



OpView社群口碑資料庫

蔡易辰 Ethan
Feb. 2020

1 公司及平台簡介

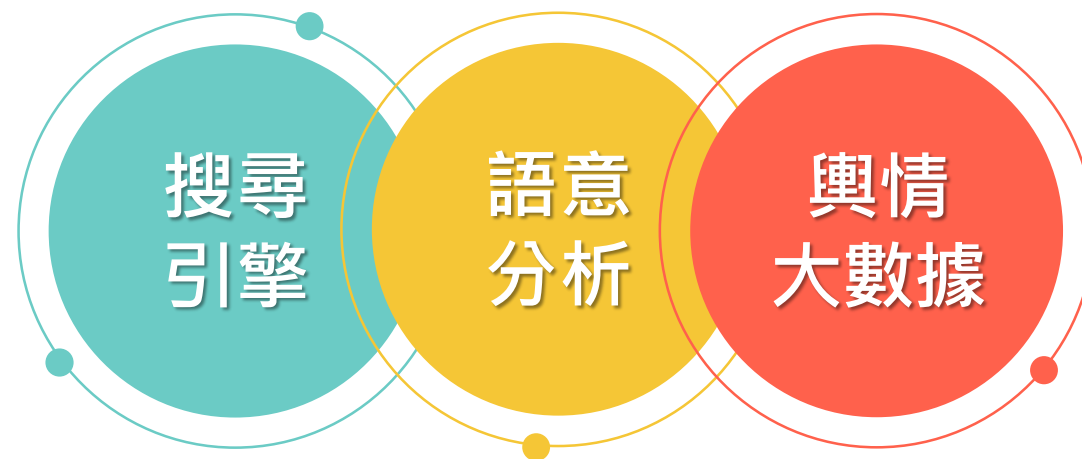
2 OpView服務應用

3 關鍵字設定說明

關於意藍 - 搜尋、語意與輿情大數據之領導品牌



- 🏆 擅長巨量、多樣之非結構化資料整合分析
- 🏆 20 年研發經驗、60 多項國內外專利
- 🏆 超過 1000 家跨各產業的客戶服務經驗



- 🏆 國家雲端創新獎及創業之星首獎
- 🏆 國際資訊檢索評估競賽(NTCIR)首獎
- 🏆 客戶群橫跨電信、金融、零售、超商、3C科技、汽車、美妝、FMCG、食品、媒體、家居、母嬰、市調、中央部會、地方政府、大專院校...等

社群大數據平台 - OpView社群口碑資料庫



國內最大社群觀測中心

涵蓋台灣九成以上社群流量

自2012年起至今累積數億筆資料



多種專利加值應用

搜尋及語意分析核心技術

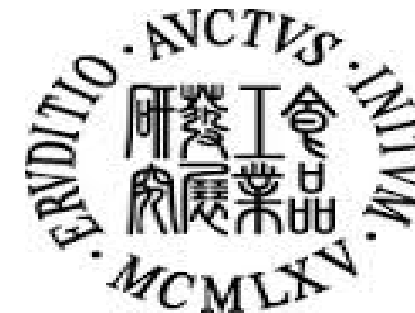
快速拆解大量數據，洞察網路輿論



多間學術機構認可引用

多間學術機構引用

資料品質經多方驗證，具業界公信力



工業技術研究院

Industrial Technology
Research Institute



商業發展研究院
Commerce Development
Research Institute



台灣創意設計中心
TAIWAN DESIGN CENTER



台灣經濟研究院
Taiwan Institute of Economic Research

頻道來源 - 觀測資料範圍最廣，即時性最高

自2012年起、累積數億筆的社群大數據，歷史資料最完整

上百台雲端主機，涵蓋台灣高比例社群流量，含70,000頻道以上

重點熱門來源30分鐘至60分鐘內即時收錄，資料即時性最高

社群網站

36,000+

- Facebook
- Instagram
- Youtube
- Plurk
- Twitter

討論區

9,100+

- PTT
- Mobile01
- 巴哈姆特哈拉區
- 校園聊天-Dcard

部落格

2,100+

- 痞客邦
- Blogger
- UDN Blog
- Xuite隨意窩
- 癮科技

新聞網站(含回文)

3,800+

- 蘋果日報
- 東森新聞雲
- 中時電子報
- 聯合新聞網
- 三立新聞網

問答網站

400+

- Yahoo奇摩知識+

地圖評論

26,000+

- Google Map

*上表僅列出部分網站

語意分析 - 語意分析技術，自動判讀情緒

瑪吉斯12吋熱融後輪2000\$正常嗎

回文19 推車輪屋價錢漂亮

共 28 則回文 靜宜大學食品營養學系 / M 2020-01-24 21:06:18 共 0 次點閱 共 0 次分享 情緒：😊正面

校園聊天-Dcard > 汽機車 討論串檢視 加入文章追蹤 加入作者追蹤 移除

瑪吉斯Maxxis MA-G1路王III代綠魔胎10吋-換胎過好年...

回文7 這 輪胎 之前有用過在後期(約使用6000KM之後)翻胎的狀況讓我比較不接受而且是在有顧胎壓的前提下產生的後來我轉而使用建大K702

共 14 則回文 JAM 2020-01-26 00:00:00 共 1,958 次點閱 共 0 次分享 情緒：😡負面

小老婆汽機車資訊網 > 摩擦力及懸吊實驗室 討論串檢視 加入文章追蹤 加入作者追蹤 移除

瑪吉斯12吋熱融後輪2000\$正常嗎

回文23 合理每個地方換本來就不一樣成本不一定都一樣不要太誇張都合理

共 28 則回文 靜宜大學 / M 2020-01-25 22:28:12 共 0 次點閱 共 0 次分享 情緒：😐中立

校園聊天-Dcard > 汽機車 討論串檢視 加入文章追蹤 加入作者追蹤 移除

以文章長度、字詞出現佔比等概念，透過意藍內部開發之機器學習機制，進行正面/負面/中立三個類別自動分類學習，產出單篇文章的情緒分類判讀。

OpView - 最完善的口碑觀測平台



競品比較 - 與市面上其他輿情觀測廠商差在哪裡？

比較項目	OpView	其餘競品廠商
資料範圍	<ul style="list-style-type: none">■ 涵蓋台灣九成，52,000個頻道以上。加上新的Google地點評論資料源可多達約80,000個頻道，持續增加中(亦可客製化評估收錄)	<ul style="list-style-type: none">■ 資料量較少，有多間合作客戶反應關鍵字實測與OpView有倍數之差(約10至20倍)
資料時間	<ul style="list-style-type: none">■ 2012年至今，資料皆儲存於雲端資料庫，隨時能做調閱■ 即時、快速地爬進資料庫	<ul style="list-style-type: none">■ 2016年至今的資料■ 每篇文章連續爬文約兩週即停止，易造成文章內容出現斷層、不連續性
資料品質	<ul style="list-style-type: none">■ 我方除了收錄新來源外，也會定期針對較冷門的來源篩選移除，以符合現行討論趨勢	<ul style="list-style-type: none">■ 僅針對重點來源進行監測，故資料量較少，且文章內容的斷層亦會造成品質疑慮
功能	<ul style="list-style-type: none">■ 我方有如族群分析、自動化議題、自動化報表等陸續發展之功能，若採用我方平台，可快速掌握目前網路討論應用的最新趨勢。	<ul style="list-style-type: none">■ 功能大多參考我方，較無法與時俱進發展出新的應用方式

平台操作介面

所有功能皆可自由設定時間、來源等條件(以文章列表功能為例)

主題

主題開創 關閉合

期間

來源 全選

來源群

進階搜尋

便利超商

咖啡

茶類

汽水

啤酒

7-11

全家

萊爾富

OK

今日

最近7天

最近15天

最近30天

2019/11

2019/12/16

2019/12/16

☒ 討論區

☒ Ptt 主文

☒ Ptt 回文

☒ 其他討論區

☒ Facebook 主文

☒ Facebook 回文

☒ Instagram 主文

☒ Instagram 回文

☒ YouTube

☒ 其他社群網站

☒ 地點評論

☒ 問答網站

☒ 部落格

☒ 新聞

☒ 新聞回文

關鍵字篩選?

請輸入搜尋關鍵字...

作者篩選?

請輸入作者關鍵字...

維度

不指定維度

頻道屬性標籤

不指定屬性標籤

頻道內容標籤

不指定內容標籤

族群

不指定族群

查詢

共 786 筆結果

查詢主題: 便利超商 查詢區間: 2019/12/16~2019/12/16

資料來源: Ptt 主文、Ptt 回文、其他討論區、Facebook 主文、Facebook 回文、Instagram 主文、Instagram 回文、YouTube、其他社群網站、地點評論、問答網站、部落格、新聞、新聞回文

資料篩選

統計方式 主文加回文

依情緒類型

依來源頻道

篩選

文章列表

查詢內容下載

排序: 日期 相關度 熱門度 正評 負評 點閱率 分享數

1

2

3

4

...

10

跳轉到: 第 1 頁

編輯

1. 冬天吃鍋的好選擇~肉老大涮涮鍋中和店

主文

...就約了在中和店的肉老大這邊距離捷運站超近, 出口出來左側 7-11 旁1桌4人分別點了各種鍋底, 口味也能多變化有牛奶鍋、酸白菜番茄鍋、麻辣鍋、蒙古鍋並點了雙人肉塔、里肌牛, 再將菜盤換成蛤蜊, 也有手工老饕麵上菜後桌上滿滿滿~~準備大開殺戒XDD各種鍋底的口感如下, 不過也是因人而異牛奶鍋: 牛奶喝起來非常順口, 沒有粉粉的感覺酸白菜番茄鍋: 使用醃製白菜+牛番茄, 酸辣口味很清爽麻辣鍋: 使用花椒、辣椒等材料, 鍋底的...

共 0 則回文

zeng12702

2019-12-16 09:30:00

共 0 次點閱

共 0 次分享

情緒: 😄 正面

mobile01 > 新北市: 繽紛麗麗 - 元氣城郊(景點)

討論串檢視

加入文章追蹤

加入作者追蹤

移除

1. 查詢面板

可進一步根據來源、主回文、情緒篩選文章

2. 結果呈現

按照不同排序模式，更有效了解輿情狀況

9

OpView服務應用

OpView服務應用 - 社群資料應用面向概覽

品牌形象 提升

網友對品牌、商品的好感度、關鍵字分析

公關事件**預警**，提供充裕時間回應，最大程度降低傷害

網友**負評觀測**，即時調整以提升形象

前期：尋找**目標 TA**、**行銷素材**（熱議話題及關鍵字）、**KOL 合作對象**

中期：觀測活動狀況及網友回饋，針對**異常反應**或**負評**進行即時調整

後期：分析活動成效，比較活動前後網友**心佔率**及**情緒比**

行銷活動 觀測

熱門商機 探索

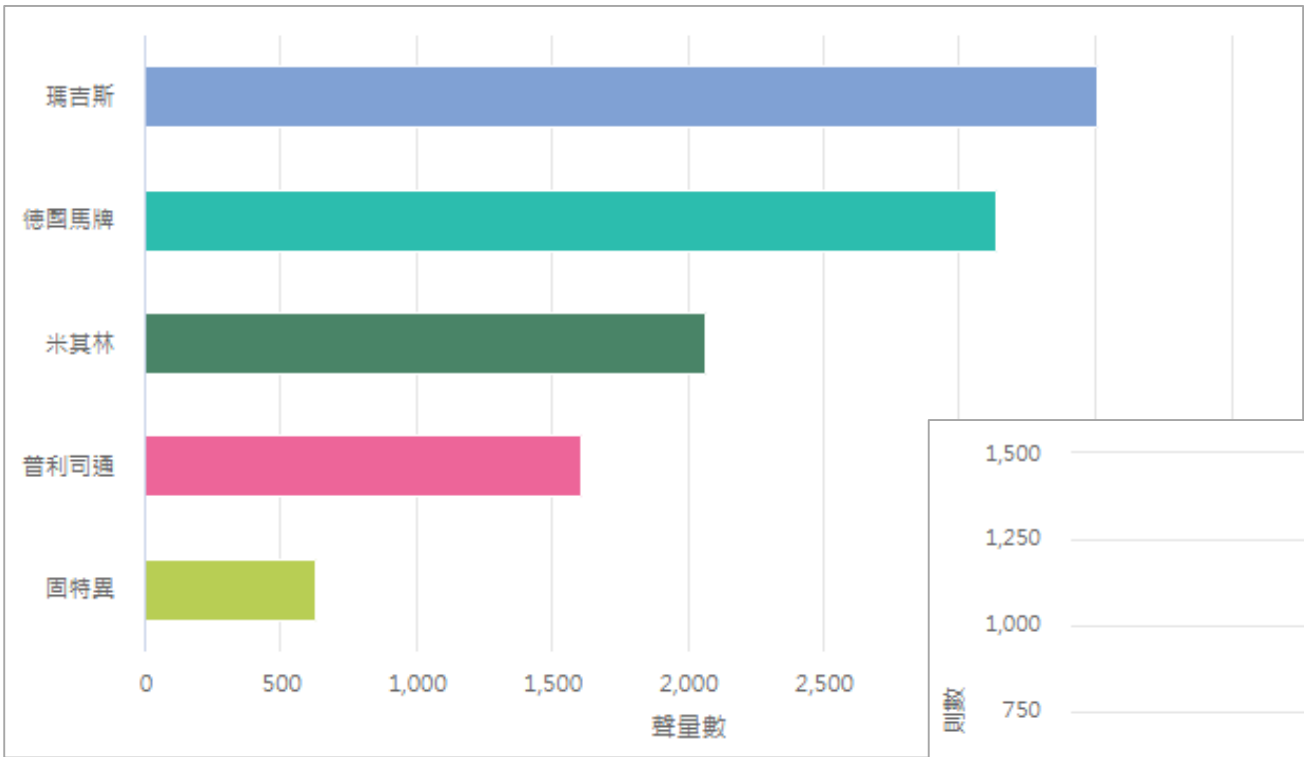
鎖定特定TA

網友對各式美容相關**討論內容**分析

網友討論各式美容相關的**熱門討論頻道**

OpView服務應用 - 概覽，掌握聲量討論趨勢變化

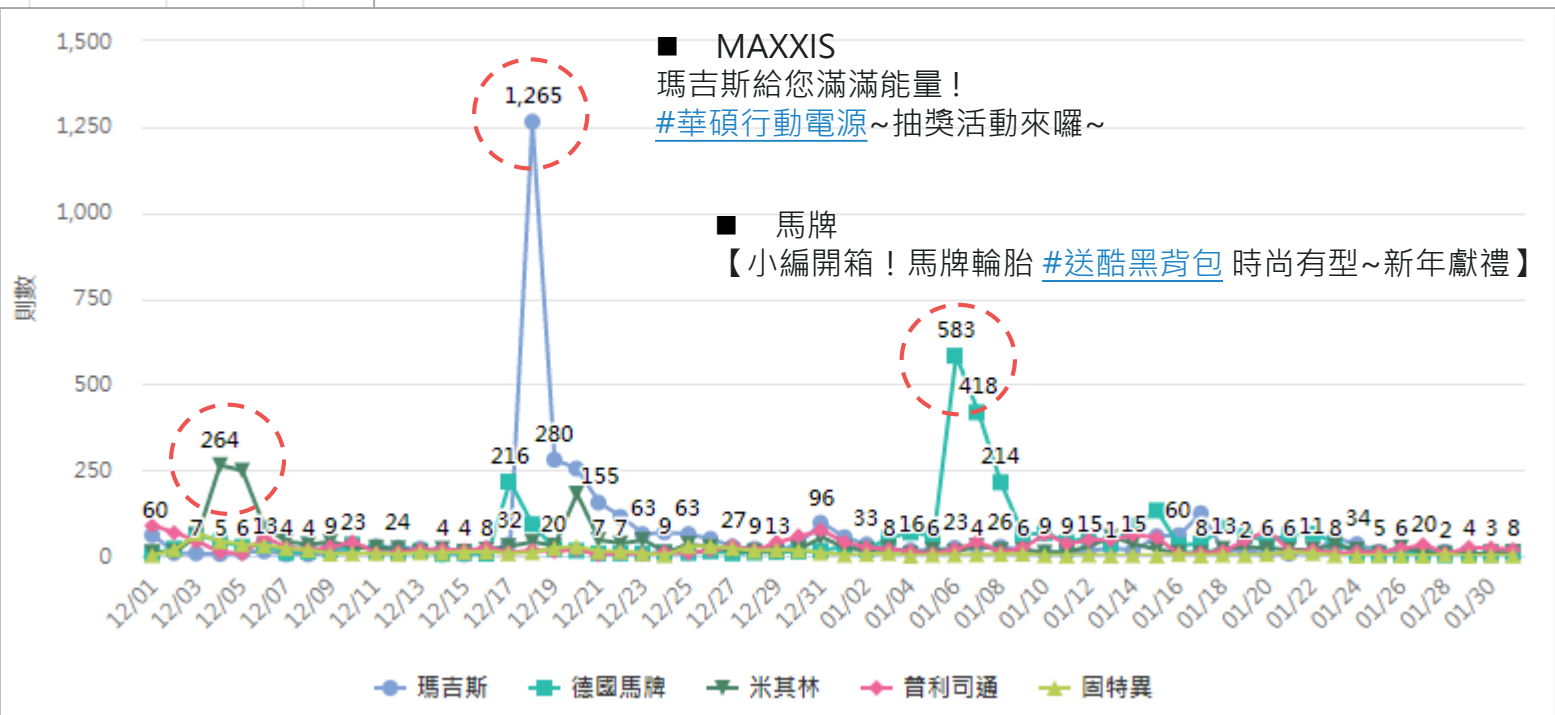
觀測主題：五大品牌
觀測區間：2019/12/01~2020/01/31
觀測來源：全來源



■ Momo購物網
米其林MICHELIN高性能輪胎橡膠外底~
[#米其林限定版](#)

了解事件/廣告/活動是否成功引起自身品牌提及率

- 五大品牌主要聲量皆集中在自家粉絲專業
- 對於品牌活動/促銷，網友參與度較高
- 品牌異業合作、新商品推出引起討論

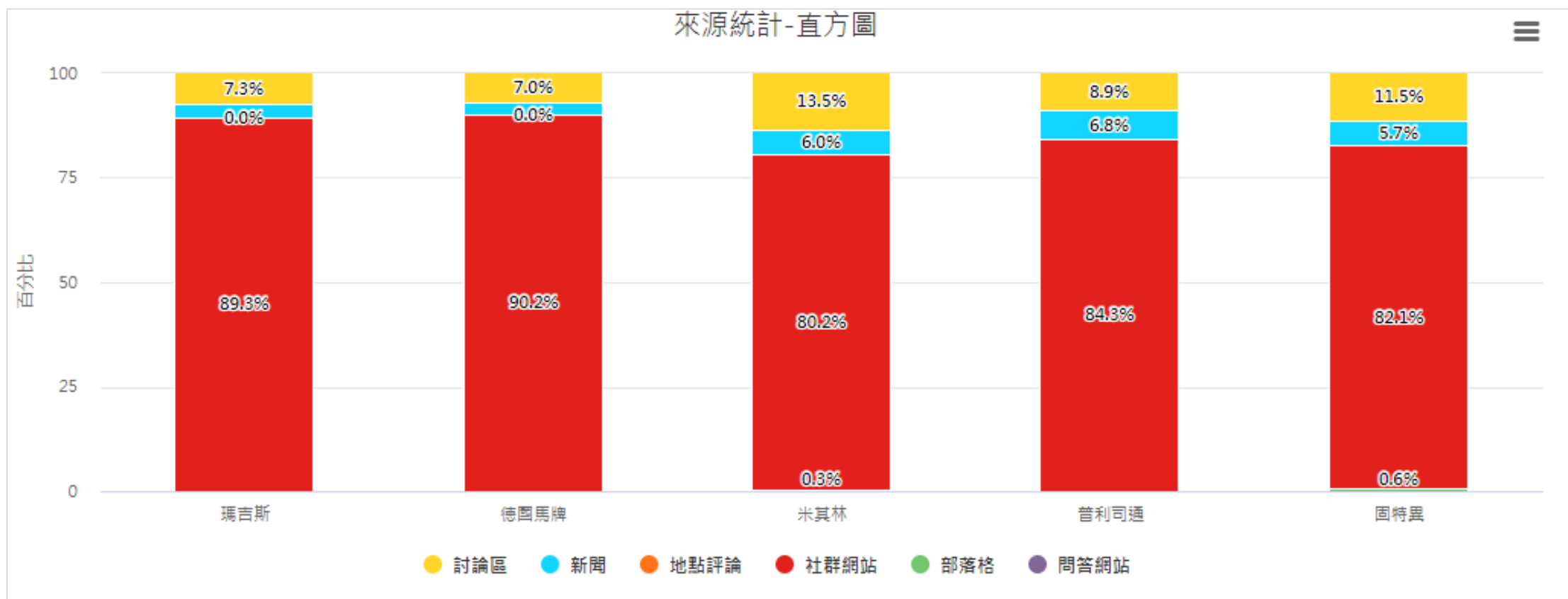


OpView服務應用 - 媒介，快速掌握各品牌來源分布

觀測主題：五大品牌
觀測區間：2019/12/01~2020/01/31
觀測來源：全來源

觀測五大品牌目前網路聲量概況，依其聲量分布及其變化，了解品牌討論性質

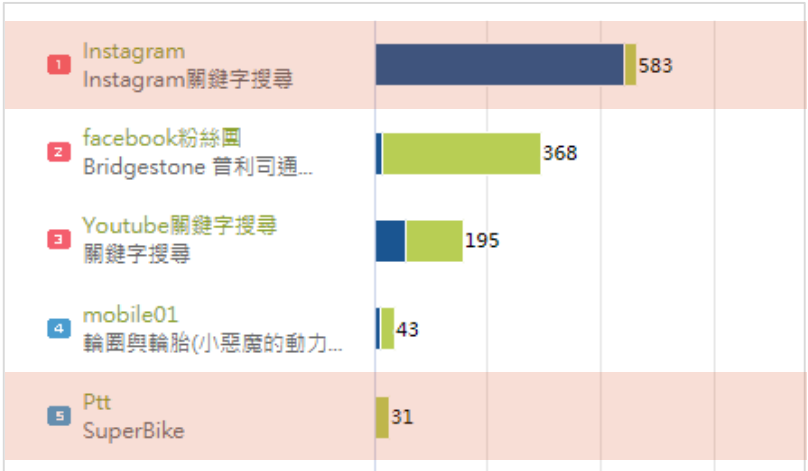
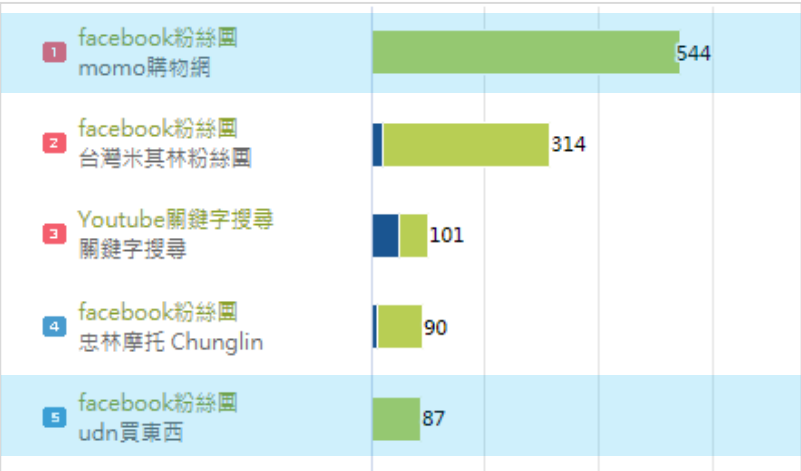
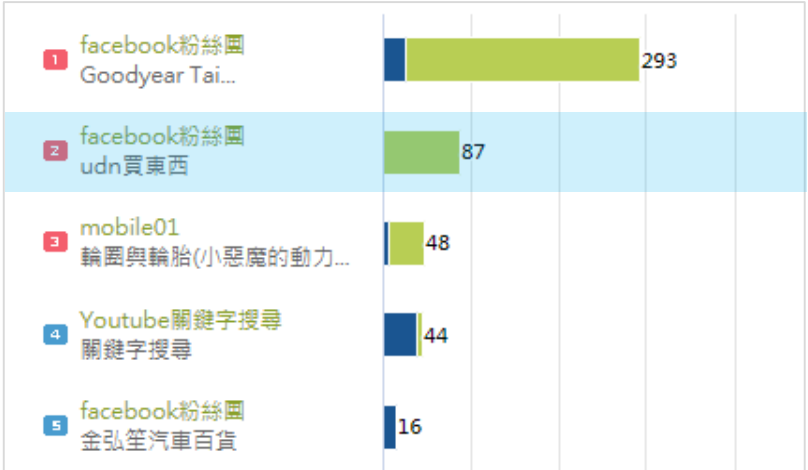
- 五大品牌主要聲量皆分布在社群網站，次要則為討論區
- 米其林及固特異討論區占比較高，且為主要討論的來源，其餘三個品牌則以新聞及社群為主



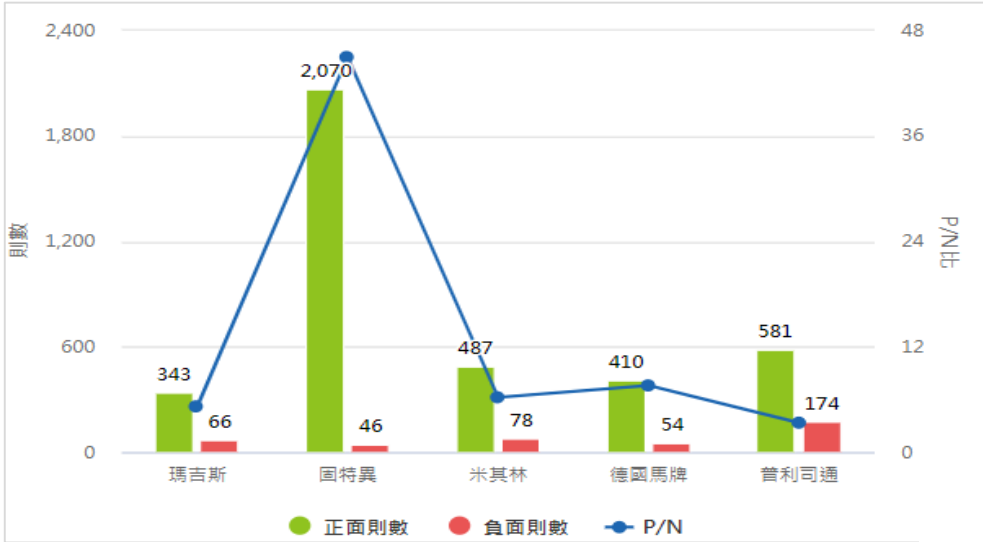
OpView服務應用 - 媒介，挖掘各品牌特定討論頻道

觀測主題：五大品牌
觀測區間：2019/12/01~2020/01/31
觀測來源：全來源

找出目標網友集中處，挑選公關資訊應投放之網站，評估需加強露出之新聞媒體



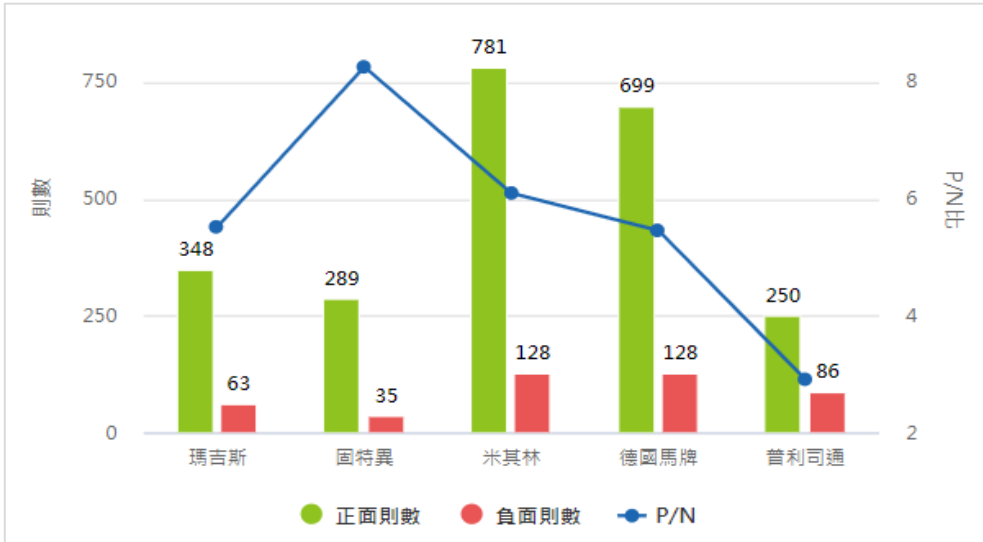
OpView服務應用 - 情緒，分析網友對品牌/商品/事件的評價變化狀況



觀測主題：五大品牌
觀測區間：2019/10/01~2019/11/30
觀測來源：全來源

固特異：Lamigo活動達成大量聲量及粉絲參與

主題	總聲量數	正面情緒聲量數	正面情緒比例(P)	負面情緒聲量數	負面情緒比例(N)	中立情緒聲量數	顯著情緒比例	P/N比
瑪吉斯	1,817	343	18.88%	66	3.63%	1,408	22.51%	5.2
固特異	3,179	2,070	65.11%	46	1.45%	1,063	66.56%	45.0
米其林	1,350	487	36.07%	78	5.78%	785	41.85%	6.24
德國馬牌	960	410	42.71%	54	5.63%	496	48.33%	7.59
普利司通	2,550	581	22.78%	174	6.82%	1,795	29.61%	3.34



觀測主題：五大品牌
觀測區間：2019/12/01~2020/01/31
觀測來源：全來源

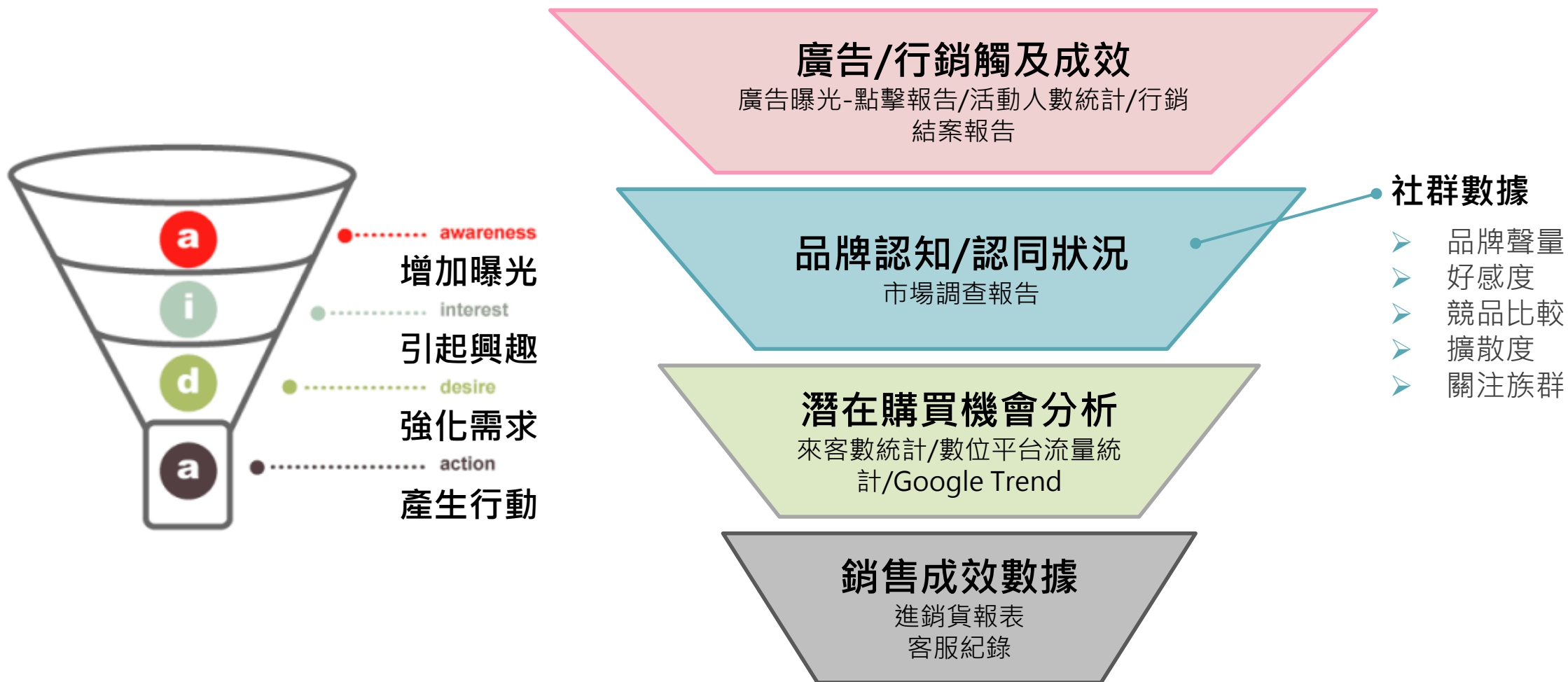
**德國馬牌後背包及米其林靴子造成
網友參與及討論**

Maxxis則持續保持每月正負評比例

主題	總聲量數	正面情緒聲量數	正面情緒比例(P)	負面情緒聲量數	負面情緒比例(N)	中立情緒聲量數	顯著情緒比例	P/N比
瑪吉斯	3,511	348	9.91%	63	1.79%	3,100	11.71%	5.52
固特異	627	289	46.09%	35	5.58%	303	51.67%	8.26
米其林	2,066	781	37.8%	128	6.2%	1,157	44.00%	6.1
德國馬牌	3,138	699	22.28%	128	4.08%	2,311	26.35%	5.46
普利司通	1,611	250	15.52%	86	5.34%	1,275	20.86%	2.91

OpView服務應用 - 建立內部企業戰情資訊中心

社群數據可補強營運資訊，衡量品牌在市場的影響力



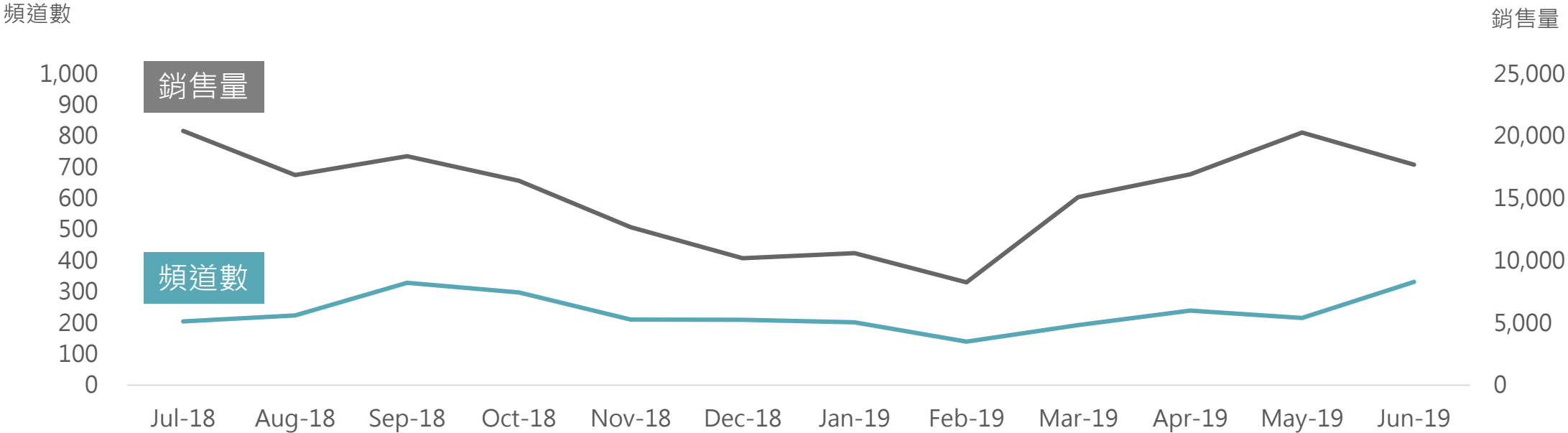
OpView服務應用 - 社群口碑資料 x 銷售資料

Q2 及 Q3 為機車品牌銷售旺季，輿情頻道曝光數可解釋銷售量程度達0.86

#	輿情指標	R 平方
1	頻道數	0.86
2	主文數	0.84
3	發文作者數	0.73

[案例 1]
機車品牌

迴歸分析
R 平方介於 0~1 之間
值越大表示輿情可解釋
銷售量的程度越高



OpView服務應用 - 社群口碑資料 x 銷售資料

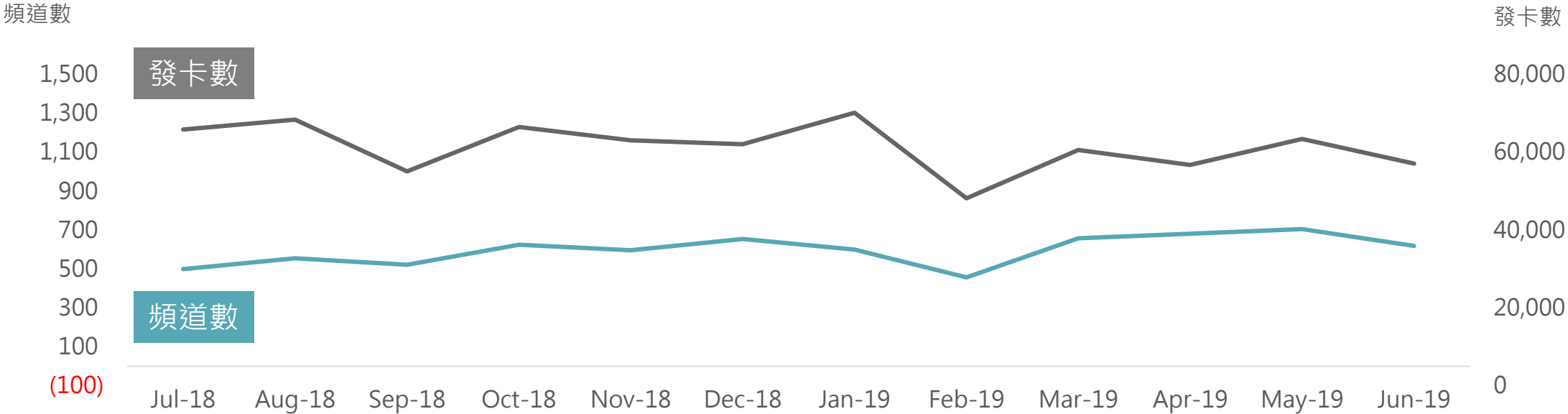
品牌粉專活動帶動信用卡發卡數，輿情頻道曝光數可解釋發卡數程度達0.89

#	輿情指標	R 平方
1	頻道數	0.89
2	回文數	0.88
3	作者數	0.87

#	輿情指標	R 平方
4	總聲量	0.84
5	負面聲量	0.83
6	主文數	0.76

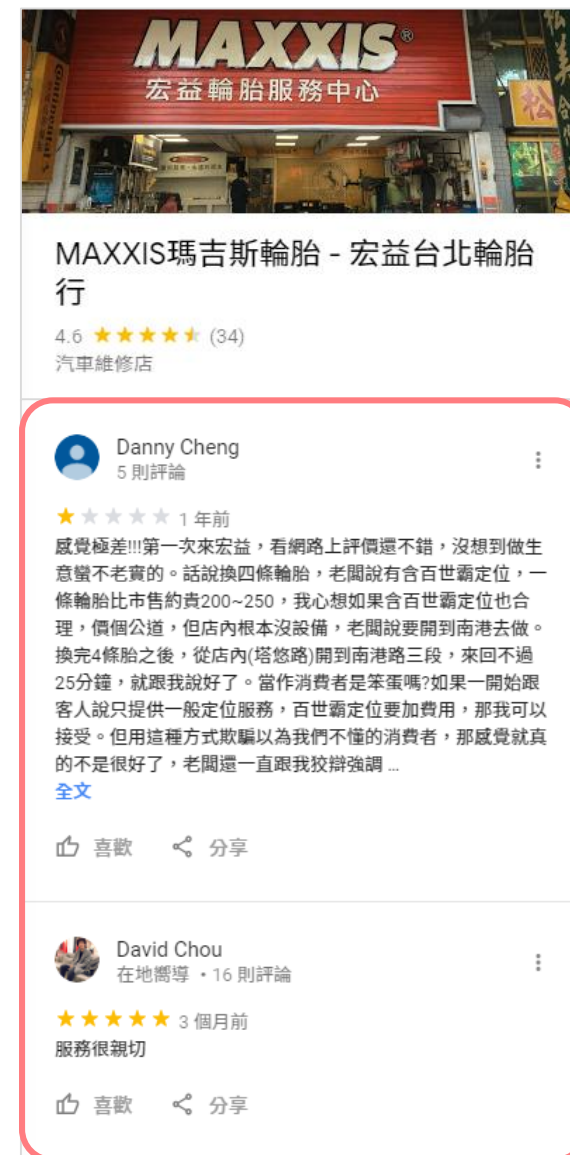
[案例 2]
信用卡

迴歸分析
R 平方介於 0~1 之間
值越大表示輿情可解釋
發卡數的程度越高



OpView服務應用 - 第六大資料源，擴展分析面向

- 收哪裡？
 - 目前為Google地圖上的地點。
- 收哪些？
 - 目前有 8 種產業，100 個品牌，2 萬個以上地點。
- 各種資訊代表什麼？
 - **星等**：每則評論之星等。
 - **喜歡**：於爬入該則評論時同時爬取喜歡的數值，不更新。
 - **發文者**
 1. 作者：為發這則評論的人。
 2. 地點名稱：表示此則評論為商家回應，並有商家回應之標記。



OpView服務應用 - 資料源收錄百大品牌標籤，26,000+地點評論內容、星等

1. 收錄星等、作者、商家回應等資訊
2. 作者為發布此則評論者
3. 標記有 商家回應 之評論，表示此則評論為本評論地點之商家 / 分行回應之標記

MAXXIS瑪吉斯輪胎 - 宏益台北輪胎行

主文 店家親切，服務專業，價格

 共 0 則回文  張博勝 2020-01-10 20:29:47  共 0 個喜歡 ★★★★★ 情緒：😊正面

Google 地點評論 > MAXXIS宏益台北輪胎行  討論串檢視  加入文章追蹤  加入作者追蹤  移除

星等資訊

MAXXIS瑪吉斯 - 億鑫輪胎

主文 感覺雖然說話非常客氣，但是維修保養的品質真的有待加強..前幾天去保養,已經提前告知方向盤跟輪胎要重新定位..結果根本就跟沒用是一樣的,自動椅告知有故障需要換整組合工帶料五千多..回答不修,保養完居然可以使用了！？我還能說什麼呢

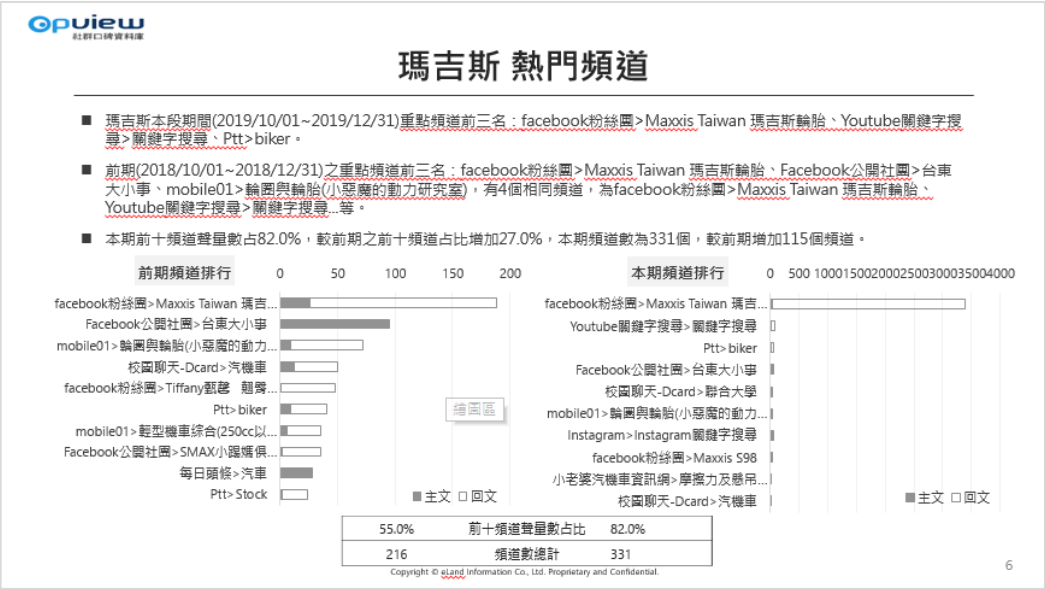
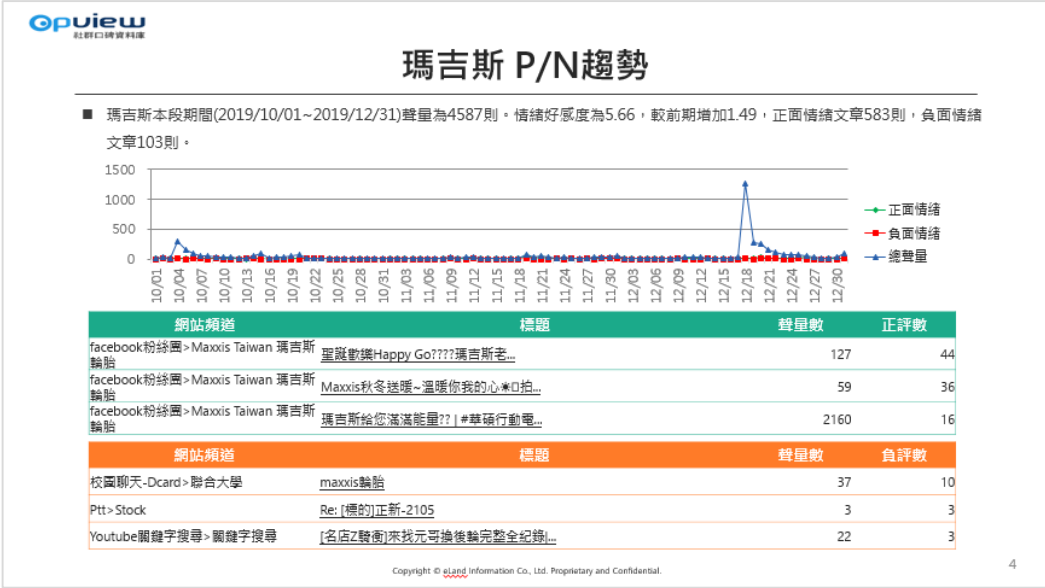
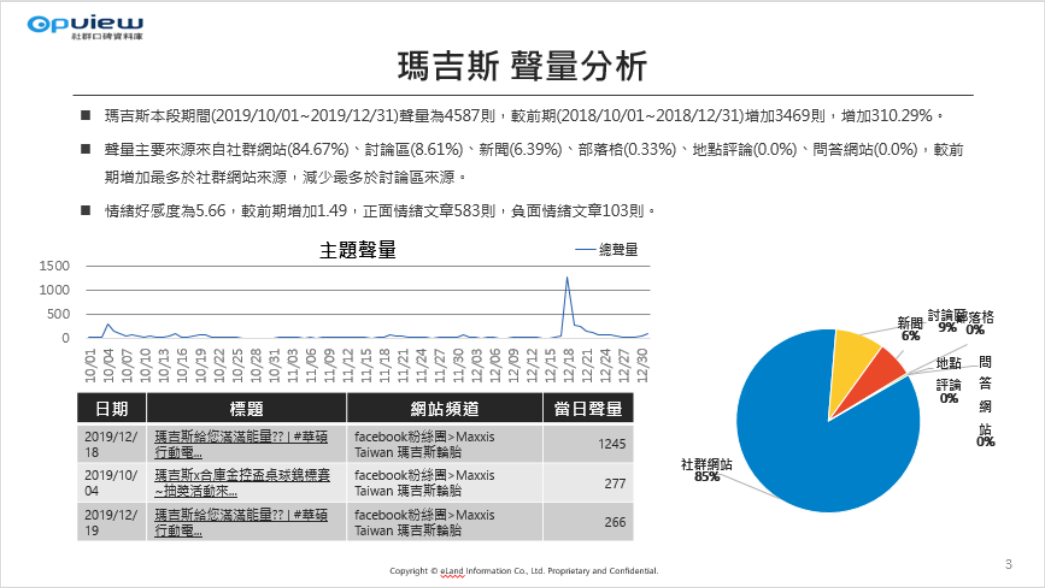
 共 0 則回文  Cyril Lin 2020-01-09 01:50:54  共 0 個喜歡 ★★★★★ 情緒：😡負面

Google 地點評論 > MAXXIS億鑫輪胎  討論串檢視  加入文章追蹤  加入作者追蹤  移除

情緒為根據語意分析
另外計算

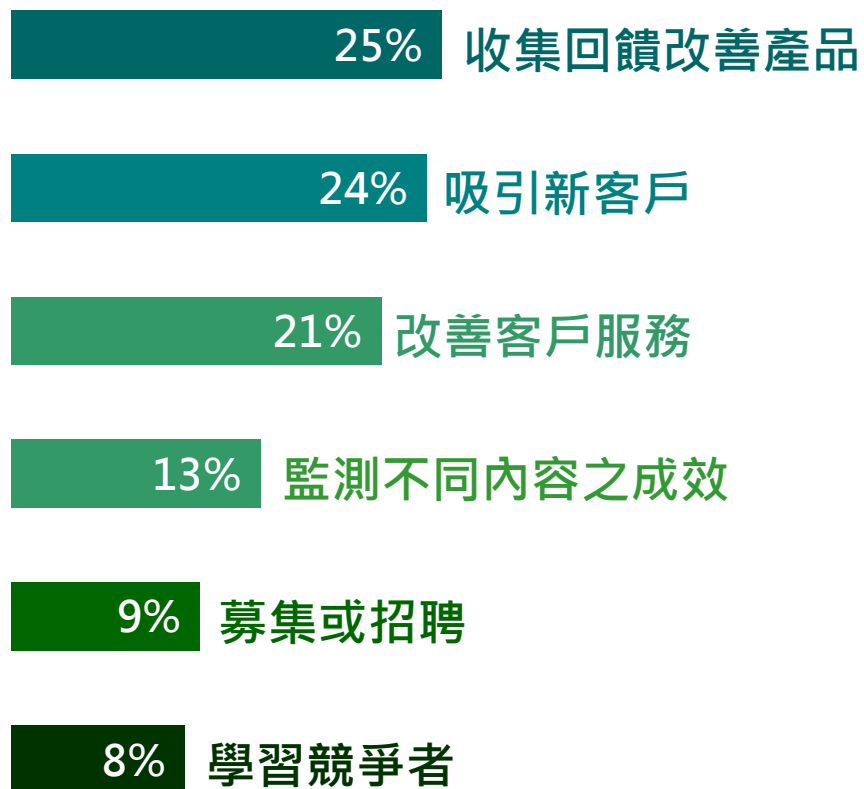
評論被喜歡數

OpView服務應用 - 自動化報表，六大分析指標一目瞭然期間差異

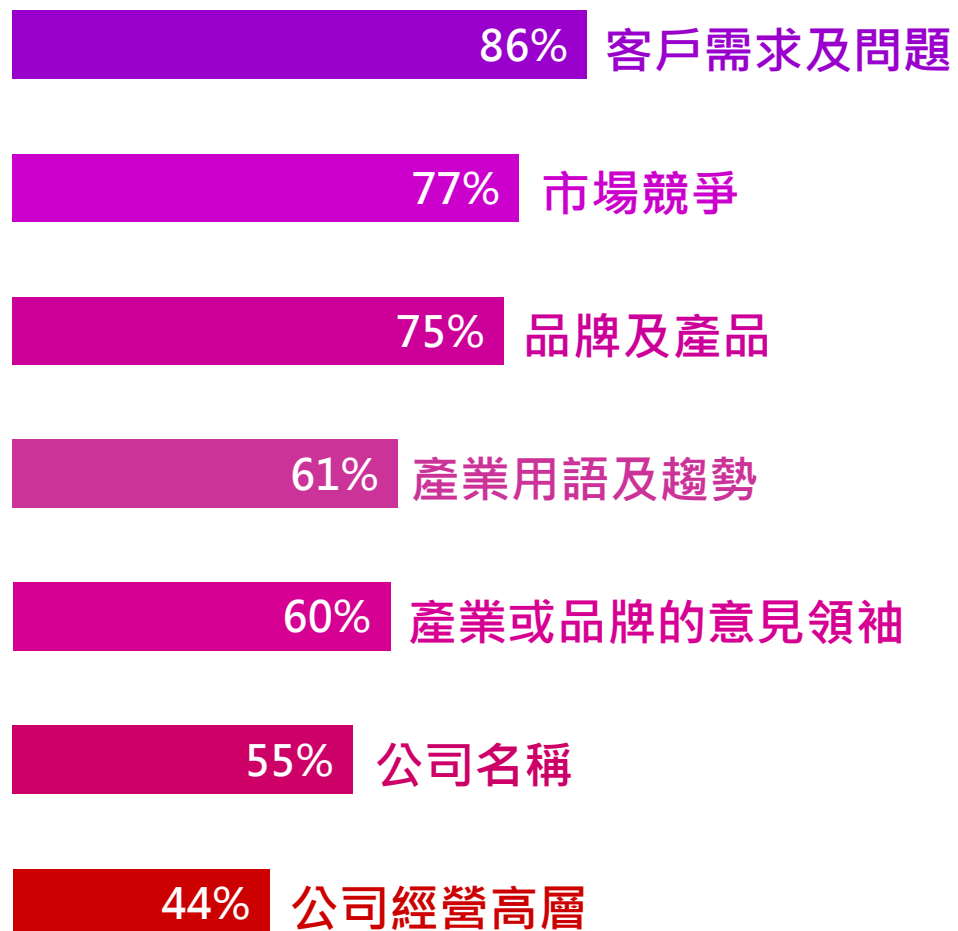


OpView服務應用 - 更進一步，口碑觀測還可以做甚麼？

社群聆聽的主要效益



企業用社群聆聽觀測之內容



簡報結束 謝謝指教

更多資訊 請至
<http://www.opview.com.tw/>

蔡易辰 Ethan Tsai 02-2755-1533 ext.140 ethantsai@eland.com.tw