

資訊科技及通訊業 《能力標準說明》 能力單元

「營銷管理」職能範疇

名稱	利用社交媒體進行營銷調研
編號	108045L4
應用範圍	本能力單元適用於所有負責用社交媒體進行市場營銷的數碼營銷從業員。過去只有大公司才有能力負擔市場調查，然而，在社交媒體的時代，每天的每一分鐘都有數以百萬計不請自來的意見，現在大公司和小公司都有能力進行社會調研，以了解人們如何使用、討論和推薦產品和各種類別。本能力單元探討利用作為公司整體營銷活動的一環的社交媒體，進行營銷調研的能力。
級別	4
學分	3
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 利用社交媒體進行營銷調研的知識</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 具良好的項目和團隊管理能力</li> <li>• 了解社交媒體營銷知識</li> <li>• 熟悉不同的社交媒體營銷調研方法</li> <li>• 精通社交媒體數據分析技能</li> <li>• 了解公司的營銷和社交媒體策略</li> </ul> <p>2. 利用社交媒體進行營銷調研</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 根據營銷活動的目標和目的制定調研目標。例如：分析競爭力、產品擴展、產品的優勢和劣勢、產品的新用途，以及受眾對廣告和促銷的反應</li> <li>• 確定關鍵的搜索詞或詞組。為了能成功分析社交媒體數據，這可能是一個互動步驟，在更廣泛的搜索後面跟著使用術語組合或新發現的同義詞或詞組的搜索。例如：產品的品牌名稱、競爭對手的品牌名稱以及與品牌名稱相關的產品類別或活動</li> <li>• 確定用來收集數據的社交媒體數據源/渠道。例如： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 社交網站（例如面書）</li> <li>○ 視頻分享網站（例如 YouTube、Tumblr）</li> <li>○ 照片分享網站（例如 Flickr）</li> <li>○ 評論產品和服務的網站（例如 Yelp）</li> <li>○ 博客（例如 Blogger）和微型博客（例如 Twitter）</li> </ul> </li> <li>• 整理獲取的數據以使用於分析。數據的組織應是靈活的，能兼容不同形式的媒體（文本、視頻、照片、美術作品、文學等）。過程中或會利用工具協助，如：SocialMention、Google Alerts、Nvivo 等。</li> <li>• 分析數據。分析需要考慮的各種因素，包括但不限於以下各項： <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 多語言</li> <li>○ 多形式（文字、照片等）</li> <li>○ 非常大量且未經整理的數據 - 必須按主題或時段設置限制</li> <li>○ 營銷目標</li> </ul> </li> <li>• 編撰研究報告，其中包含由社交媒體平台得到的具體實例和引用說明，以及研究期間發現的任何局限，例如：在線消費者不一定有人口統計的代表性、群族選擇等</li> <li>• 記錄分析結果，並提交報告</li> </ul> <p>3. 展示專業精神</p>

## 資訊科技及通訊業 《能力標準說明》 能力單元

### 「營銷管理」職能範疇

	<ul style="list-style-type: none"><li>• 評估社交媒體的實踐經驗、技術和技巧不斷變化的狀態</li><li>• 尊重社交媒體用戶的私隱，遵守法律和最佳實踐方法</li></ul>
評核指引	此能力單元的綜合成效要求為： <ul style="list-style-type: none"><li>• 確定並制定社交媒體調研項目的目標</li><li>• 確定關鍵搜索詞或詞組，以便成功分析社交媒體數據</li><li>• 製作全面的分析報告，以達成調研目標</li></ul>
備註	