯壓壓驚#喝...</a>
2	5,267	ETtoday新聞雲	<a href="#">【#年度經典回顧】神奇孝犬 ~ 好乖喔！爸爸一定會幫你加...</a>
3	4,290	China Airlines 中華航空	<a href="#">桃園市機師職業工會宣布8日上午6時發起罷工，影響華航航班運作，目前已啟動...</a>
4	4,133	Yahoo!奇摩新聞	<a href="#">大家要不要分享一下長輩紅包的行情價 ~ #拜年#女友#包紅包</a>
5	3,838	ETtoday新聞雲	<a href="#">抱歉.....香菜我真的無法.....嗚嗚嗚嗚沒想到這麼營養?...</a>
6	3,828	爆料公社	<a href="#">朱正國於爆怨公社發表抱怨高雄一下,兩台車停22.5小時,沒有24小時收費要2...</a>
7	3,670	爆料公社	<a href="#">Jason Statham在爆笑公社分享這真的是佩佩豬嗎?</a>
8	3,626	蔡英文 Tsai Ing-wen	<a href="#">除夕夜團圓飯，大家都在曬年夜飯，我也來一張！#年夜飯</a>
9	3,363	爆料公社	<a href="#">如果你是男友你會? <a href="https://www.bc3ts.com/post/16...">https://www.bc3ts.com/post/16...</a></a>
10	3,312	udn.com 聯合新聞網	<a href="#">#2018搞笑影片回顧明知道還躲不掉的才是人森啊 ( 幫點菸 ) ...</a>

## 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	36,182	邵凡僖	<a href="#">神魔之塔Tower of Savors派獎活動來了 只要在此貼文留...</a>
2	23,658	蝦皮購物 ( Shopee )	<a href="#">【蝦皮精選豬年刮刮樂】#文末抽獎對你好就是要讓你豬到五...</a>
3	19,517	Tigerdog/老虎狗	<a href="#">如何選刮刮樂容易中獎!!! 花兩百元中1000元網路上尾數...</a>
4	6,474	ASUS	<a href="#">ASUS大樂透，等你來下注 規則超簡單：在1 - 200中選出一...</a>
5	6,444	台茂購物中心 TaiMall Shopping Center	<a href="#">小編要來送粉絲賓 ( 刮 ) 土 ( 刮 ) 車 ( 樂 ) 成為台茂粉絲 tag...</a>

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](#)。



[【胡子Huzi】粉絲一起來完成大事吧！順便徵剪輯師！](#)



[【TheKellyYang】睽違已久的Q&A第二集！](#)



[【TheKellyYang】一月彩妝·來分享我買了什麼](#)



[【VITO維特】鼠寶寶新家開箱](#)



[【黃氏兄弟】戶外大螢幕播放生日祝福惹哭哥哥？](#)