創市際雙週刊
第一四三期

發刊日：2019年10月30日

ARO / MMX 觀察

3 ARO / MMX 觀察 – Facebook Viewability

IX Survey 市調解析

8 市調解析 – 行動支付篇

ARO / MMX 觀察

Facebook Viewability

前言

在廣告品質與效益漸受重視的數位產業界，數位廣告效益評估已經越來越被大家給接受，但是在計算成效或轉換前，我們是將所有的曝光數當作分母，或者是只將有可能發揮廣告效益的曝光數當作分母來計算呢？

在數位的環境中，有太多變因會影響到廣告有沒有可能發揮效益這件事：在螢幕線下的、投遞到非目標市場的、投給翻頁程式的，甚至是投給非目標群眾的廣告都無法發揮效益，其中最容易驗證的即為廣告可視性 (Viewability / In-View)。

Comscore 已於 2017 推出 Free Viewability 服務，無償監測並提供基本廣告可視性數據，在 2019 年 10 月 25 日，Comscore 進一步推出 Facebook 廣告的可視性數據，同樣以自助、免費形式提供，預計讓可視性數據的涵蓋平台越趨完整。

本期雙週刊將先概述 Facebook Viewability 服務，接著再說明設定步驟與數據指標。

Comscore 提供免費 Facebook Viewability 數據

1. 此份數據為**免費**、**自助式**服務，但需**具備 Facebook Business Manager** 帳號和數據，請依下頁步驟進行設定。

2. 無需安裝 Comscore 追蹤程式碼。數據係由 Facebook 蒐集後，Comscore 進行後續分析與報告呈現。

3. 對於現行 Comscore vCE 或 Free Viewability 客戶，可在完成設定後於**相同介面**看到 Facebook Viewability 數據。

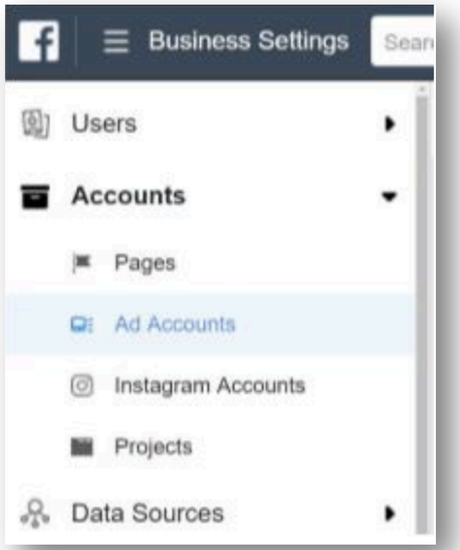
4. 此服務正在申請接受 MRC (Media Ratings Council) 認證中。

*更多關於 Viewability 說明，請參考：https://www.ixresearch.com/?p=13450

五個步驟設定 Facebook Viewability

Step1 登入 Facebook business manager 帳號。

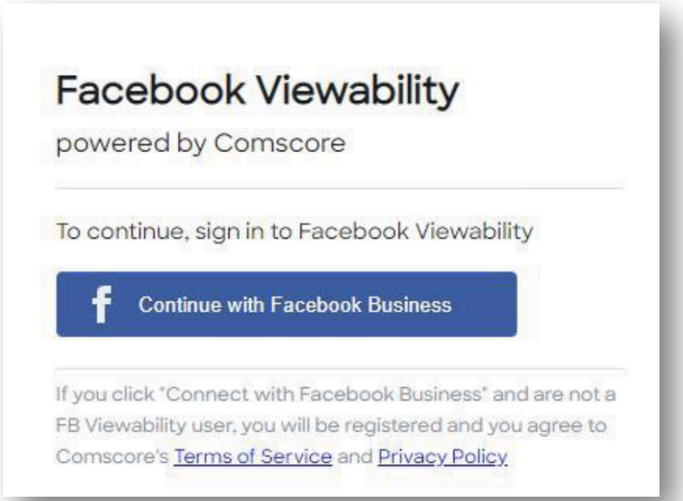
Step2 進入 Business Manager 設定介面，
點選 “Accounts” 選單中 “Ad Accounts” 。



Step3 輸入 Business Manager ID : **1533940600243861**，
此為 Comscore 專屬的 Business Manager ID。

Step4 將此 Business Manager ID 指派為 “analyst role”。
請將欲觀察數據之所有 Ad Accounts 進行以上設定。

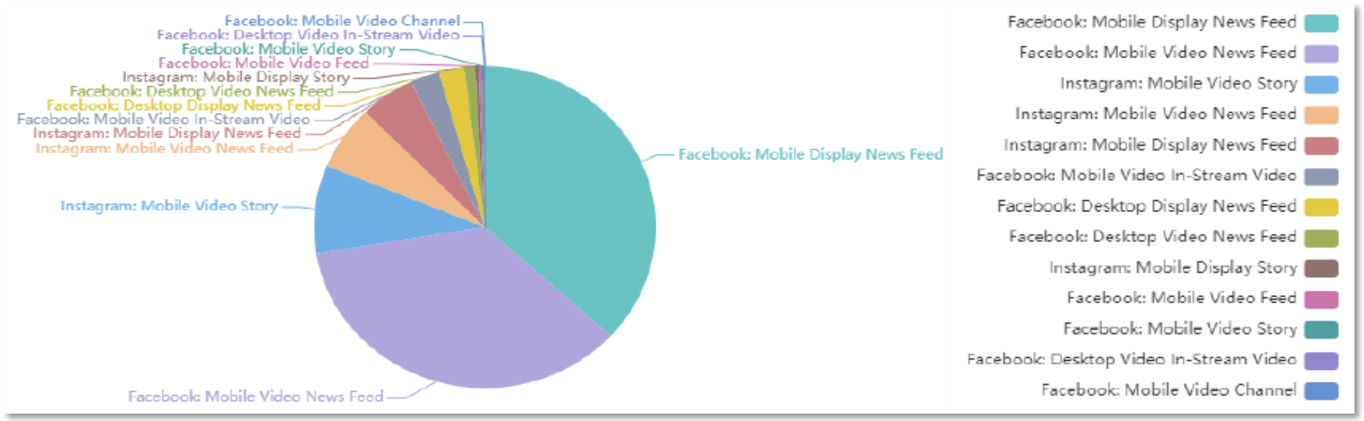
Step5 上述步驟完成後，進入 https://fbv.comscore.com/，
以 Facebook Business 登入介面即可觀察報告。



*完整說明與設定請見：https://comscorevce.zendesk.com/hc/en-us/articles/360037201094

以 Impressions、Viewability 為主要指標，報告形式有兩種

Dashboard - 可依需求照 platform、ad type、page type 或 display/video ad 呈現，下圖以 page type 為例：



Data Explore - 可自行選擇欲觀察廣告 campaign 或指標：

Campaign ID	Ad Id	Adset Id	Source	Ad Type	Platform	Gross Impressions	Measured Rate
23843437485440321	23843437485490321	23843437485470321	Facebook	Video	Desktop	2,152	100%
23843437485440321	23843437485490321	23843437485470321	Facebook	Video	Mobile	191,089	100%
23843449074180321	23843449074220321	23843449074200321	Facebook	Display	Desktop	7,035	100%
23843449074180321	23843449074220321	23843449074200321	Instagram	Display	Mobile	34,742	100%

*完整說明與設定請見：https://comscorevce.zendesk.com/hc/en-us/articles/360037201094

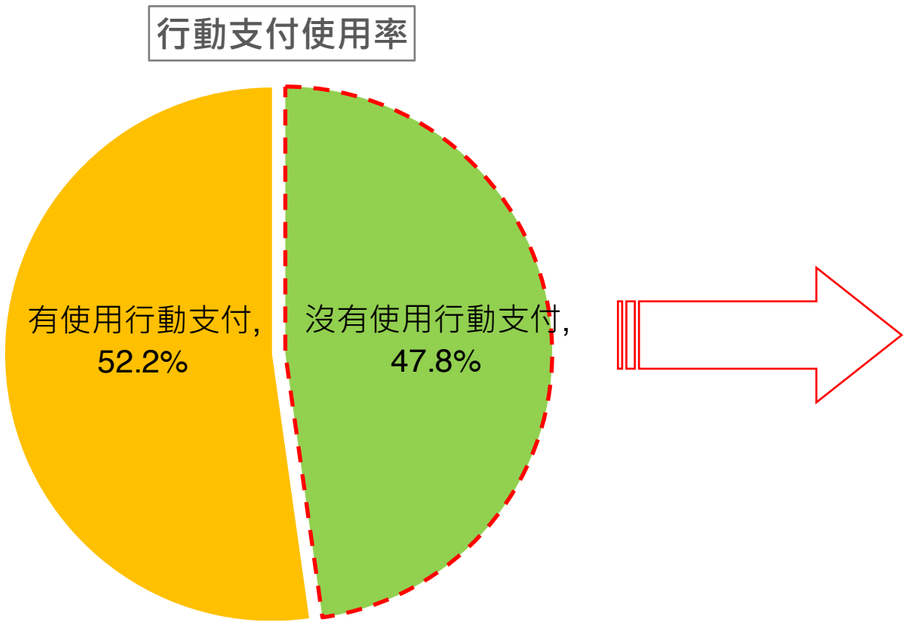
IX 市調解析

行動支付篇

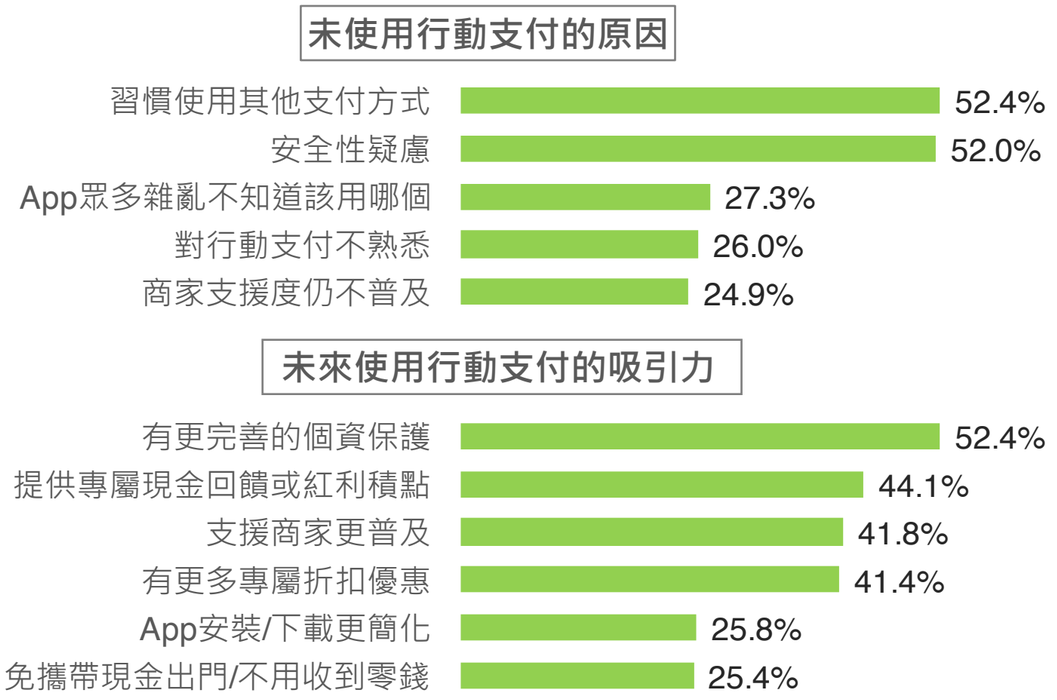
行動支付篇

使用行動裝置進行交易和購物，除了付費更為便利外，還能隨時掌握帳務狀況，功能上也越來越多元。正因此使用行動支付的觀念與技術，已漸漸被民眾習慣且融入生活。創市際市場研究顧問於 2019 年 10 月 2 日至 14 日，針對 15-64 歲的網友進行了一項「行動支付篇」的調查，總計回收了 1,900 份問卷。

行動支付使用率達五成



Base：全體受訪者 N=1,900
資料來源：創市際市場研究顧問 Oct. 2019

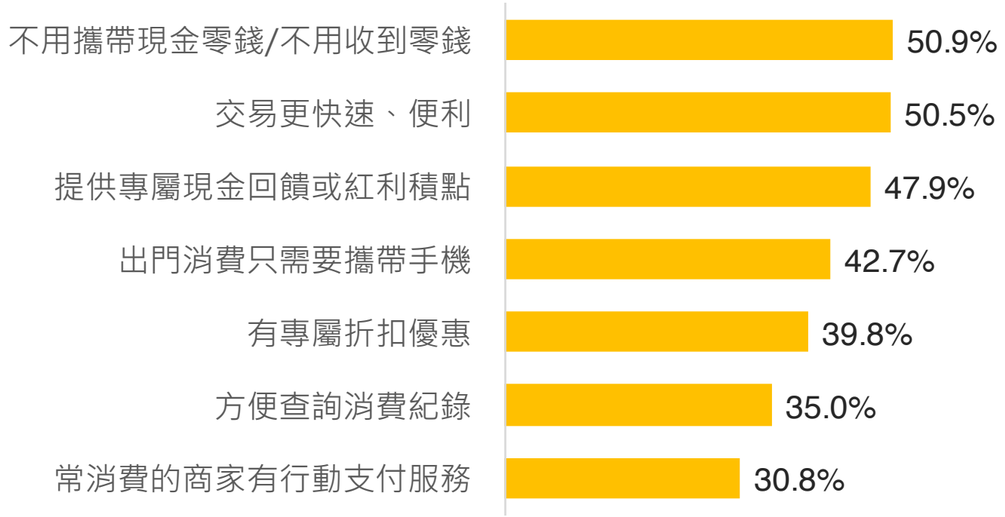


Base：未使用行動支付的受訪者 N=908
資料來源：創市際市場研究顧問 Oct. 2019

由調查結果顯示，行動支付的使用率達 52.2%，當中又以年齡 30-39 歲是最主要使用群。深入調查目前**未使用**行動支付者，有五成受訪者表示主要原因是「習慣使用其他支付方式」(52.4%)與「安全性疑慮」(52.0%)；詢問那些因素會有促使網友開始使用的吸引力，其中「更完善的個資保護」(52.4%)是最多人在意，其餘「提供專屬現金回饋或紅利」、「支援商家更普及」、「更多專屬折扣優惠」也都有超過四成網友選擇。

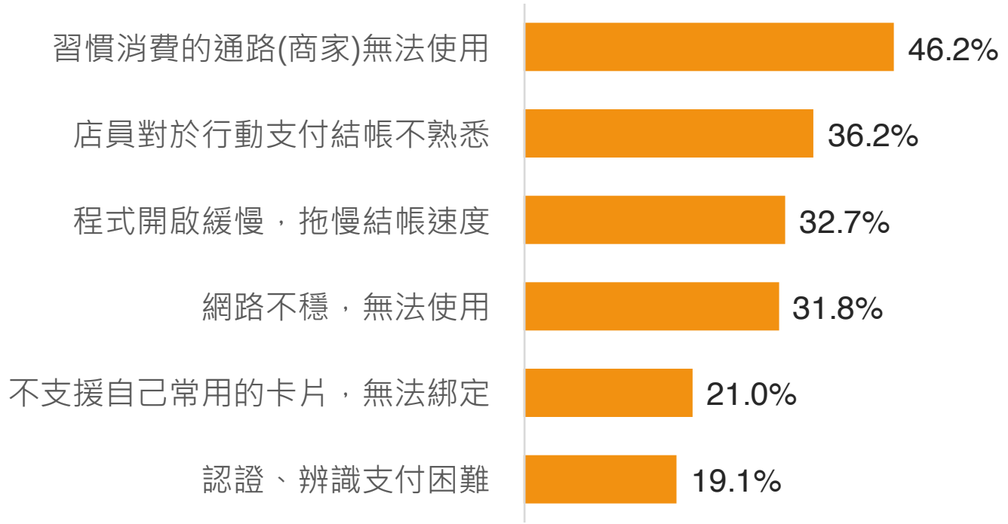
行動支付優勢:交易快速、免攜帶現金零錢

使用行動支付的主要原因



Base：有使用行動支付的受訪者 N=992
資料來源：創市際市場研究顧問 Oct. 2019

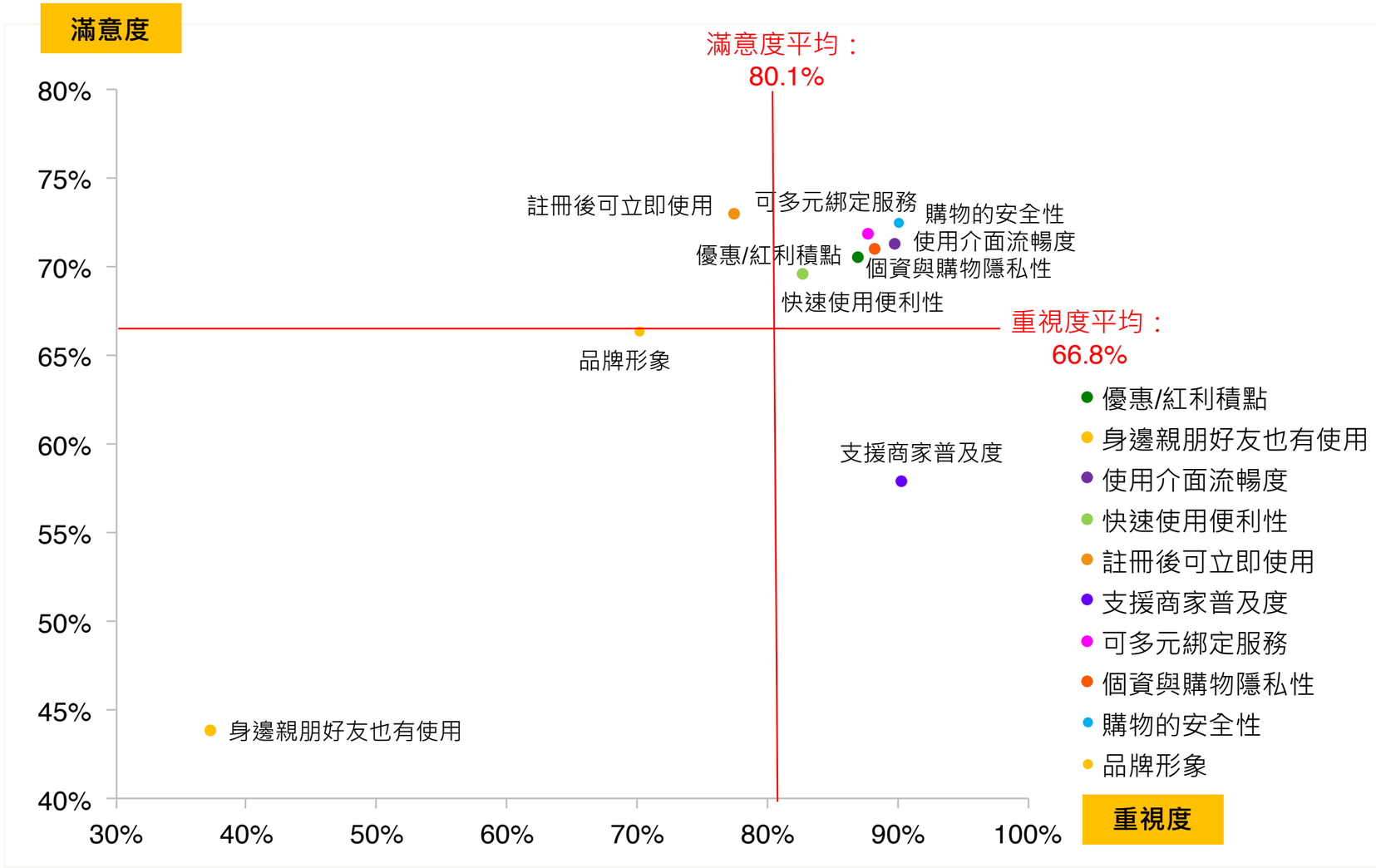
使用行動支付時的困擾



Base：有使用行動支付的受訪者 N=992
資料來源：創市際市場研究顧問 Oct. 2019

進一步解析網友選擇使用行動支付的主要原因，發現最多網友選擇的原因是「不用攜帶現金零錢/不用收到零錢」(50.9%)與「交易快速、便利」(50.5%)；調查網友在使用時是否有遇到困擾，有四成網友表示「習慣消費的通路無法使用」(46.2%)，其次是「店員對於行動支付結帳不熟悉」(36.2%)、「程式開啟緩慢，拖慢結帳速度」(32.7%)以及「網路不穩，無法使用」(31.8%)。

行動支付重視度與滿意度指標



透過觀察評估目前使用者對行動支付各項特點的**滿意度**與**重視度**，可以發現多項指標都落在平均值之上，顯示台灣目前的行動支付技術已趨見成熟，使用者的滿意度都能趕上其重視度。唯獨「支援商家的普及度」此一指標使用者的重視度還是遠高於目前的滿意度。

Base：有使用行動支付的受訪者 N=992
資料來源：創市際市場研究顧問 Oct. 2019

小結

- 行動支付的使用率達52.2%；
  未使用原因：習慣使用其他支付方式(52.4%) > 安全性疑慮(52.0%) > App眾多雜亂，不知道該使用哪個(27.3%) > 對行動支付不熟悉(26.0%) > 商家支援度仍不普及(24.9%)

  未來使用吸引力：有更完善的個資保護(52.4%) > 提供專屬現金回饋或紅利(44.1%) > 支援商家更普及(41.8%) > 更多專屬折扣優惠(41.4%)

  使用原因：不用攜帶現金零錢/不用收到零錢(50.9%)> 交易快速、便利(50.5%) >提供專屬現金回饋或紅利積點(47.9%) >出門消費只需要攜帶手機(42.7%)

  使用時的困擾：習慣消費的通路無法使用(46.2%)>店員對於行動支付結帳不熟悉(36.2%)>程式開啟緩慢，拖慢結帳速度(32.7%)>網路不穩，無法使用(31.8%)

- 行動支付各項指標平均滿意度66.8%、平均重視度80.1%；
  最滿意：註冊後可立即使用
  最重視：支援商家普及度

研究設計

研究方法：

線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究對象：

樣本來源為創市際 iX:Panel 大型樣本群，針對 15-64 歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2019/10/02～2019/10/14

有效樣本數；N=1,431

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.25%，再依照2019年06月台灣地區網路使用人口之性別、年齡及居住地人口結構進行加權。

		個數	百分比
性別	男性	950	50.0%
	女性	950	50.0%
年齡	15-19歲	143	7.5%
	20-24歲	171	9.0%
	25-29歲	179	9.4%
	30-34歲	181	9.5%
	35-39歲	222	11.7%
	40-44歲	217	11.4%
	45-49歲	199	10.5%
	50-54歲	202	10.6%
	55-59歲	203	10.7%
	60-64歲	183	9.6%
居住地	北部	873	45.9%
	中部	499	26.3%
	南部	528	27.8%

本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。

若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

marcom@ixresearch.com