

店家學習數位教材

數據解讀攻略！0基礎看完這篇就懂！

前言

隨著數位化浪潮席捲全球，數據已成為現代企業最寶貴的資產之一。在競爭激烈的市場環境中，能夠有效收集、分析並善用數據的商家，往往能搶先一步發現潛在商機，做出更精準的決策，進而實現業績的顯著成長。

- **建立有效的數據收集系統，捕捉顧客行為與偏好**
- **解讀關鍵數據指標，找出業績增長的黃金機會**
- **運用數據洞察優化行銷策略與客戶體驗**

掌握數據先機先從了解自己的官方帳號後台開始吧！

特別感謝

本次案例分享
第三屆 特優店家
「**貓師傅整体院**」
提供

目錄

1. 數據從哪裡來？其實就在您身邊！
2. 怎麼看數據？學會找出重點
3. 認識你的顧客們 – 客群數據解密
4. 訊息該怎麼發 – 有效發文才是真行銷
5. 特優店家 實戰成績單：貓師傅整體院



**數據從哪裡來？
其實就在您身邊！**

常見數據來源

帶你複習這些數字_總覽

- 掌握訊息發送成效與用戶互動情況，共同描繪出顧客與你品牌互動的完整圖景。

1. 傳送

這是你傳送的訊息則數



3. 目標好友數

加入好友中目前仍活躍
互動的好友人數

4. 封鎖數

加入好友中
封鎖此官方帳號的人數

6. 接收的訊息

私訊聊天收到的
用戶訊息數量

7. 傳送的訊息

私訊聊天你回覆
給用戶的訊息數量

5. 活躍聊天室

本月好友後台與好友
一對一聊天次數

- 數據以一個月區間為例（貓師傅整體院提供）

常見數據來源

帶你複習這些數字_訊息

- 了解訊息發送成效，逐步修正發文調性與方式，有助提升推廣效率與轉換成效。

1. 已傳送

與目標好友 / 該則訊息
使用的標籤好友數有關

2. 已開封

好友有開啟聊天室看見
開則訊息的數量

3. 點擊的用戶

好友有點擊訊息中的任
一連結數量

4. 有播放的用戶

發送「影片」訊息時有
點擊播放的數量

5. 完整播放的用戶

發送「影片」訊息時有
完整播放該影片的數量

傳送時間 ▾	內容	1 已傳送	2 已開封 [?]	3 點擊的用戶 [?]	4 有播放的用戶 [?]	5 完整播放的用戶 [?]
2025/01/28 14:00		4,569	1,036	-	-	-

**怎麼看數據？
學會找出重點**

- 同時掌握訊息發送成效與用戶互動情況，共同描繪出顧客與你品牌互動的完整圖景。

你每個月發了幾次訊息給好友呢？

以 7 天或 30 天為單位，從圖表中可以看到官方帳號發文的分佈，明顯的尖峰代表該天有發文，尖峰數量則代表當月發文的次數：

- 每次發文都使用群發：多個等高的尖峰
- 若有使用標籤分眾發文：大小不等的尖峰

此部分是實際上月費中計算的「訊息數」來源，也是收費的依據，也是應屆應援計畫中計算訊息量成績的數字來源喔！



你的好友數有沒有穩定成長？有效好友有多少呢？

經營官方帳號最一開始的重點關鍵「好友數」成長，是官方帳號是否穩定成長、健康度觀察的重要關鍵：

👉 加入好友數 \geq 目標好友數 + 封鎖數

由於好友人數也包含用戶換機後已停用的舊LINE帳號數，好友人數通常不會等於目標好友數加上被封鎖數。

- 加入好友：是否有穩定的成長與曝光
- 目標好友：最為重要，可接觸溝通的族群，數字越高帳號越活躍
- 封鎖：發訊息收不到、無法主動接觸的族群；可透過廣告誘因促使消費者解開封鎖

定期追蹤好友成長與封鎖，以助於適時調整帳號經營策略！

分析

可確認每日加入好友人數，以及收到的聊天訊息則數等。

7天 30天

訊息則數

傳送

6,479 \downarrow 54%

相較於過去30天

好友

加入好友

5,401 \uparrow 320

相較於過去30天

目標好友數 \odot

4,128 \uparrow 219

相較於過去30天

封鎖

1,233 \uparrow 99

相較於過去30天

聊天

活躍聊天室 \odot

723 \downarrow 19%

相較於過去30天

接收的訊息

2,113 \downarrow 14%

相較於過去30天

傳送的訊息

859 \downarrow 12%

相較於過去30天

○ 數據以一個月區間為例（貓師傳整體院提供）

你與好友私下有互動嗎？客服熱絡嗎？

除了官方對外的「群發」、「分眾發」文之外，店家常說的「一對一私訊」的數字就是這一塊數據呈現：

- 您的好友是否會透過「接收的訊息」來與您互動？
- 您是否會透過「傳送的訊息」與客戶維繫、貼標？

多經營此部分，可以加強店家與客戶的緊密程度！

又此部分不會算在月費訊息量，亦不會對此部分訊息進行收費。



○ 數據以一個月區間為例（貓師傅整體院提供）

認識你的顧客們 客群數據解密

攻克顧客心從了解好友組成開始

○ 途徑：官方帳號後台 → 分析 → 好友

用好友成長趨勢檢視你的行銷操作！

以 7 天或 30 天為單位看好友的變化趨勢

對照你近期的行銷操作

特定的「**實體活動、優惠促銷、產品上市**」

都有可能帶動好友的劇烈變化

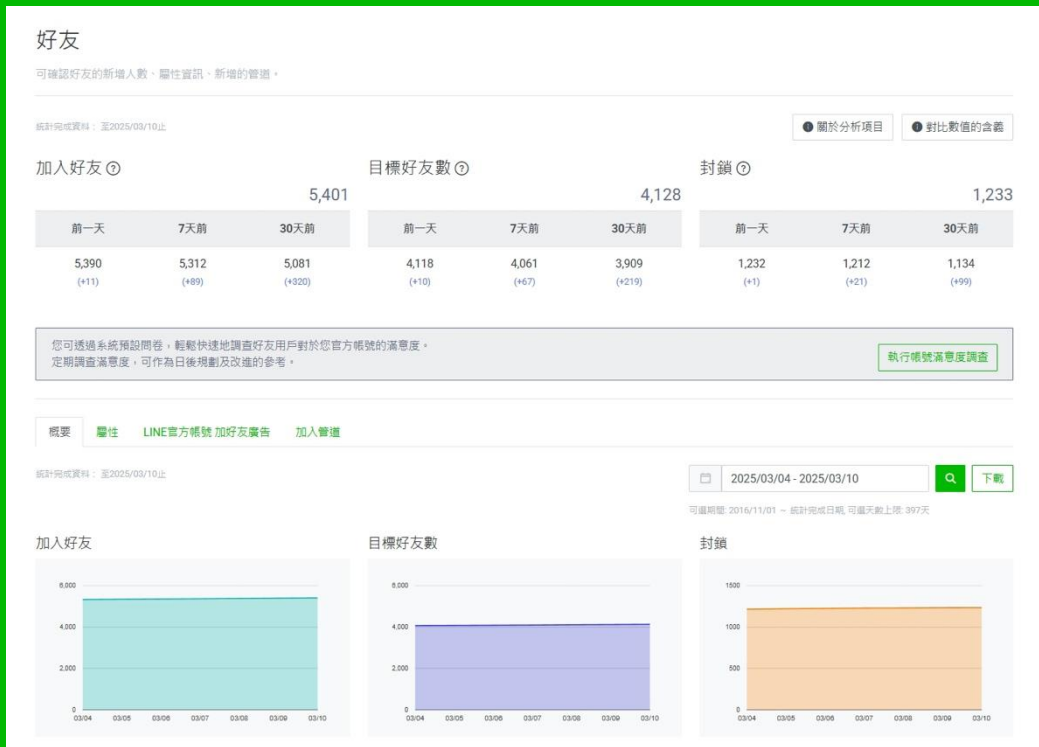
相對「**特定對象**」、「**太頻繁**」的活動或促銷

若沒有搭配**分眾發文**

亦可能造成較大的封鎖數提升

將觀察到的現象反饋於你的發文操作

才能找到最適合自己客戶的發文頻率與調性



○ 數據以一個月區間為例（貓師傅整體院提供）

統計數據解讀

攻克顧客心從了解好友組成開始

○ 途徑：官方帳號後台 → 分析 → 好友 → 屬性

好友輪廓看這裡，為其量身制定推廣內容事半功倍！

性別與年齡分布：

- 該頻道的組成男女比、年齡區間，都會直接影響素材及發文內容應更趨向哪類型
- 例如：「貓師傅整體院」的好友女性比佔六成，那麼發文就可以更趨向體貼呵護、可愛或溫柔形象的角度，更能影響該客群的消費偏好

應用內容

#貓師傅系列 #好媽媽日常文藝

👉 已經送完份囉！上週是小朋友的生日快樂，這週就換約在「粉粉」以上課有效啦！【系列 / 期間限12小時】
(優惠期從週二起)

👉 免費諮詢或諮詢 👉
👉 預約優惠及贈品 👉
👉 預約優惠及贈品 👉
👉 預約優惠及贈品 👉

👉 預約優惠及贈品 👉
👉 預約優惠及贈品 👉
👉 預約優惠及贈品 👉

👉 預約優惠及贈品 👉
👉 預約優惠及贈品 👉
👉 預約優惠及贈品 👉

參考圖片

應用內容

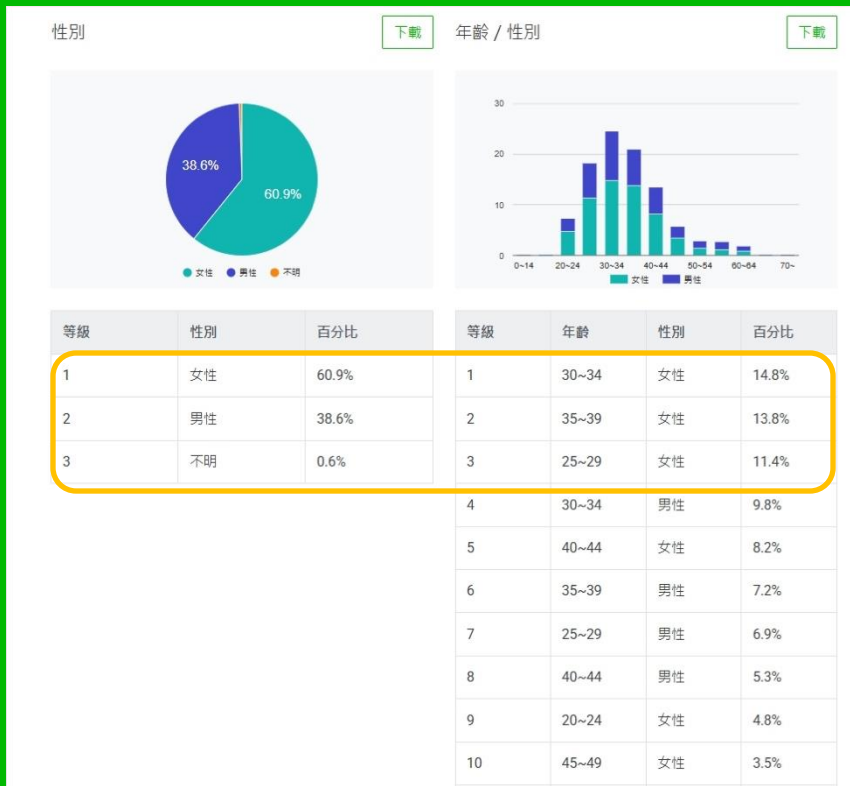
👉 每日提前學，每月限定優惠大派送 👉
一日之計在於晨，而一年之計在於春 👉
在開春之際，當然要先來點粉一養囉~

#貓師傅 已先請示囉 👉 請去老師
要來舉辦好媽媽好友加碼送禮活動

👉 只要在四月期間，推薦親友預約 #貓師傅
👉 推薦人送 → 300 現金 + 加碼禮券量 LINE 抽獎
👉 被推薦人凡預約 60 分鐘以上全身項目
→ 送 30 分鐘頭頸按摩 (贈三天前預約)

春天就要開始，新的一年更替來臨
請多多向 #貓師傅 預約次禮
讓我們的一條繩活活讓更多人呢!

參考圖片



○ 數據以一個月區間為例 (貓師傅整體院提供)

攻克顧客心從了解好友組成開始

○ 途徑：官方帳號後台 → 分析 → 好友 → 屬性

好友輪廓看這裡，為其量身制定推廣內容事半功倍！

地域分布的策略啟發：

- 深耕核心區域：值得更深入的區域細分，探索不同區域的差異性需求
 - 通常為實體店面主要所在的區域
 - 純線上商城類店家則這塊相較不明顯，但通常是商品主力銷售地區
- 鞏固次要市場：需要專屬的行銷策略以提升滲透率
 - 該區域觸及的好友有機會前往消費或下單，可在推廣優惠時多加觸及
- 探索潛在市場：初步接觸的新興市場，可以嘗試更多在地化的推廣

等級	地區	百分比
1	新北市	77.3%
2	台北市	12.6%
3	不明	3.9%
4	桃園市	2.2%
5	高雄市	1.7%
5	台中市	1.7%
6	宜蘭縣	0.6%
7	台南市	0.0%
7	基隆市	0.0%
7	新竹市	0.0%
7	嘉義市	0.0%
7	新竹縣	0.0%
7	苗栗縣	0.0%
7	彰化縣	0.0%
7	南投縣	0.0%
7	雲林縣	0.0%
7	嘉義縣	0.0%

○ 數據以一個月區間為例（貓師傅整體院提供）

如何運用這些數據優化您的策略？

讓好友更喜歡
我的產品與服務

1. **視覺設計選擇**：更符合主要人群的美學偏好
2. **訊息內容創作**：使用與核心客群產生共鳴的語言和文化參考
3. **產品開發**：緊密對接目標客群在特定階段及需求
4. **媒體投放策略**：選擇更能觸及這些人群的管道和時間

讓好友更有機會
前往消費或下單

1. **線下活動規劃**：優先在核心區域舉辦體驗活動或快閃店
2. **配送與服務優化**：為核心區域或其他市場提供更便捷的配送或服務選項
3. **區域化內容**：在 LINE 訊息中加入對想推廣的區域提及在地元素，增強親近感
4. **拓展策略**：制定針對性的計劃貨活動，逐步提高在其他的區域佔有率

○ 途徑：官方帳號後台 → 分析 → 好友 → 管道

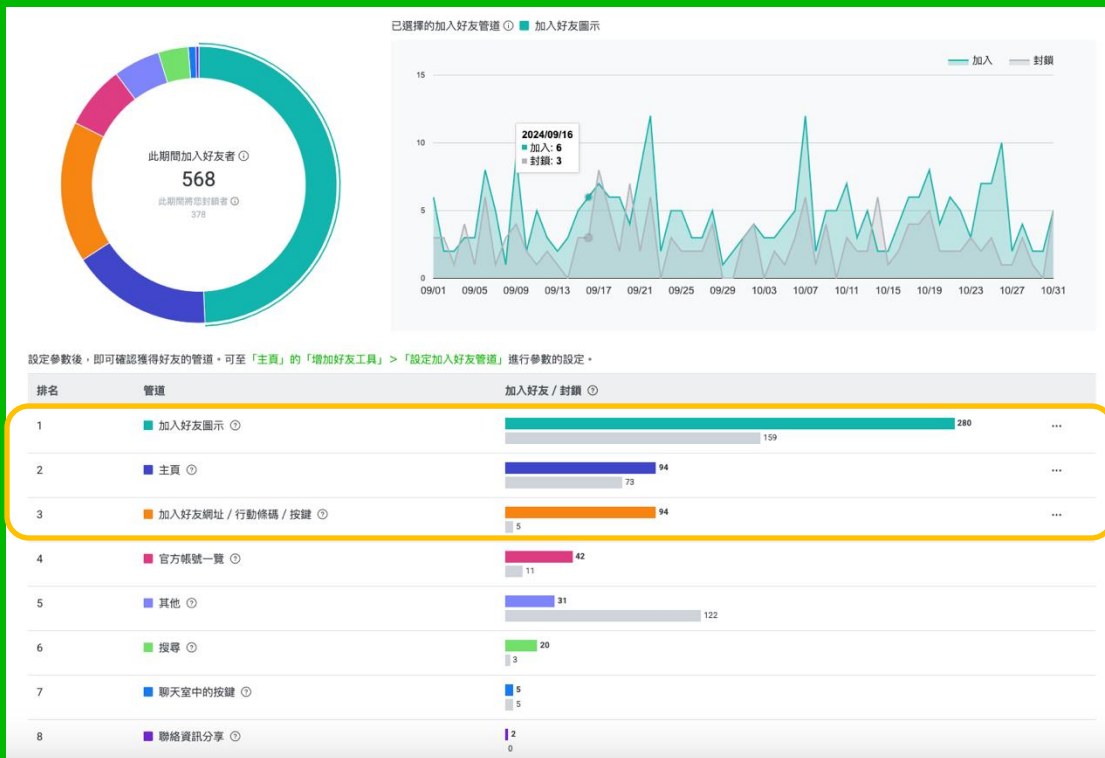
哪裡收集會員最有效果？

官方帳號中的渠道：

- 渠道包含主頁、網址、搜尋、圖文表單等
- 透過了解好友的來源分佈，可以推論在什麼頻道行銷推廣效益最佳、什麼頻道封鎖率較低，能招募到較活躍的好友

其他通路渠道：

- 可利用後台「增加好友工具」產生連結、QRcode、優惠券等素材
- 透過上述素材加入官方帳號的好友數據亦可在表格中觀察到



加好友工具有哪些選項？工具共分三大類

線上宣傳



建立網址

您可以建立透過社群平台或電子郵件來分享的加好友用的網址。



建立加入好友行動條碼

您可以建立透過社群平台或電子郵件來分享的加好友用的行動條碼。



建立優惠券行動條碼

建立可顯示店家優惠券及加好友的行動條碼。



建立按鍵

您可以建立設置在網站或部落格上的「加入好友」鍵。



設定加入好友管道

設定後即可確認好友的加入管道。



建立好友推薦優惠券

可建立吸引用戶之間互相加好友的好友推薦優惠券。

店頭宣傳



建立海報

您可以建立張貼在店鋪內的宣傳海報。



建立集點卡

可以在發行集點卡時，鼓勵顧客將您加入好友。

連結LINE服務以增加好友人數



如何運用來源數據再接再厲獲得新好友？

歡迎各路好友
加入官方帳號
從此網友變好友
好友變老朋友

1. 強化主要引流渠道：

- 將QR碼放在更顯眼的位置，或產品包裝上印製QR碼，確保網站訪客容易找到
- 在官網或其他社群平台置入官方帳號連結，將客戶導入官方帳號統一管理

2. 提升 LINE 搜尋可見度：

在帳號簡介加入相關產品服務關鍵詞，並定期更新帳號資訊，保持活躍度

3. 導入數位支付工具：

結合 LINE Pay 支付，綁定官方帳號，讓客戶付款之餘順手加入帳號，以便後續用發文促導回購

4. 使用廣告版位：

嘗試加好友廣告或其他廣告投放，並將連結設為官方帳號連結，讓潛在客戶通通變好友！

**訊息該怎麼發
有效發文才是真行銷**

好友，你看見了嗎？

○ 途徑：官方帳號後台 → 分析 → 群發訊息

我的資訊底有沒有傳遞出去？

觀察開封狀況、點擊與播放狀況判斷哪則訊息更符合你的目標客戶，又哪類型貼文應該要被改善

- 可以觀察自己傳送的訊息的開封率，觀察好表現，嘗試各種組成與可能，找到屬於品牌的專屬調性
- 一般開封率大約落在3-4成
(僅供參考)

傳送時間	內容	已傳送	已開封	開封率	轉換的用戶
2024/02/05 16:26	 #貓師傅 重要公告 特快車來囉🚗🚗...	2,558	1,194	46.7%	-
2024/02/01 12:18	 讓 #貓師傅 成為嶄新的療 癒據點吧!!...	2,554	1,227	48%	-
2024/01/01 15:57	 時間進入最後一個禮拜， 新的一年即將降臨🎉...	2,426	1,366	56.3%	-

○ 數據由貓師傅整體院提供

好友，你看見了嗎？

○ 途徑：官方帳號後台 → 分析 → 群發訊息

好友們喜歡看什麼類型的訊息？

觀察不同的貼文種類開封、點擊、播放的數量與比例，找到目標客群的偏好，提升發文成效及調整角度或形式

- 圖文訊息：可以置入導購、網頁、報名等「**連結**」
- 多圖訊息：每一格皆有自己的點擊率可以觀察，**越前面的內容通常效果越好**
- 其他：亦有「**LINE VOOM**」、「**影片貼文**」等多元發文形式

傳送時間	內容	已傳送	已開封	點擊的用戶	有播放的用戶	完整播放的用戶
2024/10/18 18:10		4,461	662	-	-	-
2024/10/14 16:00		4,460	524	23	-	-
2024/10/04 18:02		4,421	629	-	379	-

特優店家 實戰成績單

貓師傅整體院 數據實戰成績單



多元發文形式，搭配適合的發文頻率

- 每月壽星貼文表現佳，平均貢獻該月 10-20%業績。
- 至少每月一則促銷、活動訊息，開封率最高達五成。

利用加好友廣告好友數翻倍不是夢！

- 利用廣告版位搭配促銷內容，單月好友數增加 186%

找到有價值的客群，分眾提供專屬訊息與服務

- 將客戶分為潛力、新客、一般客、回頭客給予不同內容，前 20% 會員給予特別關注，業績貢獻可達六成！

LINE for Business

用 LINE 做生意

其他經營密技：

<https://tw.linebiz.com/e-learning/data-operate/>