

企業社群媒體分析與市場機會探索之研究

【研究問卷】

研究成果 分享業界



計畫主持人

國立高雄師範大學事業經營學系教授

譚大純 博士

研究生助理

國立高雄師範大學事業經營學系碩士班研究生

李秉智、沈麗欣

2021年4月

親愛的企業主管 您好：

感謝您與大家的努力與貢獻，使得台灣經濟能繁榮發展。近年來廠商面臨環境巨大變化，除必須持續努力開創之外，亦透過分析社群媒體中所獲得之各項資訊尋找新的市場機會。基此，我們正進行一項學術性研究，嘗試調查台灣績優企業如何透過社群媒體分析，探索與開創新的市場機會，發展企業之優勢，希望本研究能為台灣經濟盡到綿薄的學術貢獻。

這裡有一份簡單的匿名問卷，回答僅需花費您五至十分鐘的時間，麻煩您撥冗回答，並將問卷以隨信附上之回郵信封寄回。您所有的填答資料僅供學術參考之用，我們絕對謹守學術倫理，請您放心。為感謝您撥冗填卷，我們會將重要之研究結果寄回給您，供您參考。若有需要，煩請在問卷最後一頁填寫聯絡方式，我們將在 2021 年暑期將結果無償寄送給您。

由於本研究以我國績優企業為研究對象，因此調查之對象並不多。您的每一份回卷，都對本研究有莫大的幫助。為使研究如期完成，懇請您在收到問卷後能撥冗儘速填答。我們十分感謝 貴公司的大力協助。敬祝

業務昌隆 鴻圖大展

研究人員

高雄師範大學事業經營學系教授 譚大純博士

正修科技大學資訊管理學系副教授 汪昭芬博士

高雄師範大學事業經營學系碩士班研究生 李秉智、沈麗欣

[說明]

本研究所謂的「社群媒體」採**廣泛定義**，包括：

1. **內部群組式通訊軟體**，如 Line, 微信(WeChat)，或 Facebook, Messenger 軟體中之即時通訊功能。
2. **自媒體**：包括 Facebook, Instagram, Twitter。
3. **口碑式社群平台**：如 Dcard, PTT 論壇等。

以上社群媒體不論知名、不知名，或者源自國內、海外，凡是可供做企業經營參考者皆為本研究社群媒體探討之對象。

一、本大題想瞭解貴公司對不同對象在社群媒體中留言的處理方式。請根據實際狀況，在最適當之框格□內打一個「√」。

題 項	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通 意	同 意	非 常 同 意
01. 主管會分析內部群組(如 Line, Messenger 群組)中同仁發表的意見。	□	□	□	□	□
02. 同仁在內部群組中發表的重要內容會被妥善建檔、留存。	□	□	□	□	□
03. 同仁在內部群組中發表的重要內容，會成為後續市場分析的議題。	□	□	□	□	□
04. 公司內有專人分析內部群組裡同仁發表的內容。	□	□	□	□	□
05. 內部群組的內容會成為主管做決策時的參考。	□	□	□	□	□
06. 主管會分析顧客在社群媒體發表的意見。	□	□	□	□	□
07. 顧客在社群媒體上的重要評論會被妥善建檔、留存。	□	□	□	□	□
08. 顧客在社群媒體上發表的重要內容，會成為後續市場分析的議題。	□	□	□	□	□
09. 公司內有專人分析社群媒體裡顧客發表的內容。	□	□	□	□	□
10. 顧客在社群媒體發表的內容會成為主管做決策時的參考。	□	□	□	□	□
11. 主管會分析競爭者在社群媒體發表的內容。	□	□	□	□	□
12. 競爭者在社群媒體發表的重要內容會被妥善建檔、留存。	□	□	□	□	□
13. 競爭者在社群媒體上發表的重要內容，會成為後續市場分析的議題。	□	□	□	□	□
14. 公司內有專人分析社群媒體裡競爭者發表的內容。	□	□	□	□	□
15. 競爭者在社群媒體發表的內容會成為主管做決策時的參考。	□	□	□	□	□
16. 主管會分析重要夥伴(如下上游與合作廠商)在社群媒體發表的內容。	□	□	□	□	□
17. 重要夥伴在社群媒體上的重要評論會被妥善建檔、留存。	□	□	□	□	□
18. 重要夥伴在社群媒體上發表的重要內容，會成為後續市場分析的議題。	□	□	□	□	□
19. 公司內有專人分析社群媒體裡重要夥伴發表的內容。	□	□	□	□	□
20. 重要夥伴在社群媒體發表的內容會成為主管做決策時的參考。	□	□	□	□	□

二、本大題想瞭解貴公司在社群媒體中觀察市場機會的方式。請根據實際狀況，在最適當之框格□內打「√」。

題 項	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通 意	同 意	非 常 同 意
01. 在社群媒體中探索還有哪些顧客的需求未被滿足。	<input type="checkbox"/>				
02. 透過社群媒體密切關注競爭者的動態。	<input type="checkbox"/>				
03. 主管們重視並關注公司外部專業人士在社群媒體中之意見。	<input type="checkbox"/>				
04. 於社群媒體探索在現有市場基礎上推出新產品(或新服務)的機會。	<input type="checkbox"/>				
05. 於社群媒體探索在現有公司資源基礎上推出新產品(或新服務)的機會。	<input type="checkbox"/>				
06. 透過社群媒體對新市場機會做精密的風險評估。	<input type="checkbox"/>				
07. 透過社群媒體尋求比較安全、低風險的市場機會。	<input type="checkbox"/>				
08. 在社群媒體中試試運氣或奇蹟，等待市場機會。	<input type="checkbox"/>				
09. 藉由社群媒體觀察如何重新調整現有的資源來發展新的市場機會。	<input type="checkbox"/>				
10. 觀察社群媒體內容，探索影響公司績效的決定性因素有哪些。	<input type="checkbox"/>				
11. 主管會帶領同仁主動關心社群媒體內容中可能的新市場機會。	<input type="checkbox"/>				
12. 公司願意拋開公司現有的市場基礎，觀察社群媒體中可能創造新產品(或新服務)的機會。	<input type="checkbox"/>				
13. 即使社群媒體內有人表示新市場機會可能具有不確定性與風險，公司仍願意嘗試看看。	<input type="checkbox"/>				
14. 即使社群媒體上的內容呈現新市場機會可能具有不確定性與風險，公司仍然願意嘗試看看。	<input type="checkbox"/>				
15. 公司基於對自身創新能力與過去經驗的自信，在社群媒體中尋求新的市場機會。	<input type="checkbox"/>				
16. 在社群媒體中尋求新的外部資源來發展新的市場機會。	<input type="checkbox"/>				

三、本大題想瞭解貴公司分析、解讀社群媒體中留言的方法。請根據貴公司的實際狀況，在最適當之框格□內打一個「√」。

題 項	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通 意	同 意	非 常 同 意
1. 透過社群媒體上的內容，比較不同市場區隔間顧客購買行為的差異。	<input type="checkbox"/>				
2. 分析過去社群媒體的內容紀錄，以瞭解各種產品/服務項目的優劣評價或回饋。	<input type="checkbox"/>				
3. 分析顧客在社群媒體上對公司產品/服務的反應、留言、對話。	<input type="checkbox"/>				
4. 分析顧客在社群媒體對競爭者的正面肯定和負面批評。	<input type="checkbox"/>				
5. 分析社群媒體的資料，作為進一步管理和行銷工作的根據。	<input type="checkbox"/>				
6. 透過社群媒體蒐集民眾意見，以確認貴公司想瞭解的事情。	<input type="checkbox"/>				
7. 透過社群媒體上的內容，探索各市場區隔中顧客購買行為的原因。	<input type="checkbox"/>				
8. 在社群媒體中探索影響顧客購買行為的因素是哪些。	<input type="checkbox"/>				
9. 在社群媒體中探詢造成各種產品/服務消長的原因是哪些。	<input type="checkbox"/>				
10. 透過分析社群媒體中的內容，找出影響各種產品/服務業績之原因。	<input type="checkbox"/>				
11. 透過分析社群媒體中的內容，推敲各種產品/服務的消長趨勢。	<input type="checkbox"/>				
12. 根據分析社群媒體，推測各市場區隔未來可能的發展走向。	<input type="checkbox"/>				
13. 透過社群媒體上的內容，預測競爭者未來可能之行動。	<input type="checkbox"/>				
14. 透過社群媒體試探貴公司打算努力方向的可能效果。	<input type="checkbox"/>				
15. 經由社群媒體中民眾發表之內容，瞭解顧客未來偏好與行為變化。	<input type="checkbox"/>				
16. 在社群媒體中提出新產品/服務的訊息，仔細觀察後續的留言反應。	<input type="checkbox"/>				
17. 在社群媒體中提出若干方案，開放大家提供對各方案的看法。	<input type="checkbox"/>				
18. 在社群媒體中提出若干方案，舉辦線上投票(如 i-Voting)活動。	<input type="checkbox"/>				
19. 在社群媒體上直接詢問大家對公司目前困難或瓶頸的解決之道。	<input type="checkbox"/>				
20. 在社群媒體上開放徵求和貴公司產品/服務有關的新點子。	<input type="checkbox"/>				

四、本大題想瞭解貴公司社群媒體中內容的訊息特性。請根據貴公司的實際狀況，在最適當之框格□內打「√」。

	非常不同同意	不	普	同	非常同意
1. 公司從社群媒體所得到之資訊能整理成同仁易懂的專業內容。	<input type="checkbox"/>				
2. 不需要太多的討論或分析，公司容易將社群媒體上的內容轉換成有用的市場資訊。	<input type="checkbox"/>				
3. 公司可以將社群媒體分析所得的資訊(含點子、技術、問題解決方案等)妥善編纂、建置成文件或電子化資料。	<input type="checkbox"/>				
4. 社群媒體上的內容給一般公司同仁閱讀，同仁未必看得懂其中真義。	<input type="checkbox"/>				
5. 社群媒體中獲得的資訊必須由公司有經驗的同事才能解讀。	<input type="checkbox"/>				
6. 公司在社群媒體分析所得到的結果不容易在同仁間流傳、普及化。	<input type="checkbox"/>				

五、本大題想瞭解貴公司對社群媒體中內容的觀點與態度。請根據貴公司的實際狀況，在最適當之框格□內打「√」。

題 項	非常不同同意	不	普	同	非常同意
1. 透過關注社群媒體中顧客端的狀況來調整市場行動。	<input type="checkbox"/>				
2. 透過關注社群媒體中競爭者的狀況來調整市場行動。	<input type="checkbox"/>				
3. 經常依據外部專業人士在社群媒體中的訊息來調整市場行動。	<input type="checkbox"/>				
4. 重視檢視內部自身的狀況，勝於關注社群媒體。	<input type="checkbox"/>				
5. 相較於關注社群媒體，貴公司更重視應用自有的資源來發展市場機會。	<input type="checkbox"/>				
6. 貴公司經常先基於自身的警覺，再透過社群媒體尋求確認，而非完全受制於社群媒體上內容的牽引。	<input type="checkbox"/>				

六、本大題想瞭解貴公司與社群媒體中不同對象間的互動關係。請根據貴公司的實際狀況，在最適當之框格□內打「√」。

題 項	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
01. 社群媒體使得公司可從顧客端獲得資訊與知識。	<input type="checkbox"/>				
02. 社群媒體使得公司可與重要顧客保持交流。	<input type="checkbox"/>				
03. 社群媒體維繫公司與重要顧客間的關係。	<input type="checkbox"/>				
04. 社群媒體使得公司可以得知競爭者端的資訊與知識。	<input type="checkbox"/>				
05. 社群媒體使得公司可與競爭者保持交流。	<input type="checkbox"/>				
06. 社群媒體維繫公司與競爭者間的關係。	<input type="checkbox"/>				
07. 透過內部群組的討論，同仁間得以相互激盪，引發出新的想法與靈感。	<input type="checkbox"/>				
08. 內部群組使得同仁間保持密切的互惠與交流。	<input type="checkbox"/>				
09. 內部群組使得公司內部同仁間關係緊密。	<input type="checkbox"/>				
10. 透過社群媒體的討論與交流，重要夥伴(如下上游與合作廠商)與貴公司間得以相互激盪，引發出新的想法與靈感。	<input type="checkbox"/>				
11. 社群媒體使得重要夥伴與貴公司間保持密切的互惠與交流。	<input type="checkbox"/>				
12. 社群媒體使得重要夥伴與貴公司間關係緊密。	<input type="checkbox"/>				

七、公司基本資料：

1. 貴公司是屬於：批發及零售業 運輸及倉儲業 不動產業
藝術、娛樂及休閒服務業 資訊及通訊傳播業 金融及保險業
專業、科學及技術服務業 支援服務業 教育服務業
公共行政及國防 醫療保健及社會工作服務業 住宿及餐飲業
其他（請說明_____）
2. 相對於同業，貴公司之員工人數：
相對少許多 相對比較少 差不多
相對比較多 相對多許多
3. 相對於同業，貴公司之資本額：
相對少許多 相對比較少 差不多
相對比較多 相對多許多
4. 相對於同業，貴公司 2018-2020 年的營業收入：
相對少許多 相對比較少 差不多
相對比較多 相對多許多
5. 貴公司成立迄今已有_____年歷史。

以上為本研究之問卷，再次感謝您的填答。本問卷附有回郵信封，請在填寫完畢裝入信封彌封，直接投入郵筒即可，無需再貼郵票。為感謝您填答，請您在下面空白處寫下聯絡方式，我們會將重要之研究結果寄回給您，供您參考。謝謝！

姓名：_____

地址：_____

寶貴建議：

寄件人：

收件人

高雄市苓雅區 80201 和平一路 116 號

國立高雄師範大學事業經營學系

譚大純教授 收

裝訂線
