

電視節目如何結合社群媒體創造 衍生性效益

資策會創新應用服務研究所
何偉光 主任



個人簡介

資策會創新應用服務研究所 (民99)

Fujidinos日本生活購物網 (民98)

台視：數位電視+整合行銷 (民92)



時識網 (民91)



中華八千網 (民90)
【僑委會海華獎】



財訊文化集團網站 (民89)

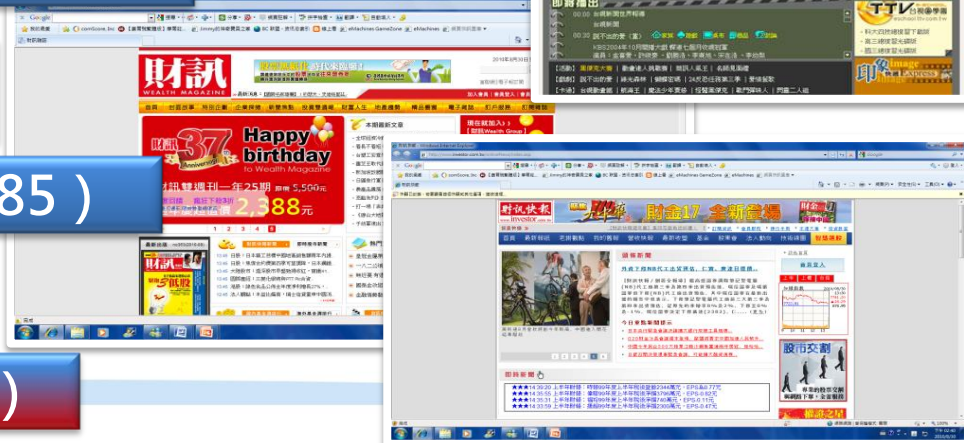


中華網路商城 (民87)

Expo96網際網路世界博覽會 (民85)

電子公文系統 (民83)

交大資工系 (民79) 台大資工所 (民81)



大綱

- 全球新媒體創新應用發展趨勢
- 多螢互動與使用者數據分析
- 社群媒體服務規劃實證案例
 - My食尚玩家
 - 非凡大探索
 - 霹靂布袋戲
- 提問與討論



全球新媒體創新應用發展趨勢

未來電視生態之三大趨勢：移動化、多屏幕、互動化

● 電視的開機率越來越低

- 統計指出中國大陸大城市只有30%的開機率；電視收視群體的年齡層老化，遠離社會的主流人群
- 越來越多人透過網路、使用電腦、手機、Pad、電視盒等收看電視劇、電影、節目

● 觀眾離開之後就是廣告主的離開

2013年CCTV頭號廣告平臺的寶座首次讓位予網際網路公司百度，結束20多年的廣告霸主地位

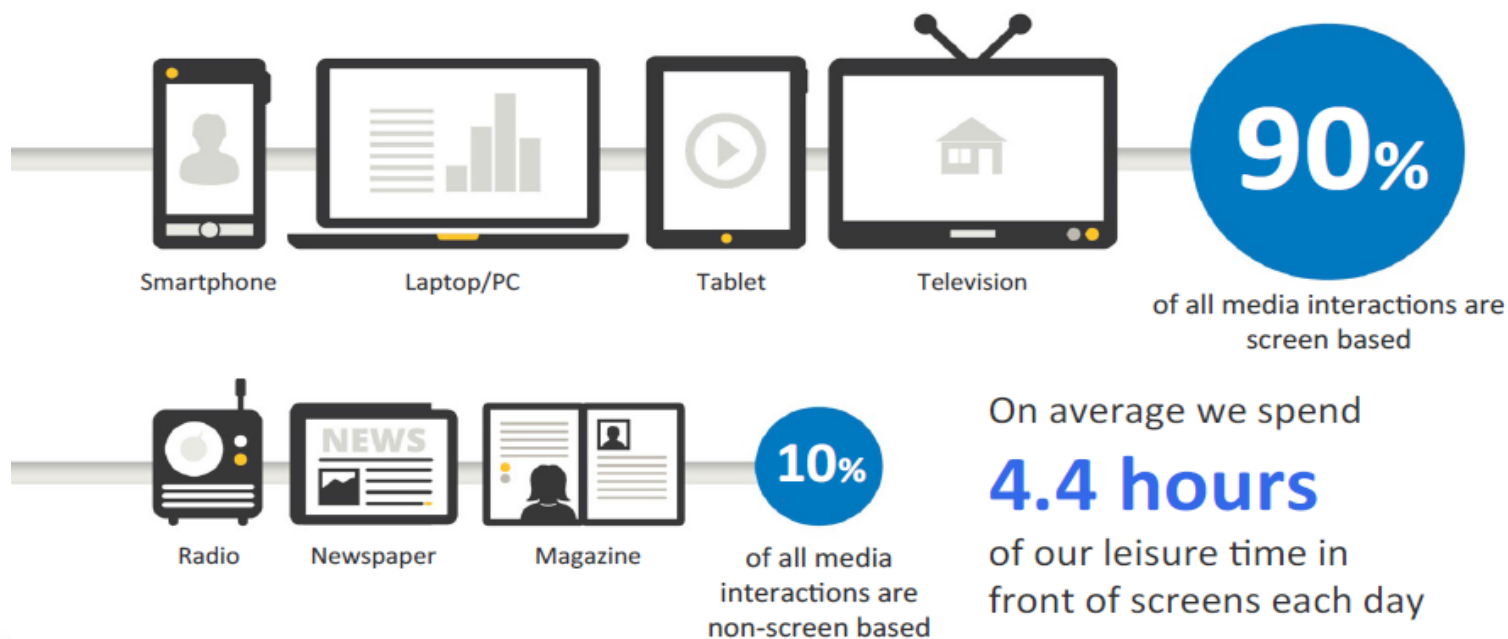
電視將不再是只看的，而是可以**交互**的。

電視不再是大眾傳播，而是**小眾行銷**。

多螢互動時代已經來臨

日常生活中高達90%的人一天平均花4.4個小時，透過智慧型手機、平板電腦、筆記型電腦、電視等進行相關的娛樂傳播與互動

Majority of our daily media interactions are screen based



看電視時，您還**專心**嗎？



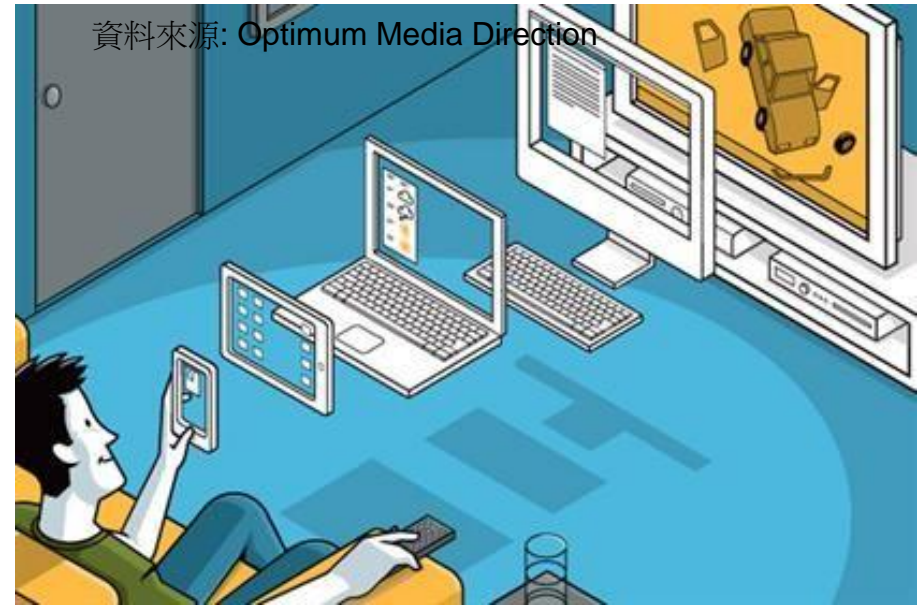
電視已經無法完全掌握觀眾的注意力

77%的人習慣邊看電視、邊使用個人智慧型手機或平板電腦

TV no longer commands our full attention

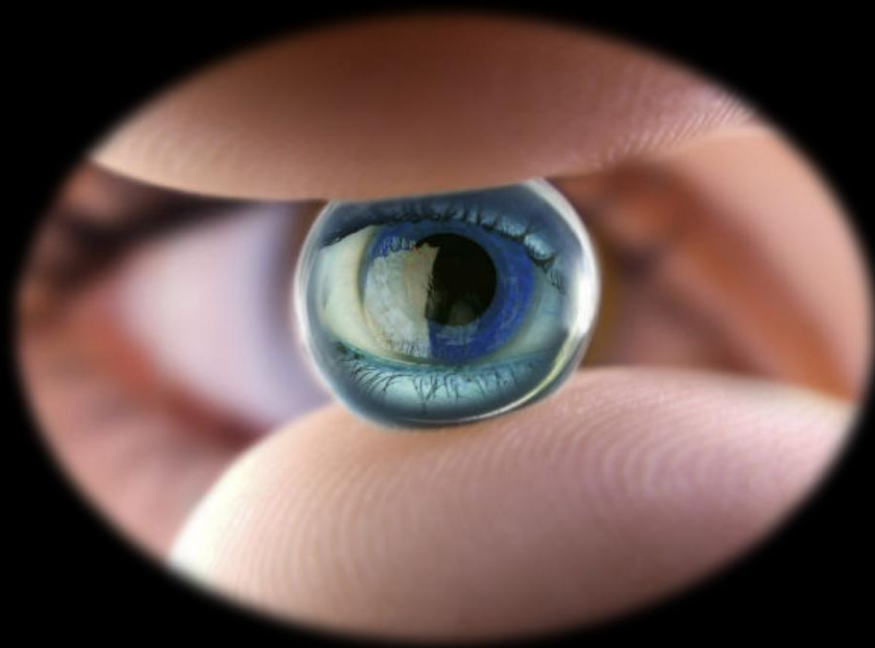


資料來源: Google Report

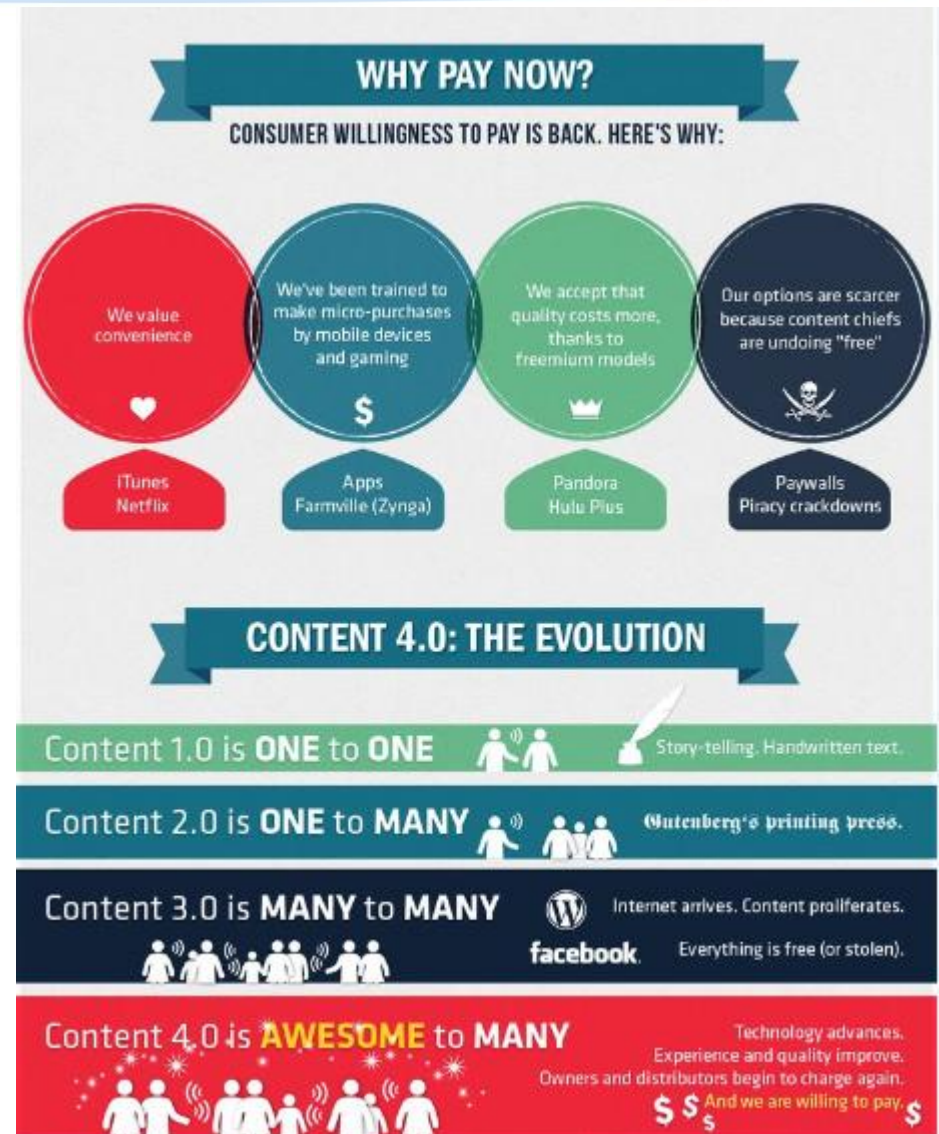
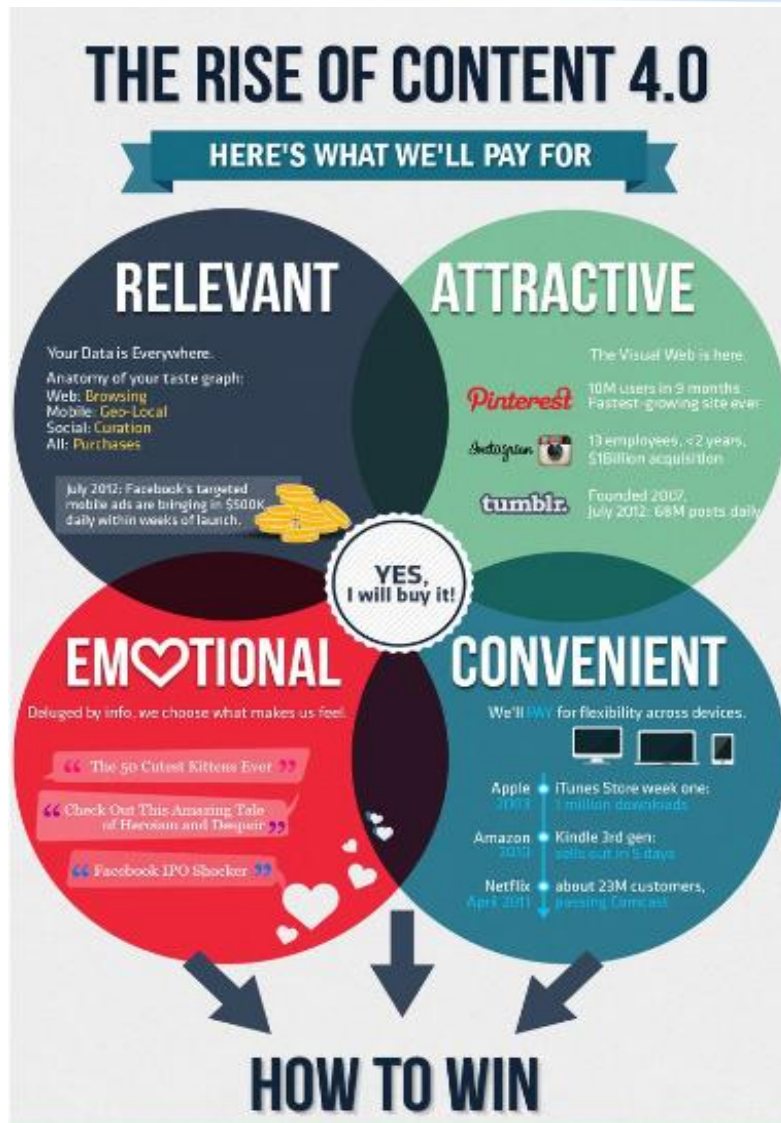


人們在所使用電子裝置之間的切換次數，每小時平均達到21次

如何抓回觀眾的**注意力**



從「內容」下手



善用社群媒介

How SOCIAL MEDIA can Help Boost Sales

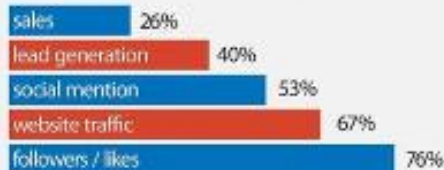


believe social media marketing benefits their business

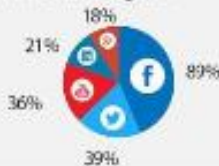


intend to increase social media spending this year

How do marketers measure ROI?

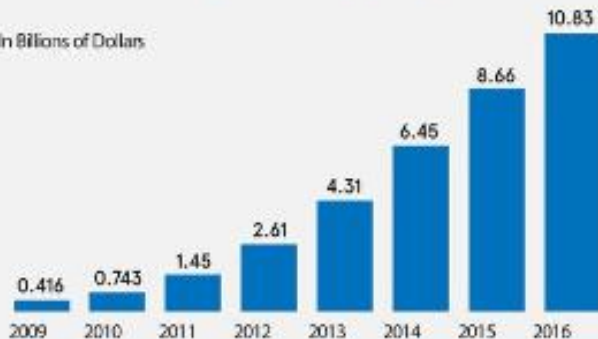


Which platforms do advertising agencies plan on spending their media budgets?



Mobile ad spending is growing

In Billions of Dollars



Social media is viewed mostly on mobile devices, so it's important to make sure any social media ad campaigns are optimised for mobile.

Tips on how to use social media



Use hashtags

Hashtags are a great way of getting new fans and targeting people that are interested in what you are doing.



Flash Sale

Announcing that you will be having a flash sale in the next couple of weeks will keep people interested and coming back to check on statuses and if the sale has started.



Offer Coupons

Advertise discounts/coupons to people who have liked or followed your page. This will gain new fans and keep current fans engaged.



Free Shipping

Put a link on your Twitter or Facebook with an offer for free shipping from your website.



Post Pictures

Visual posts are a lot easier to engage with than text. Most people will see an image but text can often be looked over or scrolled past.



Competitions

Competitions are a great way to spread the word, win new fans. Try a competition with a sign up page or a 'like' and 'share' to enter.

Campaign Examples



Jimmy Choo saw a **33% Increase** in trainer sales with its Twitter campaign



93% of business for Foiled Cupcakes comes from its Facebook and Twitter fans

Baseballrose.com spent \$200 acquiring Facebook fans, resulting in **\$1000 revenue**



新媒體的目標客戶

Social Media Fans = Real life customers

There is no doubt social media fans create conversions and revenue. To keep them interested and to gain new fans there are some strategies that should be followed:



Engage Consistently

Whenever you do a post, status etc make sure you back up your core brand message.



Understand Customers

Understand which groups are the most valuable to your sales objectives.



Interact with potential buyers

Do what it takes to address consumer needs.



Empower consumers to strengthen their voice. By giving your customers a platform you are empowering and respecting their voice.



Deliver the latest information, news and trends about your brand. If customers do not fully understand why they need to buy, they won't go down the purchase journey with your brand.

多螢互動與使用者數據分析



多螢互動

- 麥肯廣告在香港推出的「可樂瓶蓋廣告」，是以電視+手機，結合「**用手机拍廣告→集點換贈品**」的行為
- 湖南電視製作我是歌手節目，推出手機App「呼拉」，**用手机掃描節目中的QR code**，可累積積分，獲得現場節目入場票
- 美國AMC電視台推出**特定節目花絮於手機App中呈現**，電視台希望藉助與節目播出同步的“第二屏”內容吸引更多觀眾收看直播



媒體數據分析

Netflix 的成功，代表媒體數據分析，正式侵襲新媒體圈

實際上我得到
更深入的分析資訊...

我以為一樣, 只是放上去...

YouTube



誰，正在做媒體數據分析



Netflix 視頻下載服務美國訂戶達2920萬。通過數據分析，原創的《紙牌屋》推動今年一季度新增超300萬流媒體用戶，其中203萬是美國用戶。而在這一過程中，**媒體數據分析**起了決定性的作用。



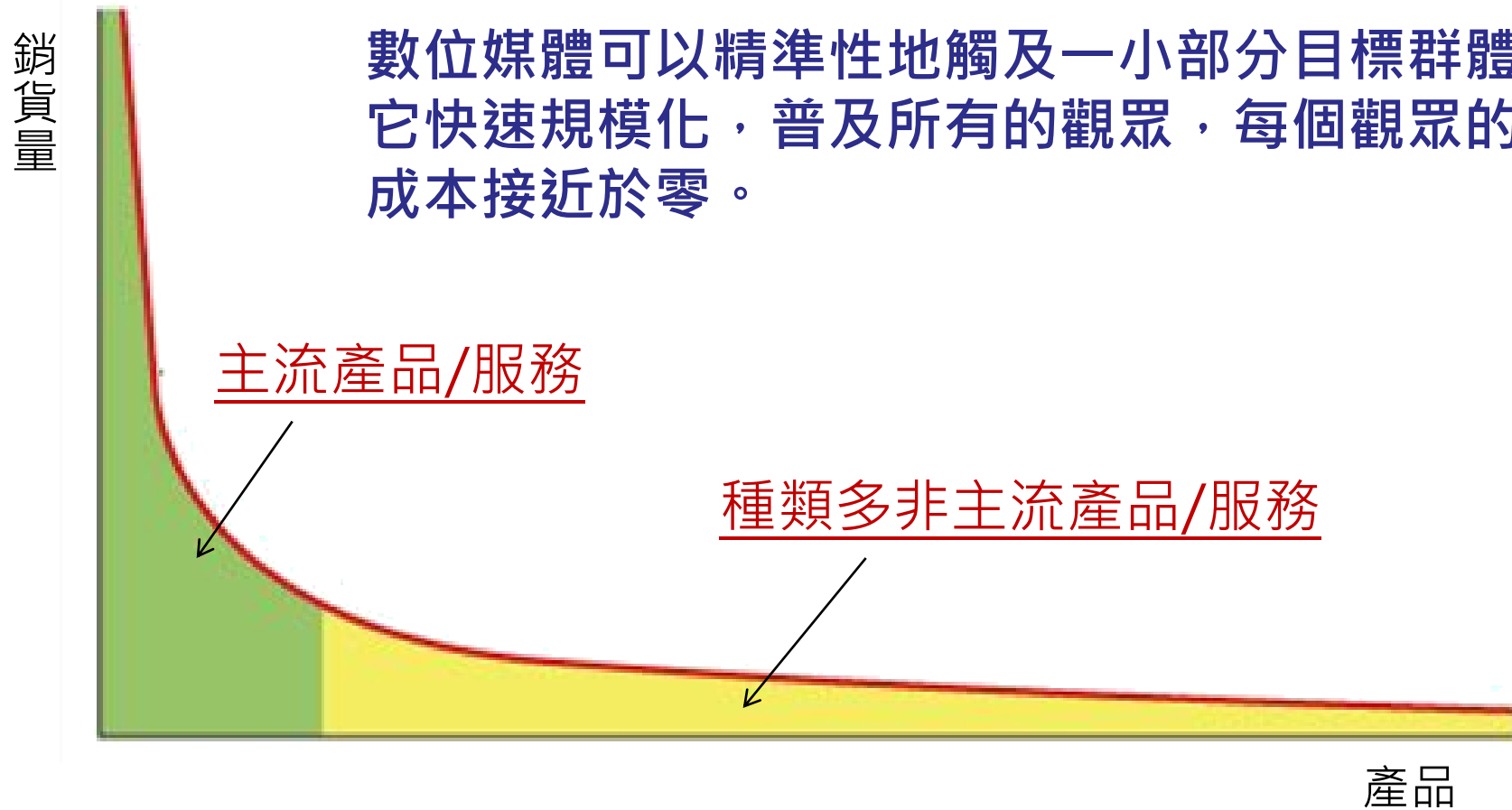
BlueKai提供的服務是各種網路的流量資料，收集整合線上線下的資料進行分析，**可投放到不同的廣告網路和交換平臺**，通過分析觀眾和媒體的資料，提供行銷之市場計畫、發掘用戶、優化媒體推廣活動



NewsCred是一家提供內容行銷和聯網內容播放技術平臺的企業，透過過視頻內容，將品牌商和內容出版商聯繫在一起。針對節目內容，內容，然後**進行數據分析再按產業標籤進行分類**，最後推送給不同行業的終端客戶。

媒體界之長尾效應

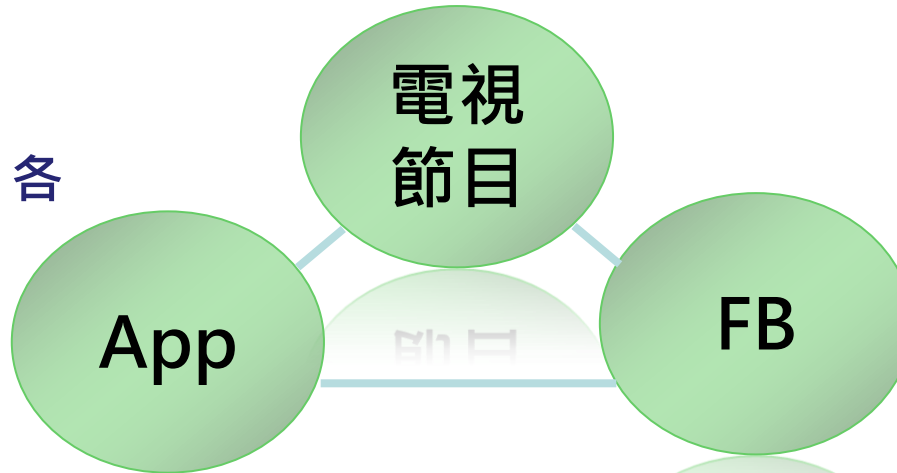
數位媒體可以精準性地觸及一小部分目標群體，把它快速規模化，普及所有的觀眾，每個觀眾的邊際成本接近於零。



沒有地域限制，網路科技改變了消費者的行為，長尾效應已經在媒體界發酵

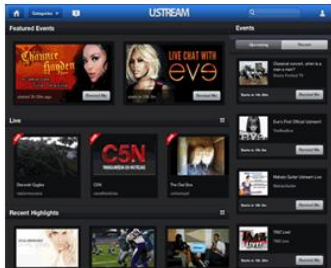
社群電視的鐵三角

智慧型裝置興起，各種App因應而生
加強收看黏著度



當每個節目都有粉絲團時，**如何才能把粉絲價值轉換成產值？**

網路電視App



多部影音串流平台，透過App，可觀看多種類型的節目

聚集人流

特定節目App



1個節目搭配1個App，可透過App進行預告1並與收視戶進行互動

提高收視忠誠度

節目購物App



使用者可以一邊觀看特定影集一邊使用App，瀏覽可購買的劇中商品。

多螢置入行銷

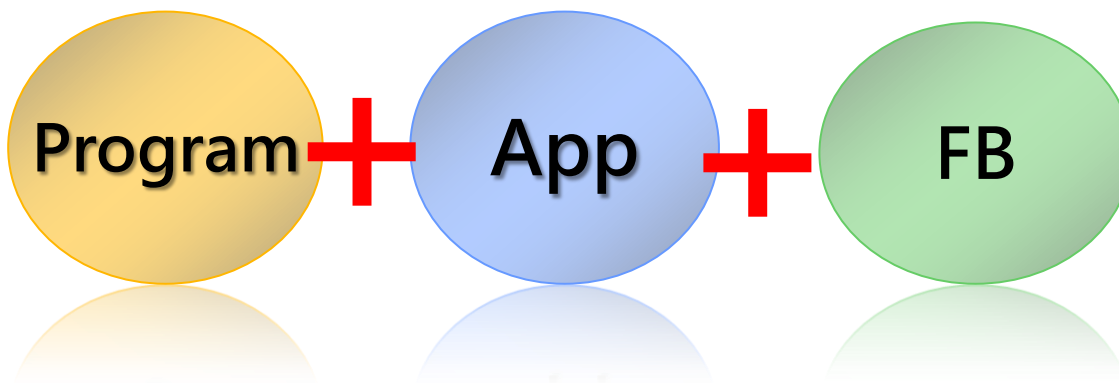


一個粉絲價值至少10 美元

社群電視創新服務模式



2 P 1 F 是未來新媒體模式



App

- 整合跨裝置收視行為
- 後台分析使用者輪廓
- 收看行為統計分析
- 互動App吸引收視群

FB 粉絲團

- 擴大粉絲數量
- 內容經營
- 貼文廣告導購
- Facebook offer

Program

- 透過粉絲經營提升收視率
- 數據分析進行節目推薦
- 周邊商品的推廣銷售
- 跨裝置吸引更多收視用戶

社群媒體服務規劃實證案例

現場展示：MY食尚玩家



案例1-My食尚玩家

出版內容隨時隨地帶著走...



一般PC



平板電腦



智慧型手機



多螢介面立體延伸式閱讀

利用平台快速產生多個主題QR-Code，搭配實體出版品，提供讀者更多加值內容，打造適用於多螢介面的立體延伸式閱讀



支援即時收藏，讓讀者隨時使用

- 看到更多主題式照片與介紹
- 即時收藏，打造個人微雜誌



服務增值 建構使用者數據庫

串接社群平台，提供豐富的增值互動服務，以建構自有之使用者服務數據庫

社群導入



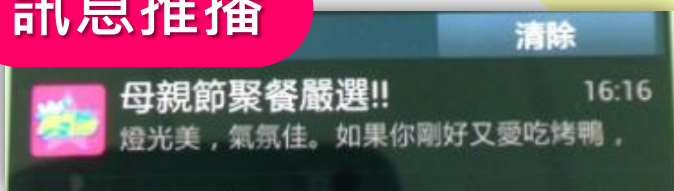
評價互動



雲端廣告



訊息推播



電商導購



二大社群平台串接

使用者數據分析-閱讀行為

「My食尚玩家」之使用者數據庫可進行多面向的交叉統計與分析，以讓業者深度了解使用者屬性與使用行為，促使產品優化且符合大眾市場之需求，創造嚴選商機無限。

好樣本專書店	114	不適用	☰
美好生活古董行	90	熱門主題設定	☰
龍門宮棧戲子館123	88	熱門主題設定	☰
品墨良行			
傳真宏業生機			
二條通・綠島小夜曲			

主題被掃描次數統計

范特喜甜點綠林	3	熱門主題設定
詠次郎	3	熱門主題設定
大花有機玫瑰農場	3	熱門主題設定
傳真宏業生機		
范特喜微創店舖		
綠冠有機鳳梨乾		

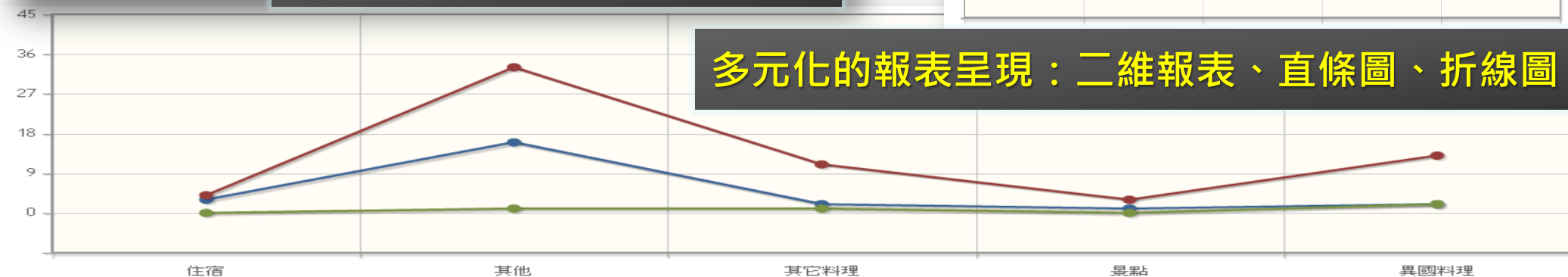
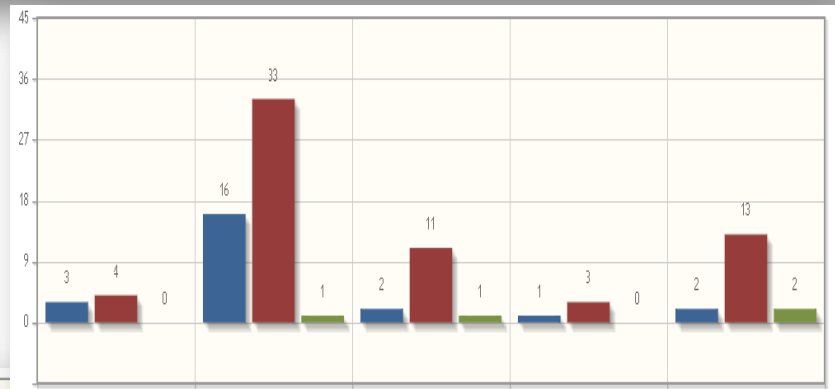
主題被收藏次數統計(不重複)

收藏使用者分析-性別

報表 折線圖 長條圖

	female	male	undefined	小計
住宿	3	4	0	7
其他	16	33	1	50
其它料理	2	11	1	14
景點	1			
異國料理	2			
總計	24			

主題收藏使用者分析-性別



使用者數據分析-訊息推播

訊息推播之點擊率平均皆高達2.5%

推播管理 - Android 推播記錄						共15筆; 共2頁; 1 · 2		
流水號	類型	標題	訊息	推播時間	發送筆數	點擊次數	點擊率	
14	主題	亞俐安朵上廚藝課兼做妝髮	疲累的一整天,你怎麼安排下班後的生活?	2013-05-30 11:35	52593	1822	3.46%	
15	主題	到酒館享受微醺	下班後就把忙碌工作拋在腦後,好好享受人生、寵愛自己吧!	2013-05-31 18:16	54225	2234	4.11%	
16	主題	食尚玩家愛心球搶先體驗 自由飛越台東縱谷	想要體驗熱氣球自由飛行的魅力嗎?這一旦體驗過一次,就再也忘不了。	2013-06-13 15:22	56412	1921	3.4%	
17	提示更新	My食尚玩家推出新版面囉!	My食尚玩家今天更新版面啦!!!喜歡食尚玩家的朋友快去試試喔~	2013-07-11 15:31	67164	1974	2.93%	
18	主題	走! 超涼感 親水步道上架囉!!!	快跟著我們的腳步,漫步在青山綠水間,來趟清涼的步道之旅吧!	2013-07-25 11:55	71531	1749	2.44%	
19	發送連結	優惠搶先報	Give me 5!台北戀館休息週週送	2013-07-31 14:32	72919	1738	2.38%	
20	發送連結	2013年臺北流行音樂季QR CODE集章活動明日開跑	音樂Code在一起,活動期間2013/8/10~10/10,只要至臺北流行音樂季系列活動或相關合作之...	2013-08-09 18:20				
21	主題	韓國的高級料理-醬釀生螃蟹	韓國當地的高級料理, 常可在韓國綜藝節目或韓劇中看到醬釀生螃蟹身影	2013-10-04 15:03				
22	主題館	史上最強拉麵上架啦!!!	跟日本同步流行的拉麵現在在台灣也吃到囉!!	2013-10-31 21:49				
23	主題館	最強拉麵全省熱賣中!!	好不容易又來到週末囉,趕快去吃碗熱騰騰的拉麵吧!!!	2013-11-08 20:54				

社群媒體服務規劃實證案例

現場展示：非凡大探索



案例2-非凡大探索



Facebook Fan Page



Best Strategies and Examples



社群電視創新服務經營規畫

非凡電視台

鎖 定 非 凡 掌 握 未 來

➢ 提供節目授權

➢ QR code 嵌入節目

➢ 新商業模式利潤分享

➢ 收視行為分析

(雲媒體跨產業開放聯盟)



TO DO

App

一個節目，一個App，讓節目帶著走

FB 粉絲團

搭配FB粉絲團操作，掌握消費者資訊

電視商務

針對節目特性，發想增值服務，創造利益共享

精準行銷

精準行銷，找到你要的消費者。協助品牌經營

享看平台



➢ 進行媒體數據分析

➢ FB粉絲團分析

➢ App，VOD分析

TO GET

收視戶UP

不限地域與裝置，隨時能觀看節目

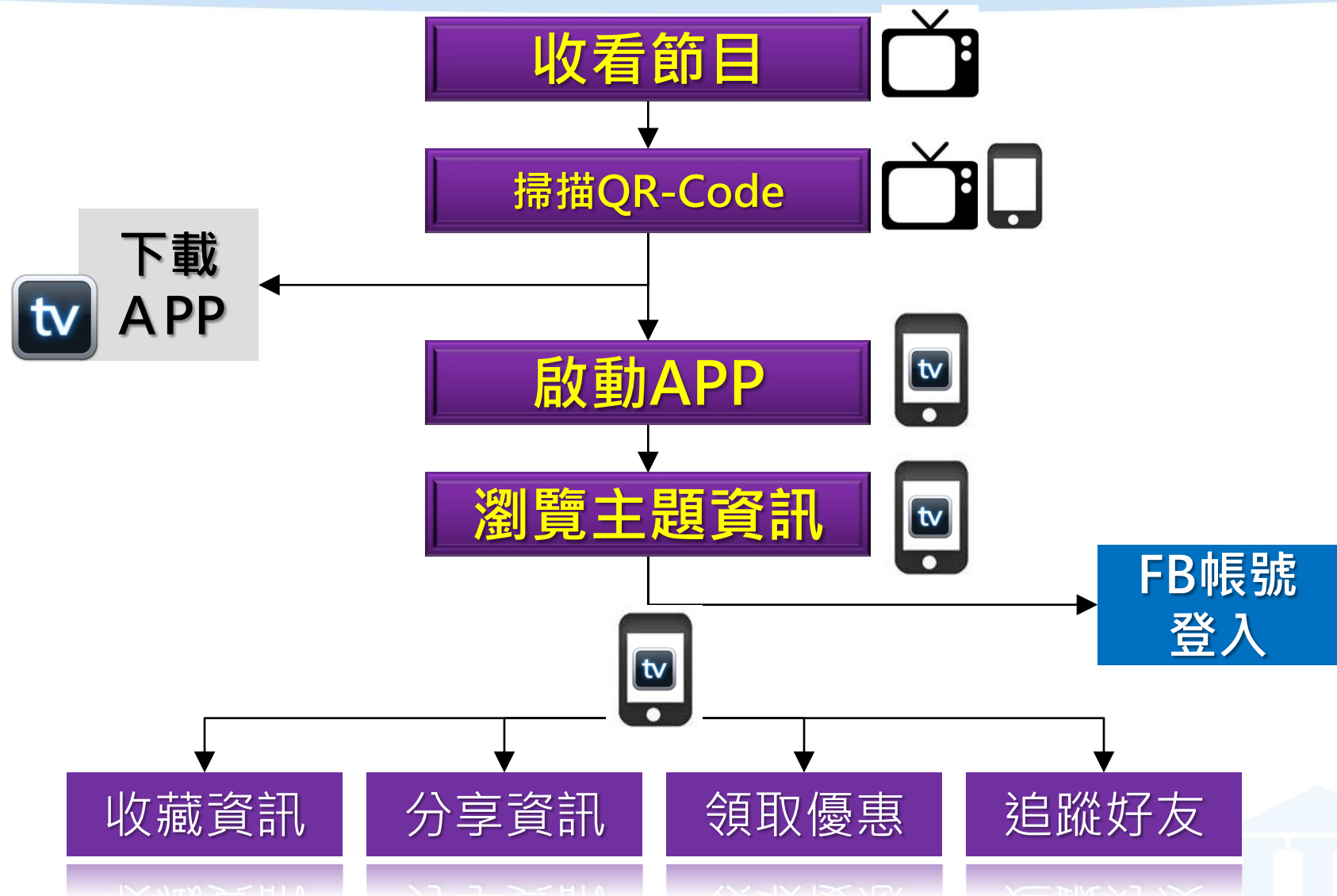
收視行為分析

使用者資訊
節目播放分析

商業模式

產品導購/置入性行銷
行動廣告銷售

非凡大探索服務流程模擬



引導觀眾 進入多螢



透過節目播出，利用QR-code帶領觀眾進入多螢服務模式

動態偵測使用裝置，提供適性化的使用者介面，達到跨平台跨裝置的效果

圖文精華版

行動精簡版

圖文精華版



第二螢：電視上不能播的

電視節目將可將在**第一螢(電視)**無法呈現的內容，透過**第二螢**提供給觀眾。透過**第二螢**平台，產出多種商業模式，如：第二螢廣告、電商導購等



基隆品嚐鐵板烙出的手工斤餅，老闆傳承自一位東北老師傅，做法道地，做出來的牛內斤餅，餅皮富有嚼勁，裡頭捲入滷到軟嫩入味的牛腱肉，以及滿滿的三星蔥和甜麵醬，口感豐富、越嚼越香；另外清燉牛肉麵加入了老闆自製的辣小魚乾，讓軟嫩帶勁的牛腩，吃來香辣夠味，讓人愈吃愈開胃！

店家：東北麵食館(基隆手工斤餅)

地址：基隆市仁愛區愛四路2-1號

電話：+886224228528

營業時間：11:00-00:00(賣完為止)週三休

推薦菜色：醬牛肉斤餅、辣魚香牛肉麵、辣魚香炸醬麵、皮蛋豆腐

第二螢：更多加值服務

電視媒體資訊即時收藏



即時優惠資訊



邀請好友共同收看



好友們收看哪些節目



非凡大探索-即時優惠



黑毛屋 乾杯

消費就送
啤酒或無酒精飲料一杯

喝酒過量，有害健康



柳家韓味新潮流(韓國辣炒雞)...



東北麵食館(基隆手工斤餅)

基隆品嚐鐵板烙出的手工斤餅，老闆傳承自一位東北老師傅，做法道地，做出來的牛肉斤餅，餅皮富有嚼勁，裡頭...



燒酌鐵板居酒屋(台中大阪)...

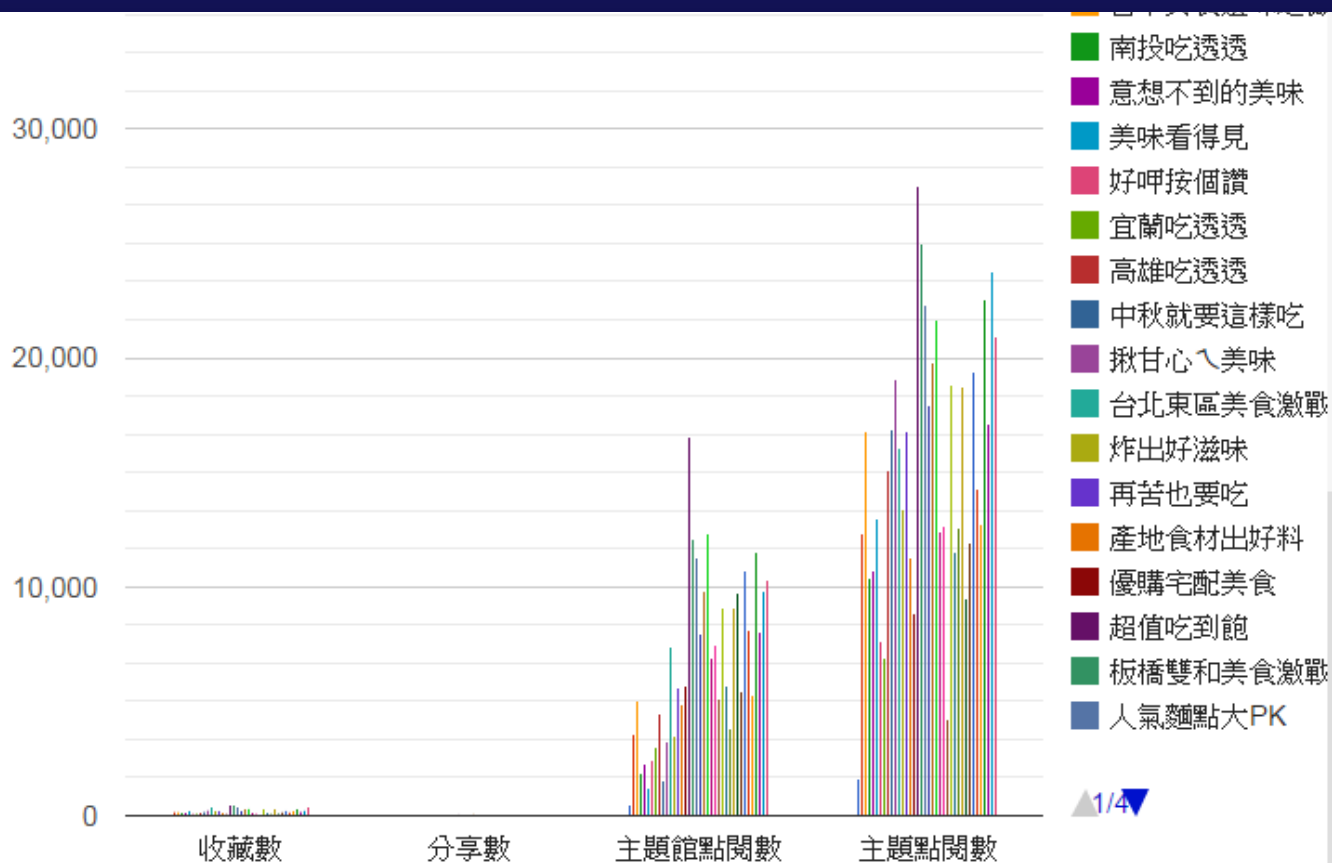


高記(永康街生煎包)

熱燙燙(台語)的鐵板，料理食物滋滋作響，這美味的聲音，會變出什麼樣的美食呢？這家是位在台北永康街，一...

收視率以外的數據分析

- 透過第二螢，找到電視族群以外的市場與使用者
- 第二螢上的行為，可提供更細部的數據，如：單集節目在第二螢上的使用數、每集節目中的每個單元受歡迎的程度等。



非凡大探索-使用者分析

報表	折線圖	長條圖	
主題	2014-10-20	2014-10-19	小計
黑竹園(員林雞爪凍)	2	3	5
七見櫻堂(巧克力布朗尼)	1	2	3
啃食物(鳳梨起司蛋糕)	1	3	4
牛埔一號(義大利包子)	0	4	4
王水成豆腐(麻辣臭豆腐)	1	6	7
超三代蔥油餅(總匯蔥油餅)	0	6	6
金寶茶餐廳(港式茶餐廳)	1	8	9
艾可先生(美式漢堡)	1	3	4
魚之鄉(鱈龍魚50吃)	4	9	13
竹之鄉(紅燒軟骨肉)	1	10	11
又見一炊煙(新社禪風餐廳)	1	7	8
光之乳酪(半熟乳酪)	1	3	4

報表	折線圖	長條圖			
日期	收藏數	分享數	主題館點閱數	主題點閱數	小計
2014-10-19~2014-10-20	49	4	1693	3656	5402
2014-10-12~2014-10-18	249	8	5595	12862	18714
2014-10-05~2014-10-11	203	12	7059	16109	23383
2014-09-28~2014-10-04	323	26	7882	16540	24771
2014-09-21~2014-09-27	270	8	7521	17001	24800
總計	1094	58	29750	66168	97070

9
5
8
6
10
7



非凡大探索- 功能使用率

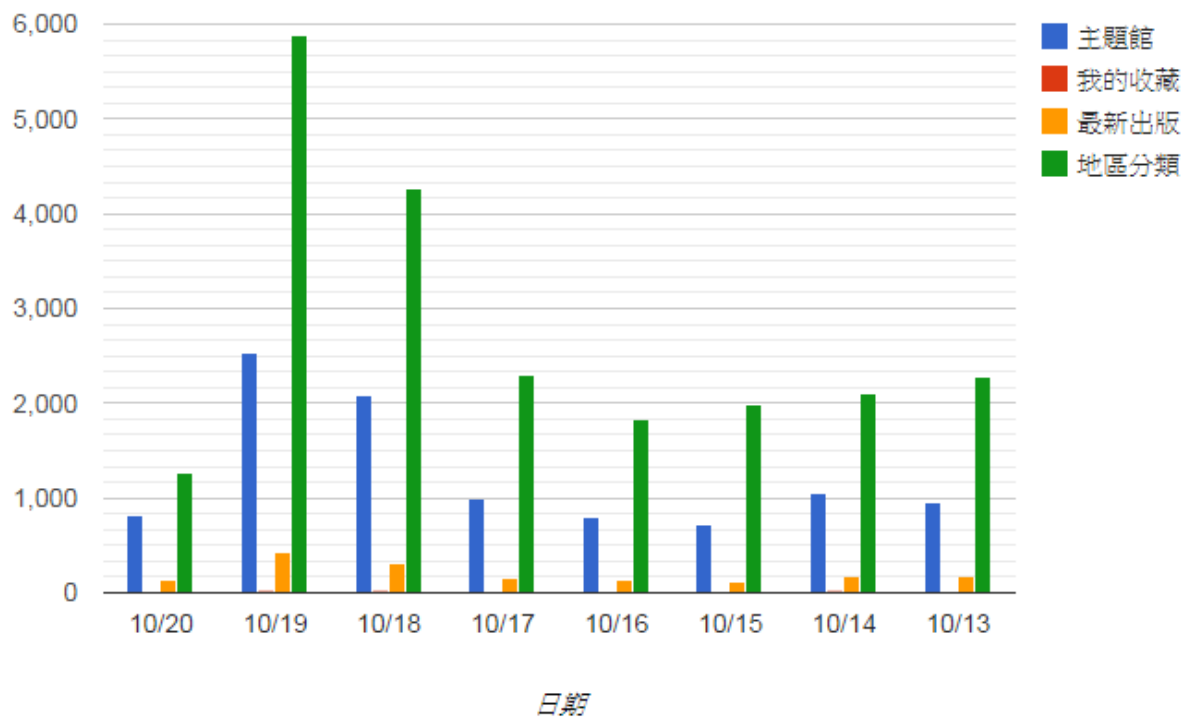
功能使用率

App下載數量統計

報表

折線圖

長條圖



社群媒體服務規劃實證案例

現場展示：霹靂布袋戲



案例3-霹靂布袋戲

傳統布袋戲....

一起走進**多螢**的年代



搶先看「第二螢」

首頁 > 熱門影音 >

熱門影音

最新影片



哈燒新偶像：翠蘿寒



霹靂好戲再安可：燹王的告白(第12章)

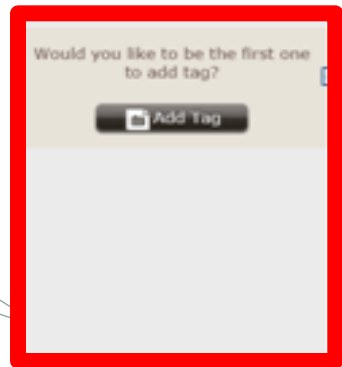


霹靂開天記之《創神篇》搶先看第13章



霹靂開天記之《創神篇》搶先看第11、12章

提供影音式留言互動模式



bobi 01.素還真-九皇

素還真-九皇座時期



素還真-九皇座時期



素還真登場詩句：「半神半聖亦半仙，全儒全道是全賢；腦中真書藏萬卷，掌握文武半邊天。」

提供劇情以外的資訊

透過第二螢導入新商機

透過第二螢舉辦活動，與戲迷有更多的互動



霹靂大展，搭配第二螢進行宣傳

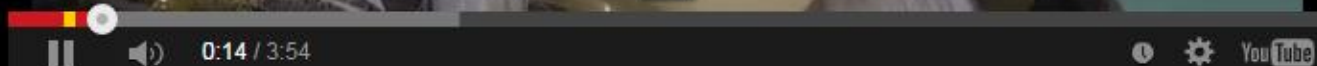


電商導購 促銷週邊商品

影音播放

bobi

霹靂開天記之《創神篇》片頭曲【千里火】



【預購】創神篇原聲帶-... NT360

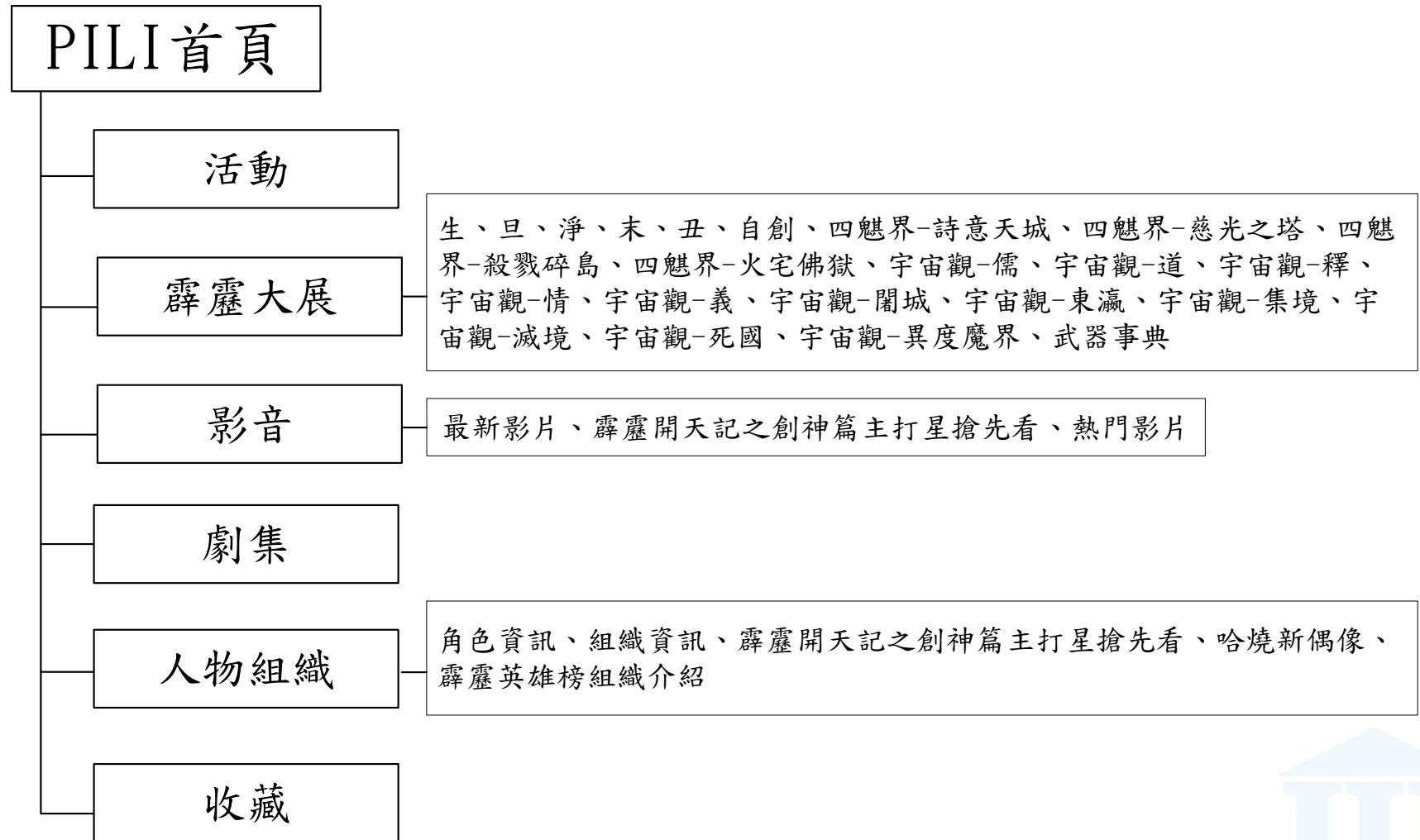
NT375

加入追蹤

立即購買



霹靂布袋戲分析架構



霹靂布袋戲-活動使用者點閱數據

頁面名稱	活動名稱	操作行為	次數
活動頁面	2014 刮刮樂送大獎	進入刮刮樂首頁	38230
活動頁面	2014 刮刮樂送大獎	輸入刮刮樂序號(成功和沒成功)	31650
活動頁面	2014 刮刮樂送大獎	開始刮刮樂遊戲	28013
活動頁面	2014 刮刮樂送大獎	輸入序號成功(看到刮刮樂遊戲畫面)	26855
活動頁面	2014 刮刮樂送大獎	離開刮刮樂首頁	21693
活動頁面	2014 刮刮樂送大獎	刮刮樂銘謝惠顧(點選回活動首頁)	21377
活動頁面	2014 大展刮刮樂	進入刮刮樂首頁	13893
活動頁面	神之手	進入活動首頁	12893
活動頁面	神之手	離開活動首頁	9479
活動頁面	2014 大展刮刮樂	離開刮刮樂首頁	8601
活動頁面	2014 刮刮樂送大獎	查詢中獎資料	7660
活動頁面	神之手	點擊開始遊戲按鈕	6000
活動頁面	2014 大展刮刮樂	進入刮刮樂頁面	4335
活動頁面	神之手	點選掃描序號	2334
活動頁面	神之手	查詢中獎紀錄	2193
活動頁面	神之手	查詢積分排行	1524
活動頁面	神之手	獲獎霹靂網折價券 50 元	1474
活動頁面	神之手	獲獎霹靂網折價券 150 元	1369



霹靂大展-影片使用者行為

霹靂大展	影片數	平均觀看次數	平均收藏數	平均分享次數	觀看次數最高三個影片		
生	81	984.2	15.7	7.1	素還真-九皇	刀無極	無夢生
旦	4	2004.5	11.8	5.0	玉傾歡	央千激	綺羅生
淨	14	2074.4	13.4	5.3	漠刀絕塵	羅喉	倦收天 VS 鏡面 修羅(轟定干戈 第30章)
末	6	3222.0	8.5	6.8	號崑崙	秦假仙	綺羅生
丑	5	1846.0	16.2	11.2	24.四智武童	28.秦假仙	30.鬼如來
自創	30	752.6	7.0	4.6	31.醉飲黃龍	32.刀無極	33.笑劍鈍
四魌界-詩意 天城	21	838.1	9.6	7.0	31.醉飲黃龍	32.刀無極	33.笑劍鈍
四魌界-慈光 之塔	20	288.3	8.3	6.9	36.無衣師尹	39.殤無傷	37.楓岫主人



問題與討論

謝謝聆聽

2013本會攝影比賽入圍作品

