

社群媒體分析期末報告

姓名： 徐熒宏

日期: 2017/1/9

報告大綱

- 背景與觀察
- 分析方法與目的
- 資料統計
- 資料分析結果
- 結論

背景與觀察

- 選定粉絲頁：
 - 遠傳電信、中華電信行動學園、台灣大哥大
- 現象與特性觀察：
 - 按讚分享留言的貼文會有特別高的讚數以及分享數
 - 使用ES的方式找高讚數高分享數的貼文，再來確認他是否是這類文章

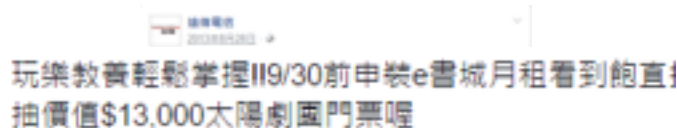
背景與觀察- 觀察案例

- 案例參考
 - 新方案優惠推薦
 - 抽獎消息



9.5 萬

2,056次分享



4.5 萬

1,606次分享

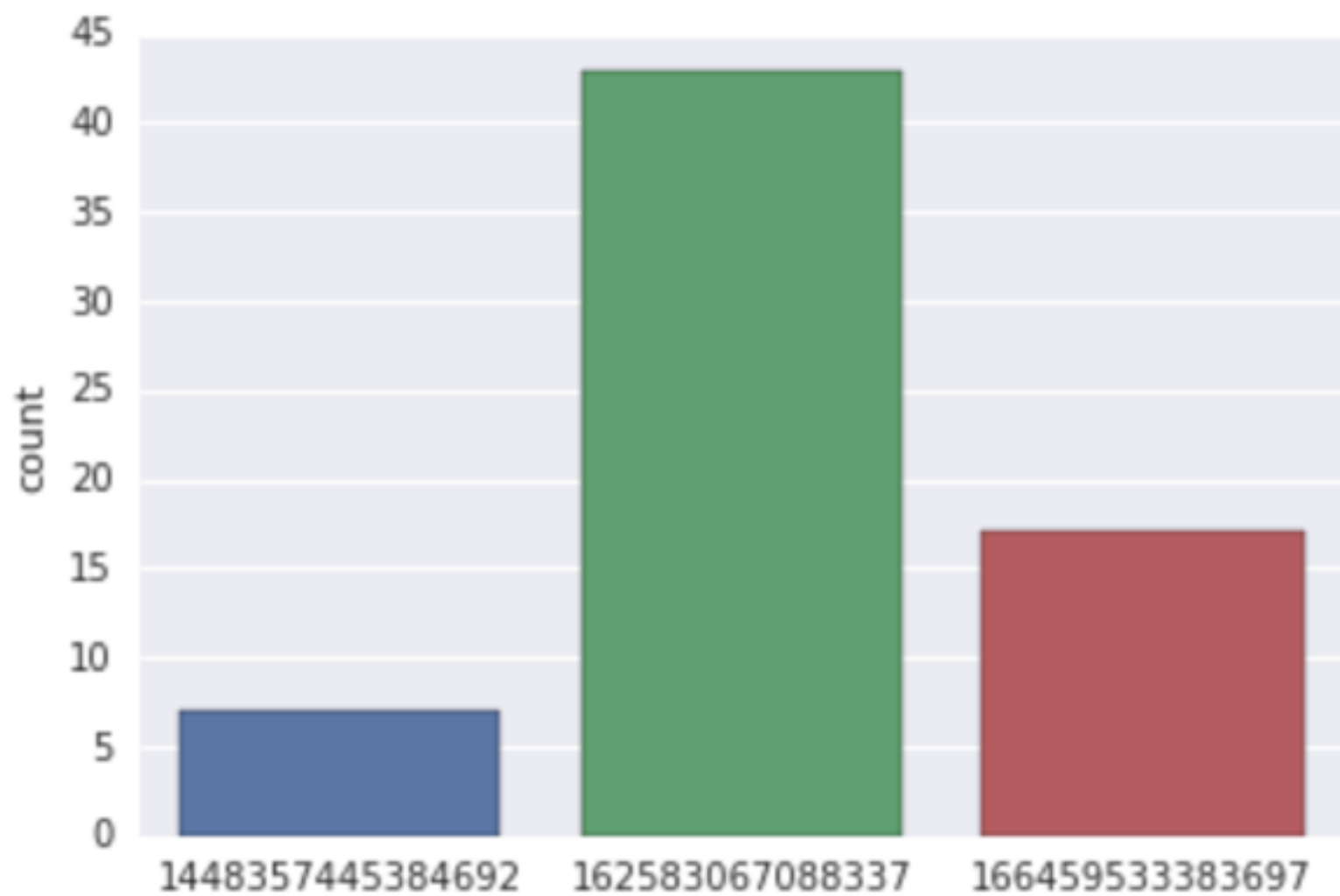
分析方法與目的

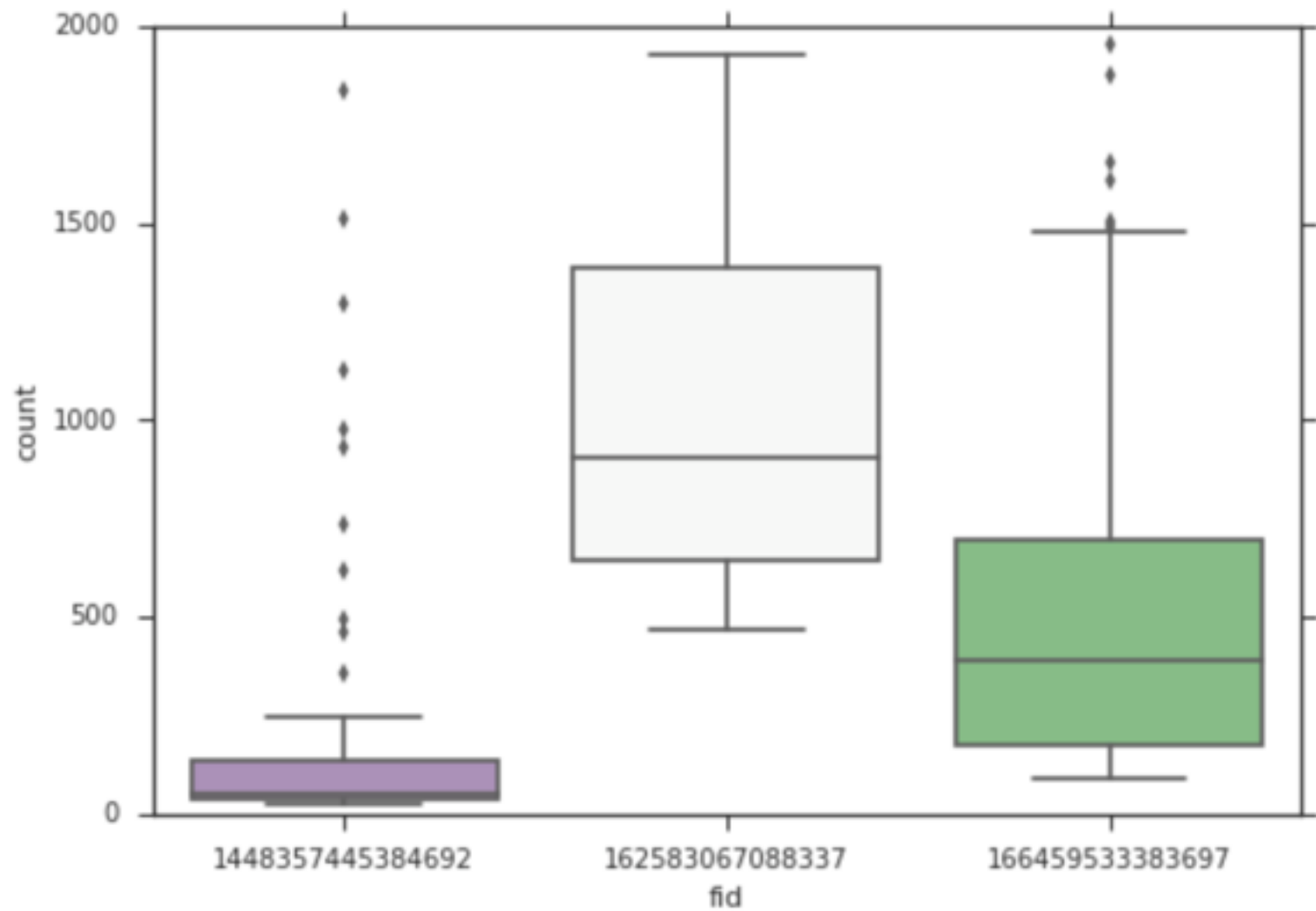
- 時間範圍用2016-01-01~2016-05-31
- 資料用老師提供的dataset
- 資料檢索: Elasticsearch 2.2.0
- 資料分析蒐集: pyes 0.99.5
- 圖表繪製: seaborn
- 分析目的是要探討電信業者的粉絲頁，按讚分享留言的貼文與新方案的促銷是否會有效提升粉絲專頁的讚數

資料統計 (大約3~6頁)

- 他們各別的fids=['162583067088337','166459533383697','1448357445384692'] 分別對應遠傳電信/中華電信/台灣大哥大
- 事先es搜尋2016/01~05的資料，並以likes_count和comment_count來做排序，取前一百比
- 算出其中包含(按讚or分享or留言and抽)的文章的比例
- 作為參考，再算出包含（方案）系列的文章的比例

	抽獎	方案
遠傳電信	0.43	0.1
中華電信行動學園	0.17	0.23
台灣大哥大與你生活在一起	0.07	0.03





資料分析結果 (1~2頁)

- 可以看出台灣大哥大的讚數分佈跟其他家有毀滅性的差異
- 既不推廣新方案，也不抽獎 應該是他們沒什麼讚的原因之一
- 遠傳在抽獎方面比中華多，中華在方案部分比遠傳多
- 或許可以解釋為主要客群對於新方案釋出的優惠重視程度大於抽獎
- 不過主要粉絲人數差異應該還是有其他很多原因，如：網路收訊，一般資費方案，網路覆蓋率等等原因

結語

- 使用ES做資料的檢索
- 用pandas/seaborn等等搭配來做資料的量化 ~ 畫圖
- 對從粉絲專頁獲取的資料做進一步的拆解
- 組合資料並得出一些結論
- 後續要了解抽獎活動或者新方案對於讚數/粉絲頁粉絲樹的影響的話，需要分析更多方面的資料，比方說活動前後粉絲專頁人數等等...