



BIG DATA

《全聯》 小編後繼有人？

閃耀的小編新星：《故宮》、《漢神》

分析時間：180天 (2017/4/11~2017/10/8)

✍️ 社群小編，一個為品牌發聲的重要角色。最經典案例非《全聯》小編莫屬，用創意創造娛樂性，了解消費者有興趣的話題，與粉絲建立友好的互動，在粉絲專頁凝聚粉絲對品牌的向心力。

✍️ 全聯於4/12發生總裁失言，粉絲專頁隔日貼出道歉聲明，引發廣大回應；5/23則爆出未經同意使用吳念真導演肖像權，其後品牌粉專就此沒有更新。同時間《故宮精品》《漢神百貨網路購物》則持續以創意經營品牌價值，走進粉絲的心。

分析時間：

2017年4月11日至2017年10月08日，共半年(180天)。

分析說明：

本研究使用《FANSDO粉絲行為追蹤器》《Facebook Audience Insights》工具，分析各大Facebook粉絲專頁經營成效的多項參考指標，包括粉絲人數變化、貼文回應數(註1)、互動數(註2)、鐵粉率(註3)等，檢視《全聯福利中心》《故宮精品》《漢神百貨網路購物》粉絲專頁其各時段貼文表現、粉絲喜好、競品分析。

*註1「回應數」：
Facebook按讚與心情數加留言數總和。

*註2「互動數」：
Facebook按讚與心情數、留言數、
分享數總和。

*註3「鐵粉率」：
留言的用戶數÷留言或按讚、心情的用戶數。

粉絲專頁分析



《全聯》小編 = 臉書社群行銷經典代表



《故宮》小編貼文公開徵婚引起百位小編共襄盛舉



《漢神》小編被《看見數位》《GQ》等報導稱為「小編達人」

重大事件	4/13 徐重仁失言回應貼文 5/22 後粉絲專頁全面停擺	3/20 拿仿宋蓮花式碗(2萬6500元) 來泡麵	7/27 將商品結合網紅《阿翰》模仿梗，一炮而紅
人均回應數	0.38	1.90	0.61

FANSDO小叮嚀

人均回應數：由於粉絲基數不同，將 (貼文按讚與心情數 + 留言數) ÷ (粉絲數) 得到平均每個粉絲半年來回應粉專的次數。

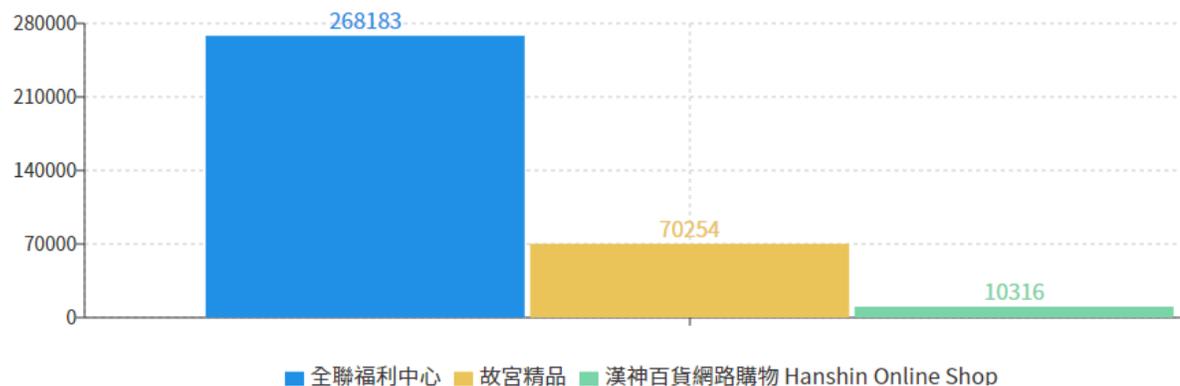
讚與心情

留言指標

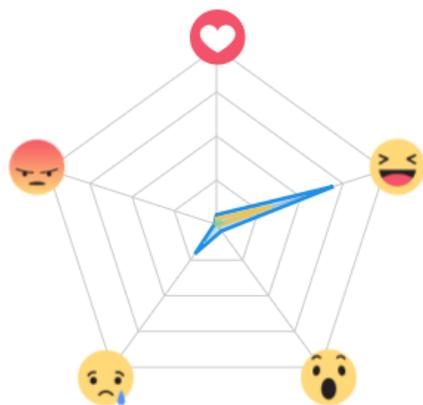
貼文指標

分享指標

貼文讚數



心情分佈



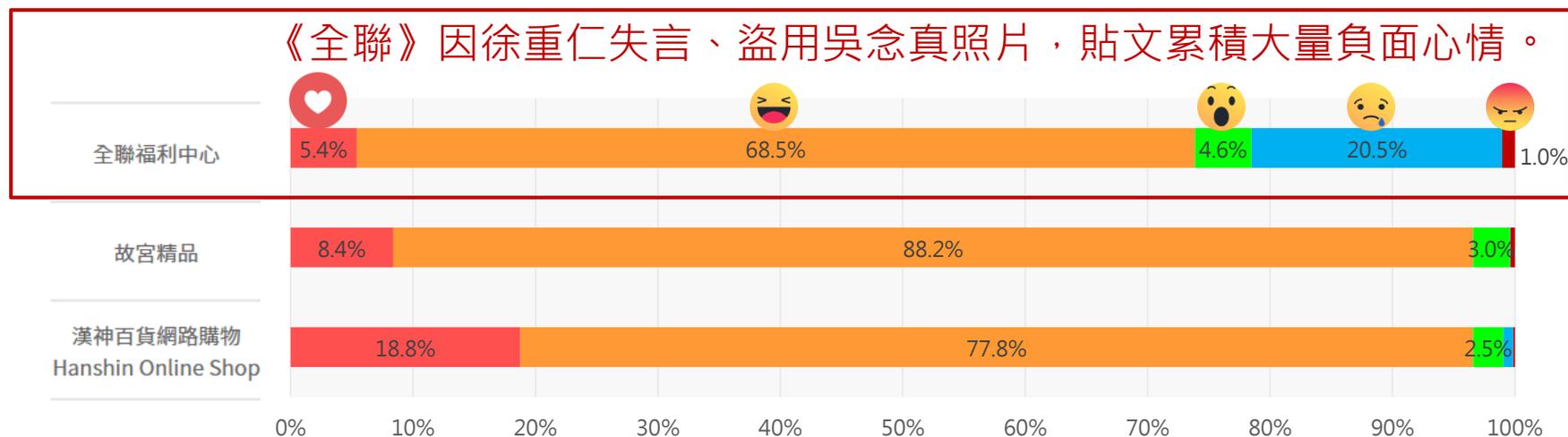
《全聯》《故宮》《漢神》按讚與心情：

- ① 按「讚」比上「心情」約為8：2。
- ② 正面心情「大心」「哈」占多數。

FANSDO小叮嚀

- 在臺灣，貼文按「讚」的比例往往高達9成以上。
- 其他心情更成為一種指標，代表粉絲對粉絲專頁的共鳴程度。

《全聯》因徐重仁失言、盜用吳念真照片，貼文累積大量負面心情。

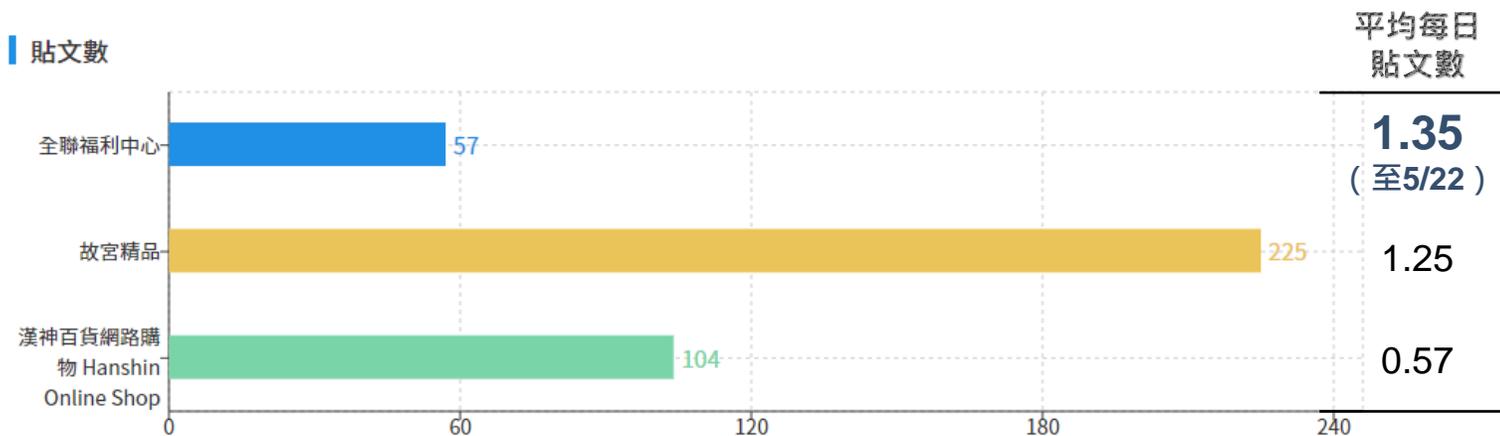


總覽-產量最高的小編是？

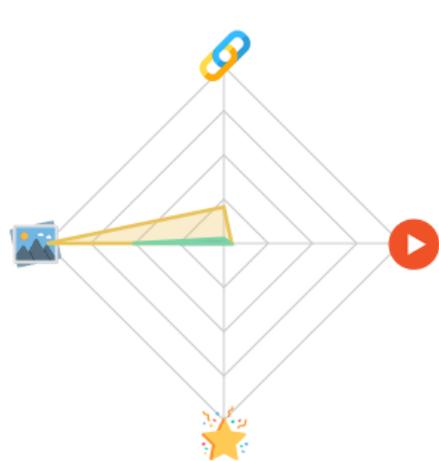
分析時間：2017/4/11~2017/10/8



貼文數



貼文類型偏好



■ 全聯福利中心 ■ 故宮精品
■ 漢神百貨網路購物 Hanshin Online Shop

	連結	影片	活動	圖片
全聯福利中心	4	8	0	43
故宮精品	37	8	0	179
漢神百貨網路購物 Hanshin Online Shop	5	6	0	92

- 貼文頻率上《全聯》《故宮》保持每日至少1則貼文，《漢神》則是2天1則。
- 《故宮》多篇連結是因為透過免費圖床網站貼出GIF動圖。

FANSDO小叮嚀

善用GIF動圖，相對靜態圖片更能引起注意，又不像影片需要觀看時間。

故宮精品
5月21日 ·

【2018故宮大月曆 - 早旺預購優惠】
你怎麼捨得讓汪星人苦苦等著你？
和他們相約見面的日子吧!!
<https://goo.gl/Dt1SvU>
提前預約未來的幸福生活，
2018每一天，都將有他們陪伴在身邊。
故宮大月曆，早鳥預購，早預約早享受
即日起至5/31止，購買量一件以上85折，百份以上8折。
#精緻筒裝和精美紙袋任你挑
#早買早旺

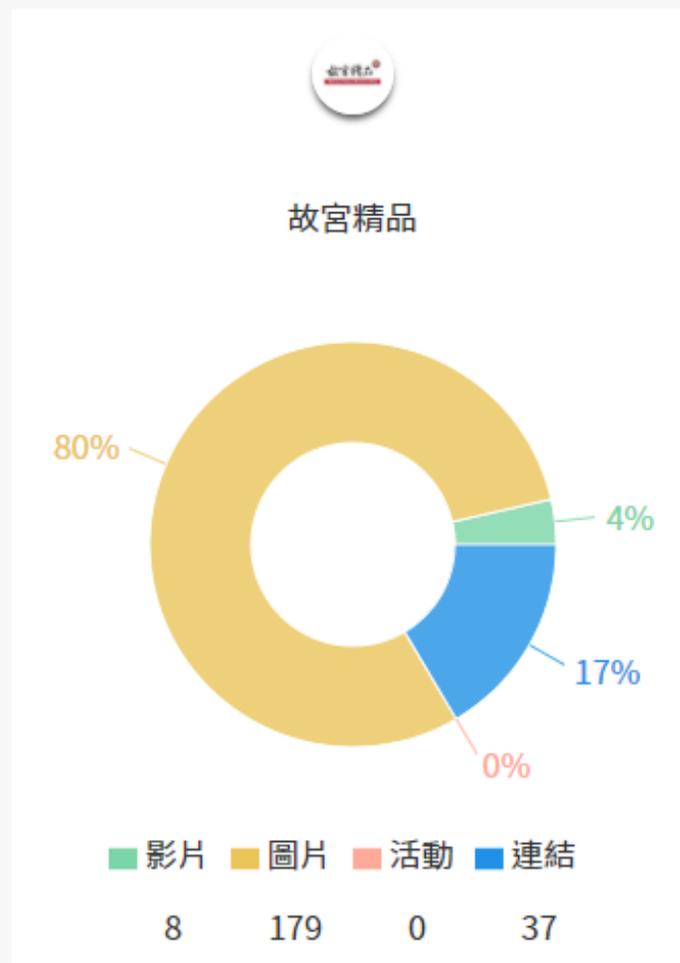
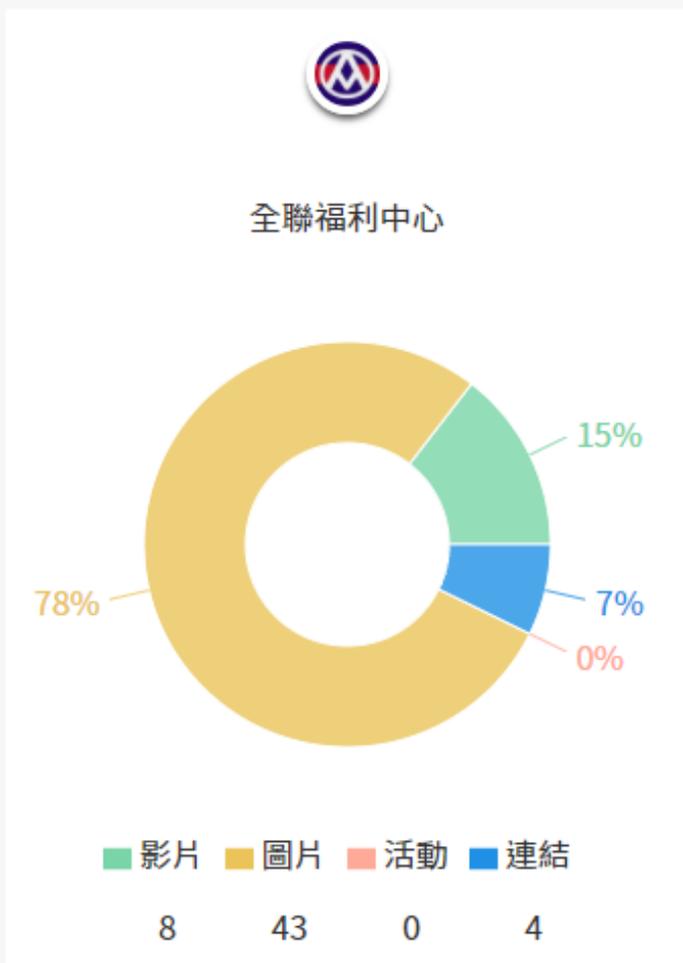


貼文熱榜-小編偏好的貼文類型

貼文類型

8

分析時間：2017/4/11~2017/10/8



在FB演算法以影片為優先觸及用戶的趨勢下，《全聯》《故宮》《漢神》貼文圖片占比仍偏高(約8成)，代表有強大的內容行銷保持粉絲關注。

FANSDO小叮嚀

依照粉絲專頁核心價值決定貼文方式，結合有情感溫度的內容，才能圈住粉絲注意力。

貼文熱榜-小編偏好的貼文類型

分析時間：2017/4/11~2017/10/8

貼文類型

9



全聯福利中心



全聯福利中心

5月20日 · 公

【全聯啤酒節】
幸福時刻再度降臨！！
燈燭~~~~~

幸福是
左手牽小手，右手來一手

*禁止酒駕，飲酒過量，有害健康

#全聯 #啤酒節
#媽媽還沒有爸爸就有了
#有什麼我不跟你縮

7.8 萬次觀看



故宮精品



故宮精品

9月15日 19:31 · 公

最快正確拍到文會圖文人合照
即可獲得

小編幫您親繪大頭圖乙張
限額前五名~

什麼？太難了？
這款可能比較簡單：
<https://goo.gl/7n44Cr>

#國寶的形成
#真的很不容易



漢神百貨網路購物 Hanshin Online Shop



漢神百貨網路購物 Hanshin Online Shop

9月13日 11:47 · 公

#iPhoneX

全新發表，前所未有。
第一款符合 iPhone X 標準的高容量低溫儲存裝置，半導體系統最低溫 7°C，不只一顆腎臟，更可達成多顆儲存，完美而優雅的行動選擇。

點我去看更多 iPhone X 上市後的非官方儲存配件
→ <https://goo.gl/EUp9Ac>

#德國WaecoCooler半導體式多用途行動冰箱Q40
#辦公室一人一顆都放的下
#大冰奶也放的下

探索 iPhone X 配件。

高容量腎臟儲存，夢想成真。



#德國WaecoCooler半導體式多用途行動冰箱

① 《全聯》商品眾多且致力於塑造品牌形象，適合透過影片匯集大量訊息。

② 《故宮》多為靜態展品，使用圖片與GIF動圖傳達意境。

③ 《漢神》主要是將商品與時事結合在圖片，吸引共鳴。

 全聯福利中心分享了一個其他
2017-04-13 21:10

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，您失言了」 回想我當時發言，確實是出於對自己孩子

 79515  6699  10422

 全聯福利中心分享了一個其他
2017-04-13 15:18

那個...借問一下...我可以說話了嗎？

 67075  6909  6627

 故宮精品分享了一個圖片
2017-06-02 00:18



豪雨又快又突然，為考量天災與安全問題,6/1、6/2於網路商城下訂的客人，我們將會延至6/5陸續出貨。造成不便還請見諒。 獻上兩天限定關懷

 3361  817  58

 漢神百貨網路購物 Hanshin Online Shop分享了一個圖片
2017-05-24 40:10



#是餡 不管最後的結果如何，大家一起走了這麼遠，汗水、淚水、雨水中交織出了數不清的回憶，不論結果能不能令人開心，我們都還要繼續

 1034  261  45

TOP1熱文 互動總數占比	20.8%	4.2%	9.1%
------------------	-------	------	------

FANSO小叮嚀

TOP1熱文互動總數占比：TOP1熱文對於粉專整體互動的影響，可用（該貼文互動數）÷（總互動數）計算之。

徐重仁的道歉文，占了《全聯》2成以上的互動總數。代表「道歉」對粉絲而言具有一定影響力道，也因本次事件和品牌發生互動。

回應趨勢

回應分布

《全聯》粉專5/22前保持上萬筆的回應績效，《故宮》平均回應趨勢有逐漸追上《全聯》的水平。不過因粉絲規模相差近20倍，留言數仍大幅落後。

- ① 全聯總裁失言風波之後，舉辦抽獎活動參與水準保持在5,000則留言以上，代表仍有粉絲買單接受道歉。
- ② 5/23未經同意使用吳念真導演肖像權，又引起網友反彈，5/22的貼文演變成網友發表意見的留言板，截至10/8仍有新留言。期間《全聯》小編神隱，根據6/22新聞報導指出已將行銷資源轉往line社群。

4/12徐重仁失言
4/13道歉、與粉絲互動



邱棟樑 又被全聯要了換篇交錢又要等到十一月底這是全聯技倆，又被玩弄
讚 · 回覆 · 10月8日 19:20

謝麗金 結府前店的員工服務超級爛？還是全福利中心服務人員跟收費員都一樣爛？買東西還要受罪，一副臭臉、態度很差，退押瓶臉具還不大理，是你們不收空瓶嗎？只要收錢嗎？太惡烈了。每次去全聯都會看到臭臉（不是只有府前服務不加，別店也會）問了問題還不大理會？只好不買了。東西不是只有全聯有，不處理就召往別店購買。
讚 · 回覆 · 10月7日 12:59

楊曉惠 8折。
讚 · 回覆 · 10月6日 0:45

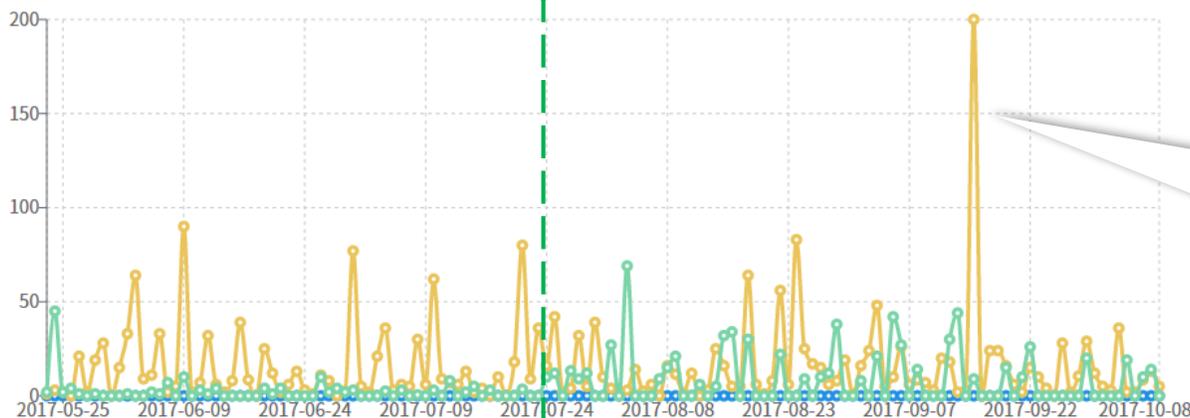
何秀華 想知道9月28號中獎名單
讚 · 回覆 · 10月6日 0:15

鮮翠家 | 抓餅美味健康加分 這...小編不會算
這樣還有得吃嗎!?
讚 · 回覆 · 10月5日 15:43

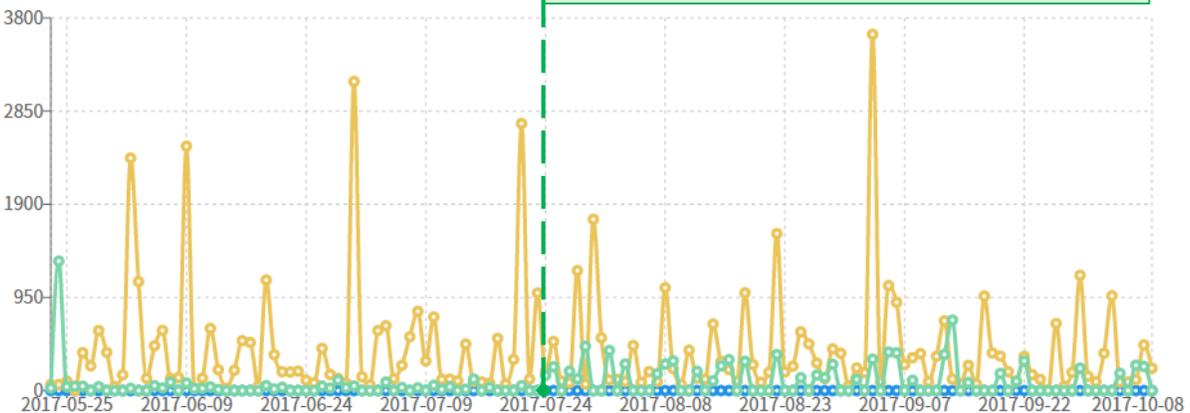
回應趨勢

回應分布

平均留言趨勢



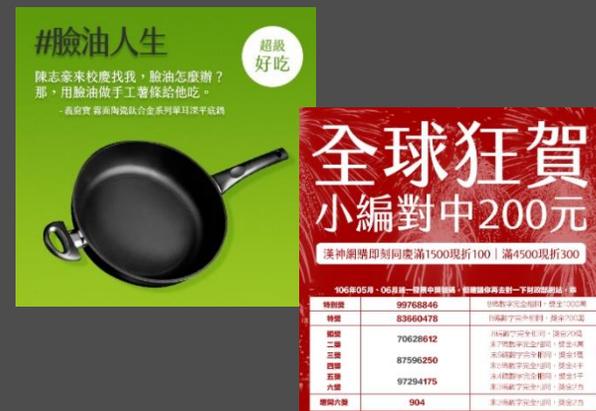
平均按讚與心情趨勢



《漢神》回應數平均達到近300筆

5/22後《全聯》不再更新，相對的，《故宮》《漢神》粉專：

- ① 皆沒有舉辦留言抽獎活動，專注於經營粉絲互動。
- ② 《故宮》透過GIF動圖，截圖前5名可獲得小編手繪大頭貼，吸引粉絲點擊、留言。
- ③ 《漢神》雖於同婚釋憲議題貼文達到互動數高峰，實際於7/24後整體回應數才穩定提升，主要是貼文主題更貼近大眾，例如：統一發票對獎號碼、結合網紅手工薯條梗等。

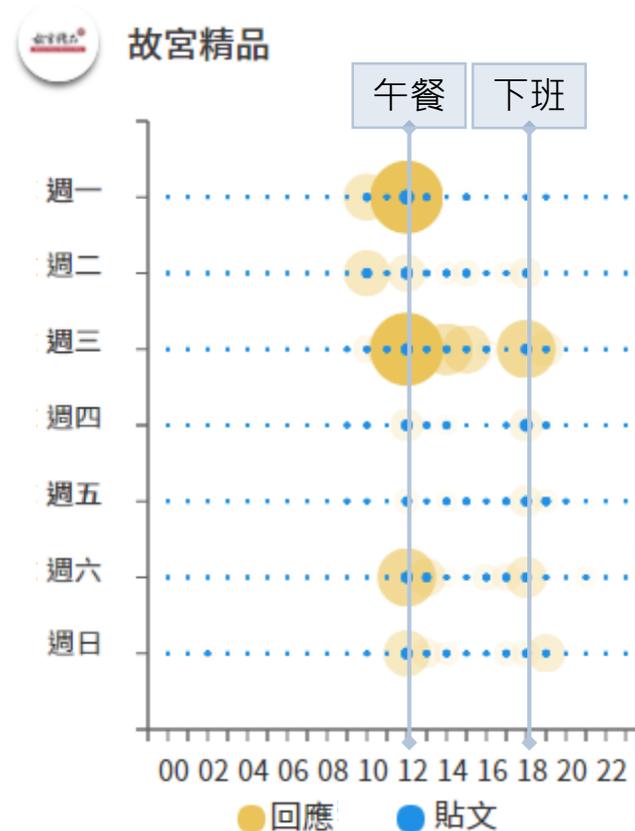
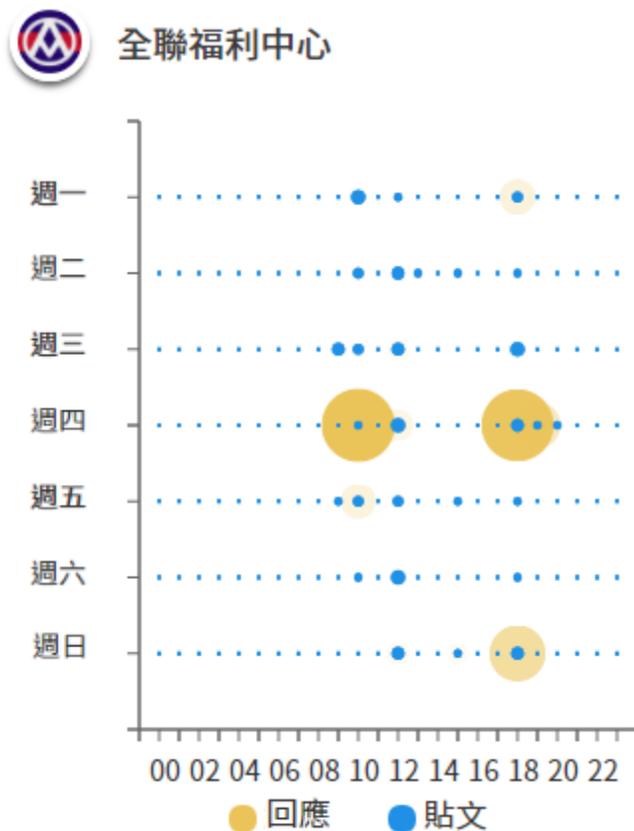


回應趨勢

回應分布

FANSDO小叮嚀

依照粉絲專頁的粉絲習性，適時給予目標粉絲資訊，更容易引起互動。



① 《全聯》4/13(四)徐重仁道歉文、小編出聲引發大量回應。

② 《故宮》偏好於午餐和下班時間貼文，週一、三回應最熱烈。

③ 《漢神》是百貨的網路購物，發文時間較其他兩者晚，回應最高是接近週末的週五10~11點。

粉絲行為剖析

全聯福利中心



粉絲數

1,062,919

成長數 > 74 ↑

《全聯》TOP1積極粉絲的近百則互動都是留言，大部分是持正面態度與其它粉絲互動。

Vicky Chen 前天去買獅子寶濕紙巾，不知哪個調皮鬼把它藏到後面，前面用其他牌遮住，好險我有低頭看，把最後兩包帶走，逛全聯已是我的樂趣了
2017-05-09 10:18:33

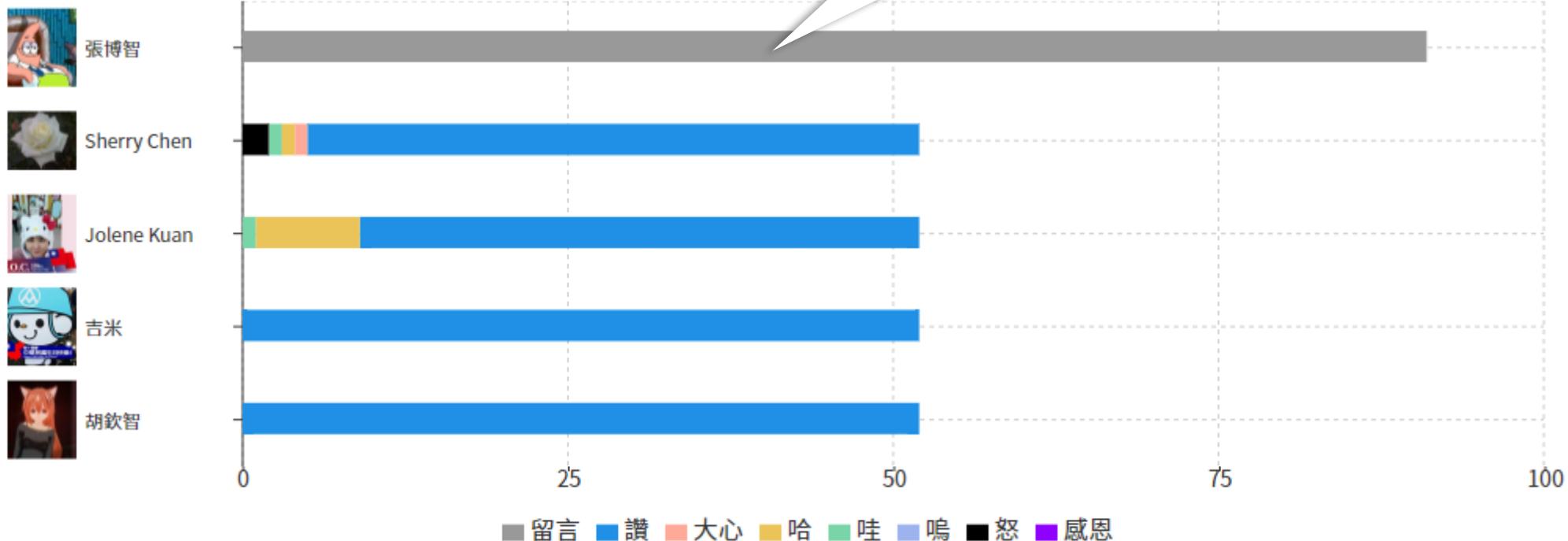
張博智 全聯要幫你省錢
2017-05-09 10:26:53

Vicky Chen 但我需要濕紙巾，特價非買不可
2017-05-09 10:33:17

全聯福利中心 謝謝濕紙巾愛用者的支持！我們會繼續加油~一起加油囉！
2017-05-09 11:53:32

粉絲排名

詳細資訊



全聯福利中心



粉絲數

1,062,919

成長數 > 74 ↑

徐重仁失言事件在《全聯》粉專反而成為小編大會串，各家小編紛紛鼓勵《全聯》小編，幫忙爭取加薪，更趁機曝光自家的品牌訴求。

- 寶島時代村 心情回應:26 留言:25
- PopDaily 波黛莉的異想世界 心情回應:1 留言:1
- 壹週刊 心情回應:0 留言:1
- Genius Taiwan 心情回應:0 留言:1
- 卡卡洛普★宅新聞 心情回應:3 留言:2
- 新聞龍捲風 心情回應:0 留言:2
- KingAutos 國王車訊 心情回應:1 留言:0
- HiNet 心情回應:1 留言:0
- 【台糖 健康御守】 心情回應:2 留言:2
- BIOS Monthly 心情回應:1 留言:1
- 義大遊樂世界 心情回應:1 留言:1
- Acer Taiwan 前天 全世界等羽婷 今天 全世界等小編..... 查看更多 讚·回覆 · 1,879 · 4月13日 19:14 33則回覆
- 林德福 心情回應:2 留言:2
- 卡提諾論壇 | CK101.COM 心情回應:1 留言:0
- 台北捷運 心情回應:0 留言:0
- NOWnews 今日新聞 心情回應:0 留言:1
- VOGUE Taiwan 心情回應:2 留言:1
- A.S.O 阿瘦皮鞋 心情回應:0 留言:1
- friDay購物 x GoHappy 心情回應:0 留言:1

Sony Pictures 索尼影業 好啦好啦，週末來看場電影啦(拍拍)

1A-DA 讚·回覆 · 2,301 · 4月13日 18:44 15則回覆

生活市集 OMG! 你要宣布來我們家了嗎? 讚·回覆 · 3,627 · 4月13日 18:19 35則回覆

商業周刊 (商周.com) 全聯福利中心如果還沒被加薪，送上這系列文章，祝你成功！ (想說話也可以來找我們喔) <http://www.businessweekly.com.tw/searchresult.aspx.....>

加薪 - 商業周刊 - 商周.com 全台灣最有影響力財經雜誌《商業周刊》的數位內容網站，主張「先進觀念、輕鬆掌握」。提供成功者... BUSINESSWEEKLY.COM.TW 讚·回覆 · 2,003 · 4月13日 18:53 9則回覆

等200多個粉絲專頁

故宮精品

粉絲數

50,557

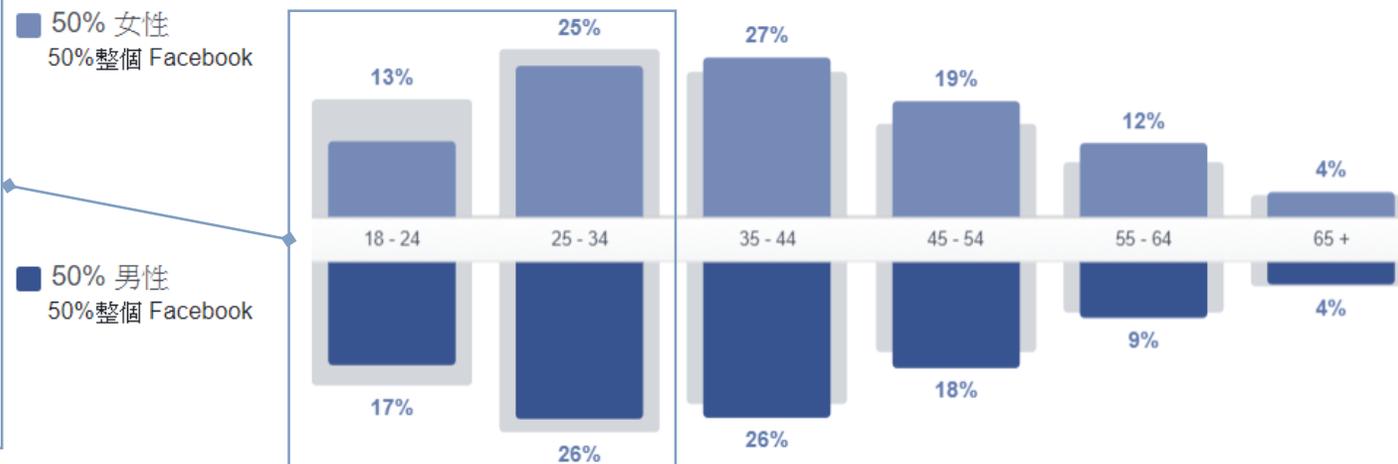
成長數 > 0 →

《故宮精品》是《國立故宮博物院》的禮品商店，粉專「關於」頁面中介紹自己：『對公眾承擔更多責任，延續博物館的每個環節』。也因此以各種文物與禮品發想，讓更多人看見《故宮》。

觀察關注《故宮博物院》、對歷史古董文學有興趣的FB族群，可發現35-64歲佔比較整體用戶比例更高。反之34歲以下族群對相關議題關注度較低，《故宮》因此反其道而行，用流行與創意吸引年輕族群。

《故宮》可注意34歲以下族群按讚的粉專類別偏好「音樂」「網紅」「演員」類別的關鍵領袖，進一步爭取合作的機會。

熱門類別		
1	網站	學生愛打工 · Dcard
2	公司	adidas Basketball
3	電影	【玩命關頭】電影粉絲專屬頁面
4	珠寶/手錶	Bonny & Read 飾品
5	服裝(品牌)	AJPEACE · Image · Lulus · D.P-shop · 潮物部落格 · 《HITO 本舖》 · Shtick
6	在地服務	停班停課最新通知
7	音樂家/樂團	頑童MJ116 · 八三夭 831 · 熱狗 MC HotDog · Nick 周湯豪
8	表演藝術	陳零九 Nine Chen · 謝和弦 R-chord (阿扣)
9	製作人	白癡公主
10	演員	展榮展瑞 Keelong and Rays · 李國毅 Lego Lee



故宮精品



粉絲數

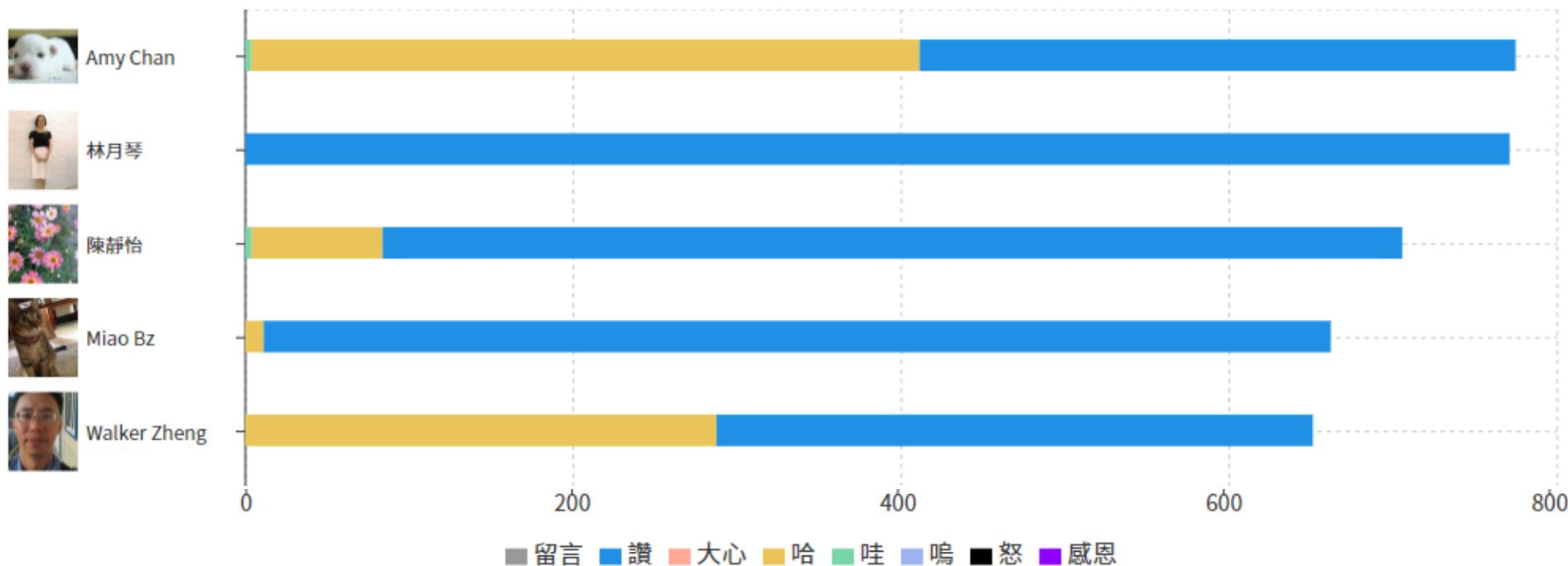
50,557

成長數 > 0 →

《故宮》的積極粉絲TOP5，平均每天至少回應3則，具備高互動度，對於《故宮》品牌的情緒以正面的「哈」為主。可以多留意的是，按其它心情與留言較少，代表《故宮》的貼文風格以幽默元素居多。

粉絲排名

詳細資訊



故宮精品

粉絲數

50,557

成長數 > 0 →

- ① 《故宮精品》自3月底公開徵婚與百位粉專互動後，4月後其它粉專與《故宮》的互動就不再熱絡。
- ② 將《故宮博物院》與《故宮精品》相較，《故宮博物院》小編來訪《故宮精品》互動次數較高，《故宮精品》反而較少與《故宮博物院》等其它粉專互動。

故宮精品

國立故宮博物院 National Palace Museum

心情回應:12 留言:0

中時即影音

心情回應:0 留言:1

台中中友百貨

心情回應:2 留言:0

金光布袋戲

心情回應:0 留言:1

吳思瑤

心情回應:1 留言:1

ASUS

心情回應:1 留言:0

...

國立故宮博物院 National Palace Museum

故宮精品

心情回應:1 留言:0

李麗芬

心情回應:1 留言:0

遠見雜誌

心情回應:0 留言:1

漢神百貨網路購物 Hanshin Online Shop



粉絲數

22,888

成長數 >

64 ↑

《漢神》百貨是高雄在地的百貨公司，採取發展網路購物的策略，進一步以粉專經營突破地域限制，觸及更多潛在客群。

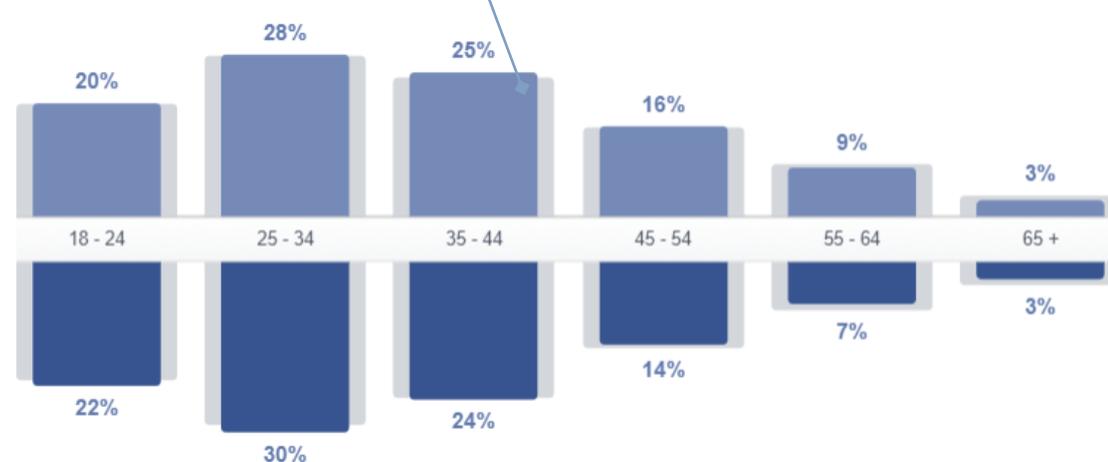
針對百貨零售有興趣，喜歡線上 / 線下購物、追求時尚的FB族群，可發現**35-44歲女性**、**18-34歲男性**族群較整體用戶來得活躍，《漢神》可留意：

- ① 現前《漢神》貼文內容較貼近年輕族群，成功命中**18-34歲**男性族群。
- ② 不容小覷的是整體市場女性占比高於男性，下一步應要抓住**35-44歲**女性的心。從此族群按讚的粉專類別可發現偏向「親子」、「精品」，應掌握相關議題進行操作。

熱門類別		
1	本地和旅遊網站	Abic愛貝客-親子旅遊&親子餐廳大募集 • Niceday 生活x旅遊
2	購物與零售	Peach【蜜桃精品】 • 17Life生活電商
3	產品/服務	貝果的小小伸展台 • SK-II TW
4	書局	南門書局
5	組織	麥麥童樂會

■ 55% 女性
50% 整個 Facebook

■ 45% 男性
50% 整個 Facebook



漢神百貨網路購物 Hanshin Online Shop



粉絲數

22,888

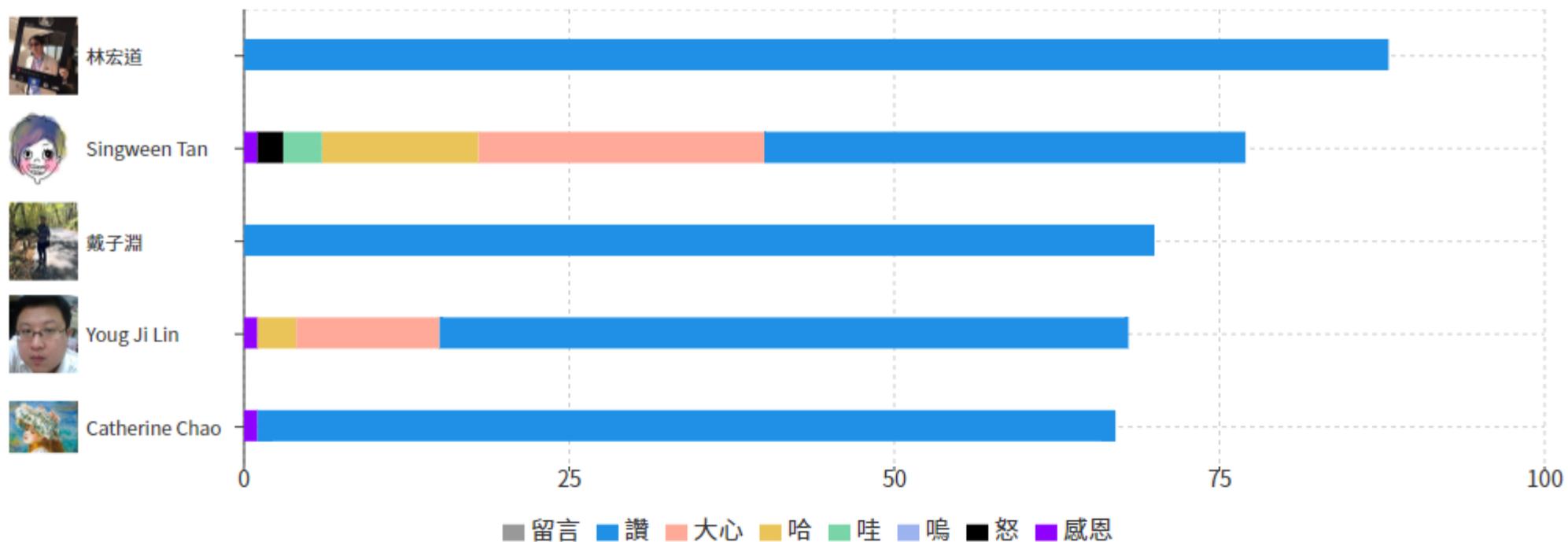
成長數 >

64 ↑

《漢神》的積極粉絲TOP5，對於貼文以按讚等表情符號互動回應為主，代表對議題共鳴度高，較為可惜的是留言數偏低，未來《漢神》可多嘗試進行留言相關的活動多與粉絲交流。

粉絲排名

詳細資訊



漢神百貨網路購物 Hanshin Online Shop



粉絲數

22,888

成長數 >

64 ↑

- ① 《漢神》百貨虛實通路粉專小編相互互動，以共同資源增加粉專的效益。活潑的《漢神百貨網購》小編不時到《漢神百貨》《漢神巨蛋購物廣場》粉專串門子，吸引《漢神》品牌的追隨者注意，不過另外兩者小編則相對不活躍。
- ② 經常出現在各大粉專的《華為(Huawei Mobile)》小編也是《漢神》的粉絲，留言數高達13次。



漢神百貨網路購物 Hanshin Online Shop



Huawei Mobile

心情回應:1 留言:13



漢神百貨

心情回應:1 留言:0



漢神巨蛋購物廣場

心情回應:1 留言:3



國泰世華*
Enrich Your
Life*

心情回應:0 留言:1

...



漢神百貨



漢神百貨網路
購物 Hanshin
Online Shop

心情回應:11 留言:6



漢神巨蛋購物
廣場

心情回應:2 留言:0



漢神巨蛋購物廣場



漢神百貨網路
購物 Hanshin
Online Shop

心情回應:17 留言:30



漢神百貨

心情回應:0 留言:1

 了解更多請點擊



粉絲度 ● 粉絲行為追蹤器

點擊



BIG DATA
大數據研究報告

看更多洞察報告！

或聯絡我們：service@fansdo.tw