

IBM Social Media Analytics

分析社群媒體資料以促進業務增長



產品特性

- 了解客戶觀感並最佳化行銷活動的影響，藉此提高您的業績。
 - 橫跨廣泛的職能領域以制定更好的決策與策略。
 - 快速解決客戶問題及回應客戶要求，強化客戶使用體驗。
 - 從社群媒體對話中預知新機會及發掘潛在趨勢。
-

總覽

IBM Social Media Analytics 能協助企業組織將大量社群媒體資料轉化為深入的商業見解及高效率行動。其透過 IBM 先進的分析作業平台，分析社群媒體資料對各種不同性質的重要業務如：行銷、客服、產品開發及供應鏈帶來的影響。IBM Social Media Analytics 與 Cognos® Business Intelligence 及 IBM SPSS® predictive analytics 之精密複雜的製表功能無縫連結，協助企業組織更精確、敏捷、迅速地回應客戶需求和意見。

IBM Social Media Analytics 能分析數十億筆社群媒體意見評論，然後提供客製化結果，並以可設定、易於了解的圖表、儀表板呈現。企業組織能根據此資料迅速因應，來提升客戶滿意度、使行銷活動最佳化、減少問題的發生及預知新機會的出現。IBM Social Media Analytics 具備關鍵行為、人口統計、地理區域、影響者分析功能，以及進階的分析探索功能，因而能協助企業組織不僅「傾聽」社群媒體意見資料，還能根據從其分析所得的深入見解採取行動，以解決業務相關問題。



社群媒體世界的行銷

社群媒體的出現，使品牌口碑與快速且無所不在的網際網路相結合。優質產品的消息，會如同野火一般迅速蔓延開來；而品質不良產品的消息，或是從客服代表獲得不良經驗的消息，散播速度也不遑多讓。消費者現在訴求企業組織對自己的品牌負責，因此會與朋友、同事及大眾，廣泛分享自己從這些企業組織獲得的經驗。

IBM Social Media Analytics 能協助企業使用社群媒體洞悉消費者意見，及識別消費者對產品與品牌的喜好等相關趨勢。IBM Social Media Analytics 是一種分析應用程式，具有無與倫比的可擴充性，能協助您了解消費者對貴公司的所見所聞，以及他們對貴公司的意見批評。其可協助您回答以下問題：

- 消費者對我們最新的廣告行銷活動反應如何？他們的回饋是正面還是負面？
- 我們不同產品種類中，最令人重視的產品屬性為何？
- 由我們競爭對手所提出，在市場中獲得熱烈迴響的訊息為何？
- 是否有必須由公關小組處理的負面評論？這些評論的真實性如何？
- 商業夥伴對我們品牌聲譽帶來正面或負面影響？
- 經由不同銷售管道獲得的購物經驗，客戶感受如何？
- 客戶網購時，是否能迅速找到自己所要的商品？在實體店面購物時呢？

由 IBM 廣泛調查得到的結果發現，IBM Social Media Analytics 提供的豐富感受分析與套裝製表功能，能讓企業組織跨多重數位和社群管道，包括透過內部網路於企業公司社群中搜尋到的影片與意見評論，識別出最重要的影響者、估算評論數量、以及執行地理位置分析。IBM Social Media Analytics 是 IBM Business Analytics 產品組合的一員，會儲存社群媒體意見評論記錄供分析之用，並與 Cognos Business Intelligence 和 SPSS Predictive Analytics 無縫整合，以大量分析消費者興趣、動機及偏好。除此之外，IBM Social Media Analytics 還內含預建的資料組態工具與資料整合包，讓您以最具有彈性的方式，從不同外部及內部社群媒體資料來源取得資料。

IBM Social Media Analytics 以使用者查詢時用以搜尋的特定字或詞為依據，從公開可用的社群媒體管道擷取文字的碎片或「片段」作為資料，然後將自搜尋結果收集到的資料載入資料庫，使其成為可分析的資料。

使用儀表板分享見解

除了內建分析功能之外，Social Media Analytics 的結果彙總與組織內分享功能，使其成為更有用的珍貴工具。Social Media Analytics 含有四個預先設定的儀表板：「涵蓋範圍」(Coverage)、「熱門字分析」(Hotword Analysis)、「影響者」(Influencers) 及「感受分析」(Sentiment Analysis)。這些儀表板位於方便易用的入口頁面，分別以個別頁籤呈現；而入口頁面含有過濾條件，與 Social Media Analytics 分析入口頁面的過濾條件類似。

您可向下層探索 (drill down) 來檢視更多詳細資料、搜尋特定字、及閱讀含有這些特定字之消費者回饋的實際片段。儀表板含有的過濾條件選項，能讓您查找關連與關係，以及從消費者對您產品或品牌的回饋中迅速衍生出見解。儀表板的版面配置也可以自訂，以變更每張圖表的位置和內容。

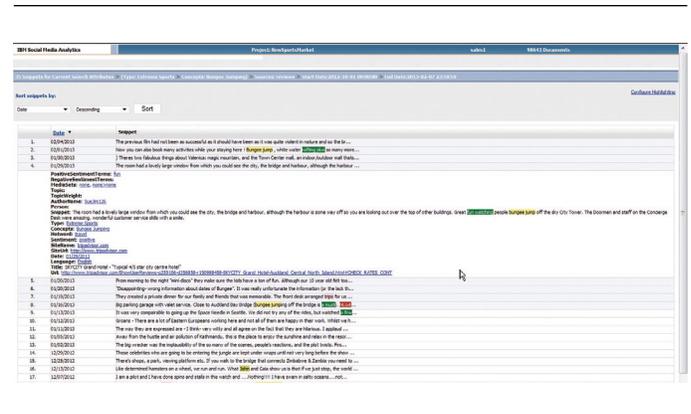


圖 1：IBM Social Media Analytics 能讓您向下層探索社群媒體資料，以查看消費者實際觀感的片段。

IBM Social Media Analytics 的進階功能可讓您探索：

行為

Social Media Analytics 能協助您判斷特定社群媒體參與者的行為，方法為將他們放入不同的使用者、推薦者、未來用戶及誹謗者等分類。這讓您在更正確有效地對特定類型社群媒體參與者產生針對性回應。透過了解不同行為團體的顧慮，您可以有效處理他們經歷到的問題，為自己公司帶來最大利益與回報。

分群

執行觀眾分群功能是社群媒體策略成功的基本條件。IBM Social Media Analytics 能協助您將觀眾依地理區域、年齡、性別、婚姻狀態、子女數目、及其他人口統計類別進行分類，以及依影響者得分來協助您精確判斷誰是主要話題的評論者。您可以使用這些情報來了解自己是否觸及目標觀眾，然後調整自己的訊息以從目標觀眾獲得最佳結果。

意見分享

此功能協助您針對品牌、產品、服務、公司聲譽或其他您想探索的話題，了解相關社群媒體對話的普及率和強度。其可協助您判斷什麼是社群媒體參與者認為關鍵的議題和重要討論話題。意見分享分析結果也分類為正面意見、負面意見、中性意見及矛盾意見等類別。

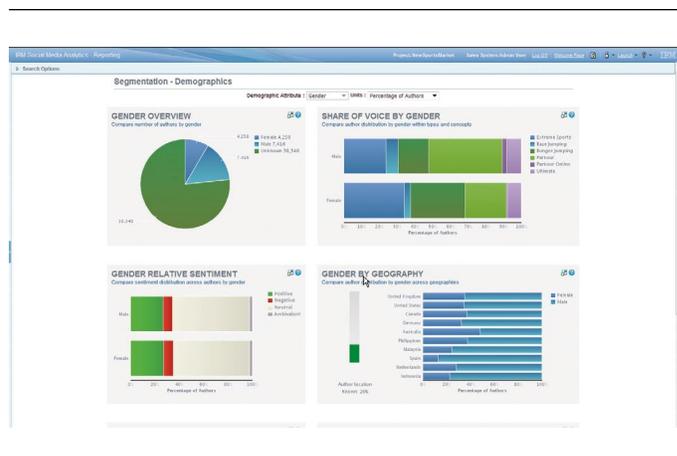


圖2：IBM Social Media Analytics依人口統計類別、影響者、推薦者、誹謗者、使用者及未來用戶將社群媒體參與者分群。

親近關係

IBM Social Media Analytics 能讓您測量任何兩個維度、或單一維度中任何兩個屬性間的親近程度，來分析其彼此間的關係。所謂親近關係，是指一個維度和另一個維度之間的緊密關係程度。

舉例來說，您會預知對季節性商品如：滑雪設備的評論，在冬天比較多。您也會預知這類評論在有滑雪勝地的地區比較常見。因此，日期屬性與地區屬性之間就產生了親近關係。但如果與一個地區的親近關係遠高於其他地區，就表示以該地區為特定品牌滑雪設備行銷重點的行銷方案很成功。

感受

研究自然語言處理有20年以上經驗的 IBM，支援多語言感受分析 (multi-lingual sentiment analysis)，能測量跨多重社群媒體管道所進行大量對話之語氣和意圖。所謂感受，是指特定消費者評論是正面、負面、中性還是矛盾。這些感受詞彙會與已加入管理入口 (administration portal) 的特定感受及阻礙詞彙 (blocker terms) 比較，因此甚至連流行用語也可以納入分析。

您可以使用長條圖來檢視含有最多正面或負面意見片段數量的網站，以及藉著分析意見片段的媒體來源，識別出線上最有影響力的言論。

發展中主題

社群媒體中的發展中主題 (Evolving Topics) 群組對話正悄悄成形。聚類分析 (Clustering analysis) 是用來將經常出現在片段中、具有討論話題邏輯彙總功能之相關關鍵字予以分組。IBM Social Media Analytics 會判斷哪些片段分享相同詞彙，然後從這些詞彙推演出話題為何。

舉例來說，我們在討論某一運動鞋的對話片段分組中，觀察到的前四名關鍵字為：「美式足球 (football)」、「足球 (soccer)」、「世界盃」及「南非」。這些關鍵字會讓人聯想到，該產品可能是2010年南非舉辦的世界盃足球賽經常討論的話題。發展中主題分析能讓您在參考相關關鍵字後，就能追蹤不同時期的趨勢及經常討論的話題。



圖3：發展中主題是以收集到使用頻率高的關鍵字來表示。

透過社群媒體提升收益

IBM Social Media Analytics 無與倫比的可擴充性能讓您搜尋無數的大量內容，以及進行實證分析，探討社群媒體對公司產品或服務的感受、親近關係以及影響力。

IBM Social Media Analytics 能讓行銷專業人員，將從社群媒體獲得的深入見解，有效融入公司的相關走向市場策略，為客戶關係轉型。IBM Social Media Analytics 能協助您更敏捷、精確及迅速回應市場需求、編列社群媒體行銷支出預算、以及將與客戶的關係、支持度最佳化，最終達到高客戶忠誠度。

行銷人員進一步使用 Cognos Business Intelligence 與 SPSS Predictive Analytics 執行更深入的分析，就能獲得豐富的深入見解，了解社群媒體資料如何帶動交易績效指標（如：營收和市占率）。行銷人員也能透過這些深入見解，得到能引發興趣和購買意圖的關鍵詞彙訊息。

駕馭社群媒體的力量

隨著社群媒體愈來愈無所不在，它透過每一篇新網誌與公共論壇貼文，對品牌價值和企業聲譽的影響力也愈來愈大。IBM Social Media Analytics 能協助您駕馭此一力量，了解社群媒體的內容、分佈及影響力，來重塑行銷專業人員和其企業組織與客戶和更廣大選民間的互動樣貌，改變他們與品牌、產品及服務的關係。

關於 IBM Business Analytics

IBM Business Analytics 軟體提供自資料衍生出見解的功能，能協助企業組織以更智慧型運作方式，於同儕間出類拔萃。此一全方位綜合產品組合包含商業智慧、預測分析與決策管理、績效管理、以及風險管理等解決方案。Business Analytics 解決方案能讓企業組織識別與圖像化對業務績效有深遠影響的不同領域趨勢和模式，例如：客戶分析。這些解決方案會比較各種案例情境、預測潛在威脅和機會、優化計畫、預算和預測資源、平衡風險與期望的報酬、以及努力符合法規要求。藉著廣泛善用分析結果，企業組織就能調整技術性與策略性決策，而達成業務目標。如需進一步資訊，請造訪 ibm.com/business-analytics。

來電諮詢

若要來電諮詢或詢問問題，請前往 ibm.com/business-analytics/contactus。IBM 業務代表會於兩個營業日內與您聯繫。



台灣國際商業機器股份有限公司

台北市松仁路7號3樓

軟體事業處

技術諮詢熱線：0800-000-700

© 版權所有 IBM Corporation 2013

IBM Corporation
Software Group
Route 100
Somers, NY 10589

於台灣列印
2013年3月

IBM、IBM 標誌、ibm.com、Cognos 及 SPSS 是國際商業機器公司在全球多個法律管轄區域的註冊商標。其他產品與服務名稱可能是 IBM 或其他公司的商標。最新的 IBM 商標清單請 ibm.com/legal/copytrade.shtml 網頁的「著作權與商標資訊」。

本文件所包含之資訊僅以出版當日為準，如有變更恕不另行通知。IBM 可能在 IBM 服務的所有國家提供本文所提及之所有產品、服務或特性。

本文件中的資訊乃是以「現況」提供，不具任何明示或默示的保證，包括但不限於適銷性及特定目的適用性，以及無侵權的任何保證或條件。IBM 產品悉依所提供之相關合約條件，享有產品保固。



請回收