

宣傳地點: ptt C_chat版 & 巴哈姆特場外哈啦版

宣傳篇數: 2篇

備註:

1. 因為漫畫的部分過於零散, 所以擅自照主題重新排版組合修改了宣傳方式請見諒。
2. 因為有幾話漫畫目前的季節不適合拿來宣傳, 所以沒有貼到ptt
3. 因為數據過少, 某些資料分析無法顯示, 還請見諒

表1 Penana連結資料

章回	日期	連結	Penana點數擊
5	5/28	https://www.penana.com/article/600512	286
7	6/3	https://www.penana.com/article/603768	160
2	5/28	https://www.penana.com/article/600190	46
1	5/23	https://www.penana.com/article/597951	40
6	5/28	https://www.penana.com/article/600627	40
3	5/28	https://www.penana.com/article/600470	34
4	5/28	https://www.penana.com/article/600475	34
目錄總點擊	5/22	https://www.penana.com/story/79790/	742

這邊與批踢踢文章相關, 因為批踢踢的網頁版預覽每開一次會算一次點擊數, 所以可以大致判斷批踢踢的宣傳文章被點開幾次。下面附上批踢踢的宣傳文章來做比對。

表2 C_chat連結資料

章回	日期	連結	推文數
5	5/29 12:00	https://www.ptt.cc/bbs/C_Chat/M.1622261622.A.DA0.html	6
7	6/4 13:00	https://www.ptt.cc/bbs/C_Chat/M.1622783442.A.7F7.html	6

發文時間都集中在12:00或18:00左右的時間段, 是西洽版上限閱讀人數最多的兩個時段。不過無法確認有實際多少人看過, 還需要從下面的基礎數據資料來看。因為7這篇晚了一個小時, 所以閱讀率也變得少, 果然差一小時就差很多。

表3 巴哈哈啦版連結資料

章回	日期	連結	推文數
5	5/30	https://forum.gamer.com.tw/Co.php?bsn=60076&sn=74712578	4

7	6/4	https://forum.gamer.com.tw/Co.php?bsn=60076&sn=74848871	0
---	-----	---	---

基礎數據圖表：

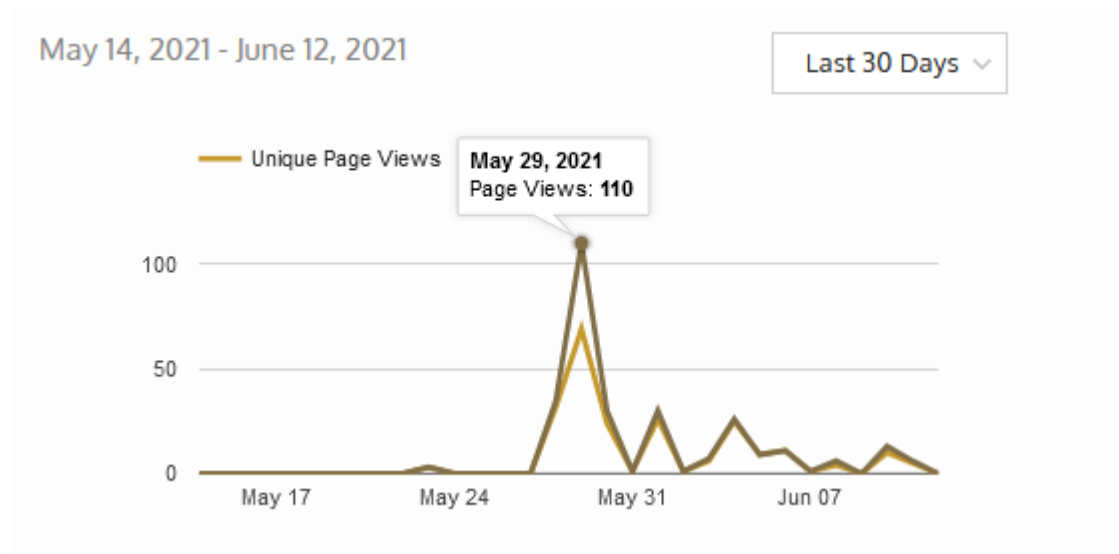
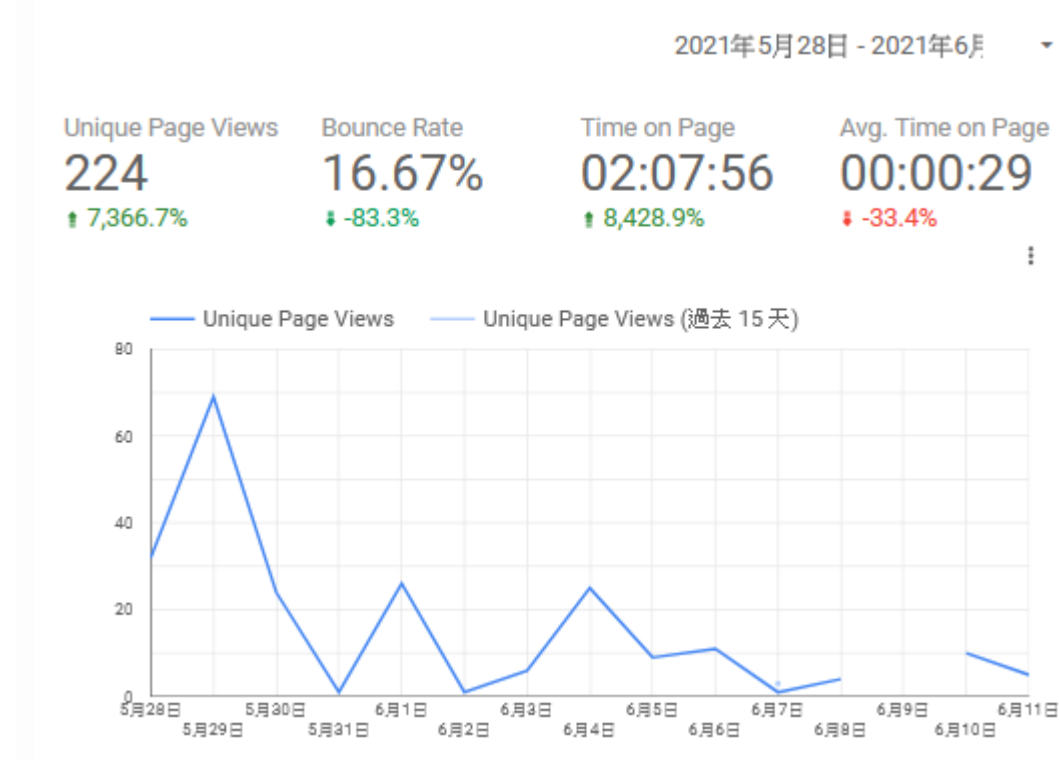


表4 日期與點擊數表

章回	日期	連結	Page Views	Unique PVs
1~6	5/28	見表	35	32
	5/29		110	69
	5/30		30	24
	5/31		1	1
	6/1		26	26
	6/2		1	1
7	6/3	https://www.penana.com/article/603768	7	6
	6/4		25	24
	6/5		9	9
	6/6		11	11
	6/7		1	1
	6/8		4	4
	6/9		0	0
	6/10		13	10
	6/11		6	5

Page Views指這系列文章在這天總共被點擊多少次, Unique PVs (Unique Page Views)指總共有多少個IP點擊過這個文章, 把每個IP視為一個裝置來看, 可以約略粗估到底有多少人看過。在3-3後放上目錄方便讀者前情回顧, 所以點擊率上升迅速, 估計是有前幾篇的功勞。深層數據部分:



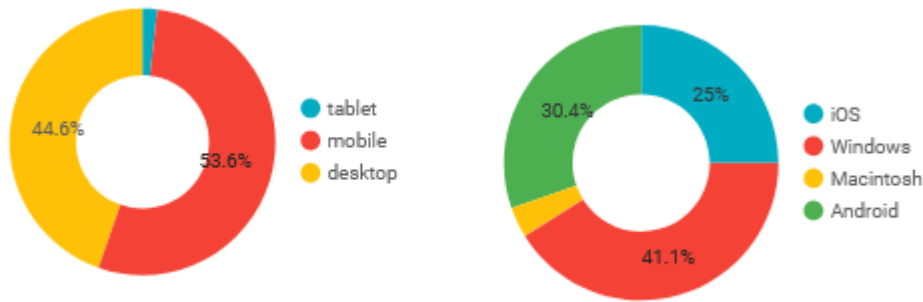
過去15天那個可以無視, 因為前面15天沒資料, 這邊呈現的是兩週的點擊紀錄, Unique PV跟上個表格的Unique PV是同一個。

過去15天總共有224人透過西洽版看過這系列的四格短篇, 其中有16.67%, 大約30~35人點進來看過後立即退出(一秒內), 所以有效的點閱人數約190人。全部的人在這篇花費的總閱讀時間為2小時07分56秒, 平均每個人在這個頁面逗留了29秒, 感覺看得很快。

下面是受眾客群分析, 因為只能顯示有確定的資料, 所以不一定是全貌, 只能當作是大概比例來看:

因為樣本數過少, 性別跟年齡的數字是從缺的, 沒辦法做成統計資料。

下面是觀看文章的使用裝置分布：



因為Ptt有手機板，使用mobile，也就是行動裝置的人偏高是正常的，跟之前三色坊的分析一致。

表5

Device Category	Users
tablet	1
mobile	30
desktop	25

使用電腦第二高，應該是因為使用pcman或Ptt_web之類的終端去看，平板相對較少。是說用平板看批踢踢文章也很重很麻煩，要滑批踢踢之類的論壇的時候的確不好用。

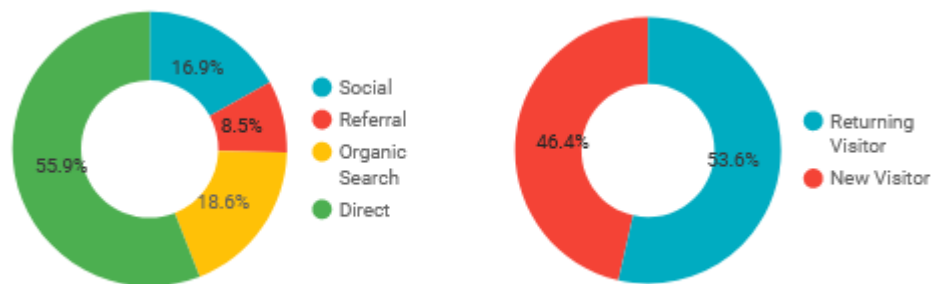
使用的裝置作業系統類型列表，可以直接當作是使用哪種裝置來看。

表6

Operating System	Users
iOS	14
Windows	23
Macintosh	2
Android	17

其中Android手機跟PC電腦最多，而Mac蘋果筆電跟iOS iPhone or iPad則相對較少。可以看出習慣使用批踢踢的族群大多是以電腦或Android手機上線為主。

接下來比較複雜一點，左邊這是看從批踢踢宣傳後，又被轉貼到哪個平台二次宣傳的數據：



首先是點擊來源：

表7

Default Channel Grouping	Users
Social	10
Referral	5
Organic Search	11
Direct	33

Direct，也就是直接從批踢踢點進來的都算在這，有33人；而Referral，透過其他Ptt_web各複製備份文網站轉過來看的，有5人；Organic Search，透過搜尋引擎找到這篇來看的，只有11人；Social，透過社群網站如臉書噗浪等轉到這Penana這邊來看的，才10人。

巴哈那邊的資料，後面會提到沒有人點進來看，基本上他們都只在巴哈站內看，巴哈內部的點閱數有433次，比批踢踢還高，但就沒人點進來Penana看。

最後一個是回客率分布，也就是有多少人透過同一個IP回來重看的：

表8

User Type	Users
New Visitor	No data
Returning Visitor	No data

不知道为啥沒資料卻有圓餅圖，可能資料儲存出了點問題。

下面是點擊進入這系列四格的社群網站詳細列表：

表9

Source	Users
(direct)	33
google	11
m.facebook.com	5
ptt.cc	4
l.facebook.com	2
plurk.com	2
mail.google.com	1
t.co	1

從BBS直接連進來看有33人，透過ptt.cc網站的預覽看到的有4人，Google到的有12人，巴哈沒有半個人，臉書的部分總共有7人，手機看的有五人，噗浪有兩人，沒宣傳也有，應該是咖哩東大大你這邊看的？

最後是受眾的國別：

表10

Country	Users
Taiwan	44
Hong Kong	7
United States	3
Japan	1
Finland	1

台灣最多不意外，香港的應該是Penana站內的讀者有追隨我得去看得，下面幾個國家我就知道了，可能都是外國的批踢踢使用者。

結論：

1.本次實驗，包含巴哈部分，總共有224+433=657人次的觀看量，但實際點擊進入Penana觀看的Unique IP只有224人。

2.因為有做特別編排，C_chat的宣傳稿跟實際貼在Penana的內容是有差別的。不過巴哈的部分貼的是完整內容，所以有看完完整內容的人應該還是有657人。

3.因為只做兩次宣傳，這是素材不夠加上宣傳時機不對，某些題目不適合發表就沒有發表，所以實際上只做兩次宣傳。宣傳的效果總體來看不是很好，但如果放在單篇，效果跟三色坊比其實沒差多少，三色坊兩週內七次宣傳，實際觀看人數1870人，除以7也才261人左右。

不過持續性的宣傳效果，三色坊的確是比較好的，這跟四格以及東離二創這兩個主題都比較符合宅的口味有關。

4.素材不足，宣傳效益較差，數據缺失嚴重，所以一些數據無法分析。

5.在巴哈的宣傳轉換率極低，即使將連結貼在文章中，也很難吸引人點入Penana觀看。

6.批踢踢的文章人氣至少有高到可以再Google搜尋時看到，雖然人氣低的話沒甚麼效果，但至少比發在臉書，Google搜尋到的機率更低好。

7.果然還是以台灣人居多。

8.在宣傳效果上，雖然題材比較偏冷硬的氣象知識，但我認為受眾的接受程度並不比三色坊的東離四格低，只是素材太少，能做的宣傳難度較高，比較無法透過定期更新的方式來累積人氣。

也就是說，這個方式比較適合定期連載，格式明確，而非主題性的連環漫畫。

如果以作畫頁數來分辨哪邊比較有效率，那做了很多張的氣象象每頁平均效率是比較差的。

中長篇，具有主題的漫畫題材宣傳比較不適合貼在西洽，當然如果直接貼圖到內文中而非要大家點連結進去看的話，對於累積人氣的幫助還是比較大的。

雖然在這之前真的得考慮在批踢踢發文跟在臉書發文的差別在哪，並在連載時多注意，才有辦法做出比較長時間的宣傳效果。