政府機關社群營運健檢經驗分享

國家發展委員會

107年1月

大綱

- 政府社群應用發展
- 政府社群應用案例與問題
- 政府社群應用目標與策略
- 政府社群的衡量指標與評量

CISA

驅動網路世界的轉變力量

排名	2006	2017
1	Yahoo	Google
2	Time Warner (AOL)	YouTube
3	Microsoft	Facebook
4	Google	Wikipedia
5	eBay	Yahoo!
6	Fox	Reddit
7	Amazon	Amazon
8	Ask	Twitter
9	Walmart	Windows Live
10	Viacom	Instagram

參考來源：https://medium.com/the-mission/the-destructive-switch-from-search-to-social-250289992e30

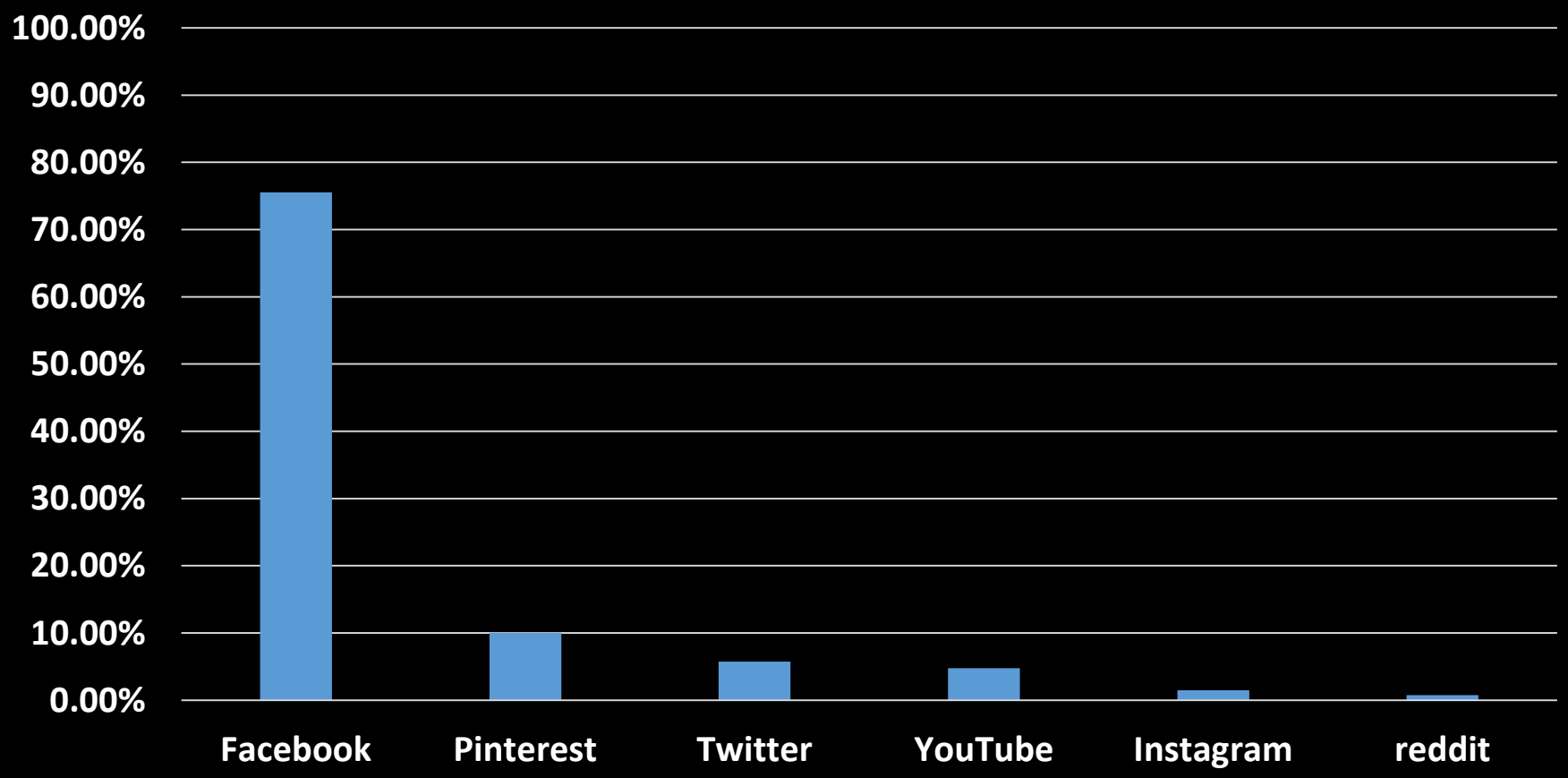
CISA

statcounter GlobalStats

Press Releases FAQ About Feedback

Facebook	Pinterest	Twitter	YouTube	Instagram	reddit
75.54%	10.05%	5.74%	4.78%	1.47%	0.74%

Social Media Stats Worldwide - December 2017



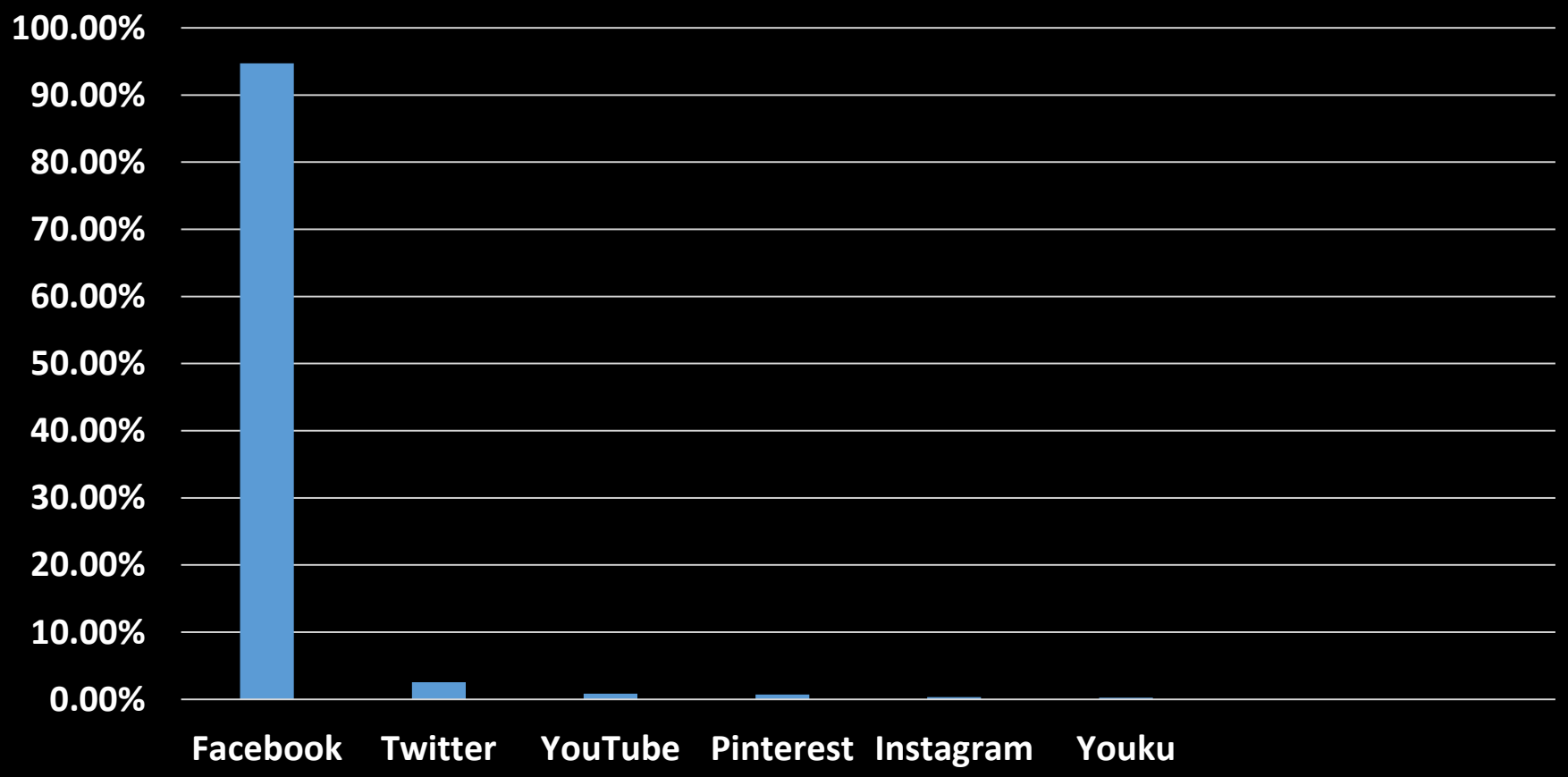
參考來源：http://gs.statcounter.com/social-media-stats#monthly-201701-201712-bar

statcounter GlobalStats

Press Releases FAQ About Feedback

Facebook	Twitter	YouTube	Pinterest	Instagram	Youku
94.7%	2.54%	0.86%	0.7%	0.32%	0.25%

Social Media Stats in Taiwan - December 2017



參考來源：http://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/taiwan/#monthly-201701-201712-bar

ASIA PACIFIC GOVERNMENTS UNLEASH POWER OF SOCIAL MEDIA

There is much more to "Social" than Facebook. It involves marketing/PR, engaging citizens in real-time interactions, gathering citizens' feedback to help develop policies, acquiring information, exchanging ideas and using social enterprise software to facilitate these. Governments across Asia/Pacific recognize the value of social media and have embraced it. However, they are struggling to fully harness the power of social media to uncover the information it provides.

Governments' use of social media today

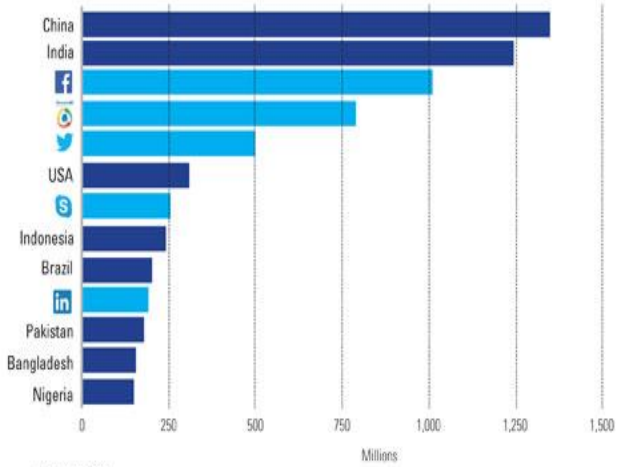
All aboard

100% All governments in AP are using social media to share information and interact with the public. **However, many only use social media to simply publish information.**

Social media policy

85% of governments in AP have social media guidelines or policies

Social Media Users versus Country Population*



*January 2013

Top drivers of adoption

What citizens want

Social media can help governments address citizens' immediate needs

40% of citizens think governments should provide **easy access to conversations with public agencies** to address citizens' immediate needs. The same percentage of respondents **did not think it was necessary**.

42% of respondents aged **18 to 24 years** said "yes" to collaboration with the government. Governments' social media initiatives need to become more **youth-oriented** to increase participation of youth.

Investing in success

Social analytics helps governments understand social content

18% vs **80%**

Only 18% of government agencies capture and analyze **data from social media conversations** compared to 80% analyzing more **structured data** like transactional data.

AP governments spend **only US$2.31M** on enterprise software for the social media platform in 2012.

0.007% of IT budgets

Benefits of social media for governments

- Improve policy making and citizen empowerment by stimulating new forms of **participation**
- Improve government backend office work through **collaboration** and knowledge sharing
- Improve public service by increasing **cost effectiveness** and **quality**
- Improve **transparency** by making information available
- Improve **communication** during emergencies and crisis

Deployment issues faced by public agencies

- **18%** Implementation **cost**
- **20%** Information **security**
- **49%** Difficulty in **resource allocation** for social media management
- **62%** **Managing** social media content

27% of agencies **did not view analyzing data as a major challenge**, indicating the possibility that it could be used more effectively to manage content.

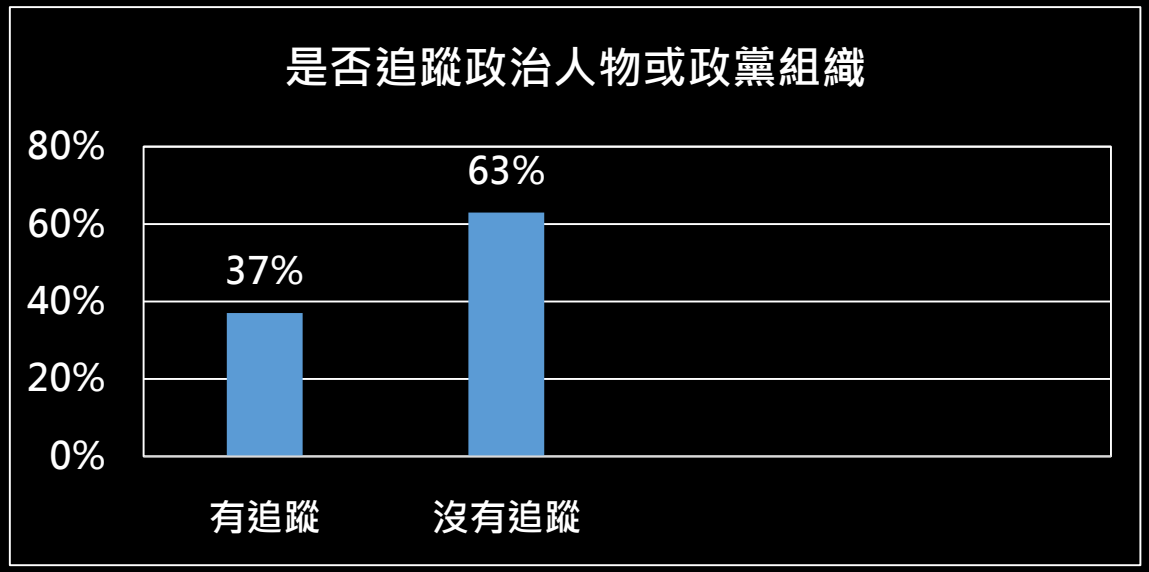
Research team: Audrey Heng, Kiranjeet Kaur, Claus Mortensen Art direction: S.T. Leng

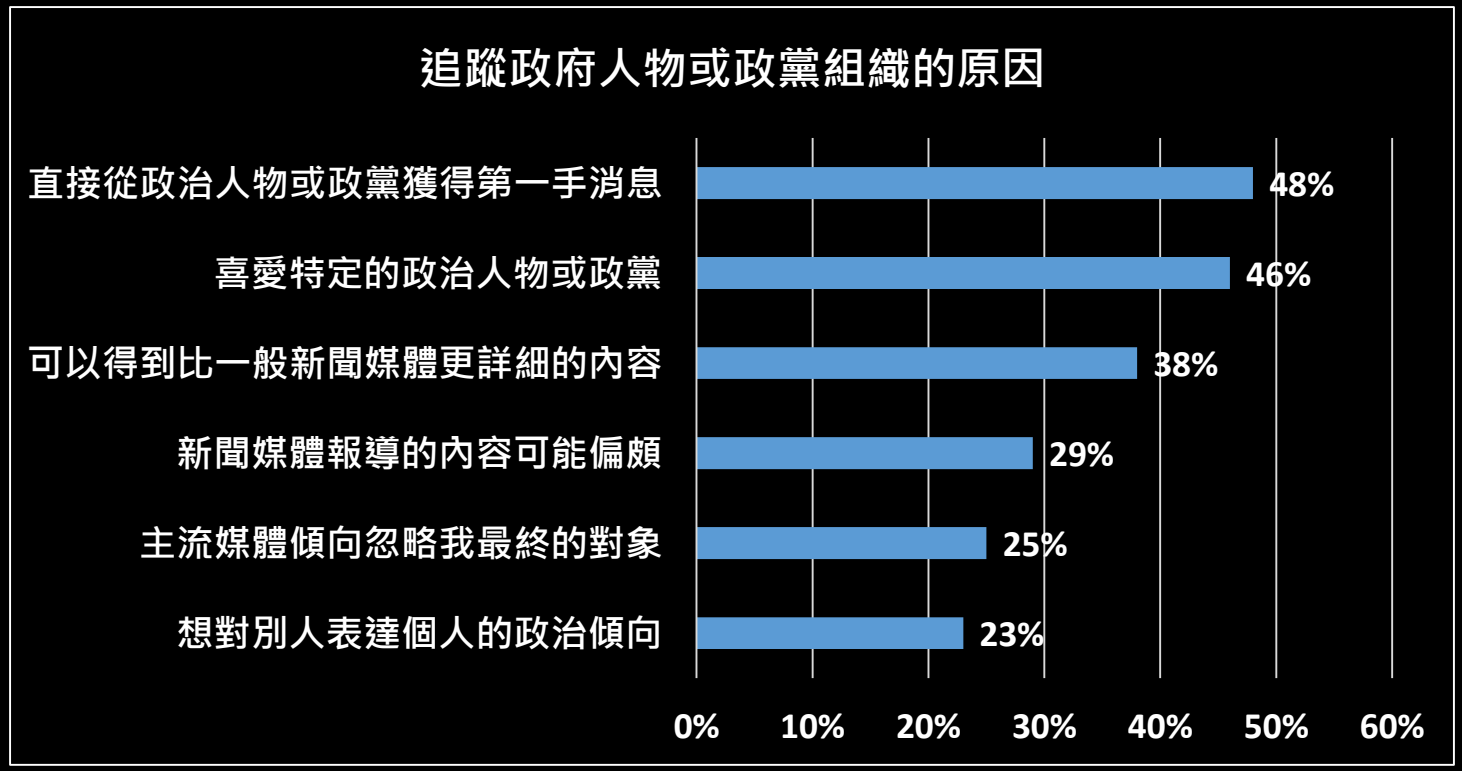
Source

- UN country population statistics and social media company data, Jan 2013
- Worldwide New Media Market Model 2H2012, Revision 1.2 : Worldwide and US data. Doc#240673, April 2013
- IDC Government Insights, Government Information and Services Survey, 2011
- IDC Global Technology and Industry Research Organization IT Survey, 2012
- IDC Government Insights, Government Information and Services Survey, 2011
- New Zealand Social Business Briefings Survey, 2013
- IDC Global Technology and Industry Research Organization IT Survey, 2012
- IDC and Computerworld BI and Analytics Survey Research Group IT Survey, 2012
- IDC Global Technology and Industry Research Organization IT Survey, 2012
- IDC's Asia/Pacific Semiannual Software Tracker, May 2013
- Worldwide Quarterly Smart Connected Device Forecast 2013 Q1 (*APEJ data for portable PCs, Smartphones and tablets only)
- Worldwide vertical markets IT spending 2011-2016 Forecast 3Q12 (Mar 2013)

This IDC infographic was produced by the IDC Asia/Pacific marketing department. The opinion, analysis, and research results presented herein are drawn from more detailed research and analysis independently conducted and published by IDC Asia/Pacific. Any information or reference to IDC Asia/Pacific that is to be used in advertising, press releases, or promotional materials requires prior written approval from IDC. For more information, visit: www.ap.idc.asia or AP_Permissions@idc.com

IDC Analyze the Future





USA
UK
Germany
Spain
Ireland
Australia

參考來源：http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/following-politicians-social-media-2017/

社群的應用價值

資料來源：Adapted by author, based on information retrieved from Facebook and Google websites, October 2013

CISA

我國政府社群服務規範與指引

政府網站服務管理規範

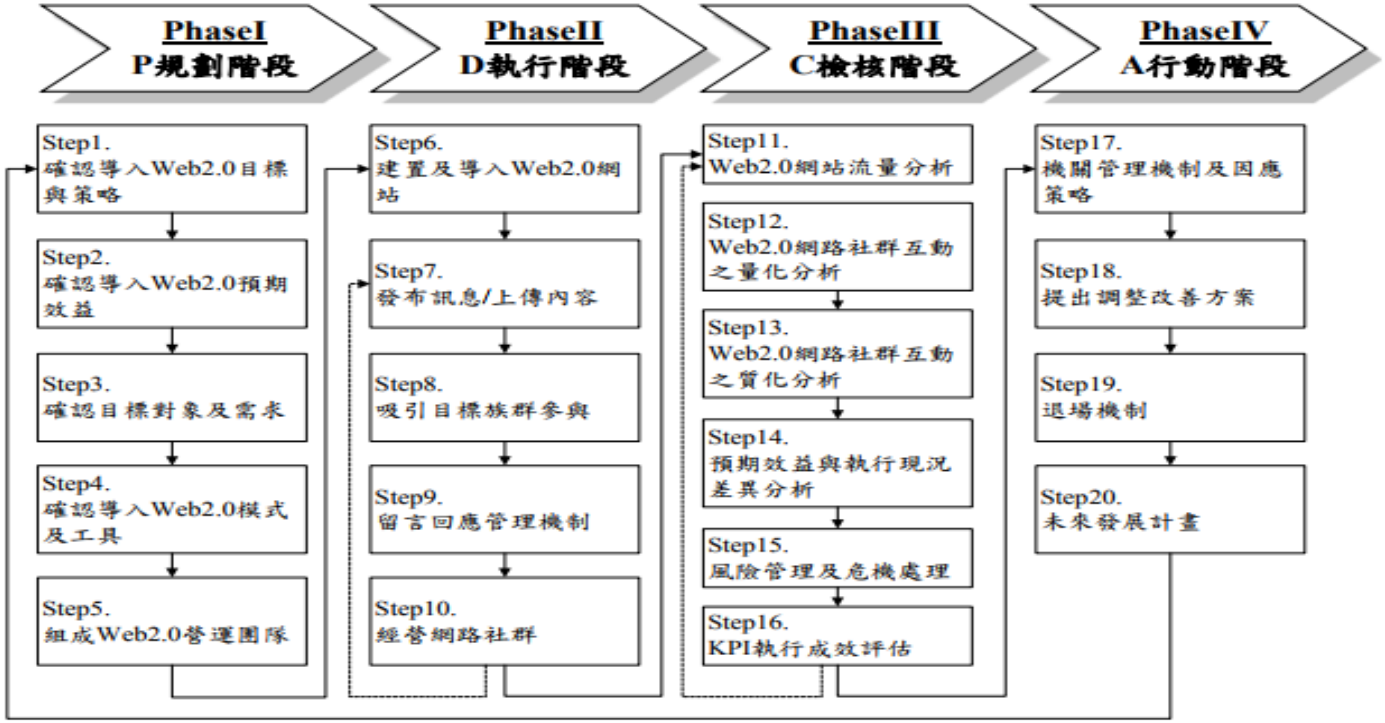
§原則十、政府網站服務應評估機關業務屬性與所提供的服務類型，善用社群網路媒體，提供多元化的溝通交流管道。

指引10.1機關應盤點業務相關可用資源，善用合適的社群網路媒體類型，加強與民互動溝通。

指引10.2機關應組成社群媒體經營團隊，並定期更新內容。

指引10.3機關應制定風險管理與危機處理機制，例如負面評論處理機制。

政府網站 Web 2.0 營運作業參考指引



資料來源：政府網站營運交流平台，https://www.webguide.nat.gov.tw/index.php/ch/web20/index.html

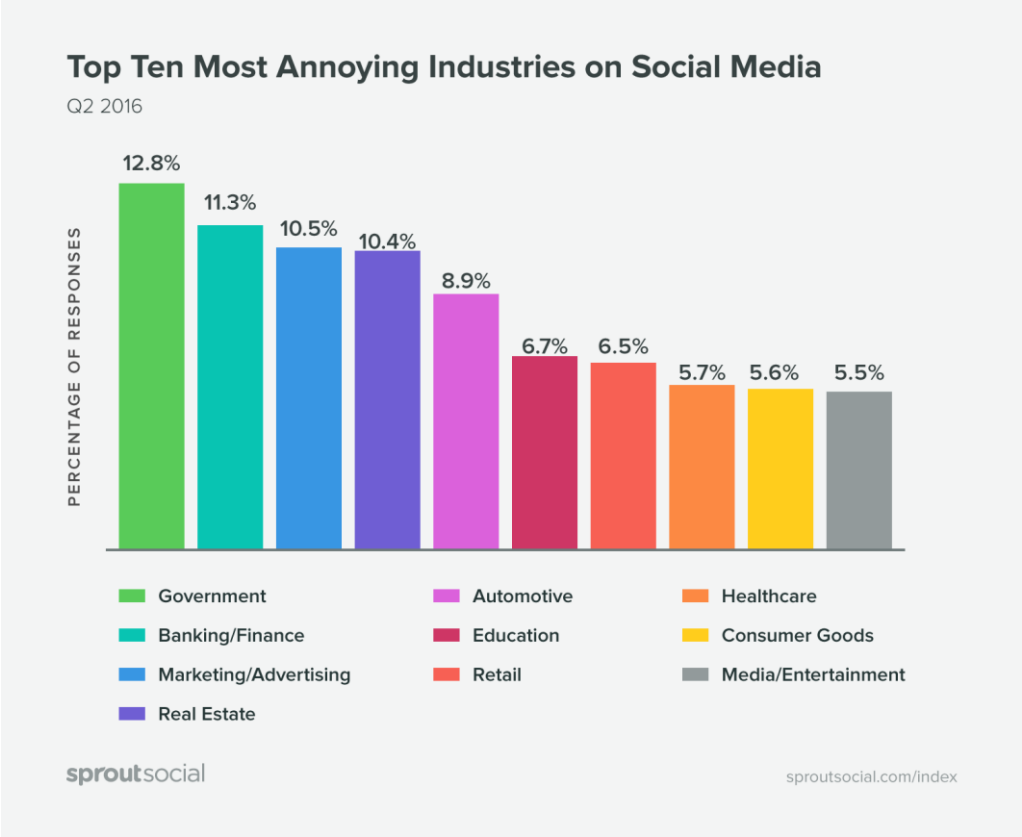
CISA

Social Media for Government

Citizen Engagement

Spread Information More Efficiently

Easier Communication



資料來源：https://sproutsocial.com/insights/social-media-and-government/

CISA

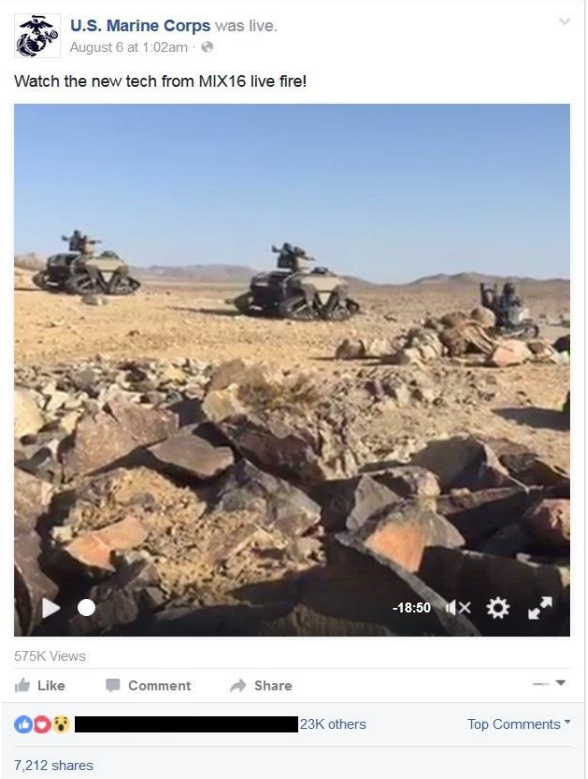
政府機關應用案例

澳洲觀光局

讓大部分的內容由遊客產生及互動，吸引全球遊客造訪

澳洲公眾服務部

源於社會安全補助金申請的抱怨，協助需要此服務的家庭獲得申請訊息

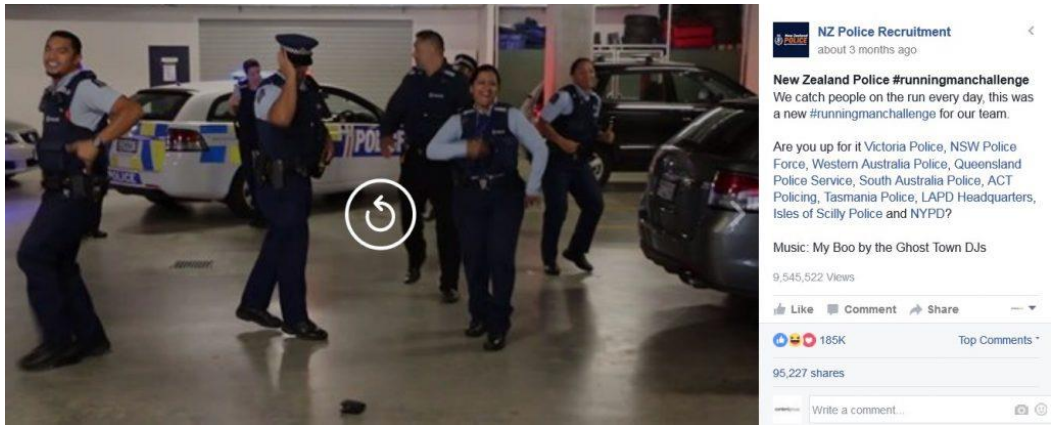


美國海軍陸戰隊

貼文內容廣泛，包括科技、政策、演講、榮譽等喚起粉絲對於戰場上事物的認知

資料來源：https://contentgroup.com.au/2016/08/great-examples-of-social-media-marketing-in-government/

政府機關應用案例



紐西蘭警察招募中心

扭轉一般大眾對於警察工作文化的認知，建立正面的形象

昆士蘭警察局

建立天然災害的資訊聯繫管道

資料來源：https://contentgroup.com.au/2016/08/great-examples-of-social-media-marketing-in-government/

我國政府機關應用案例

CISA

我國政府機關應用案例

國防部發言人
10月19日 9:55

機械化部隊就是要以速度壓迫敵人!許萬堃輔導長存錢的速度也是很驚人的~
加入軍旅讓家人過舒適生活!!
#陸軍機步234旅
#歡迎有志青年一同加入

18 萬次觀看

讚 留言 分享

3,263 最相關留言

360次分享

經濟部工業局
7月10日

【投資台灣】日商富士紡3億新廠動工

由 #日商Fujibo 投資新台幣3億元的台灣富士紡精密材料新廠，日前在 #台南科學園區 舉行動土典禮，日本Fujibo是世界知名紡織大廠，成功發展出半導體與太陽能晶圓所需的高級研磨材，本次設置的即是 #半導體研磨墊工廠，未來將客製化生產新型研磨墊，幫助國內半導體生產

更多《聯合報》精彩報導：https://goo.gl/BGSUgs

投資3億 日商台灣富士紡精密材料南科新廠動工 | 聯合新聞網

UDN.COM

讚 留言 分享

2,901 最相關留言

57次分享

國民健康署 shared a video - October 30 4:01 AM

掌聲歡迎智慧與美麗兼具的 吳映蓉博士營養天地與陽光甜美的 楊晨熙 光臨，聊聊我們的早午餐吃什麼？有哪些營養素？
除了長知識還有還有～按讚十填問卷抽好禮呦！
➡填問卷來這裡：https://goo.gl/FNM9J7
按讚十填問卷就有機會獲得高纖蔬果調理機！
活動將於10/31(二)下午17:00在健康九九網站公佈得獎者
領獎辦法：本承辦單位於得獎公告後5日內，以電話及電子郵件通知得獎者並填寫領據後，使用宅配方式寄送到指定地點。
※備註：主辦單位保留活動最後舉辦、修改、認定資格之權力
同場加映：健康知識94讚 答題Fun 送抽獎趣！活動倒數ing(至10/31)，活動詳情→https://goo.gl/JP6QNb
#營養師 #楊晨熙 #everybody作伙來
#按讚加填問卷抽好禮

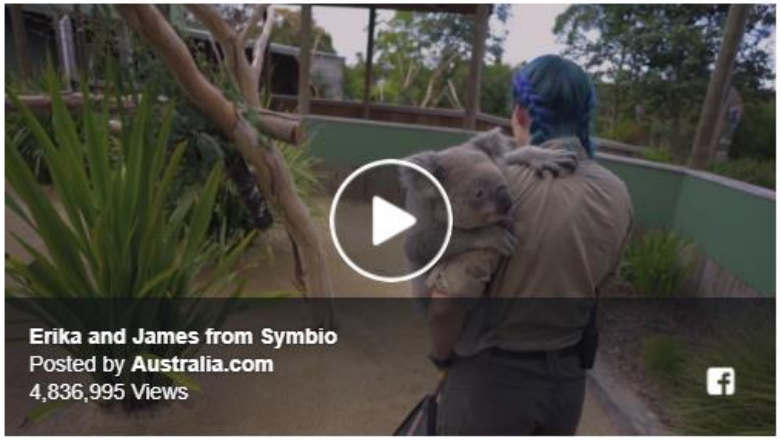
634 56 6 5 1 357 204

CISA

每則貼文都有好效果？

Top Posts

Australia.com shared a video - June 10 9:00 PM



When you're just trying to do the housework...
Video: Symbio Wildlife Park in Visit NSW

264,376 73,853 9,141 1,497 69 42 11,620 67,379

Australia.com shared a picture - June 13 11:40 PM

Challenge accepted

Timeline Photos
facebook.com

128,635 12,997 2,076 9,620 110 27 9,670 15,719

Weakest Posts

Australia.com shared a video - June 16 12:04 AM

This post is a video and has no text

0 0 0

Australia.com shared a link - August 8 5:00 AM

Want to win a once-in-a-lifetime all-expenses paid trip around Australia? Find out more below.

The Mateship
boards.greenhouse.io

37 3 2 4

資料來源：http://www.fanpagekarma.com/facebook/11071120908/SeeAustralia

CISA

粉絲成長動能在哪裡？

7-ELEVEN Facebook Insights

About: “”

Category: Brands & Co. change Most popular in: Taiwan

First Insight: 7-ELEVEN is really posting a lot.

On Facebook | Excel Export

KPI overview

Number of fans	2.5M	Posts per day	4.3
Average Weekly Growth	0.081%	Engagement	0.61%

全家FamilyMart Facebook Insights

About: “☆☆全家。就是你家。☆☆ 全家致力於提供創新的產品與服務，讓您的生活更便利、更有意思！”

Category: Brands & Co. change Most popular in: Taiwan

This is a Global Page with 25 subpages: show all

First Insight: 全家FamilyMart might rethink its growth strategy.

On Facebook | Excel Export

KPI overview

Number of fans	1.5M	Posts per day	2.3
Average Weekly Growth	0.11%	Engagement	0.35%

故宮精品 Facebook Insights

About: “”

Category: Brands & Co. > Shop change Most popular in: Taiwan

First Insight: 故宮精品 is growing a bit slow.

On Facebook | Excel Export

KPI overview

Number of fans	55k	Posts per day	1.2
Average Weekly Growth	0.48%	Engagement	0.71%

粉絲數影響成長比率

廣告與活動

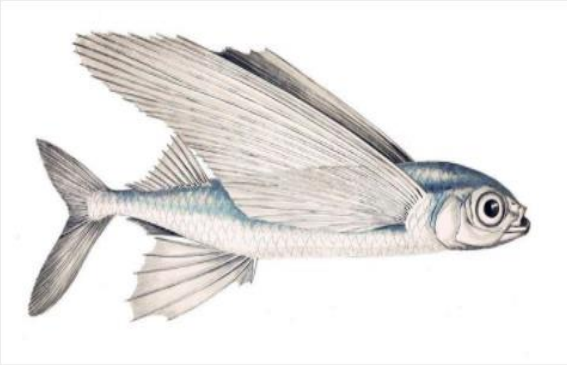
自然擴散成長

CISA

#hashtags用對了嗎

Hello,海洋（海生館活動頁）
11月6日 21:08

飛魚能在水面上滑翔超過180公尺，甚至有到400公尺的紀錄！哇!比一層樓還高↖...
據說每一群飛魚中都會有一隻全身藍色的「飛魚王」帶頭，漁民若運氣好，捕起飛魚王，數百尾飛魚會隨之飛進船里.....無法想像要是全飛進船裡，船還浮得上來嗎?!
小編覺得周一打起精神來上班，感覺又更接近夢想一步了!!
#Hello海洋 #海生館 #國立海洋生物博物館 #海洋環境保護 #海洋酷酷搜 #海洋不可不知



經濟部工業局
11月8日 15:37

11.11我們的工業節
#知識服務組
「台灣的 #製造業 和 #文創產業 一直是處於不同的端點， 唯有將兩者完美調合，才能衍生出魅力商品」。
為了鼓勵傳統產業導入設計美學、自主開發新產品來強化競爭優勢，#知服組 提供各種研發、設計、生產及品質等方面的技術輔導，協助台灣產業成功升級轉型
案例分享：
由工業設計大師 #謝榮雅 先生所創辦的 #奇想創造，以「THAT！」品牌開發一系列科技餐廚生活用品，其中最熱銷的「奶油刀」是使用高導熱金屬，在不需要用電的情況下就可以將手溫熱能傳導至刀身，迅速融化冰凍奶油！
此項成功案例說明了將台灣傳統技術結合設計，便能創造無限可能，方便你我的生活
更多經濟部工業局知識服務組主管事項
https://goo.gl/zp5pMm
更多今周刊相關報導請參考
https://goo.gl/xsX8JK

Gov.sg 分享了 Singapore Ministry of Manpower 的貼文。
11月8日 15:03

#ScamAlert - Beware of a fake MOM website phishing for personal information and data - momgov.online.

Here's the link to MOM's official website: www.mom.gov.sg.

For tips on how to identify and report fake "MOM" websites, phone and email scams, go to: www.mom.gov.sg/transact-safely-and-securely.

#Factually

翻譯年糕

Singapore Ministry of Manpower 說這專頁讚
11月7日 20:03

There is a fake MOM corporate website phishing for personal information and data - http://momgov.online.

We would like to remind everyone to be careful against ·····

更多

翻譯年糕

MINISTRY OF MANPOWER

貼文內的hashtags
1或2個，平均593次互動
3至5個，平均416次互動
6至10個，平均307次互動
10個以上，平均188次互動

參考來源：https://www.postplanner.com/how-to-use-hashtags-on-facebook/

CISA

政府社群應用目標與策略

資料來源：https://narations.blogs.archives.gov/2017/08/29/tips-for-social-media-success/

CISA

述說動人故事

- ☑ 對資訊溝通的期望成果，設定好目標與願景
- ☑ 確認內容含有信任的官方連結，讓讀者方便了解更多資訊
- ☑ 內容需含有圖片
- ☑ 使用佐證資料
- ☑ 立場要中立
- ☑ 保持輕鬆愉快，注意分享內容的合適性
- ☑ 避免使用官方才懂的技術用語或簡稱

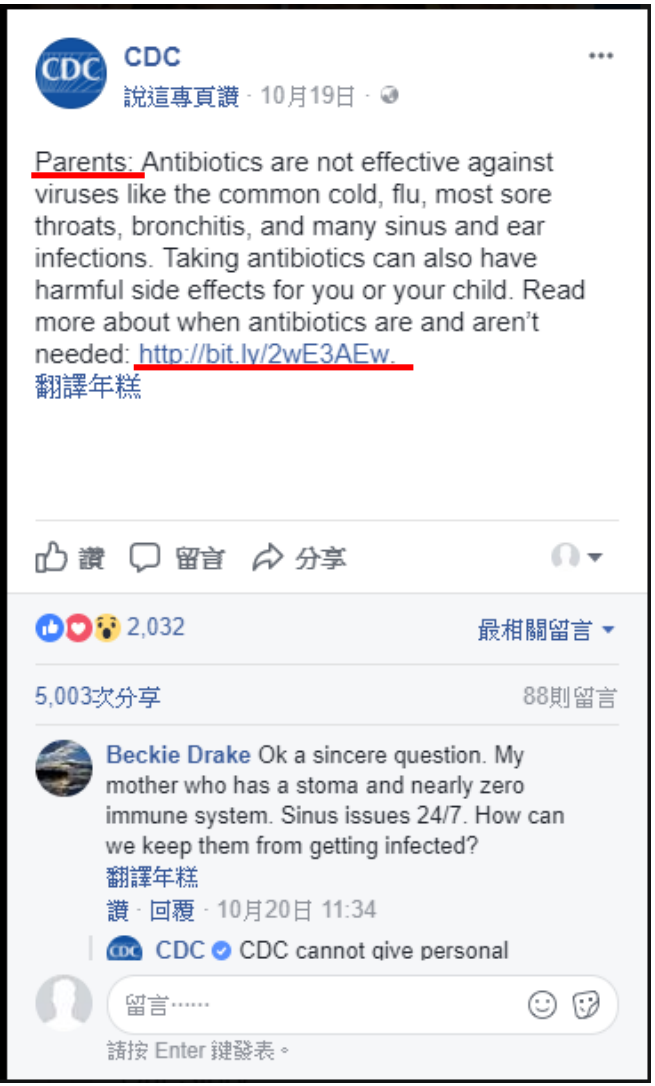
CISA

資訊溝通前的目標設定

Common Condition: What's got you sick?	Common Cause			Are antibiotics needed?
	Bacteria	Bacteria or Virus	Virus	
Strep throat	✓			Yes
Whooping cough	✓			Yes
Urinary tract infection	✓			Yes
Sinus infection		✓		Maybe
Middle ear infection		✓		Maybe
Bronchitis/chest cold (in otherwise healthy children and adults)*		✓		No
Common cold/runny nose			✓	No
Sore throat (except strep)			✓	No
Flu			✓	No

* In some cases, acute bronchitis is caused by bacteria, but even in these cases antibiotics still do not help.

CDC U.S. Department of Health and Human Services Centers for Disease Control and Prevention



CISA

貼文內容要注意的事情

- 貼文書寫法則
  1. 多使用問句
  2. 多點形容詞
  3. 使用第一人稱
  4. 白話
  5. 附加圖+資訊
  6. Call to Action
- 貼文類型可多運用各種類型(如動態、圖片、連結、影片、投影片)，FB貼文露出演算法以直播優先通知
- 主題、活動、新聞等使用熱標籤(#)
- 提供信任來源連結(gov.tw)

CISA

深化參與

- ☑ 發佈熟悉與喜愛的主題，展現熱情與專業
- ☑ 添加個人感觸或有趣的發現
- ☑ 適當回應，勿窮於應付 trolls
- ☑ 訂定社群評論政策
  - 不回應之處理方式
  - 負面評論之處理方式

CISA

觸動人心的發現與感受

Lee Hsien Loong 在 OBS 50th Anniversary Celebrations 相簿中新增了 7 張相片 — 和 Rajibul Bashar Rajib 及其他 2 人。

2017年11月30日

When I attended an Outward Bound Singapore (OBS) course in 1967, I couldn't imagine coming back half a century later to celebrate its 50th birthday!

OBS has shaped many Singaporean childhoods, including my own. The experience is a challenging and valuable one: adolescents roughing it out in the outdoors, and learning to be tough and tenacious. Our youth need to be rugged and resilient, and embody the Outward Bound motto: "To serve, to strive, and not to yield".

Do share your memorable OBS experiences below!

You can watch my speech here: https://youtu.be/SzH4vNli5-M

– LHL

翻譯年糕

Outward Bound Singapore (OBS) 分享了 Lee Hsien Loong 的影片。

2017年11月30日

Did you know that our Prime Minister Lee Hsien Loong was an OBS participant back in 1967? 50 years on, we had the honour of having him officiate our OBS50 anniversary event with the unfurling of the OBS flag and the launch of our 50th anniversary book. Together with student participants, PM Lee mounted a commemorative nautical wheel at the future home of our OBS@Coney campus.

Over 500,000 Singaporeans across generations have benefitted from the OBS experience in our first 50 years. As we journey into our next 50 years, let's continue to embody the OBS motto - "To serve, to strive, and not to yield"!

翻譯年糕

112,970 次觀看

Lee Hsien Loong

2017年11月30日

說這專頁讚

Happy 50th anniversary Outward Bound Singapore (OBS)! Here are highlights of my visit to Pulau Ubin and Coney Island yesterday. – LHL

(PMO Video by Chiez How and Alex Qiu)

翻譯年糕

讚 留言 分享

CISA

留言回應處理規範案例

評論之性質	留言回應處理規範
正面評論	由營運團隊視評論內容以簡速方式回應，表達對民眾支持的感謝
建議性評論	a.營運團隊應於24小時之內，先以簡速方式回應，並告知正式回應的時間、程序與管道。 b.營運團隊將訊息轉知機關相關處室有關網友建議。 c.機關相關處室彙整意見後通知營運團隊於社群網站公告相關建議回應說明。
負面評論	a.營運團隊先確認負面評論之屬性類別，並確認發表該負面評論之人員及其身分。 b.營運團隊先觀察相關議題負面評論之則數，無需逐篇回應，並將訊息轉知機關相關處室。 c.營運團隊先以簡速方式回應網友對於發言內容或提出問題之發言/留言之管理規範，回應的時限、程序與管道。並提醒網友所有正式回應之處理原則與程序，皆以官網為主。 d.由機關相關處室提供彙整意見後通知營運團隊於社群網站公告相關建議回應說明。

參考來源：國發會(103/5)

CISA

增加社群廣度

- ☑ 注重內容品質：貼文需相關、即時，及明確的行動召喚(CTA)
- ☑ 設定目標：決定要達成的目的與目標對象
- ☑ 傾聽：注意粉絲分享的問題與想法，發佈切合所需的內容
- ☑ 使用#hashtags
- ☑ 串聯相同屬性的政府社群

CISA

相關、即時與行動召喚

Lee Hsien Loong
昨天 9:01 ·

பொங்கலோ பொங்கல்! Happy Pongal to all who celebrate it!

Pongal is a traditional Tamil harvest festival that marks the beginning of the auspicious month of Thai. It is typically celebrated over four days with families gathering to make Pongal (sweet boiled rice) together.

The recent cold and wet weather has not dimmed the dazzling Pongal light-up in Serangoon Road. If you are looking to find out more about Pongal, or for activities to do, you can find out more at the Indian Heritage Centre. – LHL

(PMO Photo by Chiez How)

翻譯年糕

讚 留言 分享

4,886 最相關留言

1,059次分享 307則留言

Indian Heritage Centre 分享了 Lee Hsien Loong 的貼文。
23小時 ·

Pongal celebrations at Little India will be ongoing till 20 Jan! Join us at IHC to learn more about the significance of Pongal. Visit our website for more information on the upcoming activities and opening hours.

indianheritage.org.sg

翻譯年糕

Lee Hsien Loong
昨天 9:01 ·

說這專頁讚

பொங்கலோ பொங்கல்! Happy Pongal to all who celebrate it!

Pongal is a traditional Tamil harvest festival that marks the beginning of the auspicious month of Thai. ……
更多

翻譯年糕

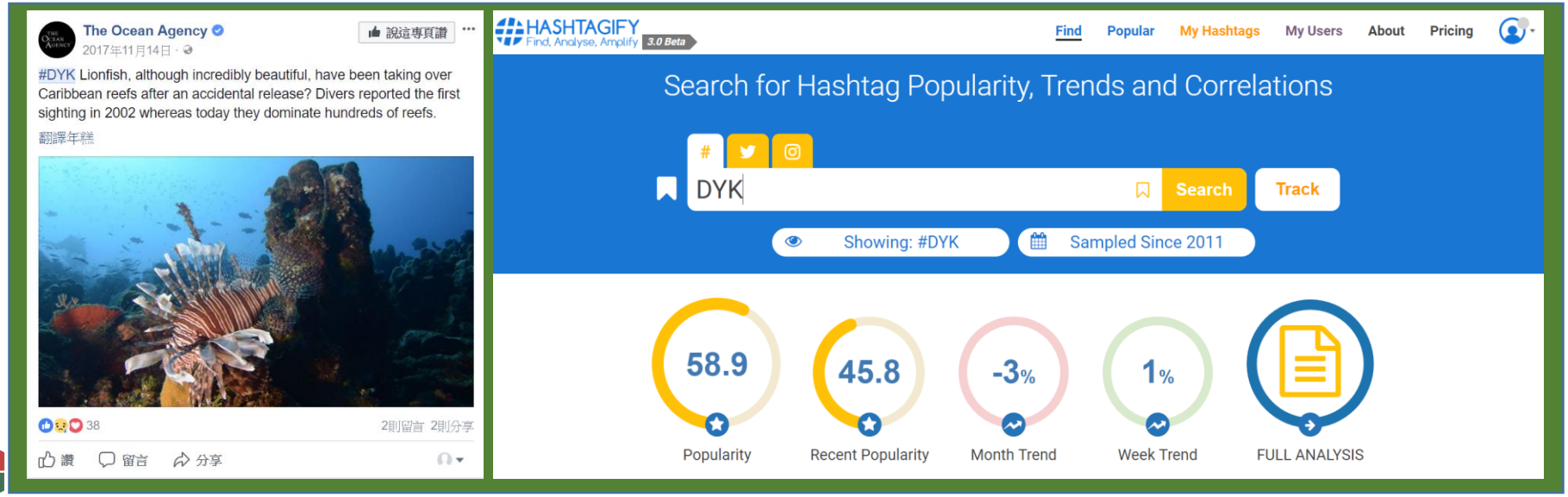
讚 留言 分享

64 依時間排列

1 次分享

CISA

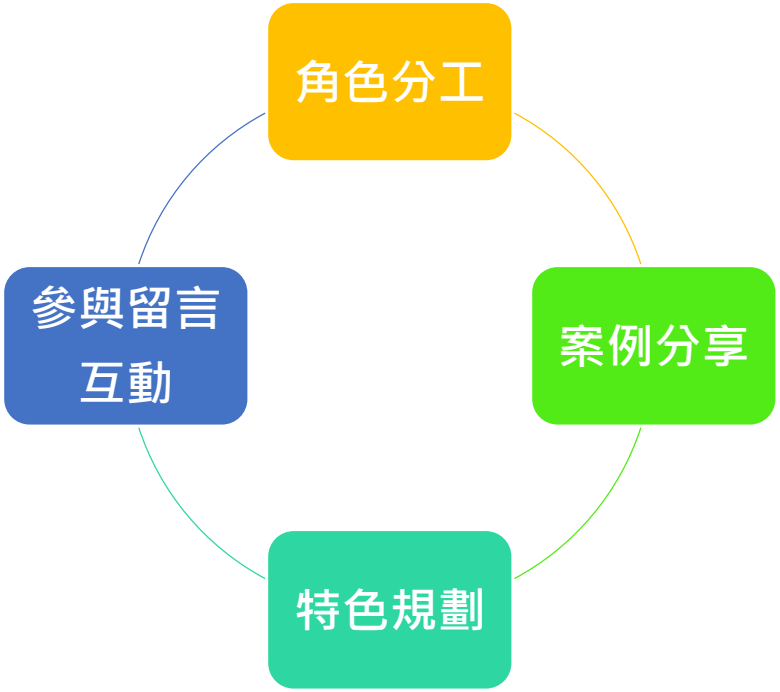
獨特性與通用性的hashtags



CISA

培養內部管理社群

- ☑ 成立社群策略工作小組
- ☑ 提供共同發展與創新的環境
- ☑ 規劃任何活動時將社群媒體列為必要事項
- ☑ 讓任何人皆可輕鬆參與



CISA

衡量指標-識別性

目標	指標項目	摘要說明
識別性 (25分)	粉絲專頁名稱之可識別性(5分)	檢視粉絲專頁之名稱應可識別機關單位中文名稱 例如：國家通訊傳播委員會
	大頭貼(5分)	檢視粉絲專頁是否提供專屬代表圖示
	封面設計(6分)	檢視粉絲專頁上之封面設計 (1)粉絲專頁是否提供封面設計 (2)封面是否定期更換
	簡介資料之完整性(粉絲專頁之「關於」頁面) (9分)	檢視粉絲專頁中「關於」頁面之簡介、機關簡介、聯絡資訊、機關服務時間等內容 (1) 提供機關類別及組織簡介，或與粉絲專頁主題相關之簡介內容。 (2) 提供機關聯絡電話、聯絡人信箱、機關官網網址等資訊。 (3) 提供機關服務時間資訊，如：平日或假日之上班時間。

CISA

衡量指標-社群廣度

目標	指標項目	摘要說明
社群廣度(20分)	粉絲頁總按讚人數(15分)	檢視粉絲專頁之總按讚人數 15分：總按讚人數20,001人以上(含) 12分：總按讚人數15,001～20,000人 10分：總按讚人數10,001～15,000人 5分：總按讚人數5,001～10,000人 3分：總按讚人數1,001～5,000人 1分：總按讚人數1,000人以下(含)
	粉絲人數平均週成長率 (5分-中位數為週成長率0.31%～0.50%)	計算檢測日前28天至檢測日之粉絲人數平均週成長率。 計算方式如下： 為求成長率之公平性與穩定性，並非單純比較檢測期間之期初及期末粉絲人數，而是分別計算各週之成長率後再取平均值。 例如：若檢測期間為14天，檢測前之粉絲人數為1000人，第1週期末粉絲人數為1200人，第2週期末粉絲人數為1500人，則粉絲人數平均週成長率計算如下： (1) 第1週成長率=(1200-1000)÷1000 * 100=20% (2) 第2週成長率=(1500-1200)÷1200 * 100=25% (3) 粉絲人數平均週成長率=(20+25)÷2=22.5%

檢測工具使用建議：https://www.fanpagekarma.com/

CISA

衡量指標-社群互動(1/3)

目標	指標項目	摘要說明
社群互動(20分)	平均每日貼文則數(5分-中位數為每週平均3~4則)	計算檢測日前28天至檢測日之平均每日貼文的則數 計算方式如下： 平均每日貼文則數=(加總檢測期間之每單日貼文則數)÷28
	粉絲參與率(Engagement)(3分-中位數為粉絲參與率0.51%~1.0%)	計算檢測日前28天至檢測日，每位粉絲對檢測期間所有貼文回應(按讚、留言、分享)之比率 計算方式如下： (1) 計算檢測期間之每單日粉絲回應率 每單日粉絲回應率=每單日所有貼文回應數÷每單日總粉絲人數 (2) 粉絲參與率=(加總檢測期間每單日之粉絲回應率)÷28 例如：若檢測期間為7天，週一有20個貼文回應及3500位粉絲、週二有0個貼文回應及3590位粉絲、週三有37個貼文回應及3700位粉絲、週四有100個貼文回應及3750位粉絲、週五有0個貼文回應及3755位粉絲、週六有0貼文回應及3760位粉絲、週日有2個貼文回應及3783位粉絲，則粉絲參與率計算如下： (1) 計算檢測期間之每單日粉絲回應率 週一：20÷3500 * 100=0.57% 週二：0÷3590 * 100=0% 週三：37÷3700 * 100=1% 週四：100÷3750 * 100=2.7% 週五：0÷3755 * 100=0% 週六：0÷3760 * 100=0% 週日：2÷3783 * 100=0.053% (2) 粉絲參與率=(0.57+0+1+2.7+0+0+0.053)÷7=0.62%

CISA

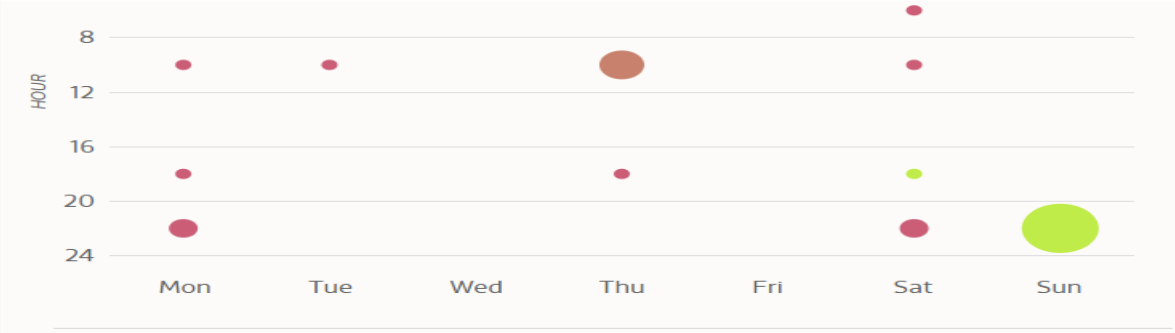
衡量指標-社群互動(2/3)

目標	指標項目	摘要說明
社群互動(20分	貼文互動率(Post Interaction)(3分-中位數為貼文互動率0.51%～1.0%)	計算檢測日前28天至檢測日，每位粉絲對每篇貼文回應(按讚、留言、分享)之比率。 計算方式如下： (1) 計算檢測期間之每單日粉絲回應率 每單日粉絲回應率=每單日所有貼文回應數÷每單日總粉絲人數 (2) 貼文互動率=(加總檢測期間每單日之粉絲回應率)÷(加總檢測期間每單日之貼文數) 例如：若檢測期間為7天，週一有20個貼文回應、3500位粉絲及2則貼文；週二有0個貼文回應、3590位粉絲及及0則貼文；週三有37個貼文回應、3700位粉絲及1則貼文；週四有100個貼文回應、3750位粉絲及3則貼文；週五有0個貼文回應、3755位粉絲及1則貼文；週六有0貼文回應、3760位粉絲及0則貼文；週日有2個貼文回應、3783位粉絲及3則貼文，則貼文互動率計算如下： (1) 計算檢測期間每單日粉絲回應率 週一：20÷3500 * 100=0.57% 週二：0÷3590 * 100=0% 週三：37÷3700 * 100=1% 週四：100÷3750 * 100=2.7% 週五：0÷3755 * 100=0% 週六：0÷3760 * 100=0% 週日：2÷3783 * 100=0.053% (2) 貼文互動率=(0.57+0+1+2.7+0+0+0.053)÷(2+0+1+3+1+0+3)=0.432%
	訪客貼文回應率(Service Level)(3分-中位數為訪客貼文回應率21%～40%)	計算檢測日前28天至檢測日，訪客貼文有獲得回應(按讚、留言、刪除貼文)之則數佔訪客貼文總則數之比率。 計算方式如下： 訪客貼文回應率=(加總檢測期間有獲得回應之訪客貼文則數÷檢測期間訪客貼文總則數)×100 例如：若檢測期間為28天，共有20則訪客貼文，其中有4則貼文獲得回應讚、5則貼文獲得留言、2則貼文被刪除則粉絲貼文回應率計算如下： 訪客貼文回應率=(4+5+2)÷20×100=55%

CISA

衡量指標-社群互動(3/3)

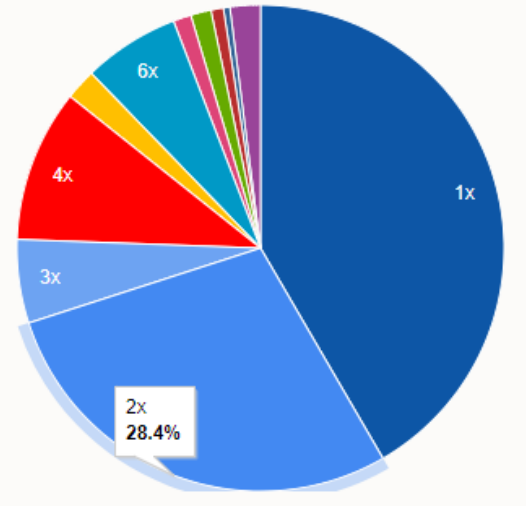
目標	指標項目	摘要說明
社群互動(20分	訪客貼文平均回應時間(Response Time)(3分-中位數為3日(72小時) 內回應)	計算檢測日前28天至檢測日，回應訪客貼文之平均時間(取所有回應時間的中間值) 計算方式如下： 考量平日與假日之回應時間可能差異過大，將不取平均值，而是取檢測期間所有訪客貼文回應時間排序後之中間值，此數值較接近實際狀況。 例如：若檢測期間為7天，訪客貼文1之回應時間為10分鐘(0.17小時)；訪客貼文2之回應時間為45分鐘(0.75小時)；訪客貼文3之回應時間為2小時；訪客貼文4之回應時間為20小時；訪客貼文5之回應時間為53分鐘(0.88小時)， 則訪客貼文回應時間計算如下： 經排序後為 0.17h, 0.75h, 0.88h, 2.00h, 20.00h 訪客貼文平均回應時間=0.88h
	訪客貼文效果時段分析(3分-中位數為每週效果佳時段2個)	統計檢測日前28天至檢測日一週中各時段粉絲貼文及互動情形，藉此分析貼文時段與互動之搭配效果。 每日各時段之圓圈越大，表示貼文數量越多；綠色越深，表示互動程度越高，將以綠色圓圈視為效果佳時段。 此檢測項目以綠色圓圈個數計分，不計圓圈大小。



CISA

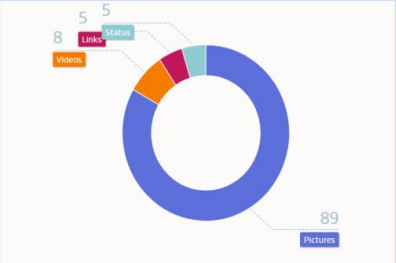
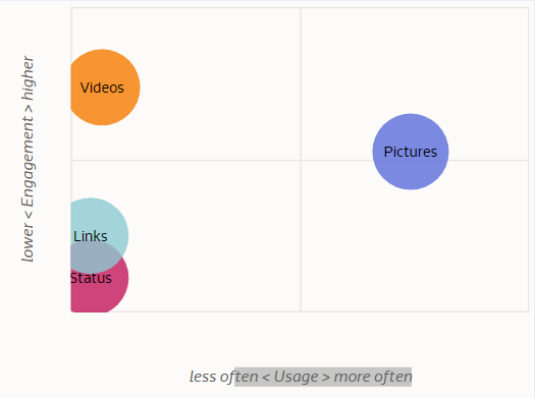
衡量指標-社群關係

目標	指標項目	摘要說明
社群關係(10)	活躍粉絲人數(5分-中位數為活躍粉絲11～20人)	統計檢測日前28天至檢測日，粉絲對貼文的互動次數(如按讚、分享、留言等)，互動愈頻繁，該名粉絲之排名越前面，依序排列活躍度。 此檢測項目以活躍粉絲人數計分。
	粉絲停留率(5分-中位數為粉絲互動2x以上(含)之比率佔21%～40%)	統計檢測日前28天至檢測日，粉絲與專頁之互動次數(按讚、留言、分享)及其所佔比率，並以圓餅圖呈現。1x代表互動一次；2x代表互動二次，以此類推；2x以上(含)的比率愈大，表示粉絲會對貼文持續關注，相對粉絲黏著度愈高。



CISA

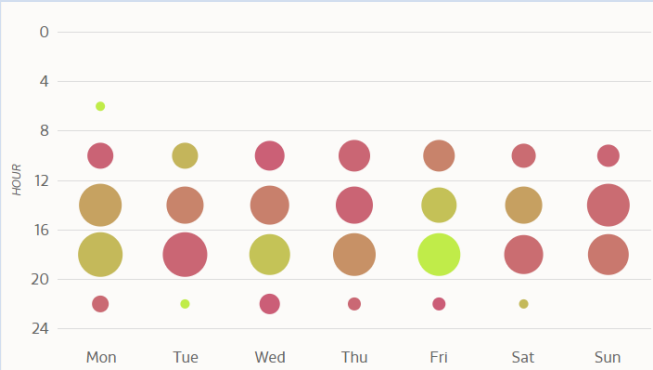
衡量指標-貼文營運(1/2)

目標	指標項目	摘要說明	示意圖
貼文營運(25分)	貼文類型多樣化(5分-中位數為貼文類型2種)	統計檢測日前28天至檢測日之貼文類型個數，並以圓餅圖呈現各類型所佔比率。 此檢測項目以類型個數計分。	
	貼文類型互動分析(5分-中位數為互動高之貼文類型2種)	統計及分析檢測日前28天至檢測日互動高之貼文類型個數，並以矩陣圖呈現互動情形。圓圈越大，表示貼文數量越多；綠色越深，表示互動程度越高。 此項檢測將以矩陣圖右上區(第2象限)之綠色圓圈個數計分，不計圓圈大小。	
	貼文類型效果分析(5分-中位數為貼文平均回應總數31～50)	統計檢測日前28天至檢測日之貼文平均回應總數(按讚、留言、分享)，並列表呈現各類型貼文之統計數值。	

Type	Total	Avg. Likes	Avg. Comments	Avg. Shares	ø Total interactions / Post
Status	0	0	0	0	0
Pictures	406	89	54	34	177
Links	1.0	20	1.0	1.0	22
Videos	48	49	8.8	13	73
Offers	0	0	0	0	0
Music	0	0	0	0	0
Slideshows	0	0	0	0	0
Others	0	0	0	0	0
Total	**455**	**84**	**49**	**32**	**166**

CISA

衡量指標-貼文營運(2/2)

目標	指標項目	摘要說明	示意圖
貼文營運(25分)	每日貼文時段效果分析(3分-中位數為每週效果佳時段2個)	統計檢測日前28天至檢測日中一週各時段之貼文及與粉絲互動情形，藉此分析貼文時段與粉絲互動之搭配效果。 每日各時段之圓圈越大，表示貼文數量越多；綠色越深，表示互動程度越高，將以綠色圓圈視為效果佳時段， 此檢測項目以綠色圓圈個數計分，不計圓圈大小。	
	常用字(關鍵字)(2分)	檢視粉絲專頁貼文內容常用字(關鍵字)之使用狀況	
	熱標籤(#hashtag)(2分)	檢視粉絲專頁貼文內容熱標籤(#hashtag)之使用狀況	
	貼文內容之可信任度(3分)	檢視粉絲專頁貼文內容之來源網址應具可信任度	

CISA

簡報結束

謝謝聆聽

CISA