



PART ONE

宏將觀點

- Insights



掘金 Threads !
三大策略助力品牌逆襲



Threads 去年7月推出，5天達1億使用者，但隨後大量流失。

今年總統大選再次帶起熱潮，目前有350萬使用者，活躍程度受官方關注。

官方負責人直接點名台灣啦



exceptionally well in Taiwan of all places
which has been fun to see

which has been fun to see
exceptionally well in Taiwan of all places

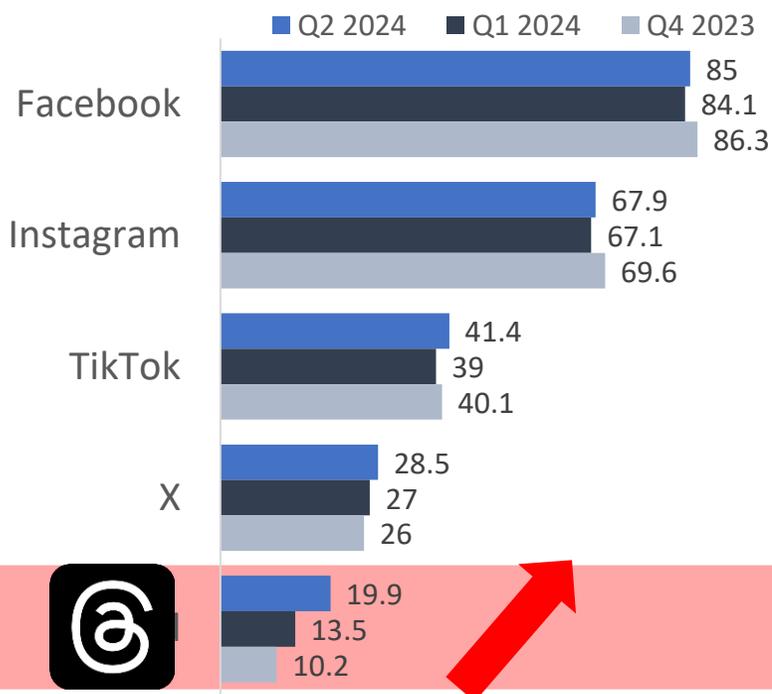
本期刊物，我們將揭開

臺灣用戶熱愛Threads真正原因！

透過三大操作心法和實測成果，助品牌在行銷上突破重圍

社群以Threads成長最快，主要TA 16-34歲

Threads 近半年用戶數增長 **95%**



- FB、IG 仍為社群霸主，使用率維持6成以上
- TikTok跟X緊追在後，X用戶集中在20-29歲

Threads 用戶 16-34 歲

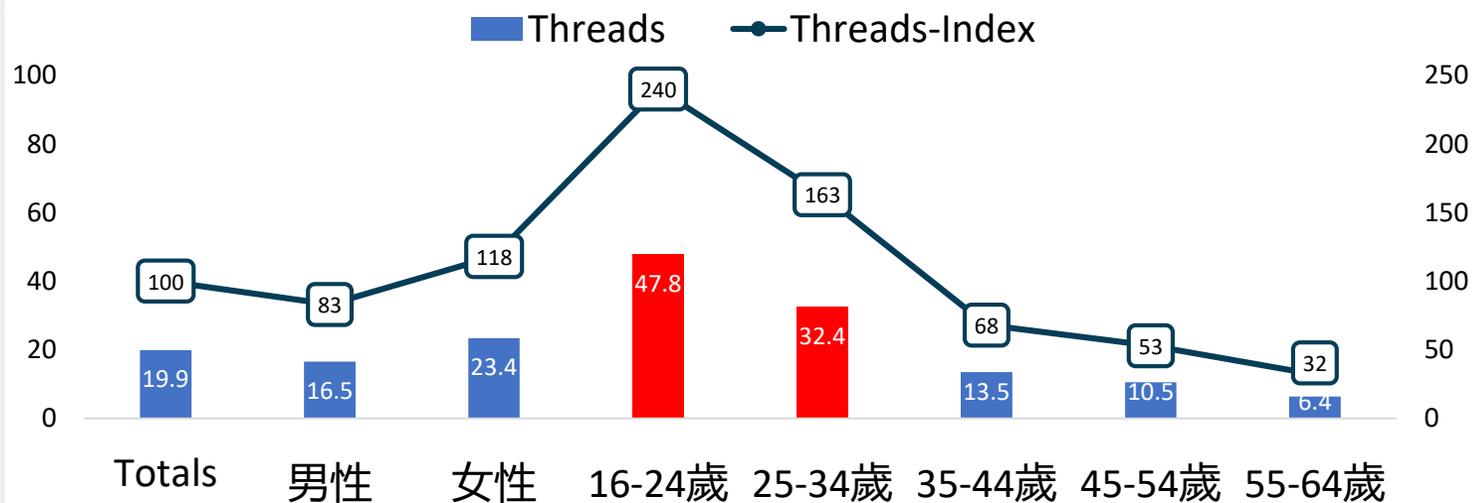


主因是好奇、跟潮流想用

- 67.1% 好奇嘗鮮、跟隨潮流
- 31.3% 追蹤名人、親友
- 27.4 FB/IG看到推薦串文

6成以上為潛水員，瀏覽貼文為主

65.0% 瀏覽串文 | 35.8% 按讚 | 32.3% 追蹤名人



用戶喜愛Threads是因為更真實、消息快、有新鮮感

沒事就滑一下 Threads ...

在這裡真實感很強！

不像FB、IG會過度包裝營造社會形象，大家都隨意輕鬆的發文，也能看到生活上的小苦惱，更貼近真實生活。



我的發言也受重視

通常藝人、網紅佔據社群話語權。在脆上素人也能爆紅，讓大家更踴躍發聲，使內容更有活力與互動感。



更快掌握新消息！

回歸純文字內容，降低發文與創作門檻。讓大家可以更快速的分享資訊，因此最新最火的消息Threads上都有~

發現興趣一樣的網友

發文容易被興趣同溫層所關注，更容易擴散破圈。除了原本追蹤的，更可能推播感興趣的潛在內容。



Threads演算法大不同! 突破同溫層的推薦機制

推薦機制

有助於擴圈的演算法

FB、IG 推薦

Threads 熱門文

根據用戶過往感興趣主題或熱門貼文

Threads 會看到
追蹤者的貼文

沒追蹤，可能感興趣主題

符合自身興趣、互動率高的貼文

朋友感興趣的主題

新追蹤帳號，Thread 推薦機制會重算

同溫層

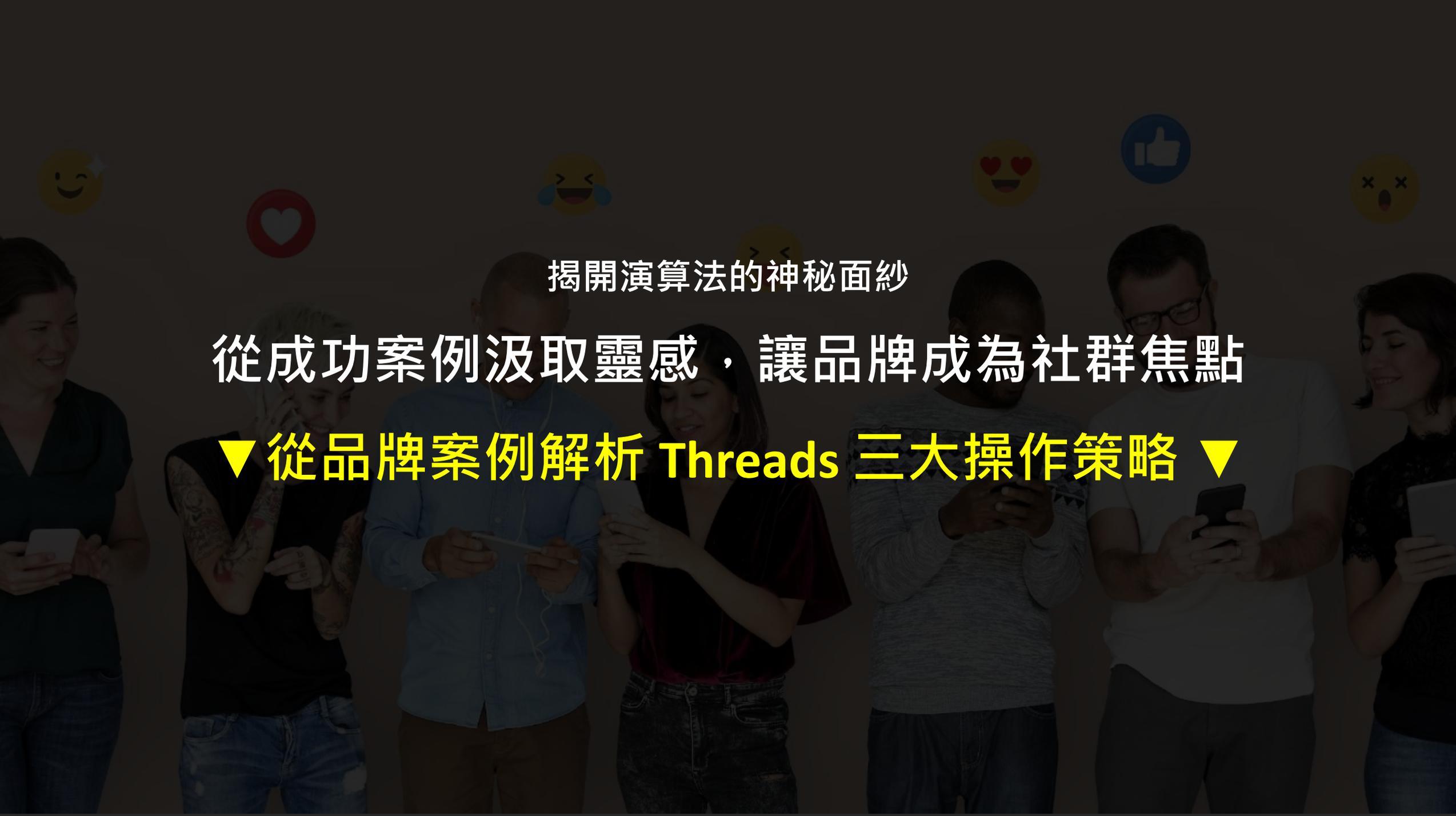
異溫層



Thread 上沒看到喜歡的內容？演算法需要優化

透過個人行為（停留時間、動作）來掌握用戶喜好與推播

1. 停留時長：看貼文內容及照片、看留言
2. 動作：按讚、留言、轉發、引用



揭開演算法的神秘面紗

從成功案例汲取靈感，讓品牌成為社群焦點

▼ 從品牌案例解析 Threads 三大操作策略 ▼

適合經營Threads的品牌類型

專業性 品牌

建立親切感
拉近與消費者距離

金融保險、房地產、汽車等

老字號 品牌

渴望擴圈
打動年輕消費群體

食品產業

新興 品牌

增加知名度、聲量
有導流需求

新興品牌、網購/電商品牌

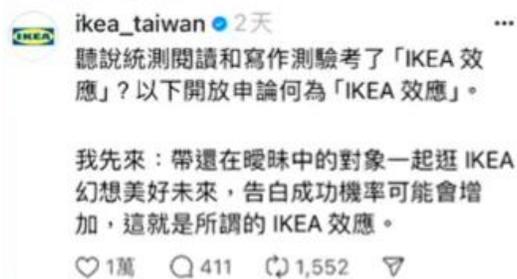
日常 品牌

接觸不同TA
加強粉絲黏著度

食品、家電、保健、遊戲等

Threads品牌案例- 結合時事快速出擊，話題性更強

統測作文命題為「IKEA效應」
品牌快速創建帳號與學生互動

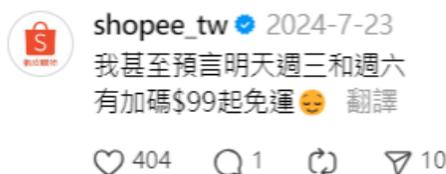
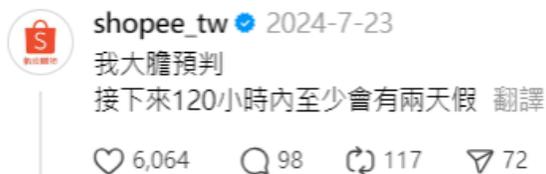


對這隻好運鯊鯊按愛心的脆友，就能得到 IKEA 的大考祝福加持 ❤️

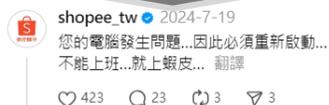


👍 1,873 🗨️ 10 🔄 67

強颱來襲，蝦皮幽默提及
接下來的假日會放假



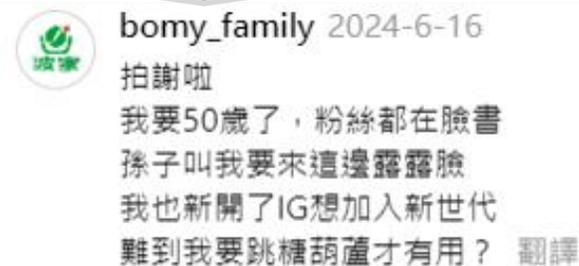
微軟系統全球當機，蝦皮以
不能上班，就上蝦皮互動



網路出現「不是，哥們」二創
迷因梗圖，蝦皮也跟風話題



老字號品牌波蜜以阿公自稱，
提及熱門舞蹈燙燙葫蘆接觸年輕世代



👍 8,929 🗨️ 710 🔄 104

Threads品牌案例- 流量回歸品牌，以鮮明個性提升品牌辨識度

經典老品牌波蜜，以阿公自稱，表示想與孫子互動(年輕世代)

波蜜
bomy_family

我才是正統波蜜！不要亂冒充啦！
我是出生在台灣50年的果菜汁哩！！
好運咒語：波蜜波蜜，好運都歸me☀️
*本帳號由老編不定期發廢文

2,714位粉絲 · bomy.com.tw

追蹤中

串文

已釘選

bomy_family 2024-6-16
拍謝啦
我要50歲了，粉絲都在臉書
孫子叫我要來這邊露露臉
我也新開了IG想加入新世代
難到我要跳糖葫蘆才有用？ 翻譯

8,927 710 104

麥當勞讓網友投票選出小編名，建立粉絲忠誠與好感度

McDonald's Taiwan 麥當勞
mcdonaldstw

請叫我大麥客 aka. 麥粉後援會會長♥️

5.4 萬位粉絲

追蹤中

串文 回覆

mcdonaldstw 2天
各位麥粉，吃薯條時你是哪一派呢？
A. 脆薯派
B. 軟薯派
C. 笑薯派 翻譯

1,824 235 20 37

mcdonaldstw 2天
麥當勞粉絲叫麥粉，那我身為麥粉後援會會長
大家覺得應該要叫我什麼？

麥隊長
大麥粉
大麥客

9,452票 · 票選活動已結束

718 175 9 16

故宮南院置頂貼文提及「如果你看到這篇代表你的脆很有品味」，點出品牌特色

npm_south

住嘉義，可以叫我故宮南院，週一到週日可以來我家看看展覽，週一你只能在庭園玩。

4.5 萬位粉絲 · facebook.com/npmsouth?mibextid=L

追蹤中

串文 回覆

已釘選

npm_south 2024-3-31
如果你看到這篇串文，代表你的脆很有品味。 翻譯

3.0 萬 751 567

npm_south 2024-4-20
天啊，這串22萬次瀏覽，真的嚇瘋。 翻譯

2,557 29 4

npm_south 17小時
我再跟大家說一遍，學生來故宮不用錢。 翻譯

1.4 萬 236 379 438

八曜以爸要喝茶諧音梗出擊，同時設計品牌寵物-小雞叭叭加強粉絲互動

byotea

爸要喝茶，所以去八曜和茶
囉頭的可愛寵物：小雞叭叭
@88_chicken_byotea

5.9 萬位粉絲 · linktr.ee/hachiyotaiwan

小雞叭叭
88_chicken_Byotea

我是官方「八曜和茶」的寵物-小雞叭叭
我主人是 @Byotea

9,109位粉絲

88_chicken_Byotea 2024-6-22
八曜爸爸幫我申請身份證了 翻譯

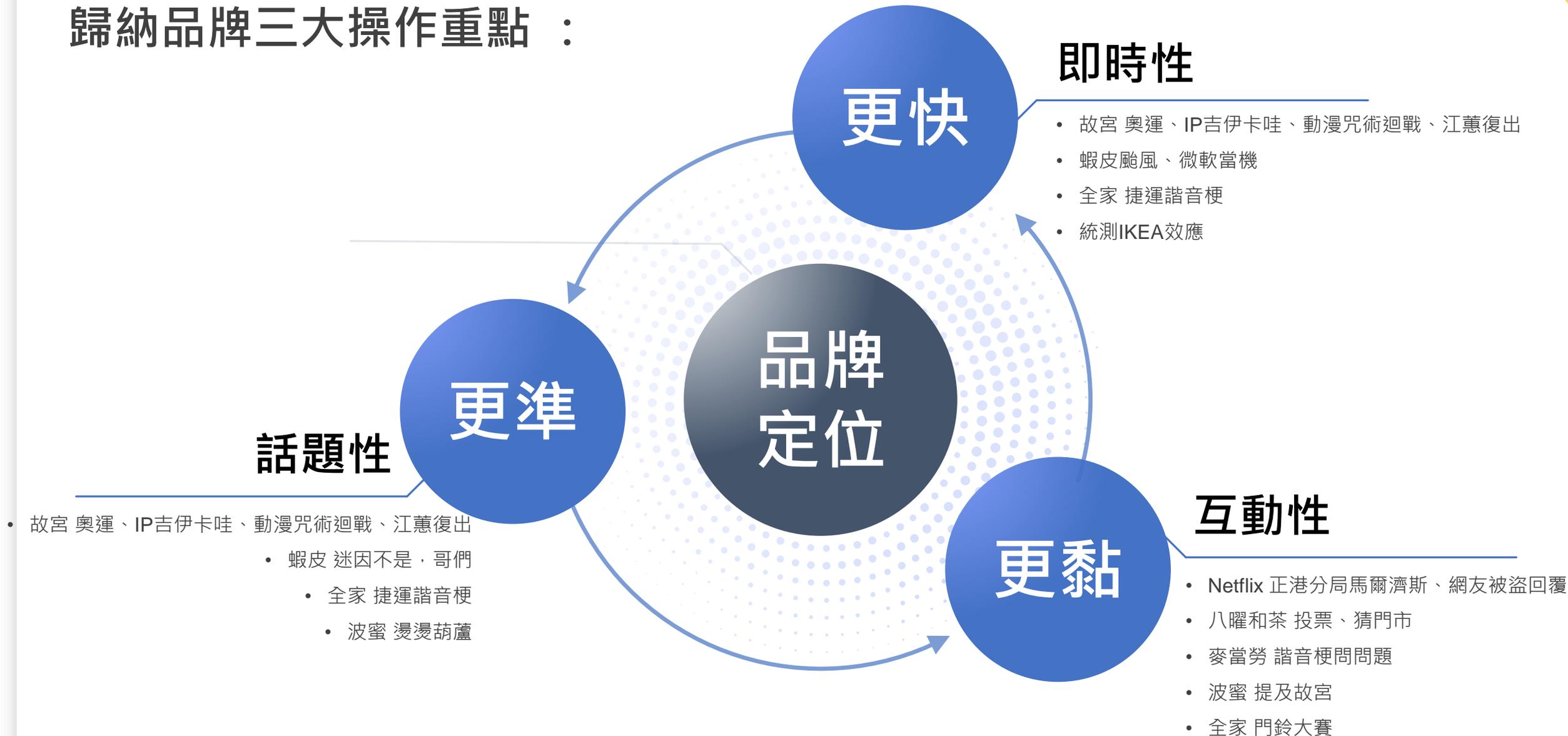
小雞叭叭
88chicken

第一則串文

88_chicken_Byotea 2024-1-15
大家好我是八曜和茶官方的寵物我是小雞叭叭
因為主人被脆的禁言我只能幫他回覆了♥️
@Byotea 翻譯

627 2 1,261 73 85

歸納品牌三大操作重點：



掌握話題即時出擊，持續性進攻才能創造大量曝光

即時性

更快

1. 更勤快/即時發文：越可能被推到用戶眼前
2. 24小時曝光期：前2、3小時瀏覽數會有快速增長，約一天後，觀看數就不太會再有大變動

話題性

更準

1. 聚焦地區型推廣機制(台灣)：蹭熱門話題或搭配Hashtag，更容易曝光出去
如：總統大選、黃仁勳、奧運等等
2. 用話題帶內容：Threads社群平台是取樂需求，以話題搭配八大文體推廣
如：金句文、感性文、宣告文、集氣文、分析文、懶人包文、廢文、不懂就問
3. 短文更佳：平台更適合短文，前5行要破題，創造出強力的驚喜、價值或反差

品牌調性

培養良好互動品質，以座標之力乘風破浪

互動性

更黏

品牌
調性

1. 頻繁發文

以互動性設計 (提問、創造簡單回文格式)
分段式發文 (點進留言詳讀，增加停留時長)

2. 海巡回文

運用座標之力，吸引大量粉絲關注



名人
網紅

→ 留言 →

自家
品牌



自家
品牌

→ 留言 →

粉絲數多
/熱門貼文



自家
品牌

→ 留言 →

粉絲
/素人貼文



持續關注未來動向，行銷機會隨時到來

我們將密切關注Threads平台廣告方案的最新發展，提供及時、有效的行銷策略，幫助品牌在新興社群媒體中脫穎而出，搶占數位行銷先機。



即將開放廣告進駐

根據 Digiday 於今年4月的報導，Threads 廣告的測試 (Beta) 可能很快到來！**若推出廣告，也包含 Facebook、Instagram 上所有展示位置的機會。**廣告佈局上，未來須以整個 Meta 生態圈角度規劃。



用戶將持續增長

Threads 的月活躍用戶數已達到1.5億，**兩個月有 15.38% 的成長，Meta 以最終目標 10 億用戶在衝刺。**Threads 用戶也持續趕上 X 的受眾，今年 Threads 已經擁有 X 60% 受眾，明年預估會達到 70%。



文化影響力即將爆發

明星名人陸續加入 Threads！ Mark Zuckerberg 在今年4月的財報電話會議上說明 Threads 的近況時，特別提到 **Taylor Swift 也加入平台了！**可以顯示 Meta 對於 Threads 的文化影響力有非常高的期待。