

S o W o r k

摘 星 數 據 市 調

行銷人物誌

三個步驟、四個面向，快速帶你開啟人物誌的大門

SoWork的三大優勢

結合精準數據與決策思維

1

數據 Qualified data

Social Listening Brand Mentions Opview hottolink emplifi RSN	KOL Analysis HypeAuditor KOL Radar CreatorIQ upfluence	EC/SEO Analysis AMZ SPLIT DRAGON SimilarWeb ahrefs SocialPeta	Consumer Insight globalwebindex qualtrics.XM ix:PANEL ADARA	Business Intelligence statista iReportLinker MordorIntelligence
--	---	---	--	---

每年更新100億筆數據

從44個數據源，每日蒐集超過100個市場輿情、行為、興趣、媒體和電商數據

每年為30個產業產出超過800份報告



2

決策模型 Decision Model



累積100個以上商業決策模型

累積來自 Pokemon Go, Samsung, Disney+, iCHEF, 李錦記等品牌的決策模型

加速您的決策效率

3

處方式分析 Actionable Insight

你是否正因這些問題困擾呢？

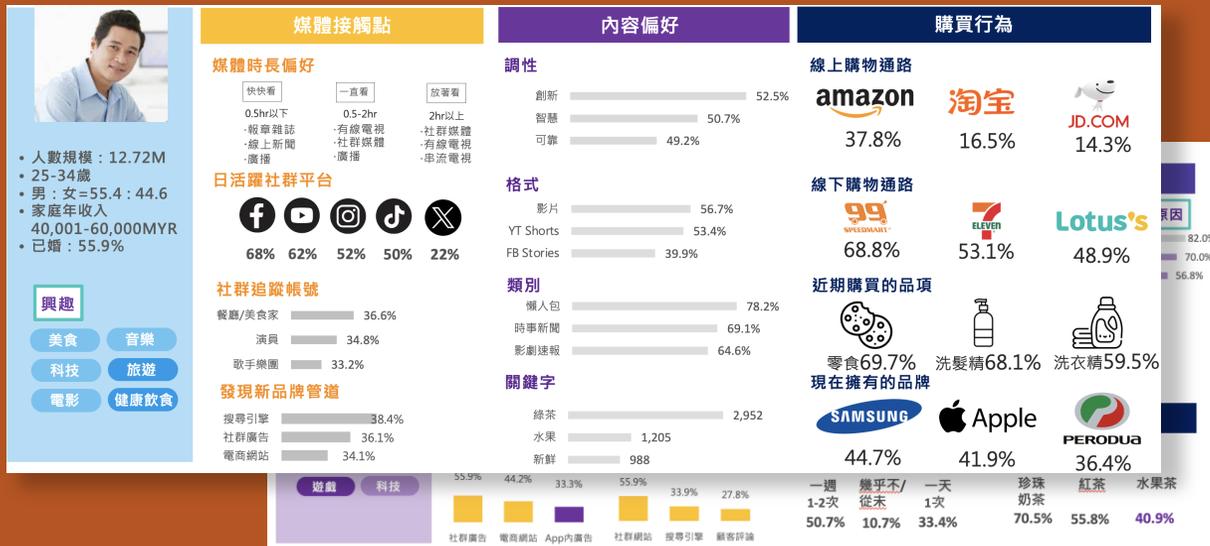
- 廣告條件十分雜亂，如何重新整理？
- 新竄起的媒體與網紅要不要跟？
- 素材怎麼寫，消費者才會多看我產品一眼？
- 要合作哪些通路、要跨界哪些品牌？





消費者分析 行銷人物誌

- 行銷人物誌** 透過 GWI 全球市調資料庫搜集用戶資料，並以四大面向描繪消費者的輪廓，從細化指標洞察目標受眾的基本資訊、行為與習慣，幫助決策者更精準的制定行銷與廣告策略，以降低不必要的行銷預算與成本。

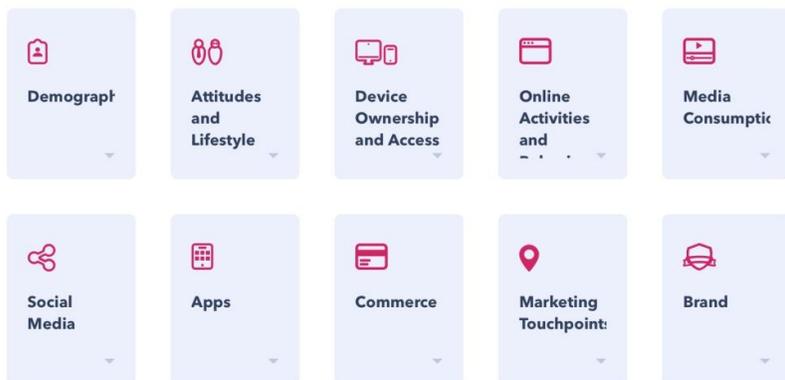


使用市調資料庫與輿情數據庫雙系統

Data Leads to Decision

GWI.

- 全球涵蓋53個市場
- 每年調查96萬個受訪樣本
- 每季更新超過2千份資料
- 透過線上問卷，蒐集10大類別、超過5萬個研究指標數據



Opview

20萬+

網站頻道收錄

24小時

不間斷爬文

- 社群網站：Facebook、Instagram、YouTube...
- 討論區：Ptt批踢踢實業坊、Mobile01、Dcard...
- 新聞：ETtoday、Line Today、中央社...
- 部落格：痞客邦、Blogger



四大面向指標

選定17個分析指標

推估人口數



基本資料

- 年齡區間：24-34或34-44等
- 性別比例：男性或女性多
- 感情狀況：單身、交往中、已婚
- 家庭年收入：60/80/100萬等
- 興趣愛好：音樂、美食或遊戲



媒體接觸點

- 全媒體時長偏好：花30分在廣播、2小時在社群等
- 日活躍社群：用FB、IG還是YT
- 追蹤的社群帳號：樂團、主廚、演員等
- 發現新品牌的管道：搜尋引擎或社群廣告



內容偏好

- 調性：希望品牌有趣或可靠
- 格式：看reels或電子報
- 類別：趨勢文、品牌新訊等
- 關鍵字：網路討論的常用詞彙



購買行為

- 線上購物通路：如蝦皮、momo等
- 線下購物通路：常去家樂福或大潤發
- 近期購買的品項：衣服、零食、汽車
- 擁有或買過的品牌：Apple、Dior等

行銷人物誌

洞察消費者的行為偏好，反映到行銷與商業應用

喜歡品牌創新的健康愛好者

條件設定：馬來西亞人、職業為全職上班族



- 人數規模：12.72M
- 25-34歲
- 男：女=55.4：44.6
- 家庭年收入
40,001-60,000MYR
- 已婚：55.9%

興趣

美食

音樂

科技

旅遊

電影

健康飲食

媒體接觸點

媒體時長偏好

快快看

0.5hr以下

·報章雜誌
·線上新聞
·廣播

一直看

0.5-2hr

·有線電視
·社群媒體
·廣播

放著看

2hr以上

·社群媒體
·有線電視
·串流電視

日活躍社群平台



68%



62%



52%



50%



22%

社群追蹤帳號

餐廳/美食家 36.6%

演員 34.8%

歌手樂團 33.2%

發現新品牌管道

搜尋引擎 38.4%

社群廣告 36.1%

電商網站 34.1%

內容偏好

調性

創新 52.5%

智慧 50.7%

可靠 49.2%

格式

影片 56.7%

YT Shorts 53.4%

FB Stories 39.9%

類別

懶人包 78.2%

時事新聞 69.1%

影劇速報 64.6%

關鍵字

綠茶 2,952

水果 1,205

新鮮 988

購買行為

線上購物通路

amazon

37.8%

淘宝

16.5%



JD.COM
14.3%

線下購物通路

99
SPEEDMART

68.8%

7
ELEVEN

53.1%

Lotus's

48.9%

近期購買的品項



零食 69.7%
現在擁有的品牌



洗髮精 68.1%



洗衣精 59.5%

SAMSUNG

44.7%

Apple

41.9%

PERODUA

36.4%

行銷人物誌分析流程

立基於數據·提供符合客戶需求指標

給定分眾條件

定義目標族群

- 地區
- 年齡區間
- 職業身份



資料庫匹配

根據條件匹配資料庫與分析指標

GW.I.



行銷人物誌

產出人物誌與細項分析指標



- | | | |
|--|--|---|
| 01 學生族 <ul style="list-style-type: none"> 地區: 台灣 身份: 學生 | 02 工作專業人士 <ul style="list-style-type: none"> 地區: 台灣 身份: 上班族 | 03 家庭主婦 <ul style="list-style-type: none"> 地區: 台灣 身份: 家庭主婦 |
|--|--|---|





手搖飲產業示例

以手搖飲產業為例，尋找潛在消費者之輪廓與偏好

背景

欲進攻馬來西亞市場
卻不了解該地消費者喜歡的內容、
該如何下廣告

目標

了解消費者的興趣、內容偏好
制定行銷佈局

難處

沒有管道獲得可信度高的數據支持
並觸及消費者心理

第一步：以數據規模，確認要進攻的族群

鎖定手搖飲受眾的潛在身份職業

01

學生族

- 地區: 馬來西亞
- 身份: 學生

02

工作專業人士

- 地區: 馬來西亞
- 身份: 上班族

03

家庭主婦

- 地區: 馬來西亞
- 身份: 家庭主婦

推估
人數

2.2M

13M

0.8M

第二步：依據指標產出人物誌

洞察消費者的行為偏好，反映到行銷與商業應用

喜歡品牌創新的健康愛好者

條件設定：馬來西亞人、職業為全職上班族



- 人數規模：12.72M
- 25-34歲
- 男：女=55.4：44.6
- 家庭年收入
40,001-60,000MYR
- 已婚：55.9%

興趣

美食

音樂

科技

旅遊

電影

健康飲食

媒體接觸點

媒體時長偏好

快快看

0.5hr以下

·報章雜誌
·線上新聞
·廣播

一直看

0.5-2hr

·有線電視
·社群媒體
·廣播

放著看

2hr以上

·社群媒體
·有線電視
·串流電視

日活躍社群平台



68%



62%



52%



50%



22%

社群追蹤帳號

餐廳/美食家 36.6%

演員 34.8%

歌手樂團 33.2%

發現新品牌管道

搜尋引擎 38.4%

社群廣告 36.1%

電商網站 34.1%

內容偏好

調性

創新 52.5%

智慧 50.7%

可靠 49.2%

格式

影片 56.7%

YT Shorts 53.4%

FB Stories 39.9%

類別

懶人包 78.2%

時事新聞 69.1%

影劇速報 64.6%

關鍵字

綠茶 2,952

水果 1,205

新鮮 988

購買行為

線上購物通路

amazon

37.8%

淘宝

16.5%



JD.COM

14.3%

線下購物通路



68.8%



53.1%

Lotus's

48.9%

近期購買的品項



零食69.7%
現在擁有的品牌



洗髮精68.1%



洗衣精59.5%

SAMSUNG

44.7%

Apple

41.9%



PERODUA

36.4%

第三步：給予細項分析指標資料

深入探討指標TOP 10數據，了解原始問題定義



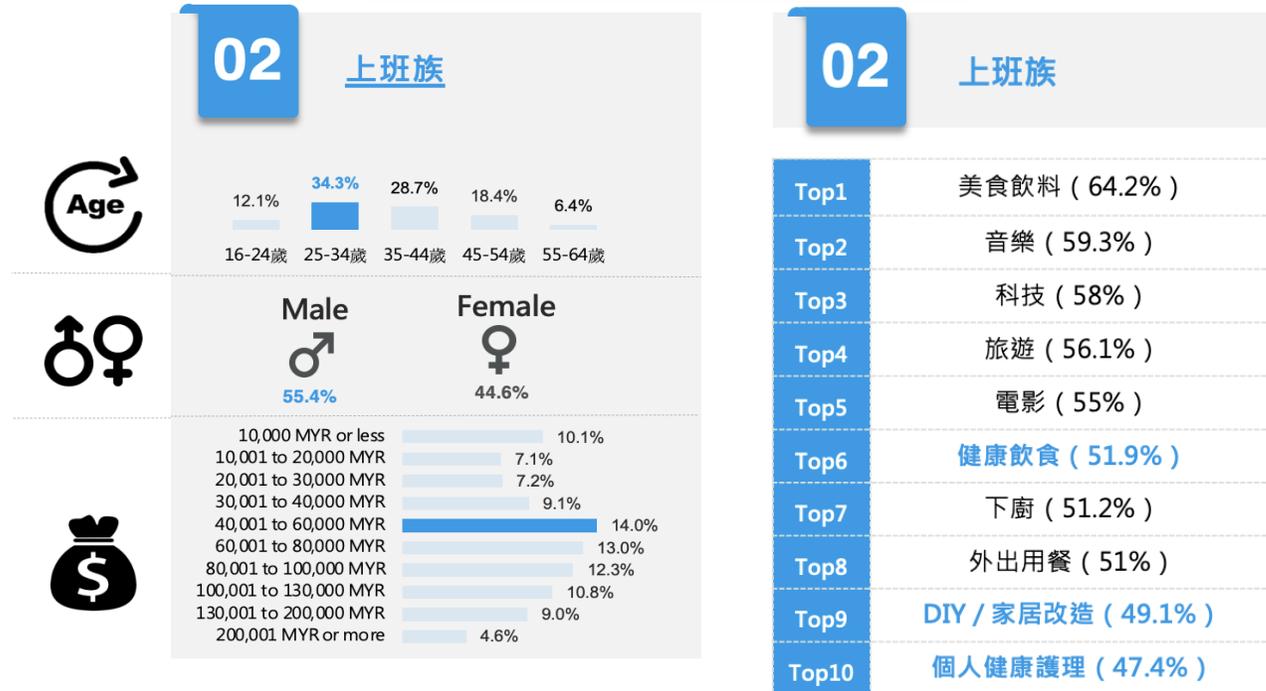
指標含義示意 - 基本資料

基本資料

消費者的年齡、性別、
興趣為何？

是喜歡藝術文化、健康
飲食，還是旅遊等等

範例數據



指標含義資訊示意 - 媒體接觸點

媒體接觸點

使用的各種媒體平台，
例如社群、廣播、影音
串流；會追蹤的社群帳
號類型，像是樂團、演
員、或主廚等。
會在搜尋引擎還是社群
廣告發現新品牌。

範例數據

02

上班族

Top1	餐廳/美食家 (36.6%)
Top2	演員 (34.8%)
Top3	歌手樂團 (33.2%)
Top4	搞笑迷因 (33.1%)
Top5	電視節目 (33%)
Top6	領域專家與影響者 (28.2%)
Top7	已購買的品牌 (25.6%)
Top8	運動員 (25.5%)
Top9	工作聯絡人 (24.7%)
Top10	想購買的品牌 (23.7%)

02

上班族

Top1	搜尋引擎 (38.4%)
Top2	社群廣告 (36.1%)
Top3	電商網站 (34.1%)
Top4	品牌官網 (30.7%)
Top5	電視廣告 (30.3%)
Top6	親友推薦 (27.4%)
Top7	店內展示促銷 (27.3%)
Top8	社群推薦 (26.8%)
Top9	聯播網廣告 (25.9%)
Top10	顧客評論網站 (24.7%)

指標含義示意 - 內容偏好

內容偏好

消費者喜歡的**內容調性**（如真實性、有趣性）、**格式偏好**（如影片、部落格長文）與**類型**（如懶人包、手把手教學）。此外，也掌握消費者在討論產品時常用的詞彙

範例數據

02

上班族

Top1	創新 (52.5%)
Top2	智慧 (50.7%)
Top3	可靠 (49.2%)
Top4	真誠 (48.5%)
Top5	潮流 (39.3%)
Top6	獨特 (37.8%)
Top7	年輕 (24.2%)
Top8	勇敢 (22.2%)
Top9	有趣 (16.5%)
Top10	傳統 (13.4%)

02

上班族

Top1	懶人包 (78.2%)
Top2	時事新聞 (69.1%)
Top3	影劇速報 (64.6%)
Top4	手把手教學 (62.3%)
Top5	創意問答 (60%)
Top6	產品評價 (59.6%)
Top7	景點攻略 (55.4%)
Top8	省錢撇步 (53.2%)
Top9	養生指南 (46.1%)
Top10	搞笑迷因 (45.3%)

同指標含義示意 - 購買行為

購買行為

消費者經常光顧的**線上與線下通路**（如大潤發、蝦皮等），以及他們**購買的品項與品牌**（如洗髮精、零食，或是Apple與Samsung）

範例數據

02

上班族

Top1	99 SpeedMart (68.8%)
Top2	7-ELEVEN (53.1%)
Top3	Lotus' s (48.9%)
Top4	FamaliMart (43.9%)
Top5	Guardian (41.2%)
Top6	Aeon Jusco(39.1%)
Top7	Econsave (38%)
Top8	Aeon Big (36.8%)
Top9	Giant (34.6%)
Top10	Mydin (31.8%)

02

上班族

Top1	零食(69.7%)
Top2	洗髮精 (68.1%)
Top3	洗衣精 (59.5%)
Top4	牙膏 (57%)
Top5	健康食品 (54.7%)
Top6	衣服(54.3%)
Top7	Econsave (38%)
Top8	咖啡(50.2%)
Top9	沐浴乳 (45.6%)
Top10	保健食品 (42.2%)

洞察：行銷人物誌產出

洞察消費者的行為偏好

指標	數據結果
基本資料	已婚男性居多、喜歡旅遊與健康飲食
媒體接觸點	日活躍平台以FB、YouTube居多，喜歡追蹤餐廳/美食家、演員與歌手樂團，發現品牌以搜尋引擎與社群廣告為主
內容偏好	喜歡創新的品牌形象，格式優先與影片、Shorts等素材互動，熱愛看事件懶人包、時事新聞等議題，提及茶飲時多討論綠茶、添加的水果與飲料是否新鮮
購買行為	常去99 SpeedMart、7-ELEVEN等通路，多購入零食、洗髮精、洗衣精等民生用品，喜歡Samsung、Apple等科技品牌

品牌後續可自行發想未來佈局

洞察消費者的行為偏好，反映到行銷與商業應用

媒體接觸點

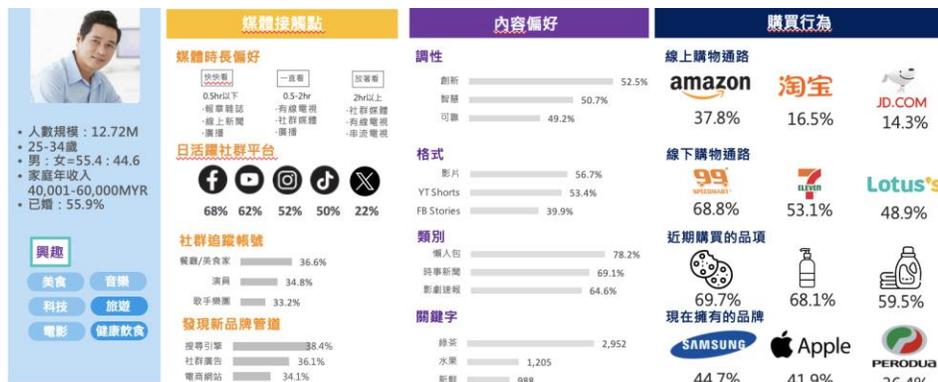
- 善用線上媒體提升曝光
- 異業合作目標以美食與演藝產業優先
- 增加Meta與YT的投放與更新率
- 加強SEO與Gads投放力道

內容偏好

- 突破傳統觀念，優先創新
- 著重以影片格式散佈內容
- 以懶人包與近期新聞熱點切入，吸引目光
- 強調茶與水果的搭配，原料的新鮮

基本資料

- 男性比例高於女性多數
- 興趣多以旅遊與注重飲食為主
- 具有一定的消費能力



購買行為

- 活動結合科技創新類主題為發想
- 推出罐裝飲料，瞄準線下量販通路

專案流程說明

Data Leads to Decision

探索會議



30 分鐘

SoWork聆聽客戶需求

確認方案



1 週

確認報價與方案內容

方案執行

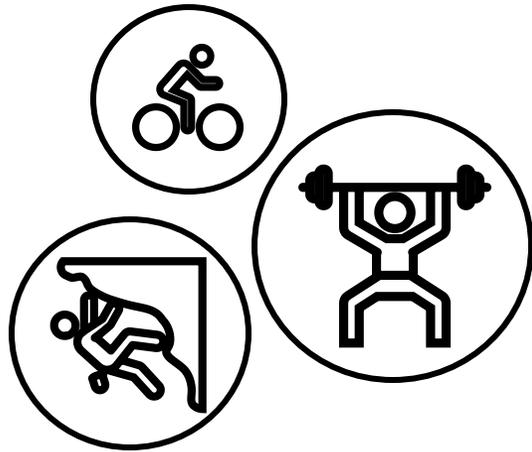


1 週

執行方案、報告生成

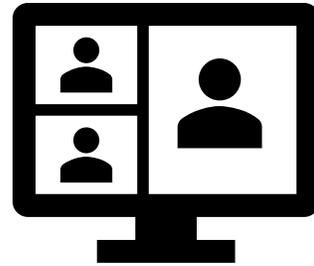
敏捷數據服務方案

分眾策略、行銷人物誌、競品功能訴求



分眾策略

NT\$ 48,000



行銷人物誌

NT\$ 48,000

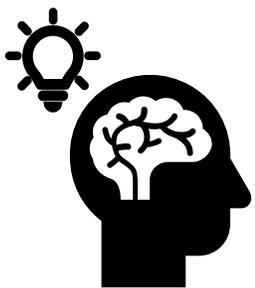


競品功能訴求

NT\$ 48,000

企業定製數據服務方案

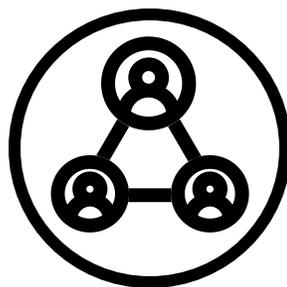
全方位覆蓋行銷數據需求



消費者研究



競品分析



分眾策略



活動前後測



長期輿情監測

智慧財產權聲明

All ideas, designs and concepts detailed in this proposal have been developed exclusively by SoWork Marketing Consulting Firm (摘星社群行銷顧問股份有限公司) and are considered by SoWork Marketing Consulting Firm (摘星社群行銷顧問股份有限公司) to be of a proprietary nature. These ideas and concepts remain the property of SoWork Marketing Consulting Firm (摘星社群行銷顧問股份有限公司).

In this respect, readers must honor our proprietary rights to the content of this proposal and refrain from all use, duplication or disclosure of its contents for any purpose other than to evaluate this proposal. Unauthorized use, duplication or disclosure of these ideas and concepts in any respect is strictly prohibited.