

【用數據洞察使用者的需求】

109年政府網站服務創新應用說明會

以 COMSCORE 2016 Ideas Tech Hackathon，推出「品牌關鍵

牆」概念產品，獲選為「最佳應用價值獎」



創市際市場研究顧問公司：策略長

麟數據科技公司：策略長 - 推動(iGRP)
網路收視率/行動數據分析

議題製作所：空間體驗、數位行銷專案
策略規劃執行, 顧問諮詢

國發會社群行銷講師、文化部專案評審
委員

台灣數位媒體暨行銷協會第一屆、第二
屆監事

The logo for LnData, featuring a stylized teal 'Ln' symbol followed by the text 'LnData' in a bold, black sans-serif font. Below the logo, the company name in Chinese characters '麟數據科技股份有限公司' is written in a smaller, black font. A small 'TM' trademark symbol is located to the upper right of the 'LnData' text.

The logo for INSIGHTXPLORER, featuring the word 'INSIGHTXPLORER' in a bold, black sans-serif font with a green checkmark-like graphic element above the 'X'. Below the logo, the Chinese text '創市際®市場研究顧問' is written in a smaller, black font.



2017/02/23 comScore/iX 台北論壇 @品華酒店

針對 P&G 提出的產業議題, comScore 提出廣告可視性的監測解決方案



- 數位人口各種面向分析
- 年齡/行為/使用裝置/媒體偏好
- 數位媒體各種面向分析
- 人口組成, 涵蓋量, 優劣勢, 交叉分析
- 產業分析
- 同業競爭態勢, 企業間數位能力比較
- 跨媒體效益分析(iGRP)**

自有媒體

Owned Media

媒體網站製作
企業網站
行銷活動網站
線上目錄網站
EC 網站
光碟自製內容
整合性 E 化諮詢

付費媒體

Paid Media

數位媒體企劃
數位媒體採購
消費者分析
媒體分析
環境分析
數位創意案例
數位行銷趨勢

分享媒體

Shared Media

Facebook 粉絲團經營
Youtube 影片擴散
PTT 議題網軍操作
數位內容製作
(Video/Infographics)
實體活動 + 線上討論舉辦
新聞媒體/獨立媒體結合

數據 = 商機 = 資產

場景數據應用，全面數據決策

從 Big Data 大數據 到 Smart Data 聰明數據



數據搜集的
方法 決定
“偏向bias”

Nielsen 蒐集數據的方法

凱擘寬頻蒐集數據的方法

醫院蒐集數據的方法

iPhone /Android 手機使用者差別

Apple 果粉/ PC 使用者 差別

分析什麼呢？

不同種類人的行為？

不同地區的人/客戶？

特定事件的發生趨勢？

客戶的訂單需求？

你想解決的問題是什麼？

機構資訊部想解決的問題



效能最大化



市場數據的目的：發掘藍海、立足紅海



市場需求



消費者需求



競爭對手

一切都是為了瞄準

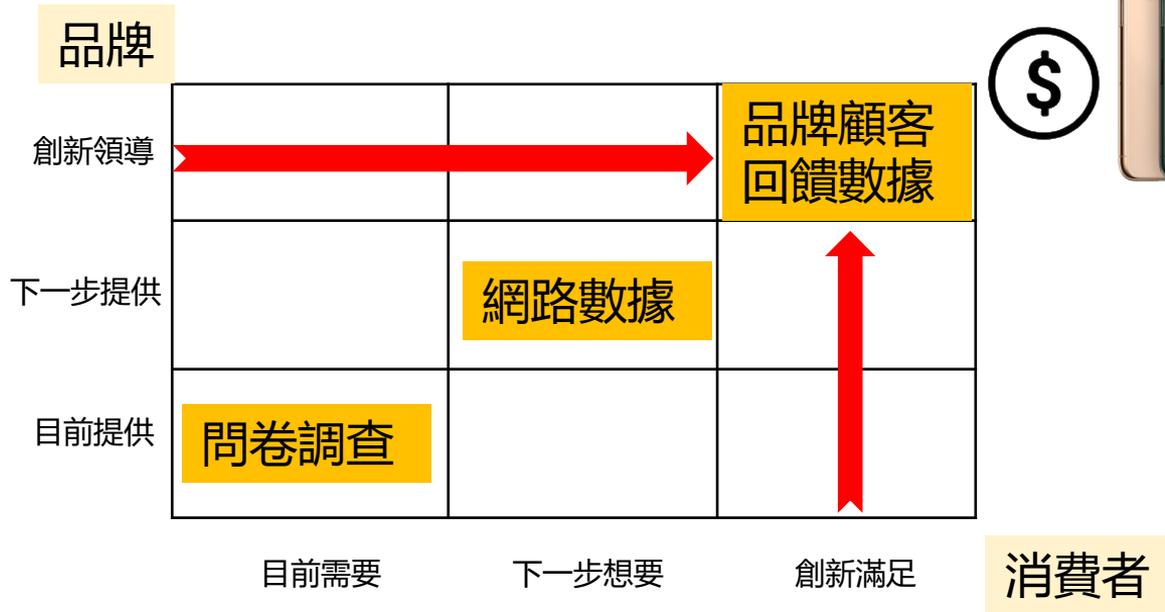
研究主題	需求規模	行銷切點	通路	價格帶
市場研究	目標人口 人口數 市場特性	大勢所趨	大眾渠道	市場價格水準
消費者研究	需求定義 解決問題 剛需與否	需求優先度	溝通渠道 行銷渠道 購買渠道 分享渠道	消費者購買力 願意支付金額
競品研究	消費群 銷售量	競品賣點	通路涵蓋	競品價格 範圍跟差異

自有數據的目的：轉化投入成本為資產



圖 13 使用 Unified ID 串起所有的品牌族群

消費者想要 v.s 品牌提供



關聯度觀察 > 行為觀察 > 自述回答

數據收集及數據洞察

市場數據



負責單位	數據收集	數據洞察
 <small>創市際®市場研究顧問</small>	從Panel資料庫 挑選需求樣本輪廓 以問卷/訪問方式進行 調查	由受訪者回應答案 進行分析及找出需求洞察 (量化/質化)
	數位Panel 24小時收集 + 媒體網站加碼 監測	累積全球流量流動 根據Panel輪廓校正及 census data計算 提供網站/族群 流量使用報告
	數位Panel建立 媒體共建樣本 第一方數據搜集 客戶CRM資料庫	全互動數據收集 數位互動標籤 自有品牌族群建立 啟動行銷轉換漏斗 活化品牌CRM

自有數據 ←



我的電子郵件通訊

我們會不定期將 Google Analytics (分析) 的最新消息以電子郵件寄給您。不過，我們總是讓您可以自行決定要接收哪些資訊。請在下方選擇，讓我們瞭解您的需求。

不論您選擇接收哪些資訊，我們還是需要在您的帳戶受到產品重大更新影響時通知您，但也僅只於此。我們尊重您的隱私權，絕不會將您的個人資料透露給第三方或合作夥伴。

- 成效建議與最新消息**
接收更新通知和提示，協助您充分運用 Google Analytics (分析) 帳戶。系統一開始會根據您擁有存取權的 5 項資源，將相關建議和更新通知寄送給您。這些資源是由 Google Analytics (分析) 所選取。您可以前往 [管理] > [使用者設定] 修改這些更新通知。
- 功能系統公告**
瞭解 Google Analytics (分析) 各項最新異動、改善之處及新功能。
- 意見及測試**
參加 Google 問卷調查和先期測試，協助改善 Google Analytics (分析)。
- Google 提供的產品、服務及更多內容**
瞭解相關的 Google 產品、服務、活動及特惠。

全部取消勾選並儲存

儲存

首頁

自訂

報表

即時

目標對象

總覽

活躍使用者

效期價值 測試版

同類群組分析 測試版

目標對象

歸因 測試版

探索

管理

使用者

10.326

新使用者

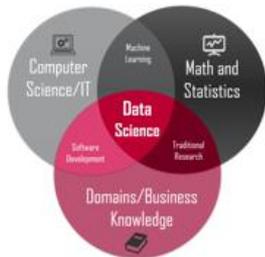
8.117

 New Visitor  Returning Visitor

8月1...



數據科學家



數據工程師

數據分析師

數據數位行銷

臺灣大學 管理學院



付費媒體

自有品牌網站/APP

消費者洞察

社交媒體 / 意見領袖

看到品牌

了解品牌

對品牌有興趣

與品牌互動

下載品牌APP

深入體驗品牌

購買品牌產品

顧客分享品牌經驗



廣告監測工具



網站監測工具



客製化市調工具



實體互動監測工具



社群成效評估工具



跨屏廣告成效評估



APP 監測工具



廣告創意測量工具



QRCode一物一碼



KOL影響力評估工具

品牌數據資產庫 (1st Party + Brand CRM or 3rd Party DMP Data Exchange)

課程名稱

數位環境趨勢變化

大數據觀念建立

數據搜集與品牌建立的關係

數據監測優化行銷活動

Python 建立自己的第一隻爬蟲

社群聆聽數據洞察

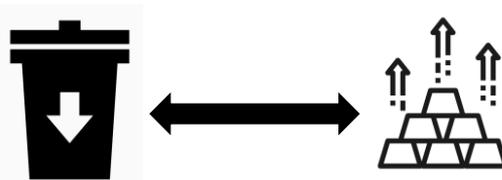
Facebook Insights 及廣告數據應用

原理原則

數據搜集

數據分析

策略應用



市場數據 全透視

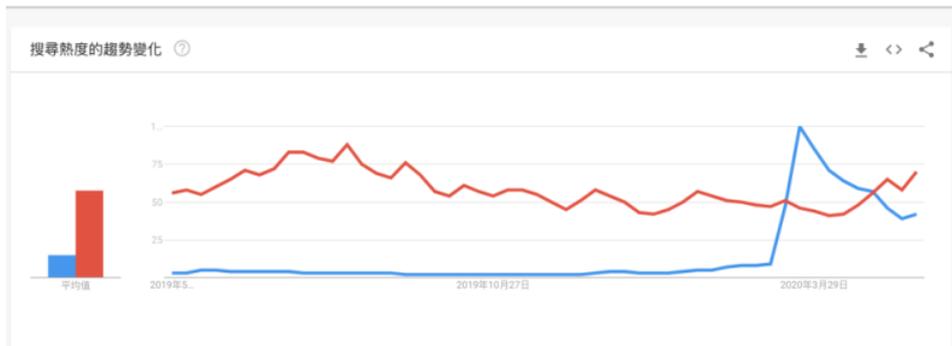
Google Trends 看搜尋熱度跟相關搜尋

● 来吧！动物森友会
视频游戏

● 精灵宝可梦GO
视频游戏

+ 新增比較字詞

全球 ▼ 過去 12 個月 ▼ 所有類別 ▼ Google 網頁搜尋 ▼



按區域比較細分資料

區域 ▼ ⓘ

● 来吧！动物森友会 ● 精灵宝可梦GO



顏色深淺代表搜尋百分比 [瞭解詳情](#)

排序依據：「来吧！动物森友会」的搜尋熱度 ▼

1 法國	
2 奧地利	
3 美國	
4 愛爾蘭	
5 德國	

排序依據：「动物森友会系列」的搜尋熱度 ▼

1 南韓	
2 美國	
3 加拿大	
4 澳洲	
5 波多黎各	



新藍海
來自於
順勢而為

Similarweb 看競品數位化程度及人群樣貌

SimilarWeb Analyze any Website or ... Solutions Resources Pricing About Us Login EN GET STARTED

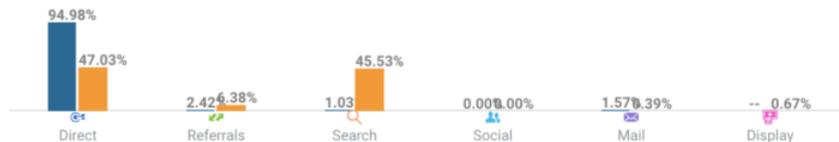


Komatsu小松製造所的族群忠誠度高，跳出率極低，瀏覽頁面高達10頁，屬於難得的品類網站。

相對的，在搜尋跟社交媒體應用方面，則無著墨。

Traffic Sources

On desktop



SKF斯凱孚-1907年成立,瑞典國寶軸承製造品牌

SimilarWeb komatsu Solutions Resources Pricing About Us Login EN GET STARTED

skf.com ADD COMPETITORS DOWNLOAD

April 2020 Overview

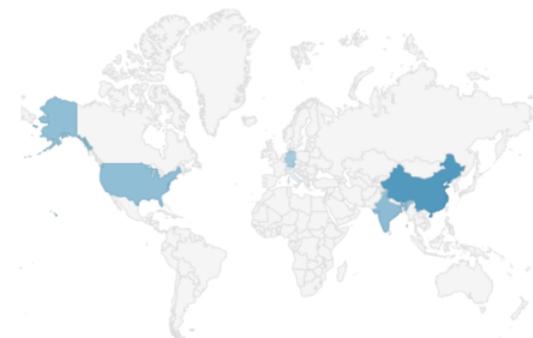
welcome to skf

Year Founded 1907 Headquarters Goteborg 415, Sweden Related Mobile Apps Google Play & App Store Estimated Employees > 10,000

Global Rank Worldwide 43,661 Country Rank China 63,707 Category Rank Business and Consumer Services ... 165

Traffic by countries

On desktop



China	7.13%	▲20.62%
India	6.58%	▼28.73%
United States	6.54%	▼8.34%
Germany	6.34%	▲12.19%
Italy	5.78%	▲3.00%

See 247 more countries

Traffic Sources

On desktop



Traffic Overview

Estimated Data [Verify Your Website](#)

Total Visits

On desktop & mobile web, in the last 6 months



Engagement

Total Visits 1.04M ▼6%

Avg. Visit Duration 00:05:06

Pages per Visit 4.96

Bounce Rate 45.89%

Statista 看各類趨勢報告,如電商/社群等

E-commerce + B2C E-commerce

E-commerce worldwide - Statistics & Facts

Published by J. Clement, Mar 12, 2019

For private consumers around the globe the most well-known form of e-commerce falls into the business to consumer (B2C) category, which includes online retail or online shopping. It refers to online purchases from bricks-and-mortar retailers, such as Walmart, as well as from web-only online retailing corporations such as Amazon.com or Rakuten. In 2018, an estimated 1.8 billion people worldwide purchase goods online. During the same year, global e-retail sales amounted to 2.8 trillion U.S. dollars and projections show a growth of up to 4.8 trillion U.S. dollars by 2021.

[Read more](#)

STATISTICS ON THE TOPIC

- Overview
- Digital shoppers
- Shopping behavior
- Mobile retail
- Digital payment

E-COMMERCE SHARE OF TOTAL GLOBAL RETAIL SALES IN 2023

22%

E-COMMERCE SHARE OF TOTAL RETAIL SALES IN NORTH AMERICA

8.1%

DOSSIER ON THE TOPIC

All important statistics are prepared by our experts - available for direct download as PPT & PDF!

[Go to report](#)

Important key figures

DIGITAL SHOPPERS

Country with highest online shopping penetration rate as of Q2 2017

China

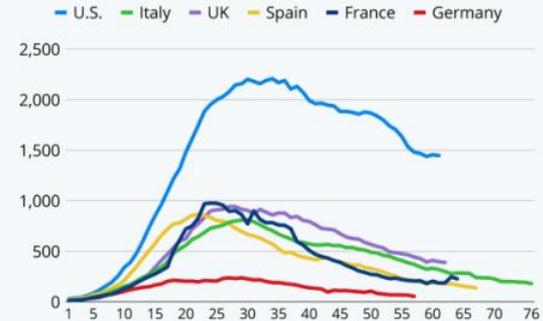
Most popular online shopping category

COVID-19: Where Daily Death Tolls Are Highest

Number of confirmed deaths of COVID-19 patients per day in selected countries (7-day rolling average)*

Total number of deaths (as of May 19, 2020)

U.S.	91,985	Italy	32,007
UK	34,796	Spain	27,709
France	28,239	Germany	8,123



* from first day with 100+ cumulative deaths
Sources: Worldometers, National Health Agencies



社群聆聽工具看特定事件趨勢 (罷韓)



市長 韓國瑜

在於...去年我請假三個月參選總統
在這裡 要向市民朋友致上最高的歉意

韓 國 瑜 道 歉 ？
對 民 調 ○ 對 市 民 ×

台灣基進 打造高雄

避談議會監督 13.7%

發言不謹慎 毀損高雄形象 15.1%

荒廢市政 22.5%

就任四個月 參選總統 45.6%

Nicky Hsieh (33014...)

Create New Open Save More

Create Ad

CREATE AUDIENCE

(New Audience) People on Facebook

5M - 6M people

Demographics Page Likes **Location** Activity

+ Country, region, or city

Age and Gender

Age 18 - Any

Gender All Men Women

Interests

INTERESTS >
ADDITIONAL INTERESTS

Kao Corporation

+ Interest

Connections

Pages

People Connected to
+ Your Page

People Not Connected to
+ Your Page

Top Cities **Top Countries** Top Languages

Countries	Selected Audience	Compare
Taiwan	16%	+1644%
Thailand	15%	+517%
United States of America	14%	+46%
Japan	7%	+711%
Indonesia	7%	+10%
Malaysia	5%	+382%
Hong Kong	5%	+2150%
Mexico	4%	+0%
Myanmar	4%	+208%
Vietnam	4%	+20%

See All

Facebook
Audience
Insights
看興趣族群
特性



市場數據 報告看不完

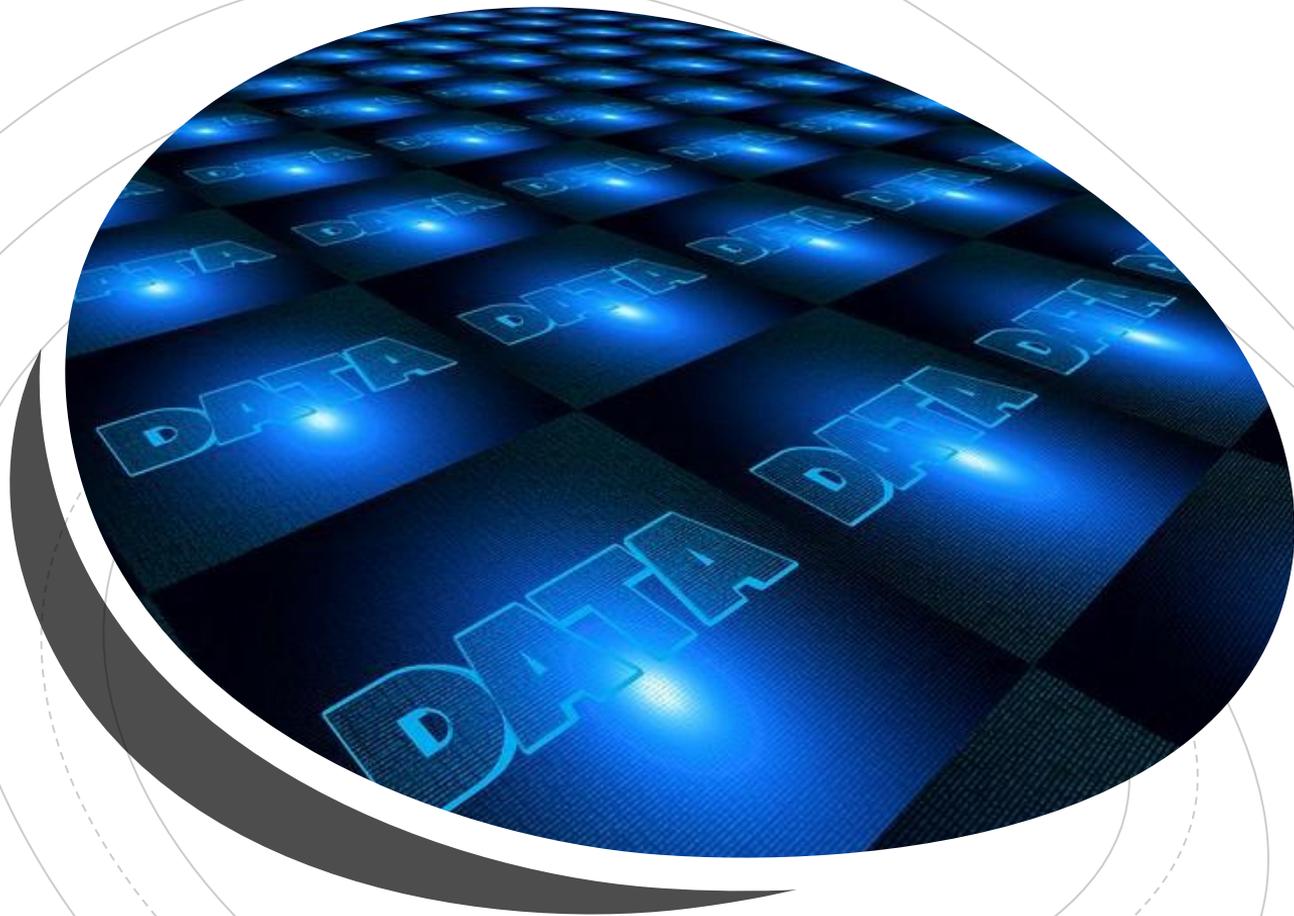
兩份以上數據報告進行交叉比對

透過小規模量化調查，進行市場現況再確認

線上免費數據平台甚多，但以知名研究公司及媒體為優先參考

了解「數據立場」：

數據是中立的，分析是主觀



自有數據
資產化

—
顧客數據庫



傳統CRM

仍卡在RFM 迷思 (近期購買,
購買頻次,消費金額) 計算

並不在意

品牌與消費者的真實關係

在數位時代，不再是單向品牌教育，而是雙向品牌對話及漸進式認同。

顧客之於品牌，更像是*動態的朋友關係*。

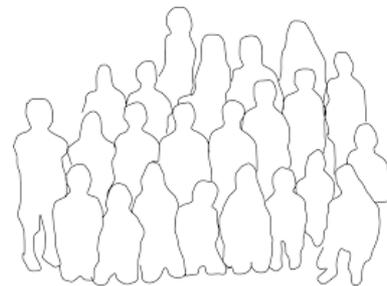




- 現在世界改變了!

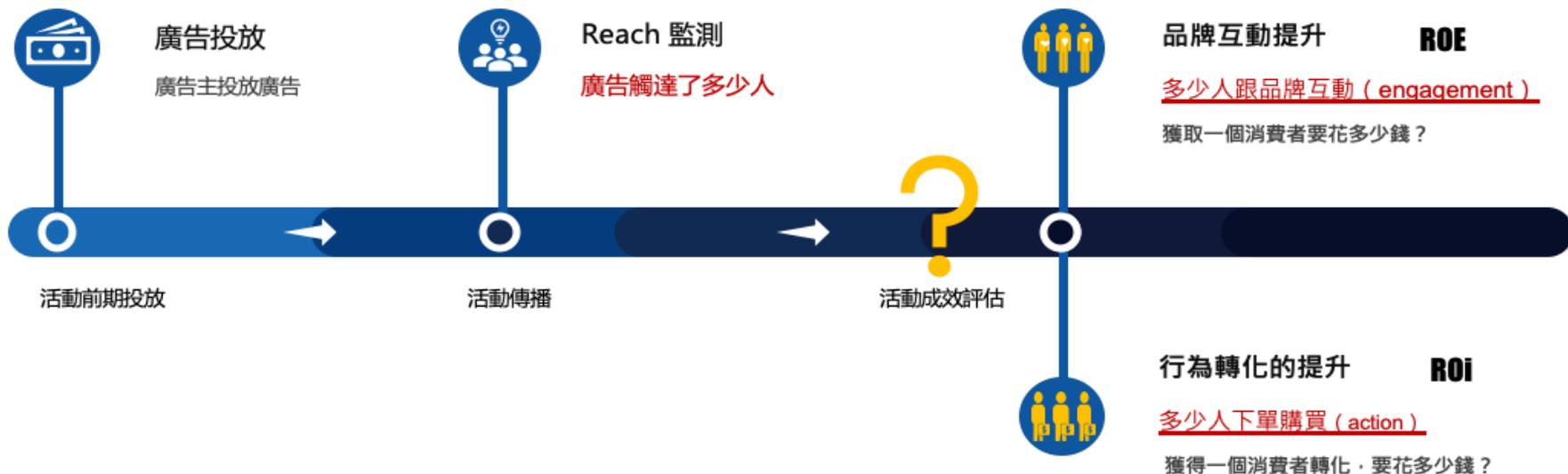


- 消費者價值僅止於「購買」嗎?



雙向互動
「微」的力量

行銷企劃所帶來的效果轉化，和品牌是否提升是品牌最重要的核心問題



數據的時代追求的不止於 廣度曝光，
在於「品牌互動」進而「轉化」

你與一個新朋友 七次有意義的互動關係



Marketing Rule of 7

消費者在採取行動或購買之前，需要七次的互動

你與一個新朋友 七次有意義的互動關係





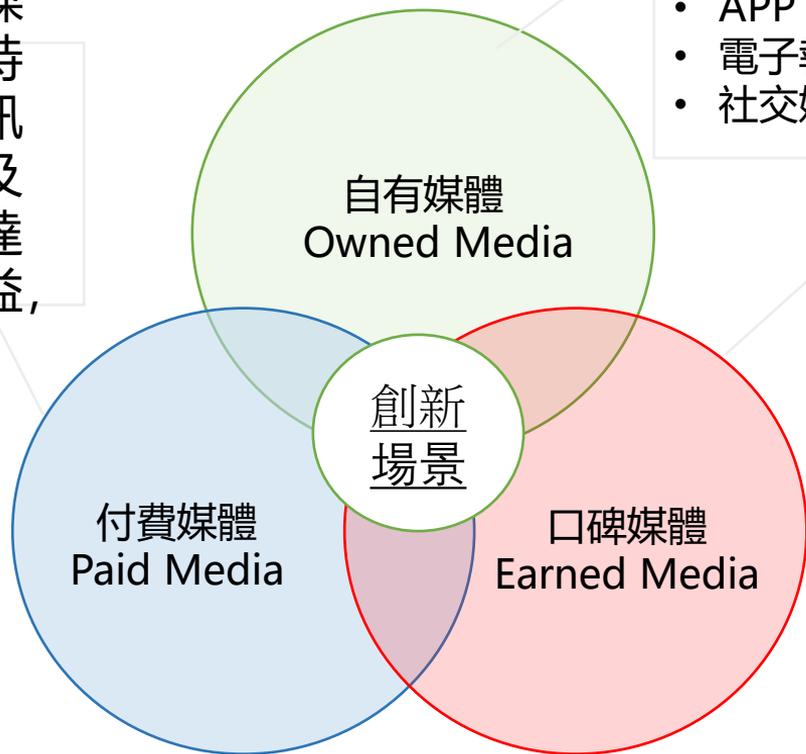
線上評分



PROSUMERS

雙向互動、人人評價都是品牌價值的一部分

品牌可以透過媒體投放廣告給特定族群，曝光訊息需符合媒體及族群特性才可達到較大互動效益，部分可控



品牌100%控制的内容訊息渠道

- 網站
- APP
- 電子報
- 社交媒體官方帳號..等

由品牌顧客或是消費者在社群媒體上發聲或分享的訊息
品牌無法控制真實回饋跟聲音，只能傾聽及適當回應

廣告



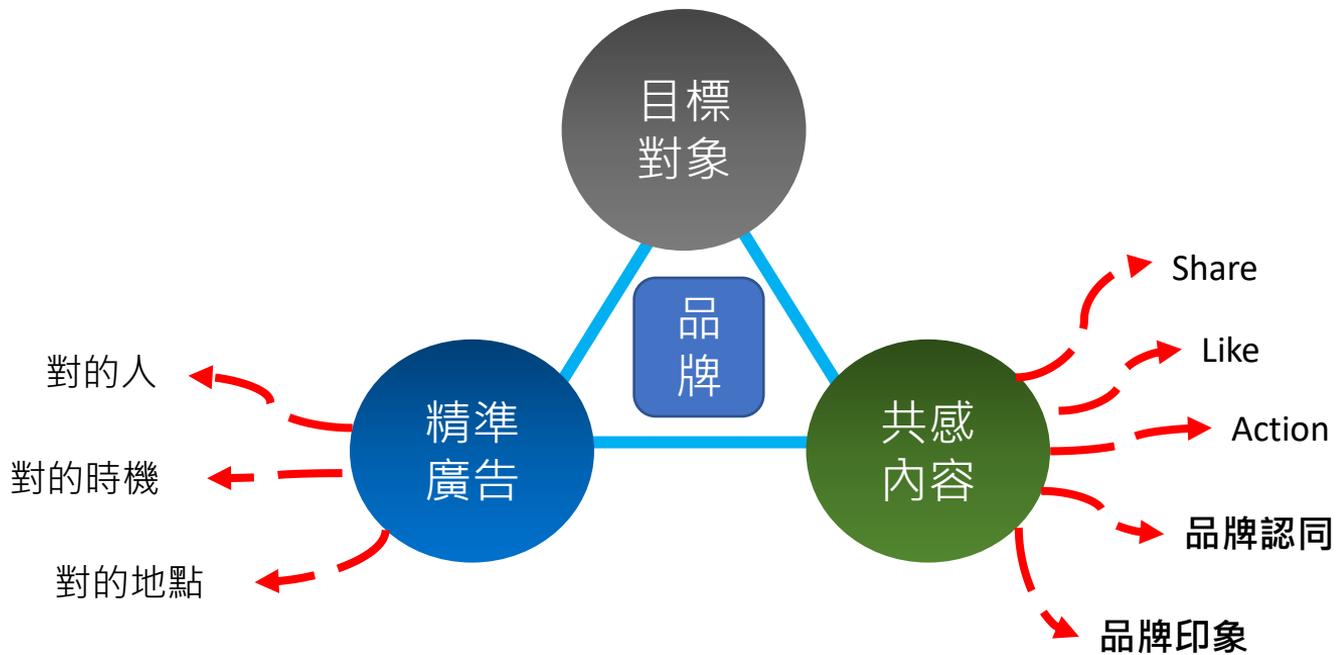
相識總在看見後

品牌內容

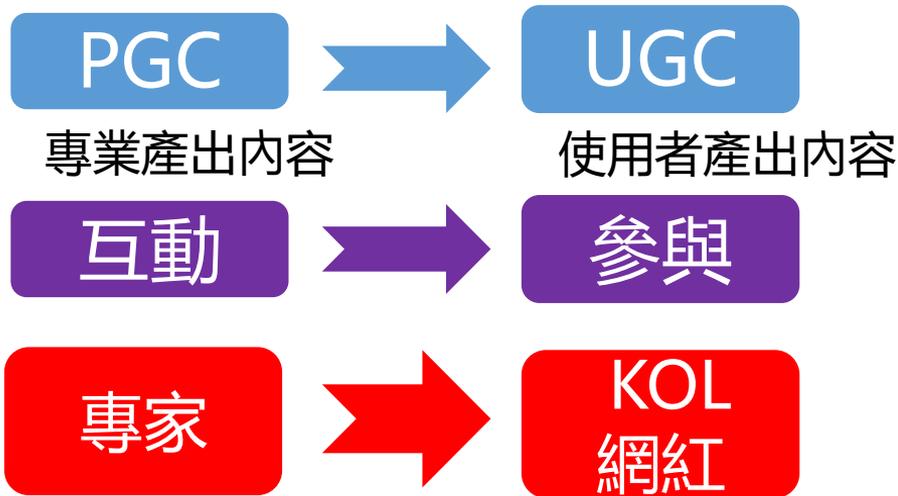


喜歡總在感動發生時

品牌的正三角關係



先決定「參與」方式，再決定「社群平台」



使用者參與「品牌」的方式

訊息參與

內容共創

群眾募資

產品
共創分潤



<https://54poem.com.tw/post>



WAYCUP!威客杯!

設計 By 滿漢工作室

1秒收納，隨心所欲！第一個大容量「軟硬合體」環保伸縮杯。



Lego Ideas

如果想像樂高另一種形式被留下，那就是積木了吧。
左傳雜誌，等待閱讀你留下的致敬深情。
那些難以說不出的、聲色俱、來不及的所有驚喜。
在這，留下你聲聲的痛語。
請於下方輸入「#積木」，歡迎個人投稿。
在左岸咖啡廳留下你的溝通性。
於活動結束後，將前200名得獎者，除了可獲得2000元禮券外，還有機會登上左岸咖啡廳公告，成為你的積木。
或者，你也可以選擇，讓這左岸咖啡廳為你留下你的積木。
即日起至2/8日止。
只要於下方留下你的溝通性到活動【48】。
你將收到來自左岸咖啡廳為你留下的積木。
#積木請於下方留下日期數字密碼
#積木參加活動者，請先閱讀活動辦法(如下連結)，並做為同意本活動辦法之相關規定及知照。*為個人資料告知事項。內容：詳細活動辦法：<https://goo.gl/T2Lk2m>
#左岸咖啡廳 #我的溝通性 #徵文活動 #積木 #寫信書 #徵信書



華康愛情體

從300多封手寫情書中洋溢的濃情蜜意、將之融化凝聚成的「華康愛情體」，為了讓全天下有情人都能以文字闡述愛情，華康字型（威鋒數位）特別在今年的七夕情人節期間，開設一間以十行信紙為設計概念的期間限定「《愛情收》巧克力店」，將是今年七夕情人節打卡熱點。

「華康《愛情收》巧克力店」，將以快閃店形式在信義誠品1F西側廣場甜蜜亮相，獨家販售以愛情為食材、「愛情體」打造而成的字型巧克力，從精選74個字與愛心等符號中，每位有情人可自由挑選組合成一句「六字情話」，將說不出口的隻字片語，透過巧克力傳遞愛情的溫度，品嚐字裡行間的濃情深意。



1 以明體為基底，根據華康使文字流暢易懂。

抱怨這世界太不公平。

因為太靠近你，我會幸福得讓別人

我想我需要用你保持一點距離。

親愛的，

愛情收

2 筆畫中融入如扇形般的弧度演繹，傳達愛情發生時舉手投足間的一顰一笑，猶如對比古時畫眉之情。

情。妳。妳。書信。

筆畫起線弧度收尖

轉折處展現一顰的特色

扇形特色融入筆畫

3 瘦長修長的身型，文字情感綿延行足。

想你，日日夜夜。
想你，日日夜夜。

(華康愛情體 WS)

(華康明體 WS)

4 精緻的鈎筆與輕捷的橫筆設計，宛如情人入口的般溫柔細訴。

你是唯一

5 縱文字母延伸頂字筆畫特性，並排應用協調呈現，溝通各種情意。

How lovely you are! 最可愛的你



直播
聊天機器人

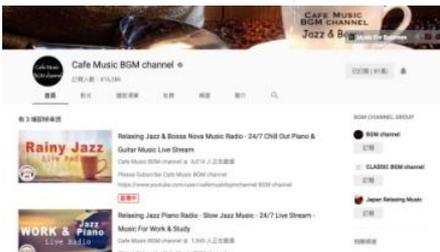
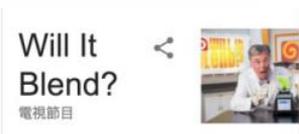


UGC 主題照片徵選
hashtag 善用



YouTube

品牌內容宣傳

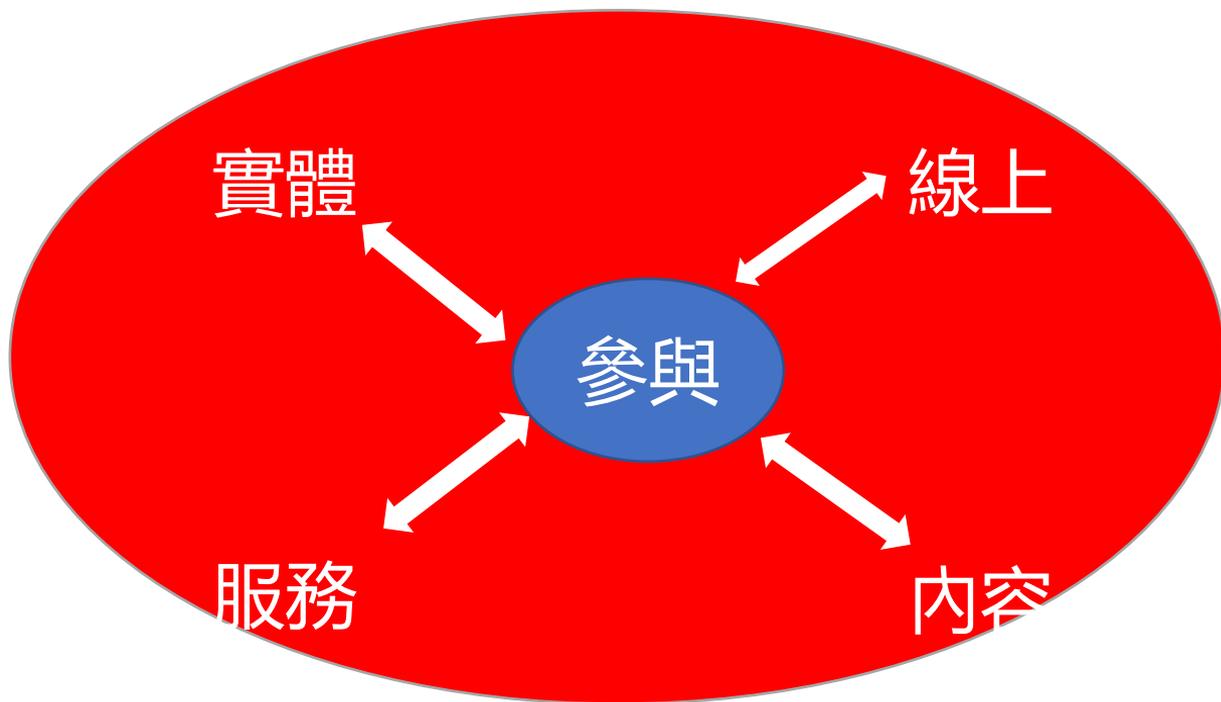


服務導向
功能決定價值
不受限的貼圖



核心群組建立
以「組織」動員為目標

想想看： 你的品牌可以如何讓消費者參與？



決定溝通管道及標準品牌識別訊息

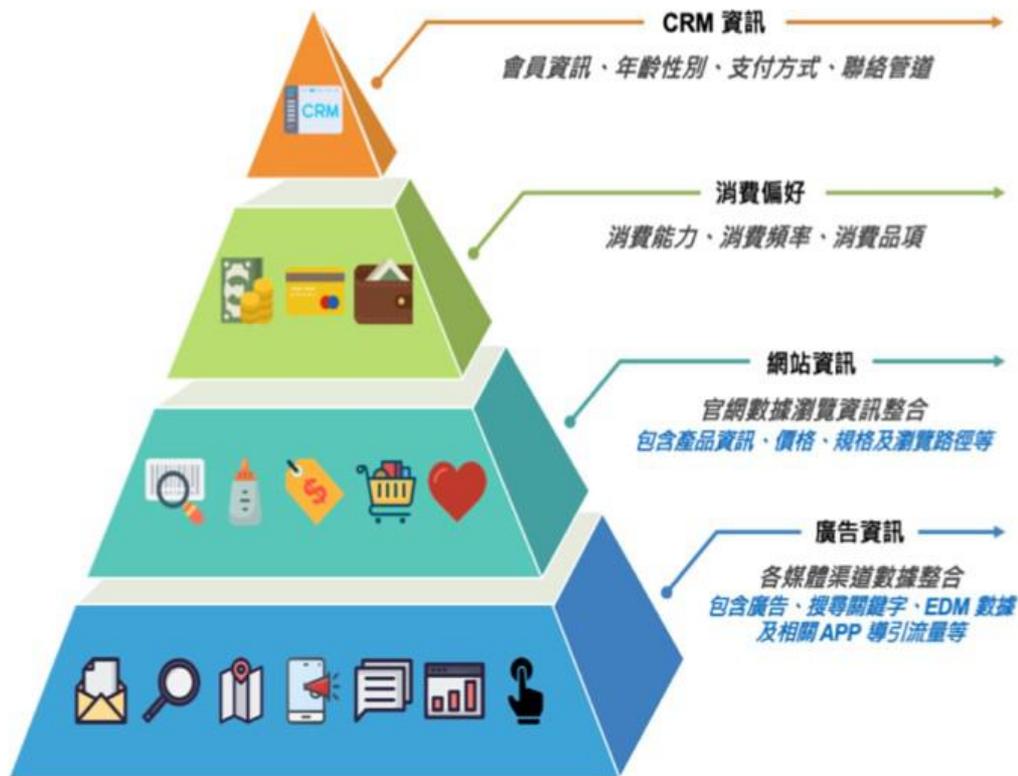


不同社群的互動素材決定了族群特性

社群平台	主要族群	活躍族群	互動方式	平台特性
Facebook	全年齡層網友	35歲以上	文字/圖片/影片	官方社群名片
Instagram	年輕上班族	25-35歲	偏好圖片	美好照片
Youtube	年輕上班族	25-35歲	絕對影片	影片
Line	全年齡層網友	不分	訊息/圖片/連結 /call	通訊平台
Messenger	FB族群	不分	訊息/圖片/連結 /call	通訊平台
WhatsApp	商務/電話聯絡	不分 (美系)	訊息/圖片/連結 /call	通訊平台
WeChat	商務/中國連結	不分 (中國)	訊息/圖片/連結 /call	通訊平台/ 生活/商務應用
TikTok 抖音	年輕族群	小中大學生	創意影音	音樂影片

社群平台：永遠找得到人，但卻越來越難找到♡

品牌族群的整合數據金字塔



基本資料

基本人口屬性



LBS 資訊

曾定位之地理位置



興趣標籤

綜合推算興趣標籤



ID 資訊

集結各媒體渠道
登入帳號



購物資訊

用戶之購物資訊



Social 輪廓

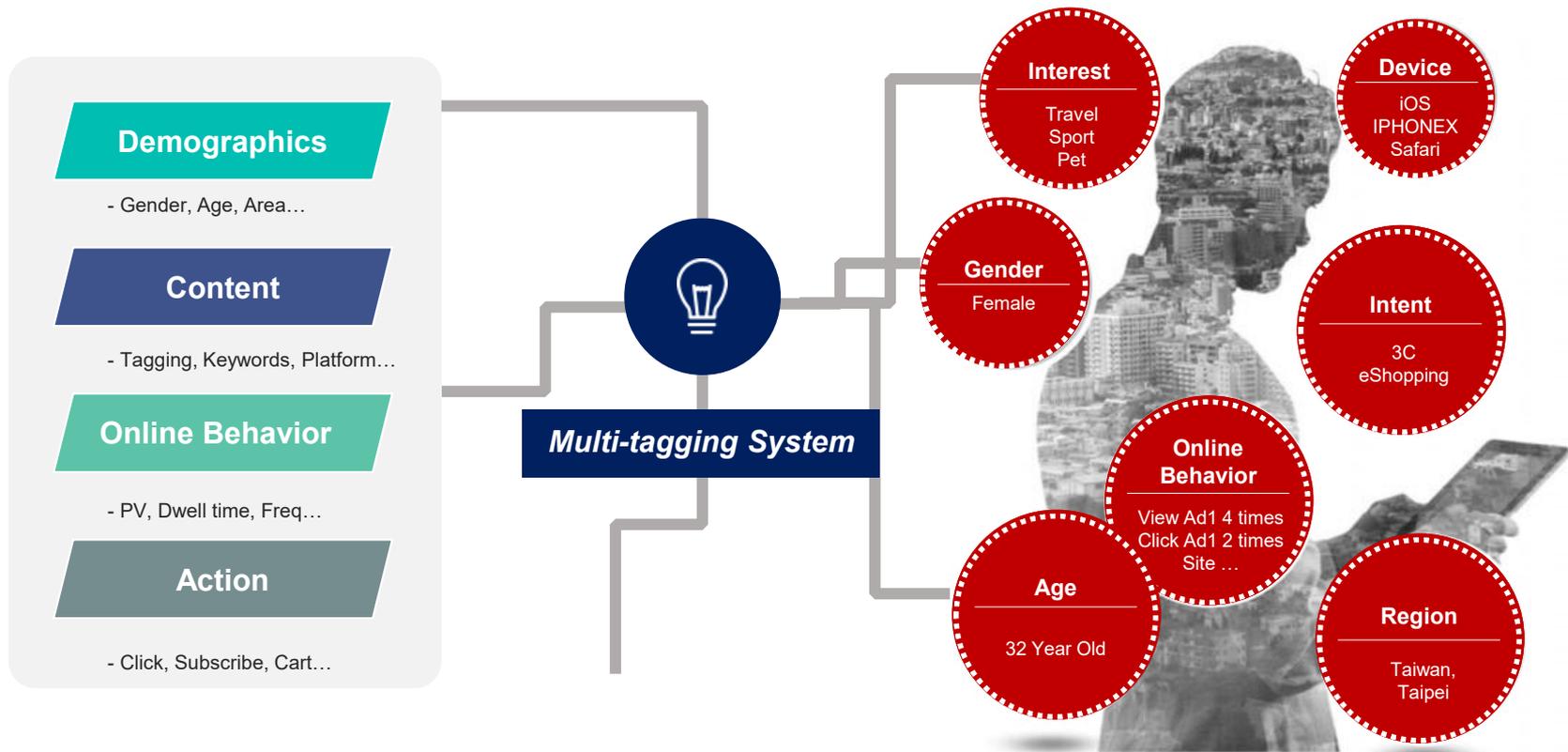
社交媒體上之
發文輪廓/用語



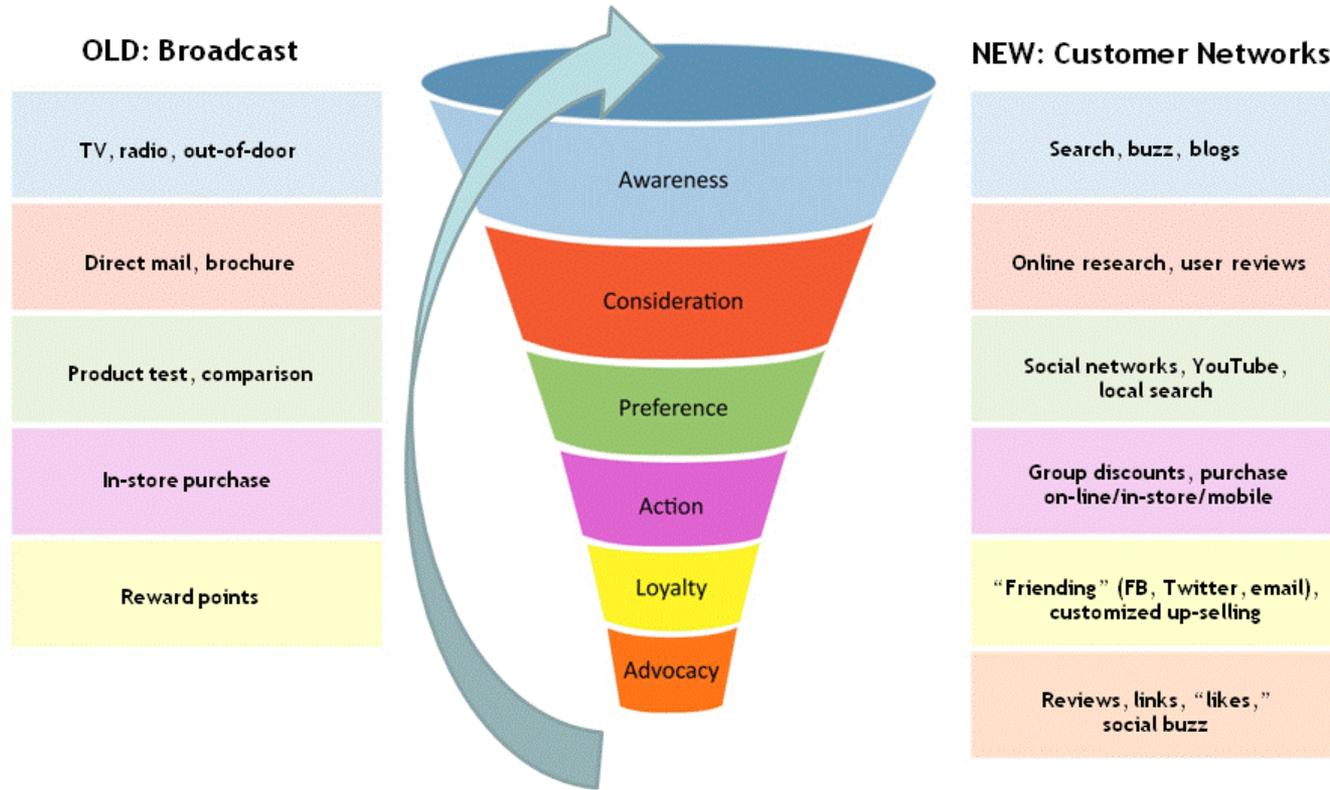
瀏覽輪廓

網頁瀏覽行為

品牌族群行為分析及分群

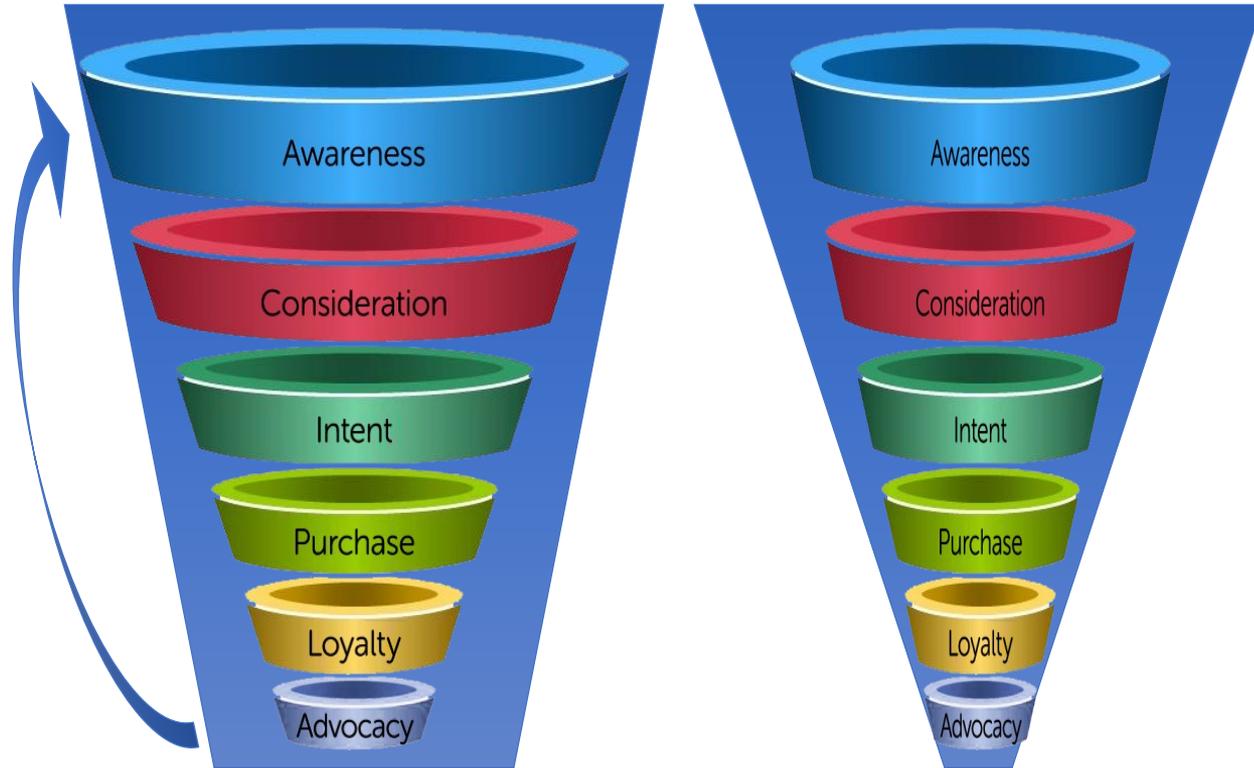


Rethinking the Marketing Funnel

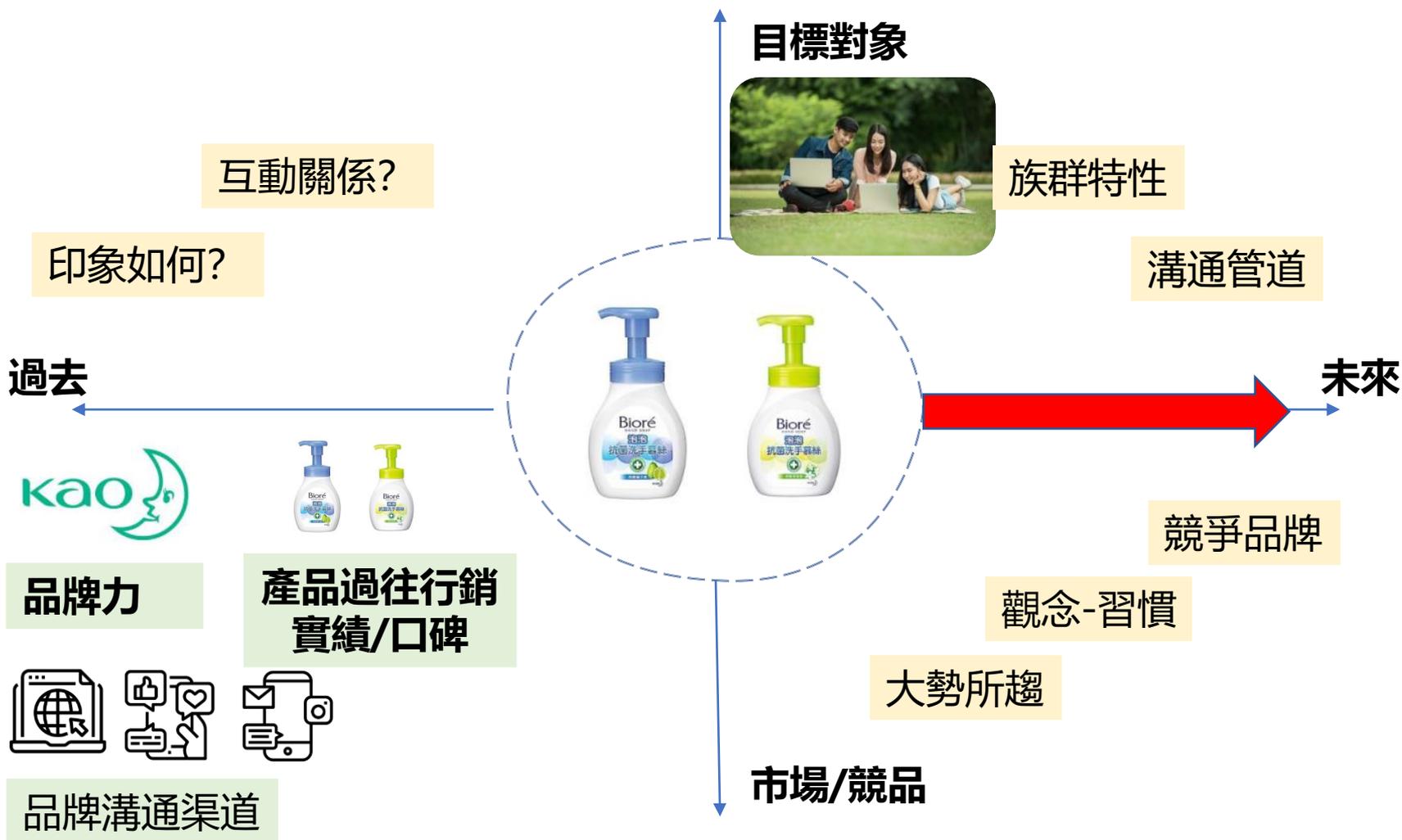


From "The Network Is Your Customer," by David Rogers
(Yale University Press, 2011) www.davidrogers.biz

當Samsung 對上 Apple



從一個溝通平台的開始



數據幫助你了解既定事實，企劃未來策略

市場數據

消費者焦點座談

消費者快速問卷調查

研究機構市場研究報告

網路免費數據平台

社群聆聽平台

自有數據

品牌網站 GA數據

品牌會員資料庫

品牌銷售量/通路

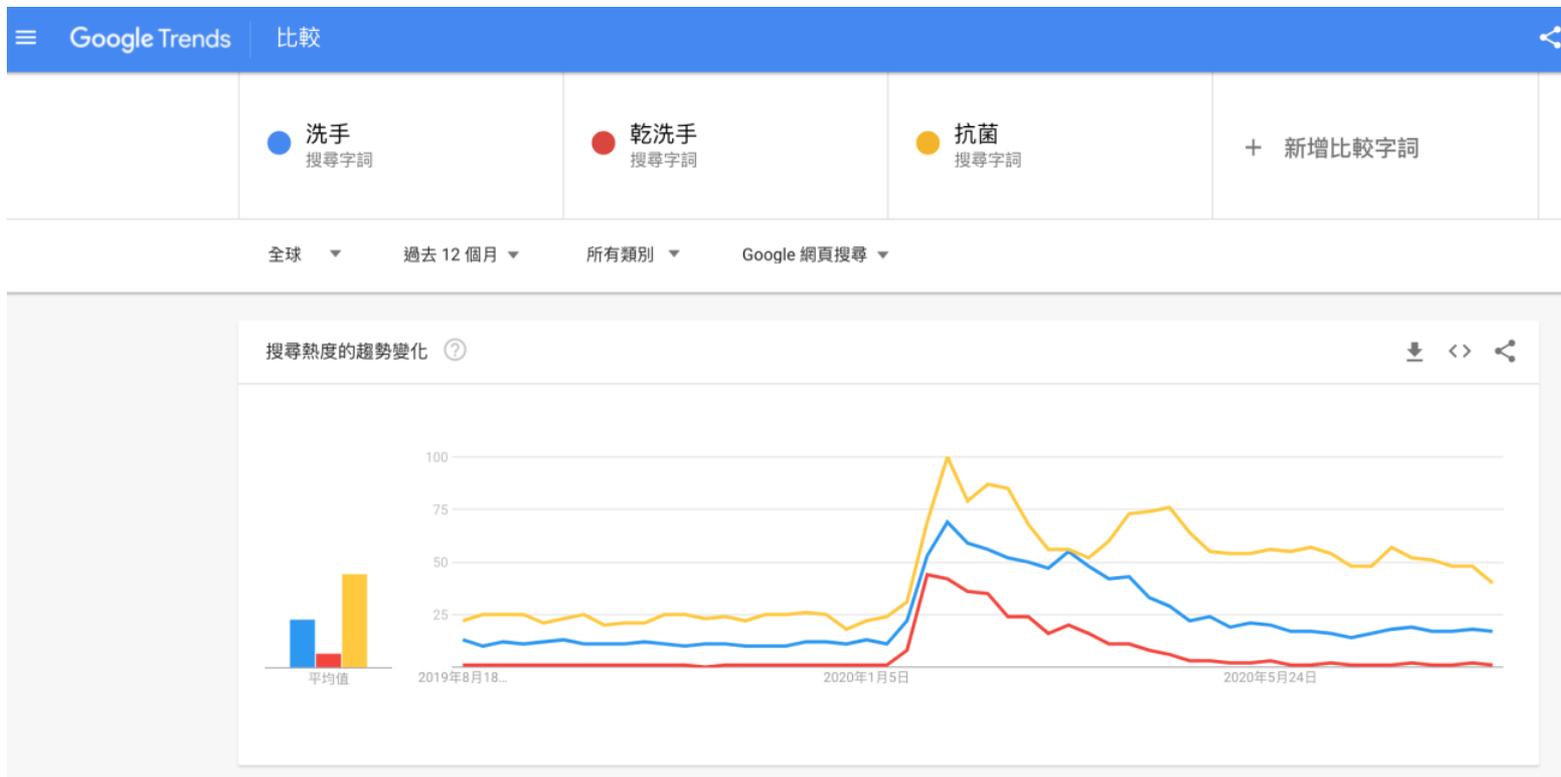
顧客滿意度調查

品牌社群網站數據

市場數據 > 了解品牌族群 (臉書群眾洞察)



市場數據 > 了解市場趨勢 (Google Trends)



市場數據 > 了解品牌社群經營能力(Social Blade)

SOCIAL BLADE | YouTube | Enter YouTube Username

SUPPORTED PLATFORMS | TOP LISTS | LIVE COUNTS / REALTIME | CONSULTING | COMPARE | BLOG | PREMIUM MEMBERSHIP

Bioré Taiwan | NEW | COMPARE

美好香遇 美肌盛開 #用色_香味_填滿生活

Bioré 淨嫩沐浴乳

Bioré | Bioré Taiwan | UPLOADS 26 | SUBSCRIBERS 1.57K | VIDEO VIEWS 9,044,330 | COUNTRY TW | CHANNEL TYPE People | USER CREATED Oct 14th, 2013 | APPLY FOR YOUTUBE PARTNERSHIP

User Summary | Future Projections | Detailed Statistics | Featured Box | Similar Channels | User Videos | Live Subscriber Count | Achievements

B TOTAL GRADE	94,853rd SOCIAL BLADE RANK	4,081,293rd SUBSCRIBER RANK	434,959th VIDEO VIEWS RANK	17,252nd COUNTRY RANK TW	974,806th PEOPLE RANK
100 \uparrow 44.4% SUBSCRIBERS FOR THE LAST 30 DAYS	\$469 - \$7.5K ESTIMATED MONTHLY EARNINGS	1.876M \uparrow 30.2% VIDEO VIEWS FOR THE LAST 30 DAYS	USERS RECENT VIDEO		

有威 抗菌

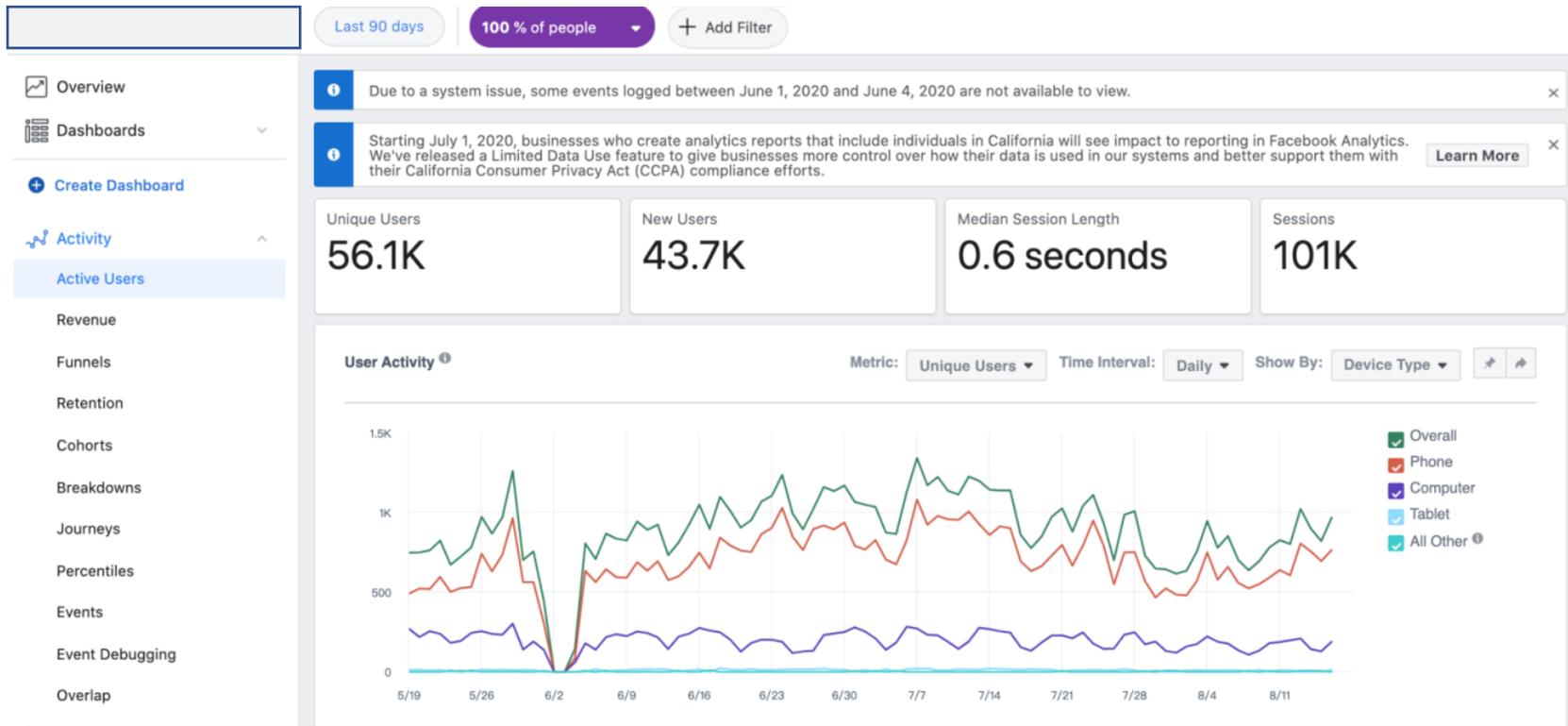
自有數據 > 了解網站瀏覽程度

The screenshot shows a Tiger Beer advertisement. At the top, a navigation bar contains links: 虎牌啤酒, 虎字輩站出來, 代言人玖壹壹, 熱炒地圖, 銷售通路. A red box highlights these links. Below the navigation, a large bottle of Tiger Beer is featured. The main headline reads '虎牌啤酒 就是敢' (Tiger Beer is Daring) with the subtext '敢於挑戰強者，是生存的唯一真理 你敢嗎?' (Daring to challenge the strong, is the only truth of survival, are you?). Below the headline, two video thumbnails are shown: '炸龍珠' (Hot Stir-fry Dragon Balls) and '街頭滋味' (Street Taste). Red boxes highlight these video thumbnails. At the bottom, a black banner contains the text '禁止酒駕' (No Drinking and Driving) with a no-alcohol sign, and '未滿十八歲禁止飲酒' (No Alcohol for Under 18).

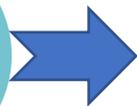
Top Menu	Unique Visitors	Click	%Click	Clicks per Visitor
虎牌啤酒	438	644	13%	1.5
虎字輩站出來	471	656	14%	1.4
代言人玖壹壹	214	313	7%	1.5
熱炒地圖	1404	2075	43%	1.5
銷售通路	884	1088	23%	1.2

Video View	Unique Visitors	Video View	%View	Views per Visitor
街頭滋味	243	437	49%	1.8
熱炒龍珠	241	461	51%	1.9

自有數據 > 了解網站使用者的裝置



溝通管道 = 功能服務 = 用戶回饋 = 持續優化



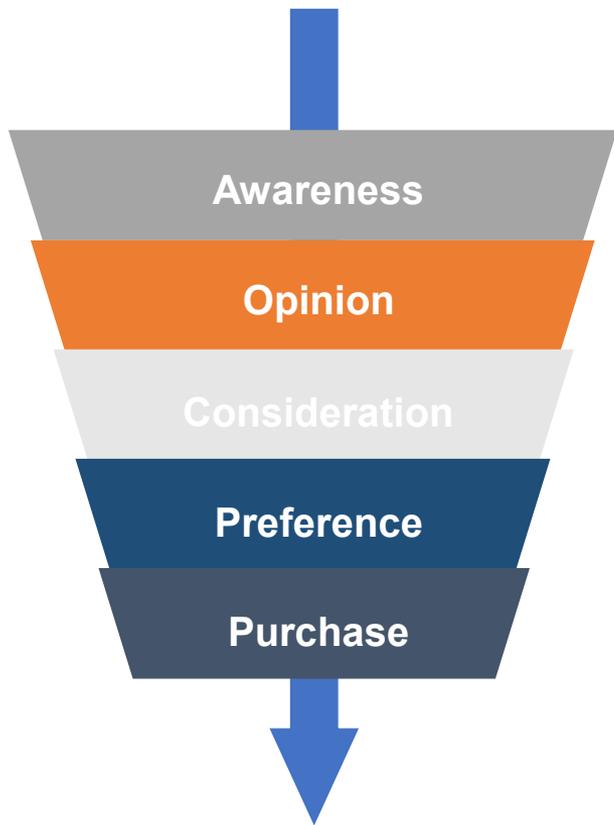
從零開始

- 使用者問卷調查
- 使用者訪談
- 痛點發掘

已有網站/服務

- 使用經驗觀察
- 使用者主動回饋
- 任務型測試
- 使用者Wish List

把「消費者」變成「品牌族群」



BRAND AWARENESS

CAPABLE

TRUST

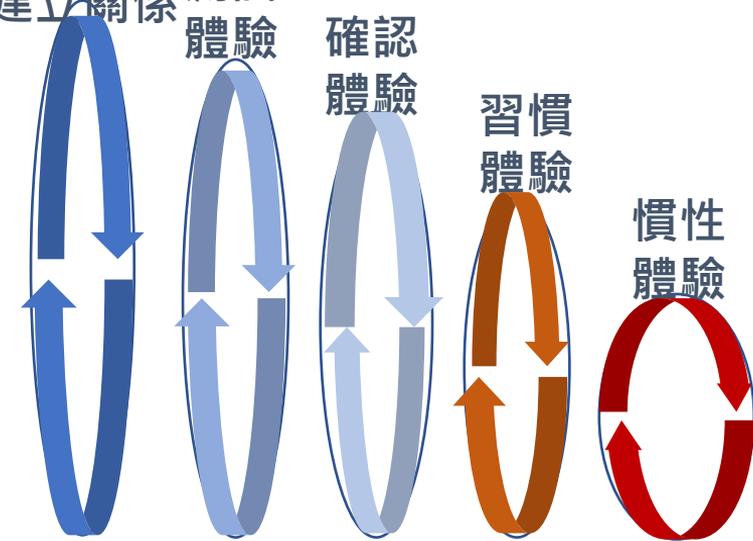
第一次
建立關係

測試
體驗

確認
體驗

習慣
體驗

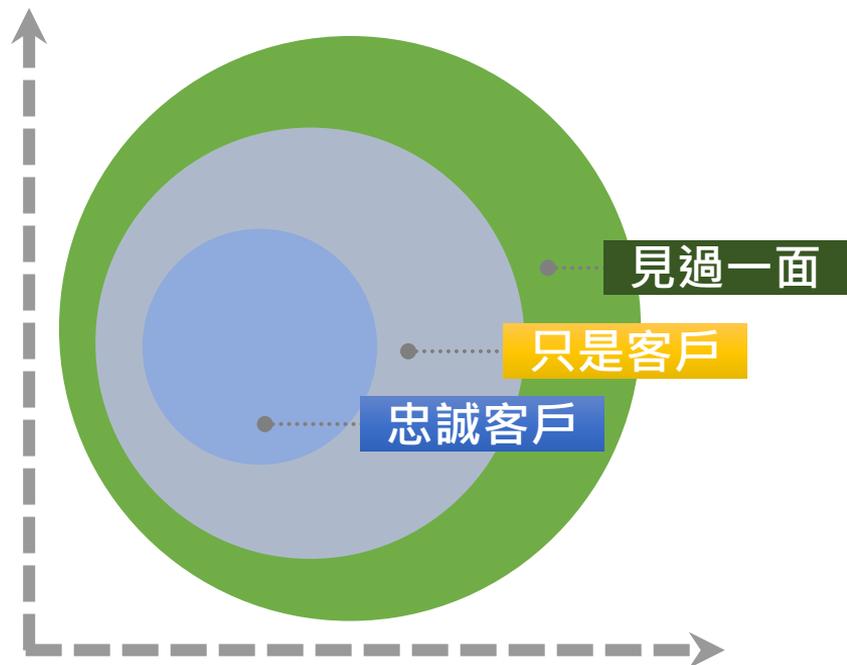
慣性
體驗



理性價值

情感價值

品牌族群是即時浮動性變化



- 外部平台的數據評估基礎不一，研究方法也不一；內部的數據最重要！
- 「數據行為」都是「單一人次」累積的互動跟資訊
- 大數據之下，人工智慧及機器學習是必要工具來進行分類整理
- 從陌生關係到忠誠客戶的數據累積及觀測，**非常重要**！



行銷是
改變認知的一串行動

品牌是
長期顧客互動累積的成果

數據是
品牌資產的currency





空軍：
聆聽市場風向
產業趨勢發現
消費者洞察
競爭者洞察



海軍：
企業品牌力
企業公關力
品牌化內容的散播



陸軍：
自有企業官網
自有客戶名單
自有產品數據回收

- Internet Live Stats 全世界上網人口資料
- Google Trends 市場目前趨勢、關鍵字趨勢
- Google Alerts 特定主題資料搜集
- comScore 透視競爭品網站
- Facebook Insights 消費者洞察

- Google Trends 關鍵字趨勢
- Google Alerts 特定主題資料搜集
- comScore 透視企業網站
- Facebook Insights 消費者洞察
- Digital Advertisement 網路廣告
- QR Code / Email / User Data Collection

- Google Analytics
- LnData 麟數據 Brand Data Hub
- Client's CRM System
- Client's Data Collection / Filtering