



NTUDAC × Gogoro

簡詩汶、邱柏誠、蔡佳芸、李紫婕、
許家齊、劉弘祥、黃敏瑄

Agenda

- 專案整體介紹
- 輿情分析儀表板
- 標籤模型
- 情緒模型

專案整體介紹

專案背景

專案欲解決的商業問題：

希望能快速掌握目前消費者在社群媒體上討論 Gogoro 什麼**議題**？

消費者對這些議題的**滿意度**如何？對比現在、過去的資料是否存在表現特別突出部分？

使用者：

管理層 / MKT Team

專案架構

資料前處理



- 標籤模型
- 情緒模型



設計儀表板



報告呈現

預期成效

- 了解消費者對於 Gogoro 的評價與關心議題
- 透過對照公司的銷售資料更了解不同議題對於銷售狀況的影響

輿情分析儀表板

目的

Overview:

一目了然地摘要當期的輿論情勢，並讓使用者能看出該往哪些方向深入分析

Topic / Platform:

呈現各主題與各平台的 **更細項的** 資訊，

例如：細項分類的討論聲量與輿情分數、輿情趨勢、次分類、關鍵字、KOL等

方法

選擇
攸關指標



指標
呈現方式



設計
儀表板版面



利用css
美化版面

成效

Overview:

呈現整體與各主題的輿情分數、討論聲量、討論關鍵字，以及上述指標的過往趨勢與變化量

Topic / Platform:

先呈現各主題與平台的輿情分數與討論聲量，再帶到輿情變化，最後提供具代表性的關鍵字、KOL與文章連結，以供使用者深入分析

標籤模型

目的

使用模型標注是否為六大主題、減少人工標注工作量、增加對輿論趨勢的掌握程度

品牌

服務

價格

產品設計

產品規格

產品耐用

方法



成效

一階模型: 利用人工已標注資料進行訓練

提供約70% Recall+的辨認結果, 大幅降低人力
每月處理資料花費約 0.45\$

二階模型: 透過 ChatGPT Prompting 預測

提供 Zore-shot 預測方法, 可隨時增減類別預測
每月處理資料花費 7.2\$

情緒模型

目的

產生比外包廠商更精準網路社群情緒分析分數

方法

連接 ChatGPT API 自動化生成負面、中立、正面 3 種分數

成效

解決原先中立過多導致資訊無代表性的問題
精準判斷諷刺文、政治文、分享文、emoji...等情緒

