

應用社群，培養擁護者

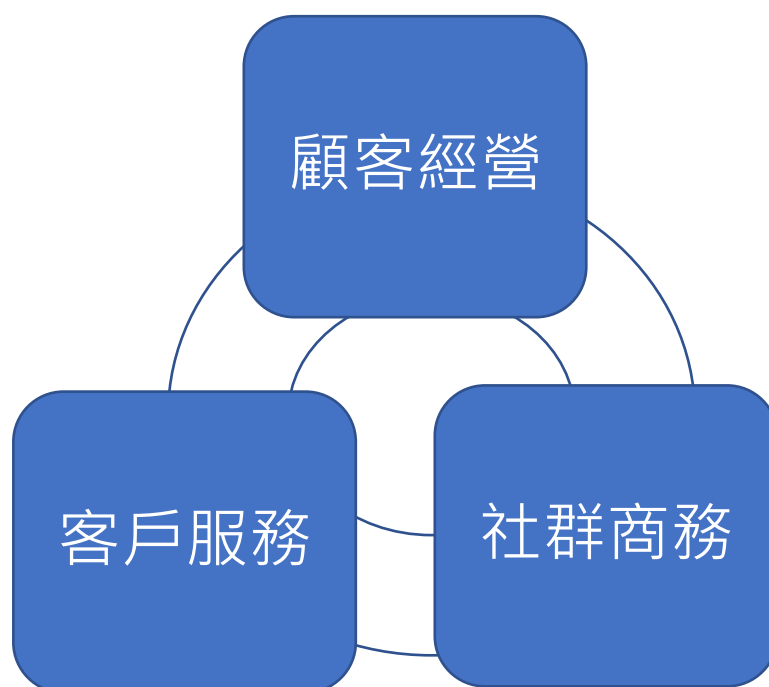
2018.09

粉絲團搜尋：小編神器

LINE ID : biomba

Facebook: cj wang

數據貫穿的生態圈思維



系統工具的分類方式

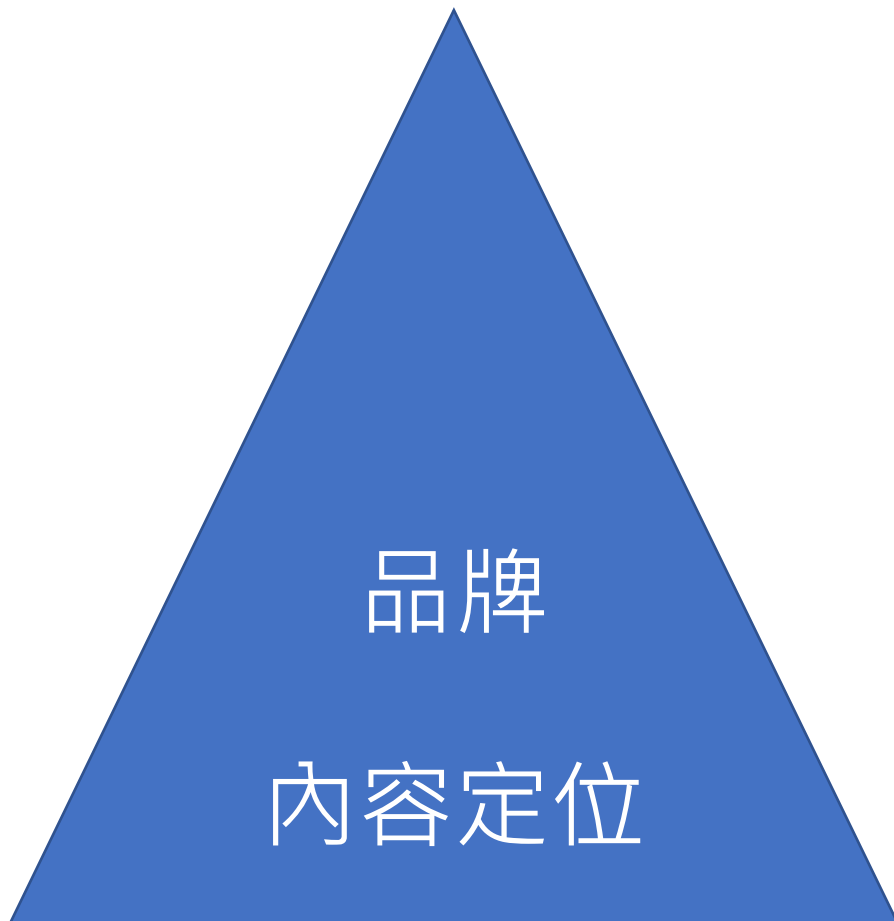
輪廓分析	內容創造	社群互動	績效管理
Socialleadgold Fanpage Karma Facebook audience insight GlobalWebIndex Alexa comScore			

顧客關係管理	客戶服務	線上購物

策略定位

目標族群是誰？

(消費者喜歡什麼？)



競品差異性比較

(競品無法提供)

品牌價值

(而我們可以滿足)

內容發展四象限架構

在內容定位的規範下

廣泛大眾

實用	促銷活動 (引導購物)	打造亮點 (品牌認同)	品牌
	解決痛點 (非常好用)	引發共鳴 (觸動情緒)	

不同受眾

內容發展四象限架構

您的內容定位：_____

廣泛大眾

實
用

品
牌

不同受眾

你的不同受眾有

高端飯店的輪廓分析

分眾：

文化朝聖者、犒賞自己、同好伴遊、超有錢人

象限選擇：

造訪景點：文化景點

飯店選擇：溫泉、星級飯店，具深度的飯店會加分

經濟能力：中、但願意為深度多付錢

再訪機會：中高，對於具文化深度的景點有機會再訪

個人興趣：對影片、投資、旅遊有興趣

探索管道：旅行社、朋友、文史文章

品牌擁護契機：重視品質和回饋

品牌機會點：文化為誘餌，強化在地深度

共同洞察：

窮極自己的探索管道，要給自己更好的獨特體驗

你的輪廓分析

分眾：

象限選擇：

_____：

_____：

_____：

_____：

_____：

_____：

_____：

_____：

品牌機會點：

共同洞察：