



2023

食品產業口碑行銷 專案提報

- 現況分析
- 市場觀察
- 定位建議
- 案例分享



1

台灣食品產業發展

2

口碑行銷方案

3

口碑文章案例

4

重點結論



1

台灣食品產業發展



社群店商功能
日趨完善



線上購物
取代線下消費



實體
接觸下滑



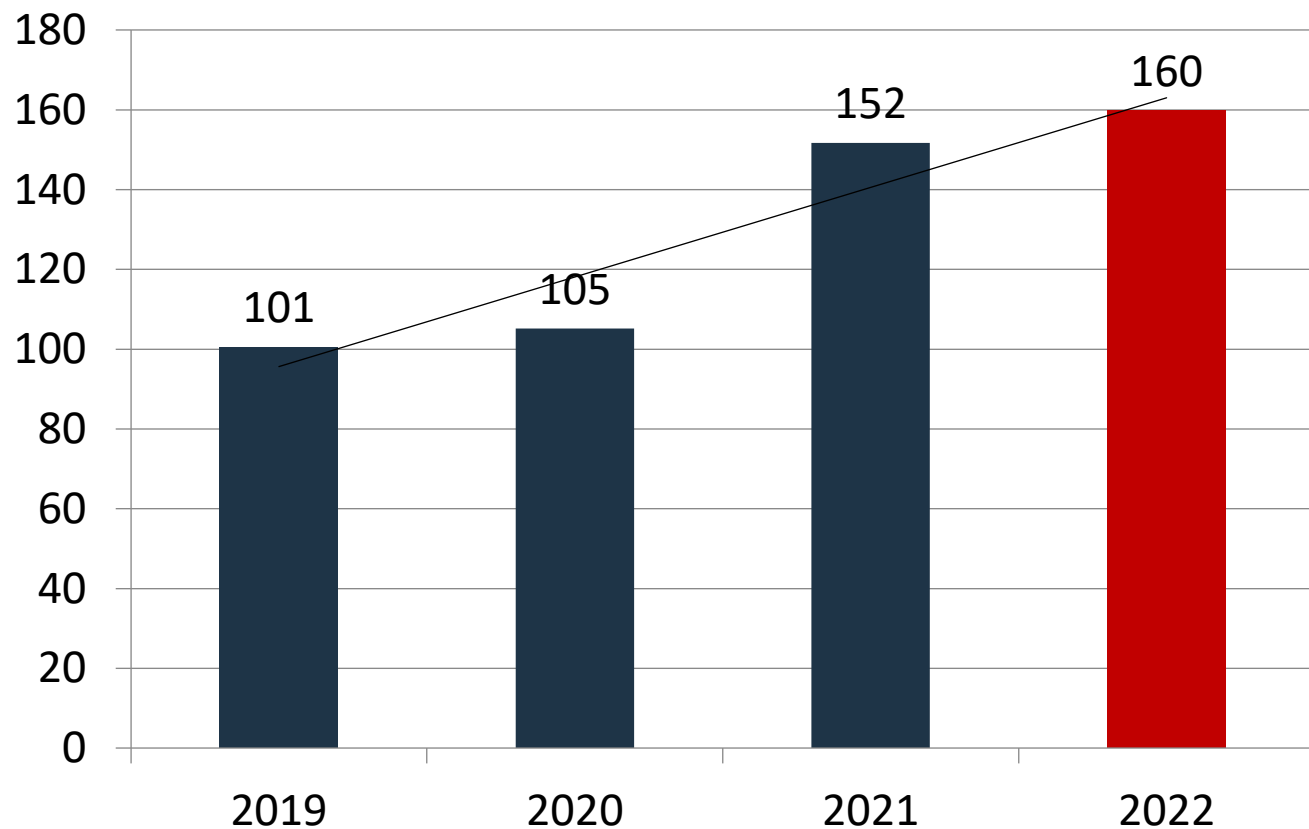
消費者養成線上
購物習慣

疫情後

消費型態改變 與 社群商務的高度發展

- 這幾年隨著Covid-19疫情的發展，以往線下購物為民眾消費的主流管道，**逐漸轉往以線上購物為主**，根據eMarketer估計研究機構估計，全球店商銷售額將來到近6.4兆美元(約177兆新台幣)，占整體零售額的1/5。
- 另外，根據資策會產業情報研究所（MIC）針對台灣消費者的電商消費行為的調查指出，台灣有逾9成（92%）的消費者，常在綜合型電商平台進行網購，已超越實體零售網購通路（35%）。因此在社群與電商當道的時代，食品產業早已運用**線上口碑行銷**的方式積極布局品牌，搭上社群商務發展的趨勢，讓品牌掌握最大的行銷優勢。

銷售金額：億元



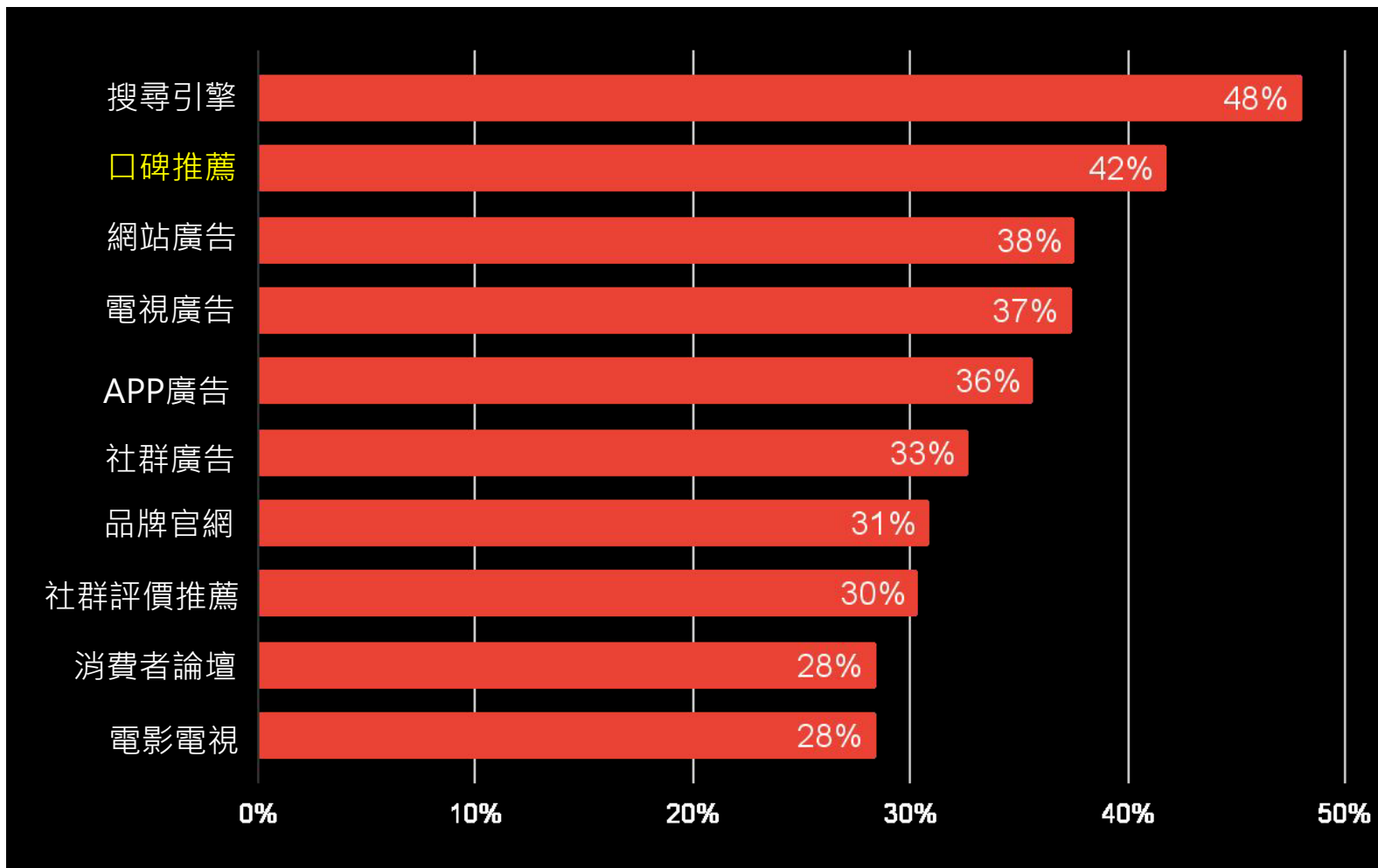
台灣食品(含飲料)等 零售業網路銷售金額

拜疫情之故，
台灣近四年食品及飲料等產業的網路銷售金額逐年增長，去年(2022)年已超過160億新台幣，且有持續看漲之趨勢。

資料來源：經濟部統計處

食品產業最佳品牌行銷途徑

行銷管道



根據We Are Social調查指出，台灣網路使用者認識新品牌(產品)的途徑為：搜尋引擎(48%)、口碑推薦(42%)、網站廣告(38%)，因此善用口碑行銷透過網路社群進行高效傳播，增加商業效益。

由於食品產業指消費者的身體及健康息息相關，屬於在「信任經濟」下發展的產業，**消費者更傾向相信廣泛的消費經驗**，因此口碑行銷更顯得重要。

資料來源：We Are Social

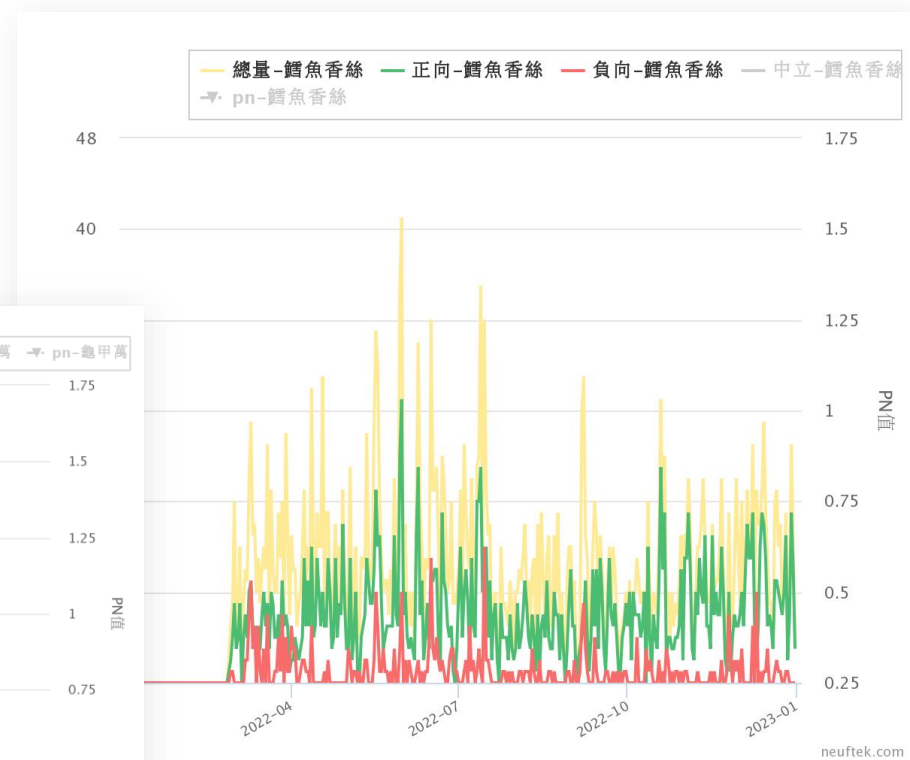
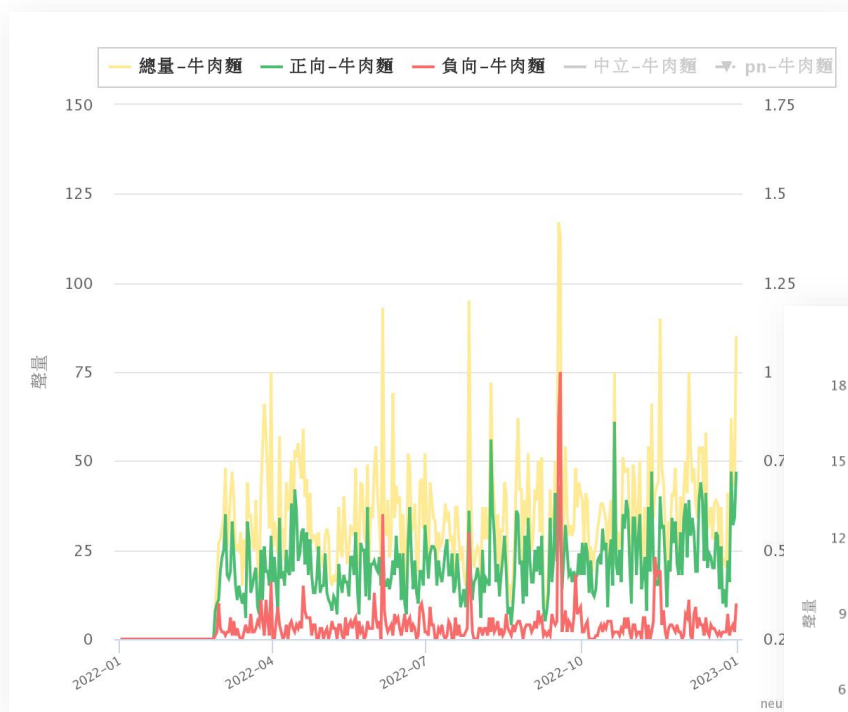


2

口碑行銷簡介

口碑健檢

透過輿情系統進行網路聲量與正負評檢測，以利口碑行銷之策略制定及成效檢視。



論壇行銷平台-PTT

【看板列表】 批踢踢實業坊				
[←][g]回上層 [→][r]閱讀 [↑][↓]選擇 [PgUp][PgDn]翻頁 [c]新文章 [/]搜尋 [h]求助				
編號	看板	類別	中 文 敘 述	人氣 板 主
1	Gossiping	綜合	◎[八卦] 八卦板	爆!ubcs/mother/
2	Stock	學術	◎[股票] 徵文活動開始	爆!Assisi/lapti
3	C.Chat	閒談	◎[希洽] 歡迎來到ptt vtuber版	爆!redDest/qwer
4	NBA	NBA	◎[NBA] NBA新任板主熱烈募集中!!!	爆!EZ78/saturda
5	Baseball	棒球	◎[棒球] Baseball is Life	爆!TRosenthal/m
6	HatePolitics	Hate	◎[政黑] 發文前請先詳閱板規!	HOTRrrxddd/zeus
7	Lifeismoney	省錢	◎[省錢] 省錢板 發文要有省錢點	HOTsupersax/med
8	LoL	遊戲	◎[LoL] 尻尻站台推薦	HOTsamhou6/luna
9	car	車車	◎[汽車] 大家要注意板規1-8喔	HOTMunezSu/sait
10	home-sale	房屋	◎[房屋] 禁無關看板新聞/租賃廣告	HOTangel07
11	Tech_Job	工作	◎[科技] 版規三政治水桶恢復至7天	HOTmmkntust/lov
12	Military	軍事	◎各國軍事專業討論分享 請詳閱板規	HOTmmmimilltw/s
13	KoreaStar	韓國	◎[韓星] 請多多善用韓樂韓綜韓劇板	HOTmon60819
14	movie	綜合	◎[電影] 請注意防雷/分類/電影點	HOTckshchen
15	PC_Shopping	硬體	◎[電蝦] 祝大家2023都能當分子	HOTAreLies/WeAn
16	sex	男女	◎[西斯] 貼文規範暫緩，板規照常	HOTFallRed/Assi
17	Beauty	聊天	◎[表特] 貼文規範暫緩，板規照常	HOTr66/soulknig
18	basketballTW	籃球	◎[台籃] 例行賽 - 板主徵選中	HOTnowandnew/ya
19	MobileComm	資訊	◎[通訊] 手機情報o資費比較o交易x	HOTstarskyjth/g
20	Japan Travel	旅遊	◎過年出國請事先準備好不要怕麻煩	HOTsinohara/air

1	baking	烘焙	◎[烘焙] 發文前，務必詳閱板規
2	Barista	咖啡	◎連鎖咖啡板
3	Bingo	美食	◎冰品與水果研究室
4	Bread	美食	◎歡迎分享麵包大小事
5	CAFENCAKE	美食	◎這裡是咖啡蛋糕板
6	Canned	美食	◎罐頭食物板
7	chocolate	美食	◎巧克力板 深邃風味的誘惑
8	Coffee	咖啡	◎咖啡 秋意漸濃
9	cookclub	烹飪	◎歡迎分享手做美食
10	CVS	資訊	◎[CVS] 沙漠綠洲-便利商店
11	Drink	飲料	◎[飲料] 熱呼呼的飲料板
12	EatToDie	美食	◎[飽飯] 能吃就是福
13	fastfood	美食	◎[速食] 盜號盛行！注意帳號安全
14	Food	美食	◎美食板
15	fruits	美食	◎[水果] 天天吃水果 健康你和我
16	HerbTea	嚙茶	◎ 健康花茶·健康草茶
17	Instant_Food	美食	◎防疫在家吃即食最好
18	L_FoodAndDri	小組	◎美食新世界組務版
19	love-vegetal	美食	◎素食版~蔬食
20	Nightmarket	美食	◎※吃喝玩樂大彙集。盡在夜市裡※



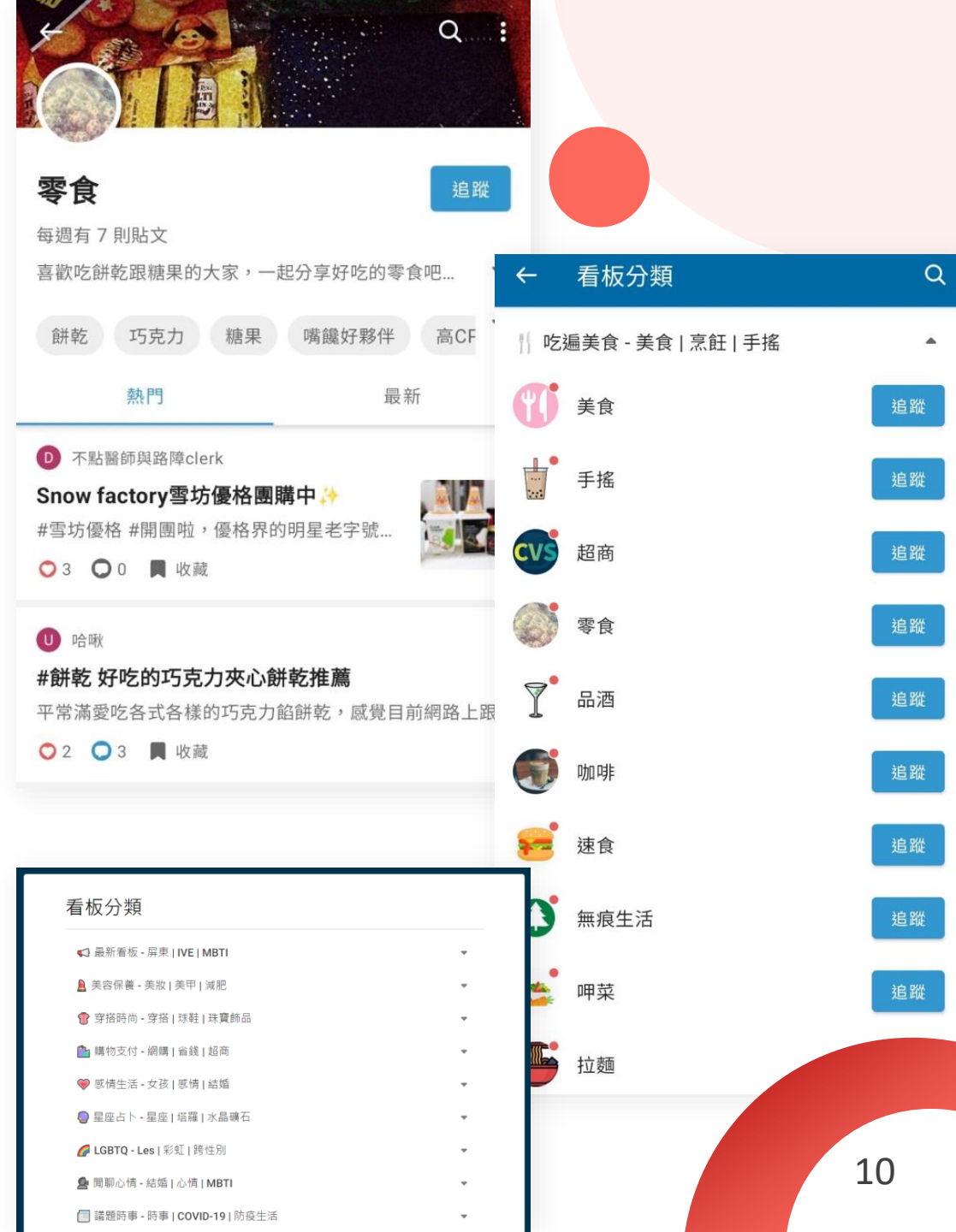
- 全台最大社群論壇，根據數據統計，每日上站人次超過5百萬，熱門時段同時在線人數可高達12萬人。
- 社群內各大看板多元豐富、討論內容詳細，造就龐大瀏覽受眾，年齡涵蓋25-50歲等青壯年階層。

論壇行銷平台-Dcard



每月訪客超過2千4百萬人，
註冊人數超過1百萬人，
主要瀏覽受眾為
18-25歲的青年族群。

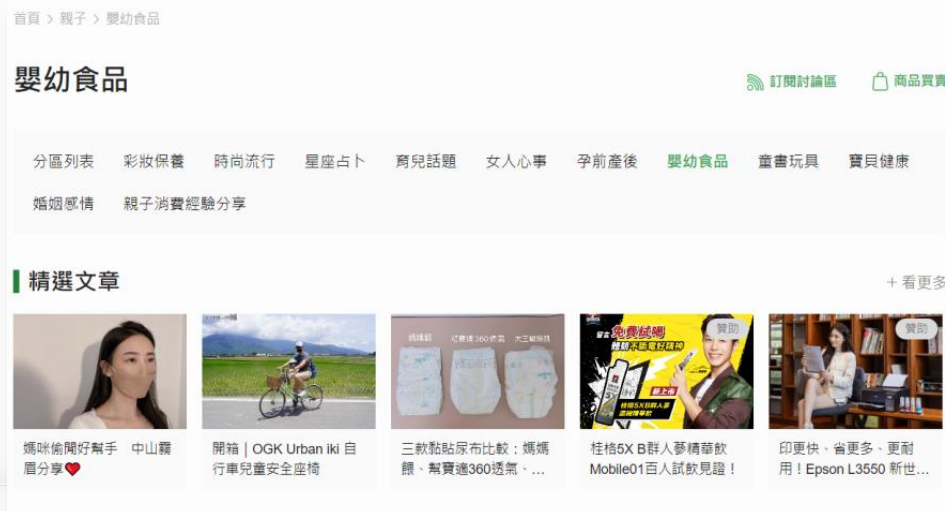
- Dcard社群論壇自2011年推出至今已超過10年，除與大學生生活相關之討論看板外，**其他各分類看板也逐漸發展成熟。**
- 由於第一波大學生使用者皆已出社會，因此Dcard現今增加許多針對親子、婚姻、工作等相關的看板，年齡層有略微上升的趨勢。



論壇行銷平台-Mobile01

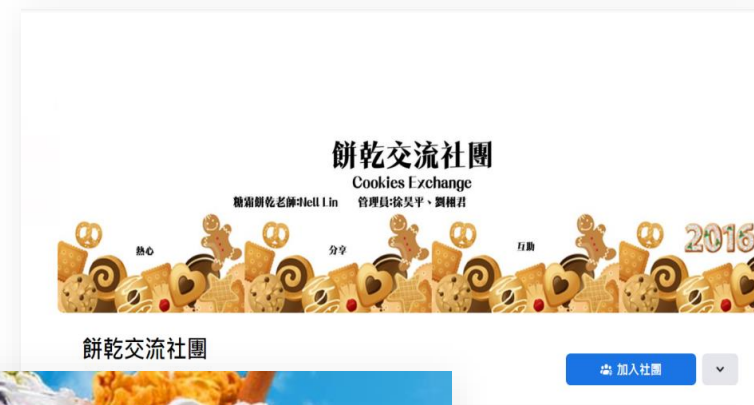


- 每月訪客超過3千5百萬人次，註冊人數超過3百7十萬人，主要瀏覽受眾涵蓋30-55歲。
- Mobile01論壇以3C、車子、房子、投資類別討論居多，因為是高單價的產品，年齡層相比其他論壇有較高的趨勢，且討論內容較專業深入。

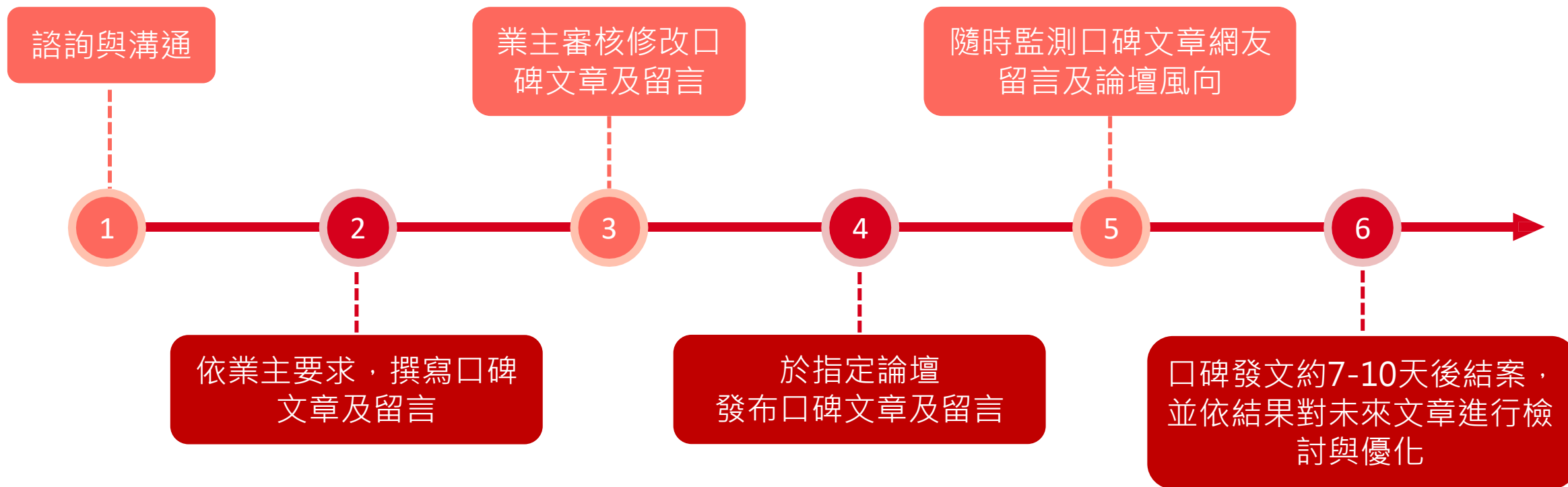


論壇行銷平台-Fb社團

- FB社團創設自由度高，因此各式社團五花八門。
- 可在大型熱門社團(譬如爆料公社、我是XX人)，或依照客戶與產品需求進入特定社團進行口碑行銷。



口碑行銷服務流程



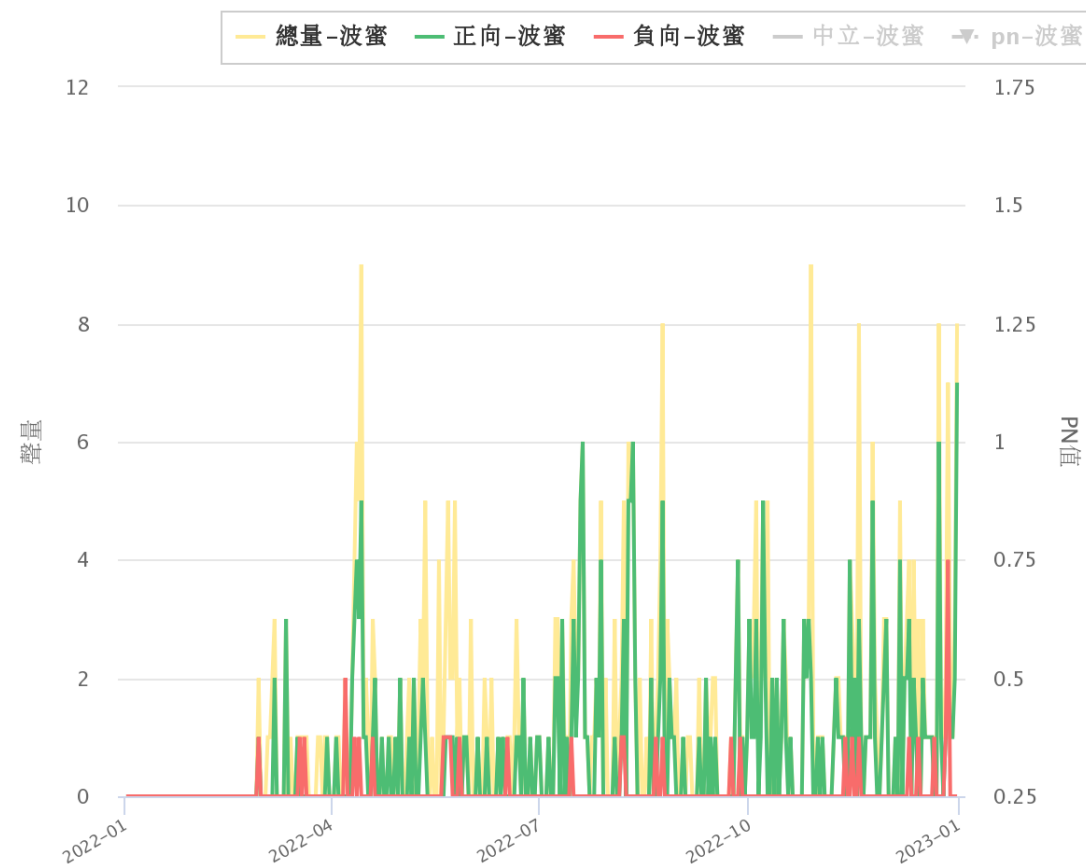


3

口碑文章案例 - 波蜜果菜汁

波蜜2022年 網路聲量分析

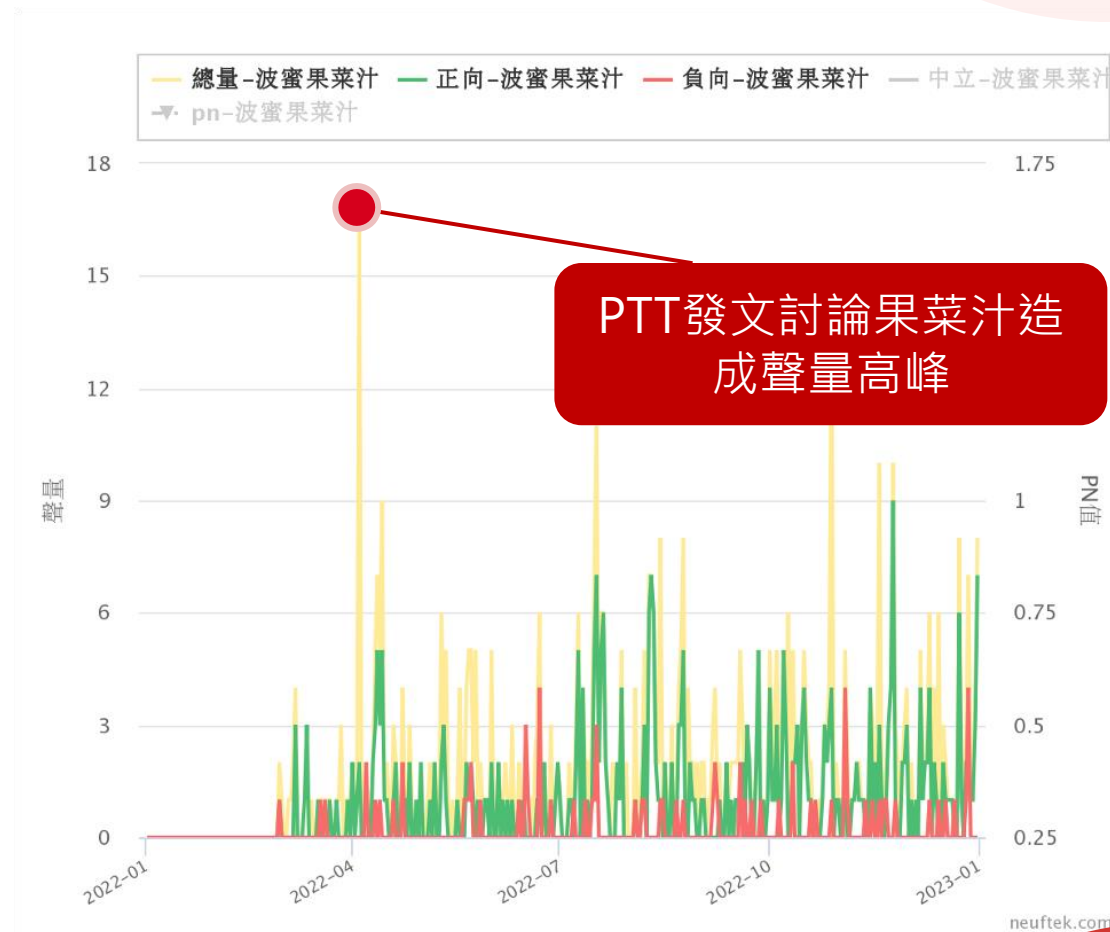
- 2022年「波蜜」在網路上的討論聲量略為偏低，總共為435筆。
- 聲量最高的狀況為PTT發文討論與媒體報導波蜜相關產品造成網路聲量，但內容討論不甚熱烈。
- 波蜜相關聲量部分為新聞報導所產生，但報導內容業配感強烈；至於網友於社群發文討論之內容無堆疊口碑之效用，因此皆無法達成品牌行銷的目標。



neuftek.com

波蜜2022年 網路聲量分析

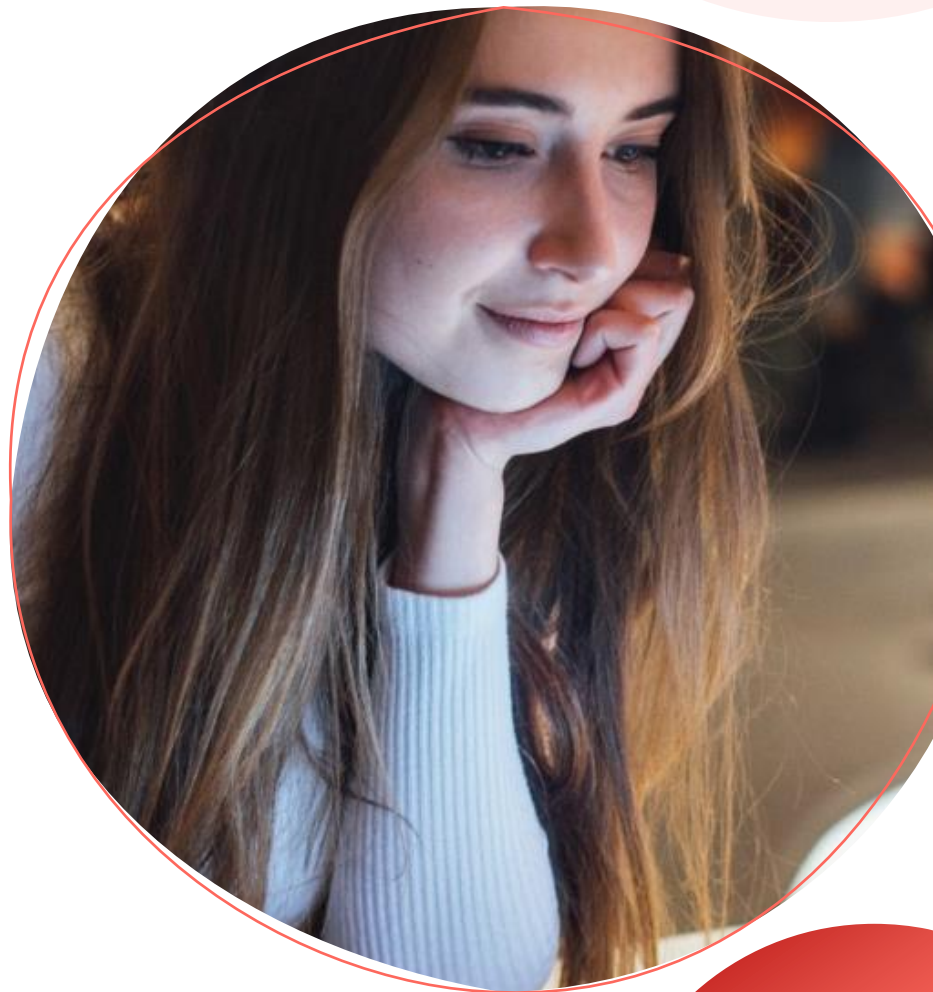
- 2022年「**波蜜果菜汁**」在網路上的討論聲量較「波蜜」為佳，總共為641筆。
- 聲量最高的狀況為PTT發文討論果菜汁相關產品造成網路聲量，但內容討論不甚熱烈。



網路聲量分析總結

不論是「**波蜜**」或「**波蜜果菜汁**」的網路討論聲量**皆不算熱烈**，聲量高峰多半是因為新聞報導露出，部分為PTT社群論壇引發討論。

由於當前市場各式飲品眾多，除非有名人加持或業配大量廣告，否則較難引發大量的討論，且新產品對於消費者較有吸引力，因此**建議持續透過廣告推播與口碑文章發散，重點行銷波蜜相關產品的特色及優勢**，創造一定之聲量，並將其轉化成實際銷量。



口碑執行策略



爆文堆疊

- 回文(留言)中，置入品牌、飲用感想，**有效累積波蜜的聲量與討論度。**
- 回文(留言)中創造有趣的論點，吸引更多受眾加入討論，**讓品牌與聲量再度發散。**

- 將波蜜品牌與果菜汁、蔬果汁等次品牌透過口碑開文**植入潛在使用者內心。**
- 跟據監控結果，於對應討論區版位分享使用感想，**累積品牌中性討論聲量，以及版塊特色。**

口碑開文

發文平台

PTT

Drink板
CVS超商板
*Gossiping板
(可搭配新聞發文)

PTT論壇**使用者年齡較高**，建議發布具一定知識量的使用心得或產品比較口碑文，此外也可視情況發布詢問文。

FB社團

我愛飲料好物老實說
我愛飲料&美食老實說
我愛全聯-好物老實說

於FB飲料或零售相關社團的發文，可在此加強推廣產品的特色。

Dcard

閒聊板
CVS板
美食板

因Dcard論壇**使用者年齡較低**，建議以有趣或跳tone口碑文為主，帶點天馬行空的想像或灑狗血的劇情都無妨。

口碑行銷服務內容

食用心得

以波蜜相關產品消費者的多元角度發文，介紹**食**用心得。

為力求真實，建議**優缺點**須並陳，但優點最後仍會遠多於缺點。

消費詢問

發文詢問網友推薦最佳的飲品。

再以**網友留言**形式回覆波蜜相關產品，並在留言詳述原因。

產品比較

以飲品愛好者的角度發文，詳述為何會喜愛波蜜相關產品的原因。

藉此產品之**特色**，及**優於其他品牌的原因**，文章將包含大量專業知識。

輿論監測

使用LOWI輿情監測系統，定期進行波蜜相關產品**網路聲量檢測**，並可與其他競品進行聲量比較。

此外，也能產出近期網路相關討論**關鍵字文字雲**，快速掌握目前網友相關討論熱點。

除定期輿情報告外，也會在**相關新聞、論壇或社群**搜尋是否有**噴效相關討論**，若發現有負面文章或留言，將立即回報詢問是否回應。



4

重點結論

三大重點結論

1 食品產 整體趨勢

台灣食品產業總產值持續成長，也因為疫情改變民眾消費習慣，線上社群購物成為趨勢。

此外食品(含飲料)等零售業網路銷售金額在疫情發生後呈現大幅成長趨勢，這是勢必影響行銷模式，網路社群的口碑行銷將成為主流。

2 社群口碑 強化信賴感

消費者在選擇食品時通常有比較嚴格的標準，他人的評價也是當前參考的重要指標。

因此食品的正向口碑行銷將成為商品銷售的重要助力，反之亦然。運用社群口碑的發散，分享產品的食用心得與感受，更能增加品牌的可信度與產品的銷售數目。

3 社群口碑 行銷管道多元

社群論談包含PTT、Dcard、FB、Mobile01等都是重要的品牌口碑行銷平台。

應依據不同品牌與產品，於不同社群平台進行差異性的口碑行銷策略，已達到最全面的效果。

口碑行銷報價

品牌產品項目:保養品

走期：6個月

目標	類別	建置項目	(開文)數量	(回文)數量	單價(未稅)	小計(未稅)	規格	說明
品牌聲量 routine 經營	口碑論壇	Dcard口碑文章	24	120	7000	168000	一開5回, 每篇保證10愛心	預計上架於(閒聊板、女孩板、美妝板)
		PTT口碑文章	18	90	10000	180000	一開5回, 每篇保證10推文	預計上架於 (Beautysalon板、WomenTalk板、Gossiping板)
		Mobile01口碑文章	24	120	7000	168000	一開5回, 每篇保證25評分	預計上架於(彩妝保養板、女人心事板、閒聊與趣味板)
		友軍留言		300	300	90000	網友提到貴司產品產品時開始投入留言, 以增加正面聲量	
競品反制	競品監控與 置入	競品留言置入		100	300	30000	在競品的討論串下進行攻擊, 藉此拉低對手網路聲量	
		口碑聲量監控月報	6		3000	18000	針對貴司主打商品及主要競品, 進行聲量監控, 並於每個月的第一個禮拜二提供上個月的月報	
總價未稅						654000		
總價含稅						687000		

優惠價格 685,000元

THANKS YOUR SUPPORT

 免付費電話：0800-003-191

 www.nss.com.tw

 LINE ID: @119m

 台北市南京東路二段150號10樓

 sales@nss.com.tw

