



聽經濟大調查

企業端 研究發現



40

KKBOX



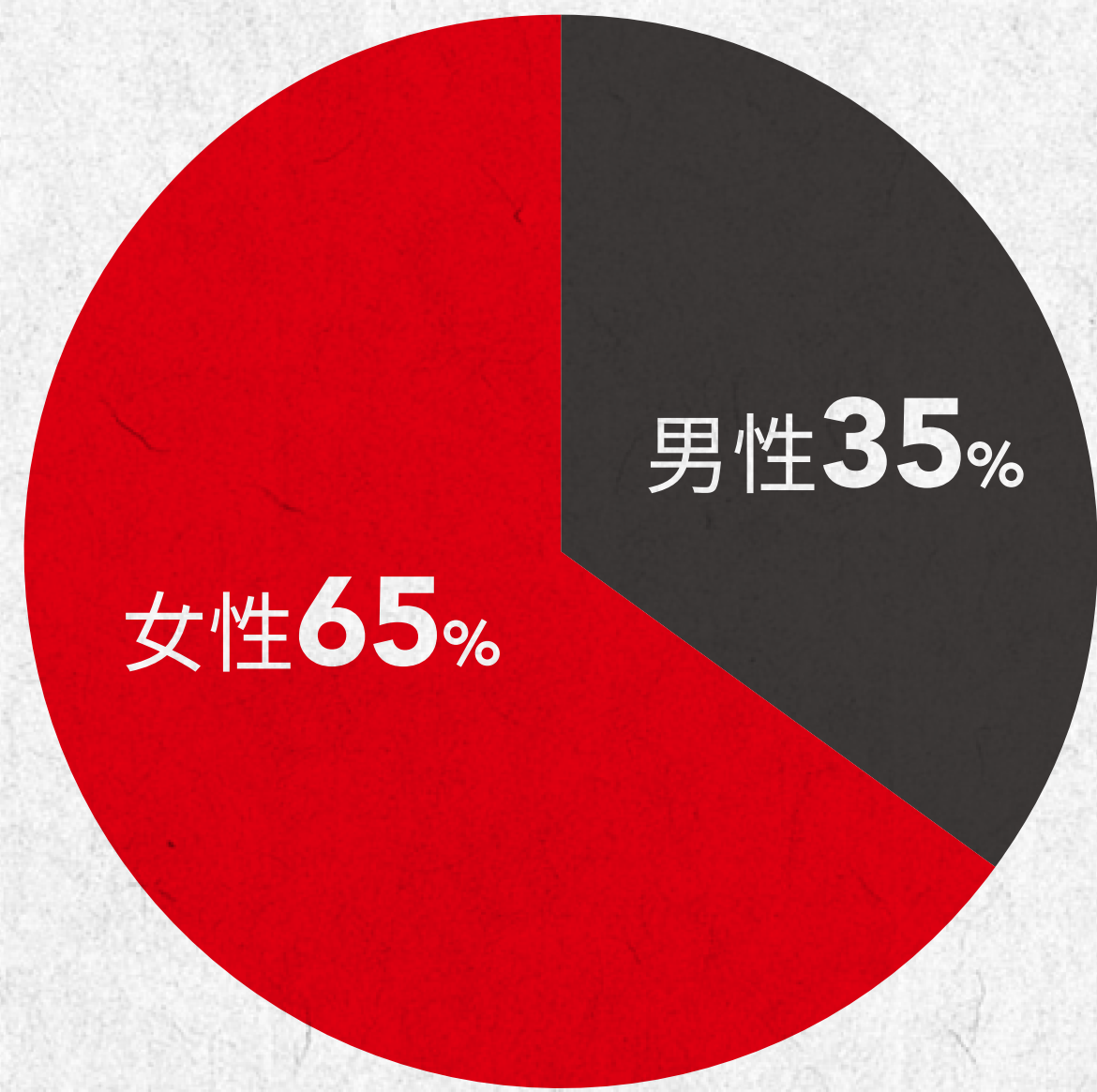
EOL
ISURVEY
東方線上



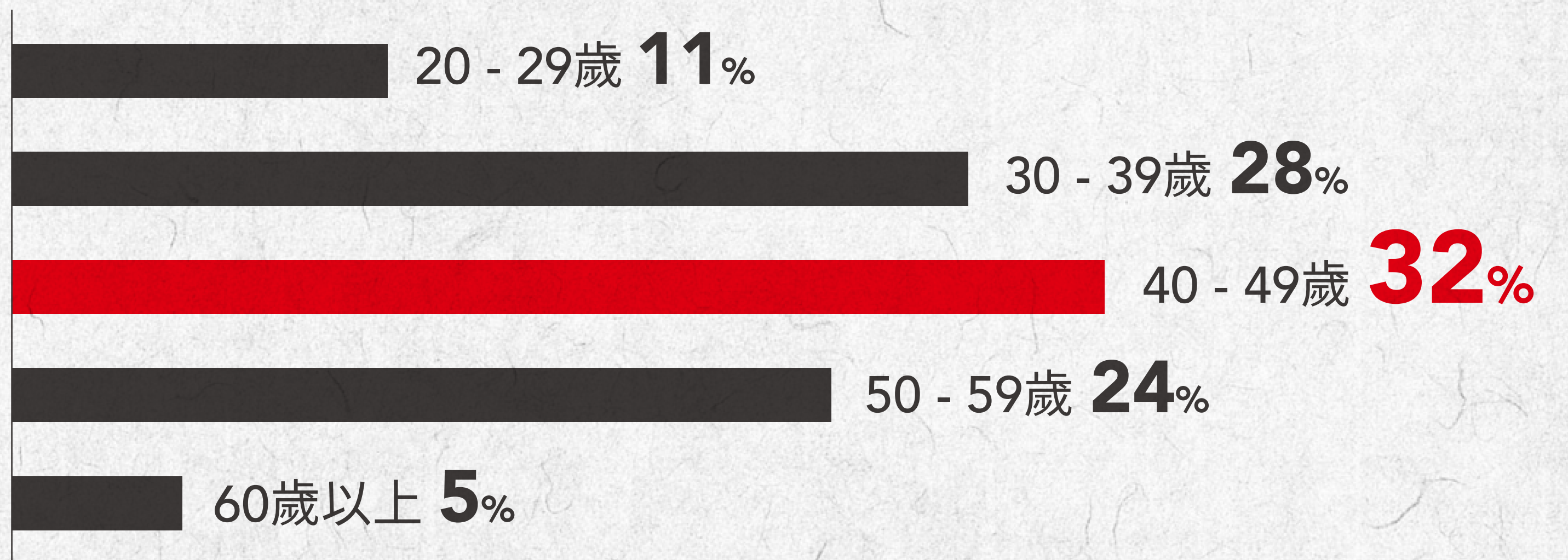
企業受訪者輪廓

受訪品牌經營者中女性居多, 以 40 代為主力

性別

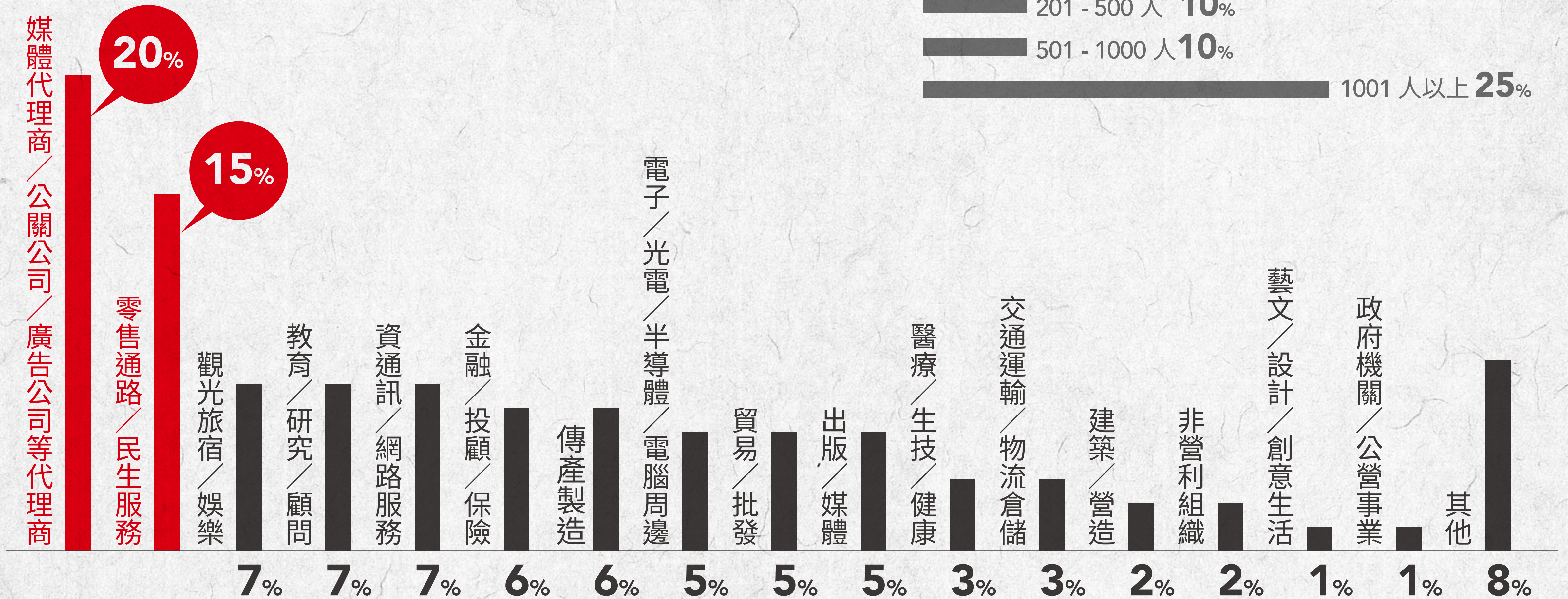


年齡



企業類別

- * 本次調查受訪者共107人，匯集品牌經營者與代理商
- * 除代理商外，零售通路與民生服務占比最高（15%）
- * 受訪者橫跨觀光、資通訊，金融與傳產等

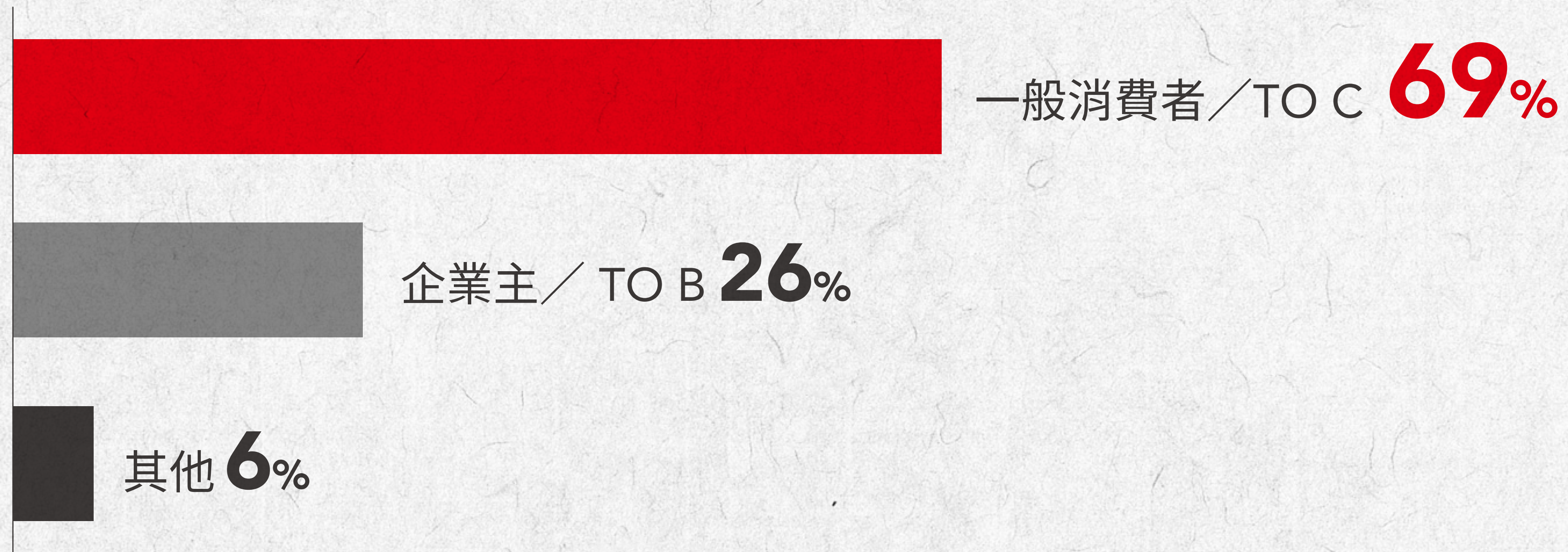


公司人數



數位行銷主要目標對象

(複選, n=107, %)





Podcast 企業應用狀況

使用 Podcast 作為行銷工具狀況

- * 近三成已嘗試透過 Podcast 傳播，2021年有一成受訪者表示會投入；超過四成會考慮。
- * 曾透過 Podcast 傳播的企業中，以接受主持人訪談的模式最受歡迎約六成；再來是購買廣告(36%)及公司同仁自製節目(34%)。

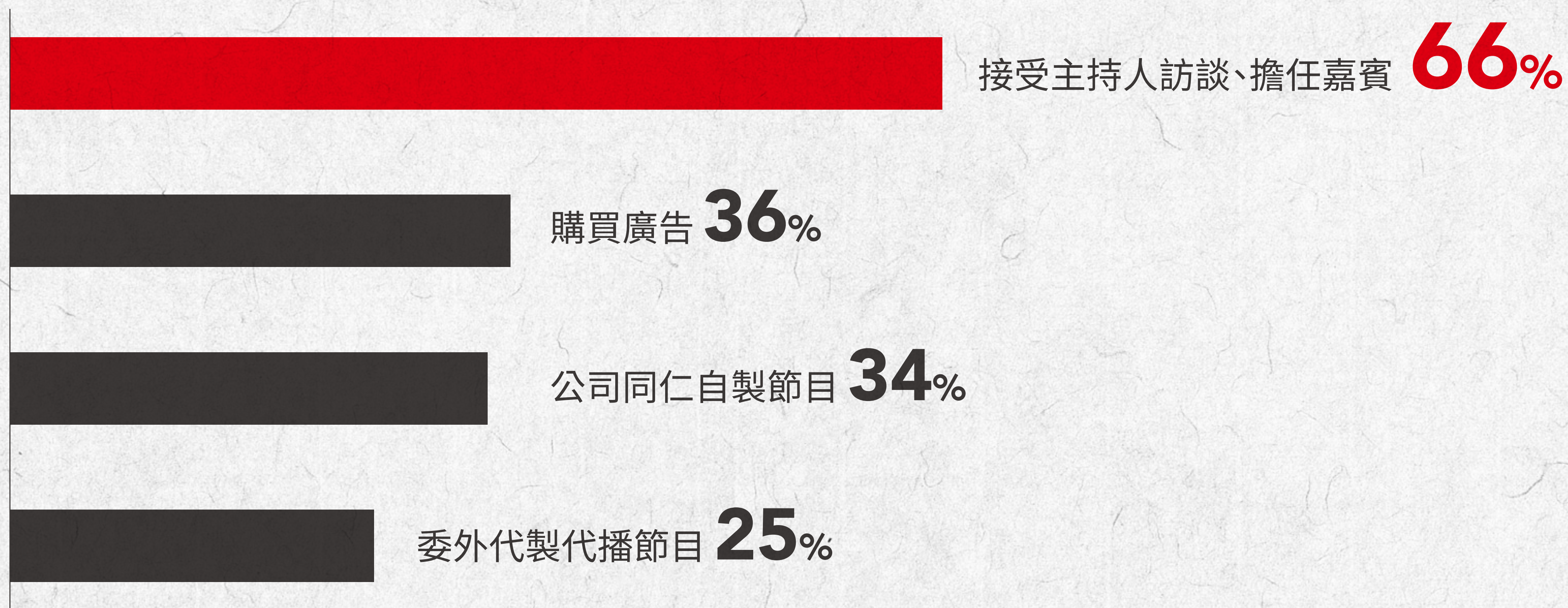
應用狀況 (單選, n=86, %)



註：n為企業受訪者

資料來源：天下雜誌 X KKBOX X 東方線上2021 聽經濟大調查企業端研究發現 (N=107)

傳播方式 (複選, n=67, %)



註：n為企業受訪者

資料來源：天下雜誌 X KKBOX X 東方線上2021 聽經濟大調查企業端研究發現 (N=107)

廣告不要太刻意, 對外溝通是主要目的

* 目前傳播目的, 高達九成都著重於品牌對外溝通; 近五成希望創造產品銷售商機

品牌傳播目的 (複選, n=67, %)



品牌對外溝通 **94%**



產品銷售 **47%**



客戶服務 **27%**

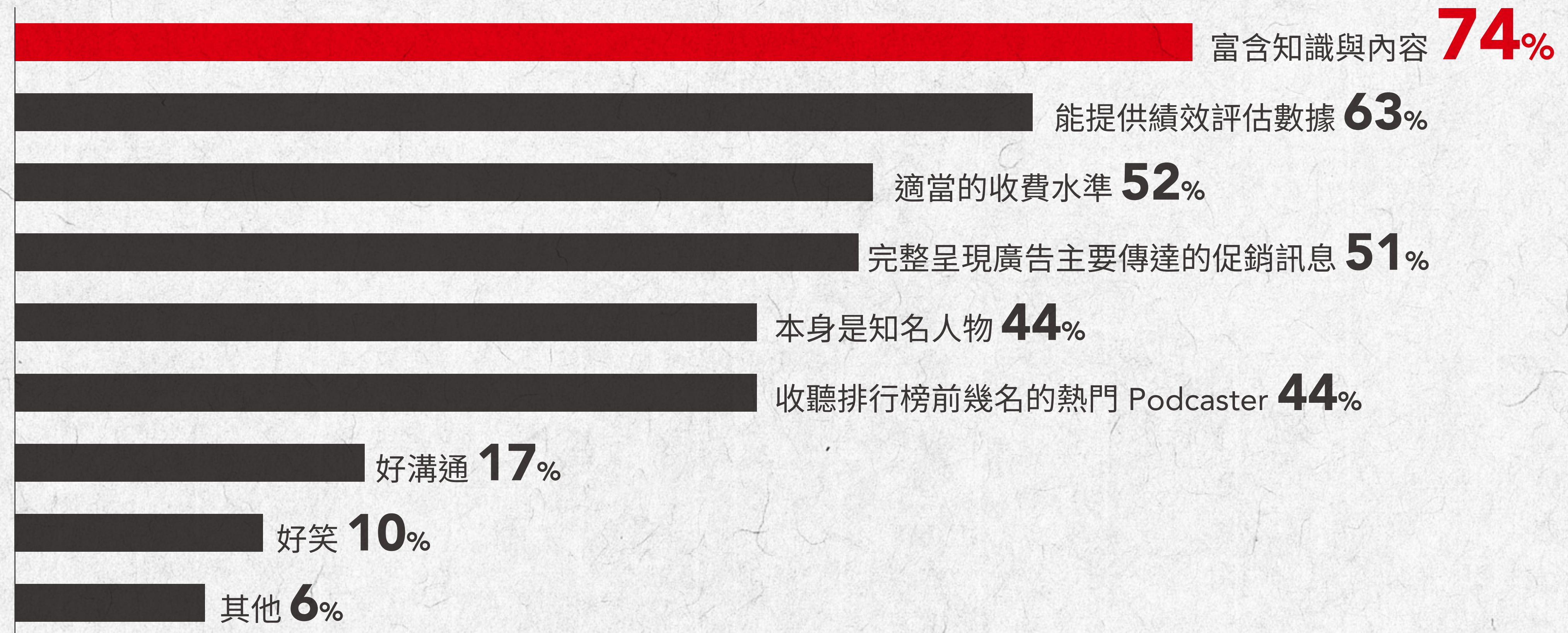


對內傳播 **24%**

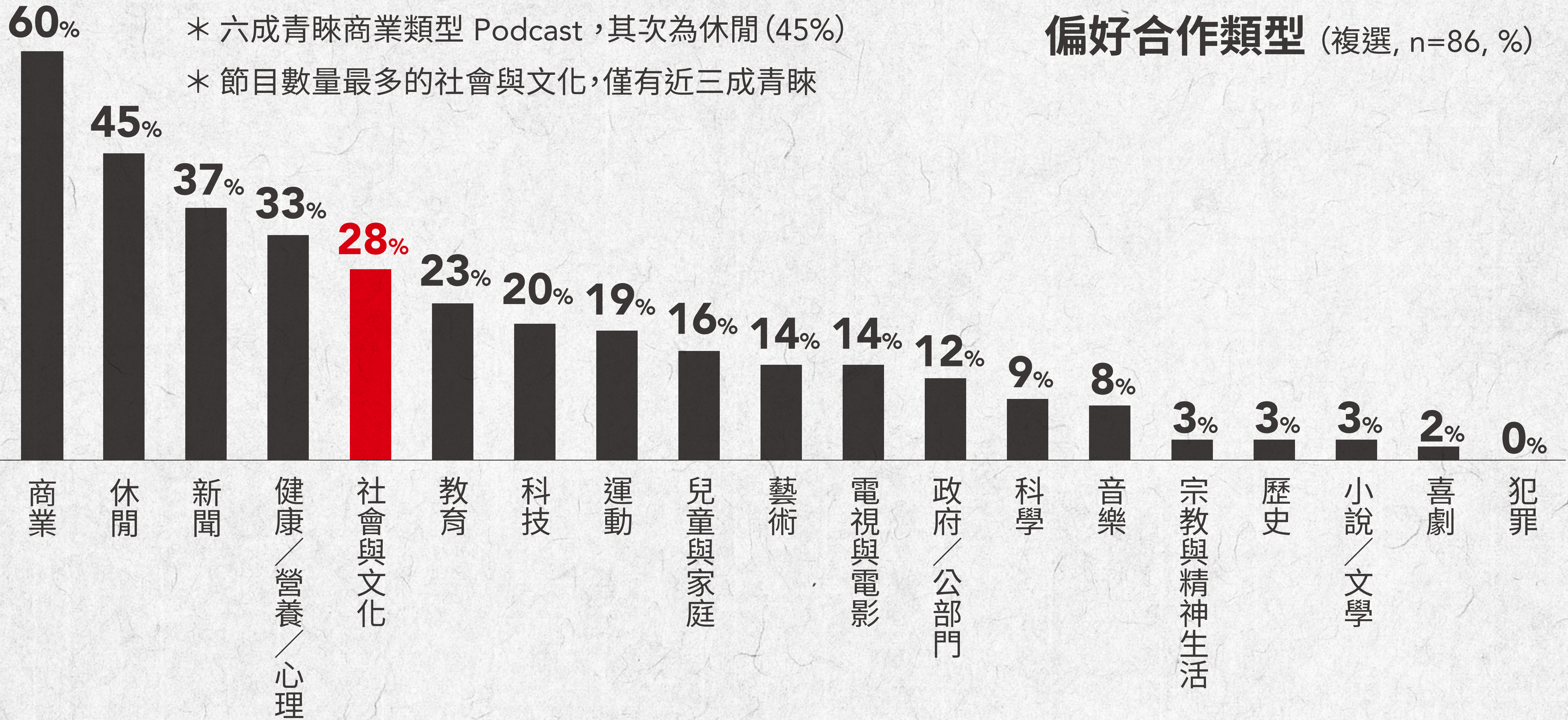
傳達品牌不如傳遞知識, 能提供績效評估更佳

- * 超過七成偏好以知識做媒介: 企業偏好選擇知識含量高的創作者 / 節目合作
- * 其次, 超過六成偏好可以提供數據的創作者 / 節目
- * 企業因創作者本身為知名人物或是熱門紅人而選擇與其合作約為四成

選擇合作創作者的偏好 (複選, n=88, %)



企業認為商業類型節目與自己的品牌最搭!



* 六成青睞商業類型 Podcast，其次為休閒 (45%)
* 節目數量最多的社會與文化，僅有近三成青睞

偏好合作類型 (複選, n=86, %)

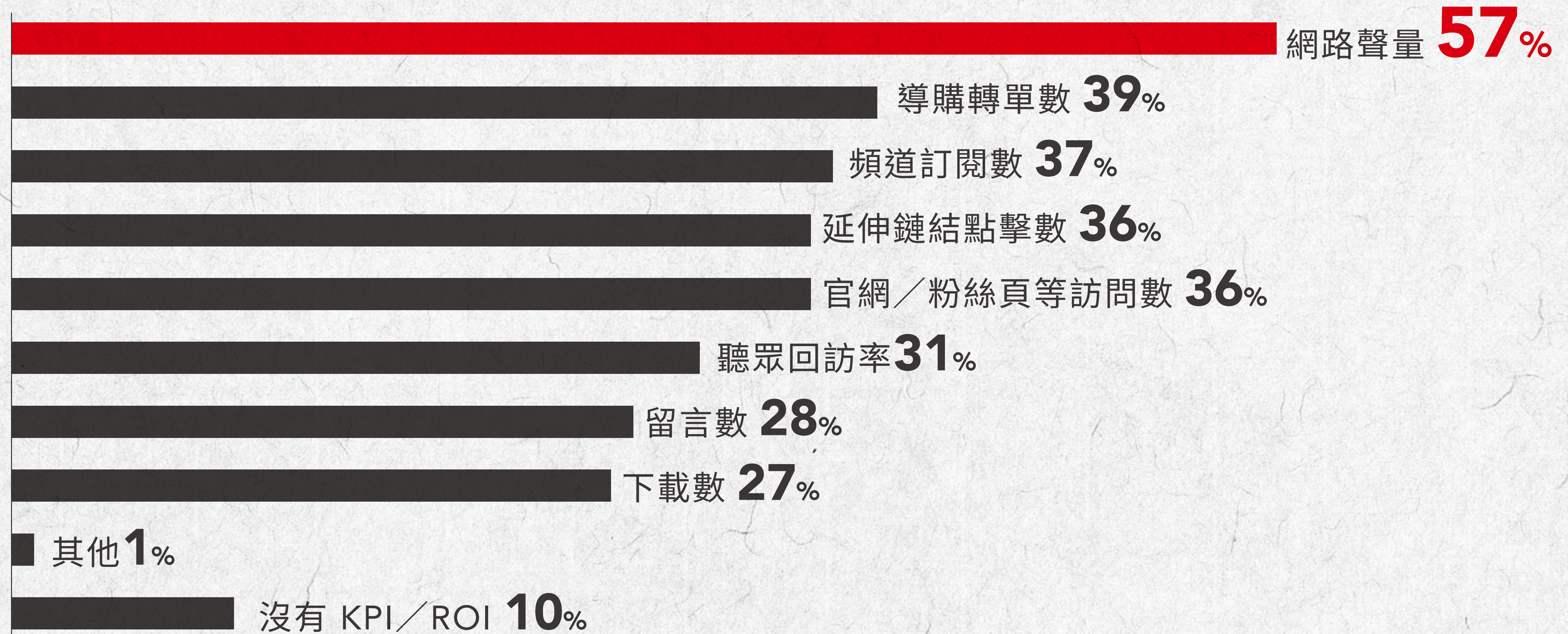
註：n為企業受訪者

資料來源：天下雜誌 X KKBOX X 東方線上2021 聽經濟大調查企業端研究發現 (N=107)

在意傳播效果！評估效益最先看網路聲量

- * 受訪企業表示網路聲量為最看重的評估標準(57%)
- * 其次則分別看轉單數(39%)、頻道訂閱是否增加(37%)，或是僅評量延伸鏈結的點擊數及網頁訪問數(36%)
- * 也有一成受訪企業表示沒有設定評估 Podcast 傳播的標準

評估方式偏好 (複選, %)



結論與行銷建議

一、品牌端仍想自己說!因為目的不只導購

Podcast 走過2020年至今熱潮不退,但企業在運用其行銷上仍處於嘗試性階段。而企業目前最偏好成為節目的受訪者,甚至直接由高階經理人傳達 品牌理念。

二、不經意的廣告最美!企業喜好與創作者和消費者喜愛的廣告類型有落差

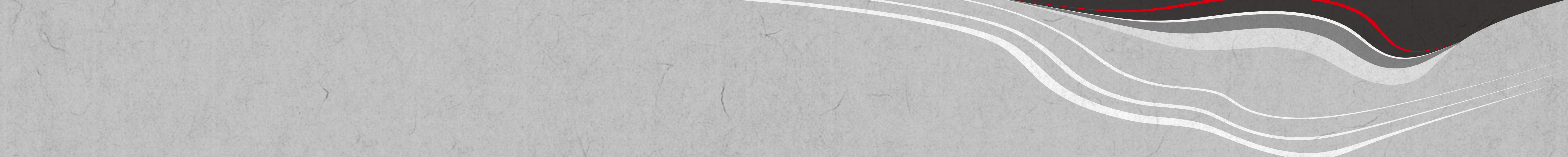
從消費者端及創作者端的調查研究發現,民眾與創作者都偏好廣告歸廣告、內容歸內容,因此目前企業偏好將傳播訊息與節目內容結合的模式,十分考驗大家的接受度,建議品牌經營者務必帶著有人味或是趣味的心態與口條,吸引想要輕鬆但又想獲取知識的聽眾注意,同時可以搭配口播或是其他廣告方式,分散單一傳播造成的負面效應。

三、將品牌內容化為知識，讓消費者聽進心裡

調查顯示企業運用 Podcast 做為行銷工具的目的，高達九成著重品牌對外溝通，其次才是導購，因此品牌經營者更需思索品牌本身的故事性，例如創辦人或團隊的創業故事，或是產品研發的心路歷程，透過傳達有趣、具歷史性的內容，吸引消費者注意。

四、熱門創作者非投遞廣告的唯一指標

隨著 Podcast 節目持續成長，內容會更加多元，也將形成更為分眾的市場，因此對企業在投放廣告上，了解節目的主要聽眾輪廓，打造專屬廣告內容，才會獲得更好的共鳴與效益，而非只鎖定熱門的頭部創作者。



調查方法說明

2021 聽經濟大調查 — 企業端

調查時間 | 2021年5月5日至5月21日

有效樣本數 | 107份

樣本抽樣 | 立意抽樣

執行分工 | 本問卷由天下雜誌負責發放與行銷；東方線上負責問卷設計與報告撰寫；
東方快線負責資料回收平台與數據處理