

新北都更小百科 LINE@統計分析

新北市政府都市更新處

壹、概要

新北市政府為推廣都市更新並兼具教育功能，以及適時給予民間適當的協助，藉由高流通率的「通訊傳播軟體」，讓民眾能即時掌握都市更新政策、臨時性活動及政策宣導，提高民眾參與度，進而達成全民都市更新以達強化公共安全、提升居住環境，爰於 105 年 8 月成立「新北都更小百科 line@」專門提供新北市都市更新訊息，其成立迄今已突破萬人，達到都更資訊的普及，效果顯著。是以，於 108 年 5 月對「新北都更小百科 line@」進行改版增加聊天機器人及主選單的功能，自改版迄今（截至 110 年 4 月底），整體好友人數從改版前約 9,551 人成長了 4.42 倍，來到 42,281 人，其重大的用戶成長點包含 108 年 5 月 24 日新北都更小百科改版（日成長 2,611 位），以及 109 年 9 月 15 日新北都更小百科四週年周年週年慶抽獎活動（1 個月內成長 7,442 位）。新北都更小百科目前正進入穩定的社群經營階段，平均每月都有 400 逾人新加入（自主社群成長動能）。

貳、現況分析

一、整體用戶數與日均成長概況：

	總數	日均成長量	日均成長量眾數
用戶數	42,317 位	24.13 位/日	2 位/日
封鎖數	14,559 位	8.46 位/日	2 位/日
有效用戶數	27,758 位	16.67 位/日	0 位/日

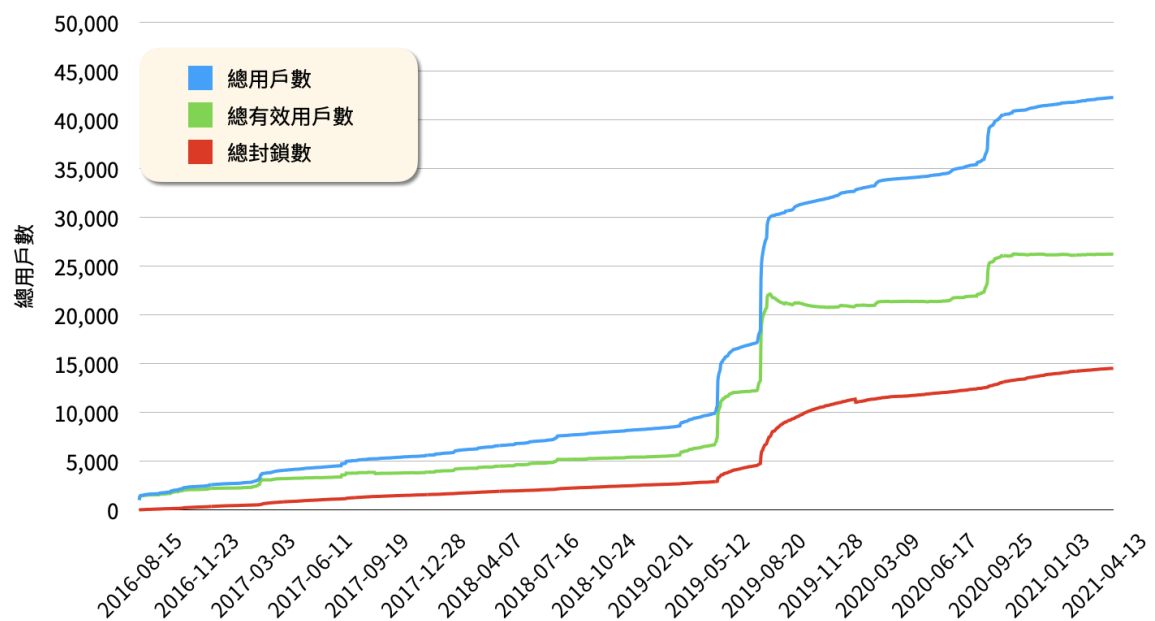


圖 1 綜合用戶變化圖

*名詞註解：

有效用戶數：係指品牌實際可以透過 LINE@官方帳號傳送訊息，並可以接收官方帳號訊息、與官方帳號互動的用戶。該數值計算方式為用戶數（官方帳號內全部的用戶）扣除封鎖數得來。

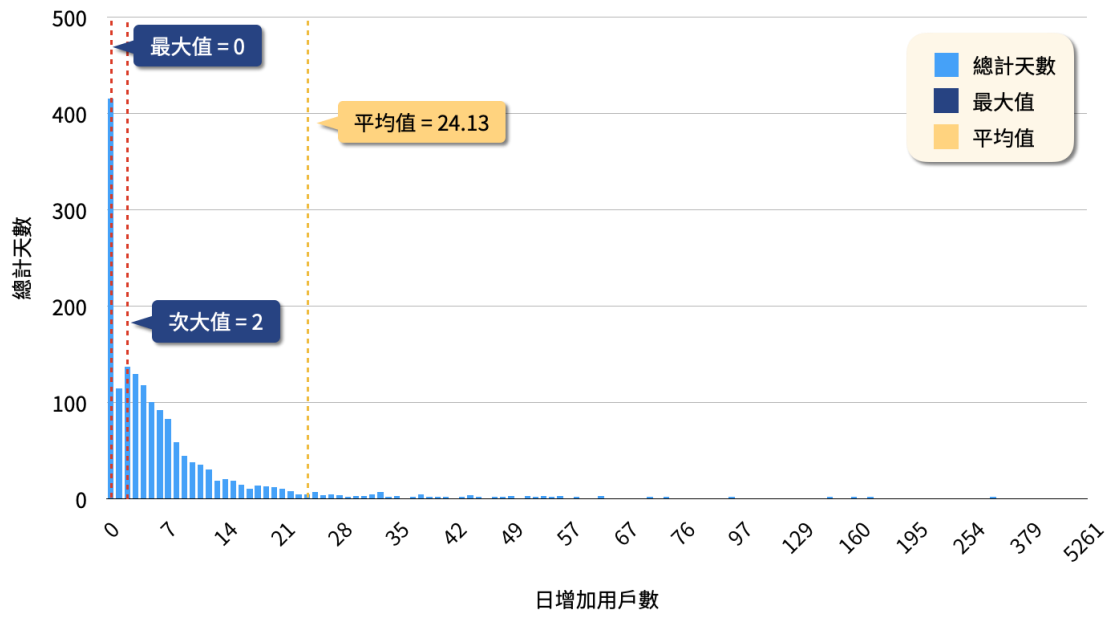


圖 2 日增加用戶數分析圖

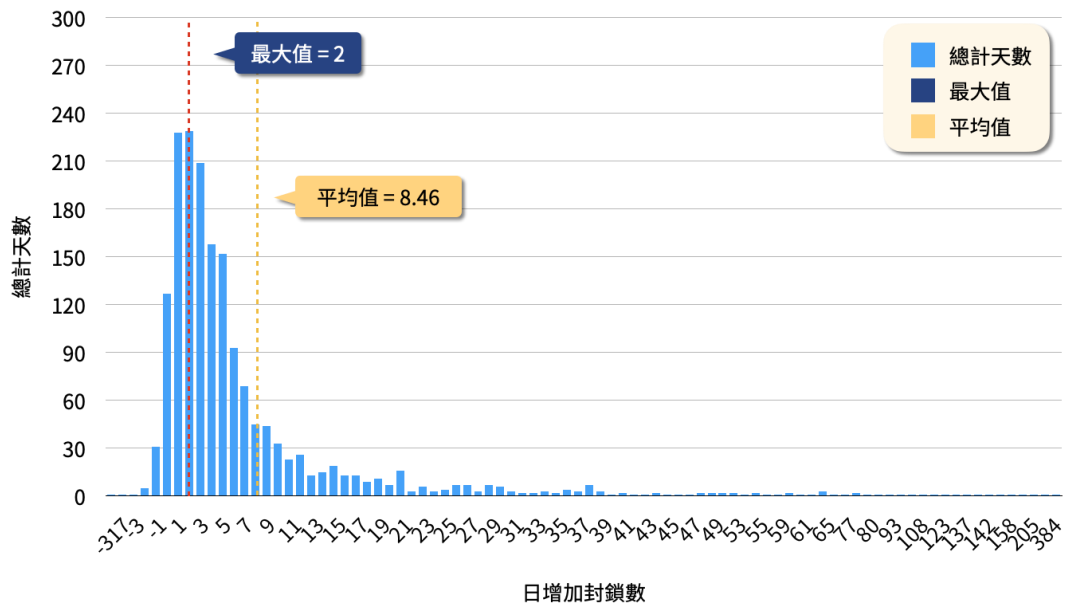


圖 3 日增加封鎖數分佈圖

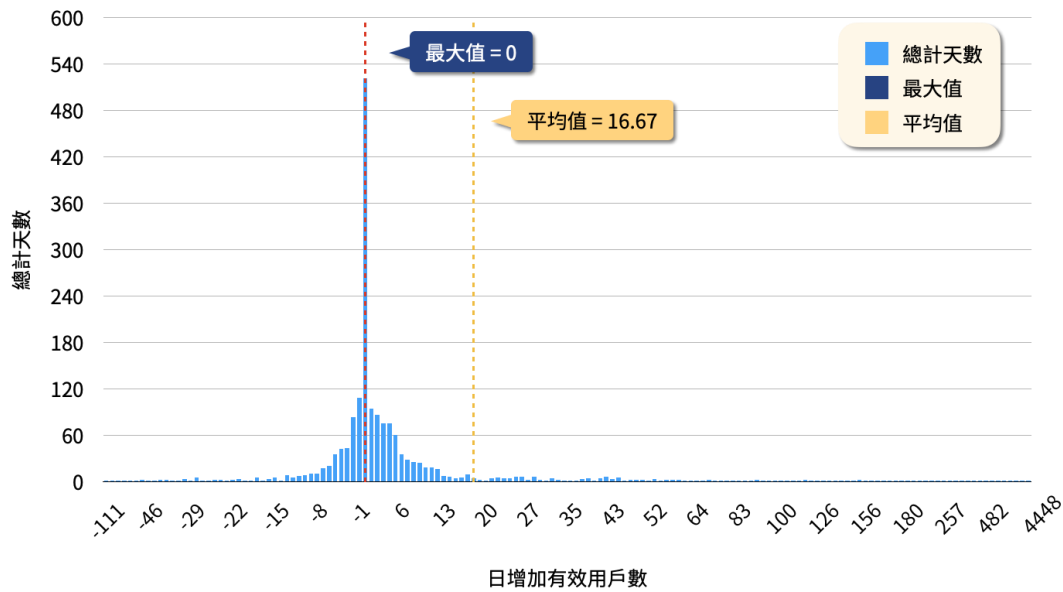


圖 4 日增加有效用戶數分佈圖

二、用戶組成狀況分析

1. 整體用戶封鎖率：33.7%。
2. 活化用戶為 LINE@ 好友在官方帳號上透過傳訊息、使用功能，進而使本公司系統獲得該用戶資料，得以藉由 LINE API 識別用戶資訊者。

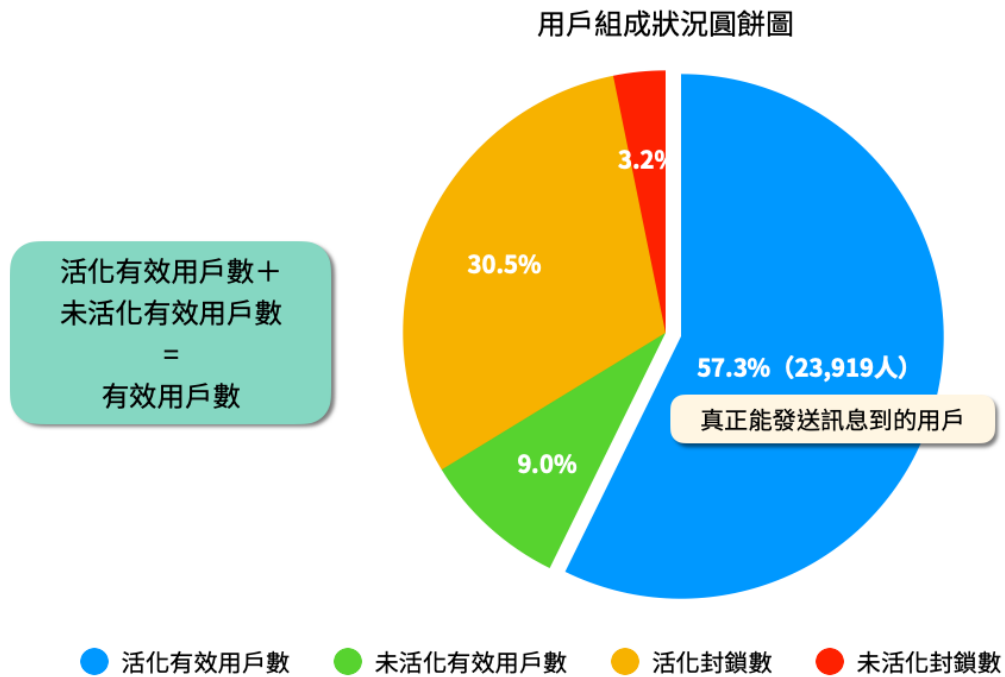


圖 5 用戶組成狀況圖

三、帳號重要成長波動點：

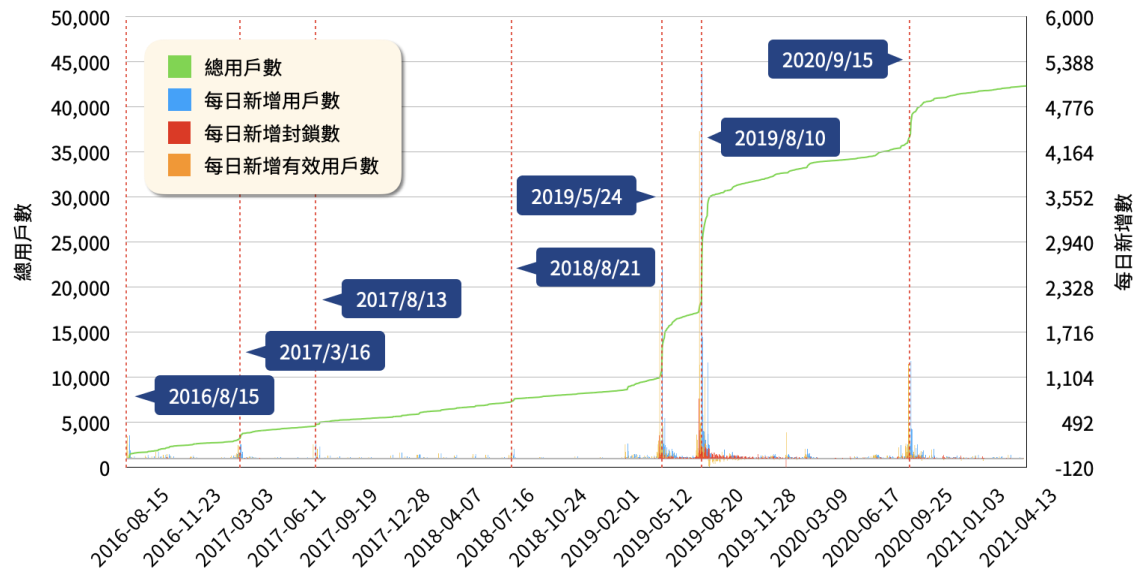


圖 5 成長波動點與歷史事件比對圖

1. 2016/8/15：「本帳號」正式開始經營。
2. 2017/3/16：「本帳號」好友滿 3,000 人抽獎活動。
3. 2017/8/13：「本帳號」一週年抽獎活動。
4. 2018/8/21：「本帳號」兩週年抽獎活動。
5. 2019/5/24：「本帳號」改版。
6. 2019/8/10：新北都更小百科三週年週年慶抽獎活動。
7. 2020/9/15：新北都更小百科四週年週年慶抽獎活動。

四、現況分析內容解讀

自 109 年 5 月帳號改版至今滿一年，觀察新北都更小百科 LINE@總封鎖率與前幾個月數據報告相似，維持在 35%左右，因新北都更小百科屬於地方型且提供特殊議題性服務的政府機關帳號，創立目的係希望提供「新北市市民」透過該官方帳號了解與自身相關的都市更新議題，主要客群為對「新北市市民」服務，探究目前官方帳號的總用戶人數結構（含已封鎖好友），以 LINE@ 提供

的地區輪廓分析，用戶於新北市活動或居住佔整體帳號的 75.4%、其次為台北市 13.5%、桃園市與花蓮市各佔 2.4%，可判定帳號內有約 25% 的好友非為官方帳號的發文目標對象，加上週年慶增粉活動後，帶來的封鎖潮，該封鎖率呈現實屬正常。

帳號好友成長方面，新北都更小百科 LINE@ 平均每日新增用戶數前六個月平均每日新增用戶數約為 25 人，然受疫情影響，機關減少都市更新說明會等實體線下活動，就該類型貼文數目也減少，造成線下好友加入的數目下降，平均每日新增用戶數降低至 16.67。

參、經營策略建議

一、設定針對新北市民調查的聊天機器人，透過系統中的問卷功能、聊天機器

人等各式模組，設計調查的流程，透過點擊按鈕，做基礎調查，並且將該流程放置在歡迎訊息、發文中，讓好友除了收到文章所傳遞的議題外，可以進行其他的互動，做更精準的受眾輪廓設定。輪廓搜集如：好友居住地區、好友系別、好友年齡、喜好等，小編可以透過這類型的資料搜集，在後續的 LINE 訊息操作、廣告投放等，做更精準的投遞。並針對好友回覆的內容製作關鍵字範本，更新於聊天機器人中，提高小百科回覆有效訊息的機率。

二、針對不同身份的好友進行分眾發文，除了透過標籤發文外，也可以在發文

時以同樣的素材，選擇不同的受眾分次發文，比對貼文成效以及更了解受眾輪廓，帳號目前執行至今，每個月固定會發布文章平均值為 70,000 多則，全案訊息量足夠使用，在發文費用壓力低的情境下，應嘗試製作更多的發文素材、於發文中搭配聊天機器人的功能導入更多互動、並提升發文頻率，讓每一種用戶族群都能夠定時的收到自身最感興趣的都更資訊。

三、掌握數據資料庫中，各個月份好友傳送訊息是否能觸發範本的比例，找出不同時期好友大多回覆哪類型的內容，並針對該問題關鍵字製作範本，更新於聊天機器人中，提高小百科回覆有效訊息的機率。例如自 10 月開始，都市更新處舉辦多場的說明會，透過分眾行銷，在會員報到的時候透過邀請函或是其他報到程序，為每個與會者做身份區別，透過後續追蹤、活動事後問卷檢討，記錄最多被詢問的問題，放置於該案件的問答關鍵字裡頭，若對該案件有興趣的民眾，更能有效、即時查詢到別人也同樣關心的議題。