

IBM Coremetrics公司  
個案研究 社交媒體的投資報酬率

## 透過臉書(Facebook)

### 西藤山大學(Seton Hall University)報名人數增加18%

臉書(Facebook)有超過5億的使用者。網路品牌因急於利用這個快速成長的管道，砸下重金投資在臉書上行銷。然而這項投資是否有所回報？若無具體指標，網路品牌無法評估績效與投資回報，而且也不可能充分利用臉書或當今其他社交媒體的功能。

#### 挑戰

西藤山大學是一所私立教育機構，仰賴學費作為主要收入來源。學生在選擇就讀學校時，考慮的是學位課程、聲譽、地點以及其他因素如同他們在“購買”大學般。

然而大學教育包含的不只是實體的產品特性。大學求學經驗中最重要的是，學生在抵達校園後，將在課堂、宿舍、以及藉由參與校園活動與組織，而建立人際關係。

大學的網路行銷者察覺到社交媒體，特別是臉書，可將該校的求學體驗分享給可能就讀的學生。此外，他們也瞭解其目標“客戶”，是一個花費大量時間使用社交網站的世代。因此，該校行銷者不再只是努力吸引學生參觀學校網站，反而試圖在他們使用的網站上進行接觸。行銷人員相信這個方法能夠提早進行招生，進而增加報名人數率與收入。

然而，如同許多網路行銷人員一樣，他們也懷疑臉書是否為一成功的行銷工具。在過去，他們利用臉書廣告進行交流。但是人們在臉書上點擊廣告，通常無法直接連結到該校網站([www.shu.edu](http://www.shu.edu))。

因此行銷人員猜想，臉書上的互動，能夠誘使可能就讀的學生透過其他管道參觀學校網站，例如搜尋或直接載入。但是他們並無法讓兩者直接連結。

#### Coremetrics印象屬性(Coremetrics Impression Attribution™)創造連結

西藤山大學數年來都使用IBM Coremetrics公司的整合性行銷優化方案，以瞭解學生的就學過程。由於社交媒體的發展，IBM Coremetrics公司也增加功能，提供社

交媒體管道的能見度。最好的例子是Coremetrics印象屬性方案(Coremetrics Impression Attribution™)，能夠將網路上所有的行銷活動，連結至行銷者網站上，進行後續行為與交流。

此外，使用Coremetrics的社交方案，網路行銷人員可利用主控台，追蹤社交管道之間的投資報酬率、分析從其他網站介紹來的訪客有何影響、監測社交內容對下游的影響、並且追蹤臉書與推特(Twitter)上的即時對話。

“若沒有Coremetrics的方案，我們可能認為臉書無法讓報名人數與目標收入產生直接連結。但是有了這個方案，我們瞭解臉書是重要且先進的工具，有助於發展大學市場。” – 西藤山大學策略行銷資深主任

### 西藤山大學個案研究

西藤山大學的行銷人員最近已成功使用這些功能，增加下個學年的人學人數。計畫包括2014班級臉書的使用。目標在於擴大該校與學生之間一對一的重要特性，包括共同體的感受、有家的感覺、多元化學習體驗以及樂趣。

行銷人員以Coremetrics印象屬性的標籤，將客戶加上2014班級的標籤，使人容易找到曾在臉書上互動的該校網站訪客。使用Coremetrics這項產品進行分析與報告，行銷人員也可檢查這些訪客進行的活動。

此外，西藤山大學也開始回覆學生的問題，提供協助，包括新生訓練、匯款、分級測驗、以及住宿等問題。不久後，學生的“入學申請具結書”公告(學生聲明所選擇的主修科目、新生訓練日期、或是參加俱樂部或體育活動)已增加至47%。

Coremetrics的方案顯示，與2014班級網頁互動頻繁的訪客，大多數也參觀過學校網站。舉例來說，他們比其他訪客更有可能提出問題並且填寫表格。收集的數據顯示，臉書對於西藤山大學來說，至關重要。

### 臉書團體資訊

可能就讀該大學的學生使用臉書與正在就讀以及可能就讀的學生互動，依據主修科目、共同興趣、地理位置、甚至是宿舍號碼，自動形成了團體。

“臉書效應”(Facebook effect)雖然在人們意料之外，但是卻自然融入該校的傳統優勢中，並且在決定過程中，產生可見的重大影響。事實證明，其他大一新生已成功說服無法下決定的學生前來就讀本校。

### 學費訂金增加25%；報名人數增加18%

在暑期(課程開始的兩個月前)，2014班級的學費訂金，比前一年同期多了25%。此外，入學人數比前一年多13%。

報名日期截止時，西藤山大學的大一學生人數創30年來新高，淨現值為2900萬(美元)，增加了18%。在高等教育普遍入學率低的主流趨勢下，這些數據是相當驚人的。

西藤山利用Coremetrics，在臉書上收集互動資訊，並且進行深度分析，讓該校有更多情報，作出投資上的決策。

這項行動已消除對於臉書價值的所有疑慮。該校已將臉書視為最重要的招生管道。

該校目前正在研究充分發揮這項管道的新方式，為達此目的，網路行銷人員定期在臉書上與相關使用者分享資訊，包括招生與住宿。他們一起合作發展出新模式，以因應現今學生對於與學校互動上，所期待的不斷變換的方式，甚至是要求。

### 西藤山大學簡介

西藤山大學位於紐澤西南橘郡(South Orange)，是一所天主教大學。學校具有多元化與充滿合作關係的求學環境，強調學術與道德發展。該校學生準備在全球社會中，成為專業與團體上的領導者，並且也受到傑出教職員的啟發。該校也具有技術先進的設備、以及極有用的課程。