

# 國立臺灣博物館

## 106 年官網使用者性別分析研究

本館 106 年之「官網使用者性別分析研究」成果摘錄如下。

從博物館觀眾研究顯示，大多數的觀眾在參觀博物館之前，會造訪官網取得參觀相關資訊，參觀後回訪官網的意願也相對增高。因此官網為民眾了解博物館、取得參觀前資訊的重要入口，同時也是博物館進行品牌營造與網路行銷的重要一環。本研究以網站流量分析工具—Google Analytics，蒐集 2017 年官網流量，從 Google Analytics 提供之數據進行使用者性別與年齡分析，作為臺博館博網站經營與及數位行銷策略的參考。

從圖 1 顯示官網使用者女性(63.00%)明顯多於男性(37.00%)，女性為男性的 1.7 倍。圖 2 顯示 25-34 歲與 35-44 歲為官網主要客群，其中女性以 35-44 歲最多，男性以 25-34 歲為多(圖 2)。若從一年分月來看(圖 3)，官網使用者以 4-8 月份為多，其中又以暑假 7、8 月份女性使用者增加幅度最大。

從 2017 觀眾調查研究顯示，女性與男性比例相當，親子型目的觀眾女性佔比高達 61.90%，年齡集中於 36-50 歲(佔 63.90%)。臺博館以親子與家庭觀眾為主要客群，推測參觀前多由女性或母親上網查找資料，因此官網女性訪客明顯多於男性；且因女性生育年齡延後，因此親子與家庭女性觀眾 35-44 歲熟齡之年齡層佔比最高。

圖 1、官網使用者性別分析

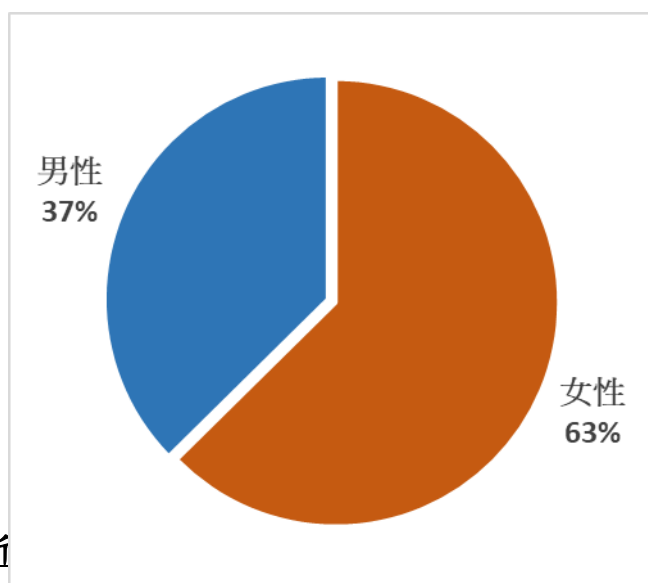


圖 2、官網使用者性別與年齡分析

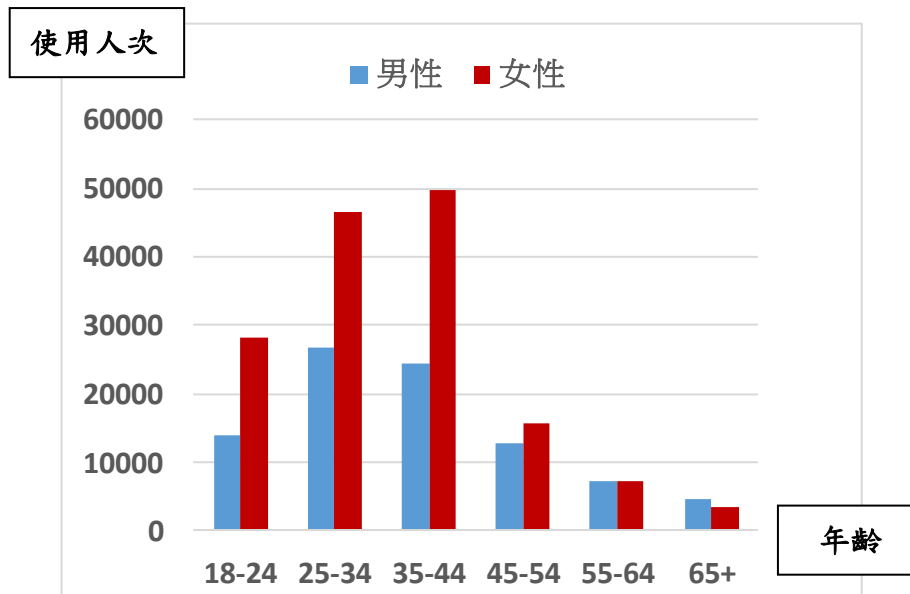
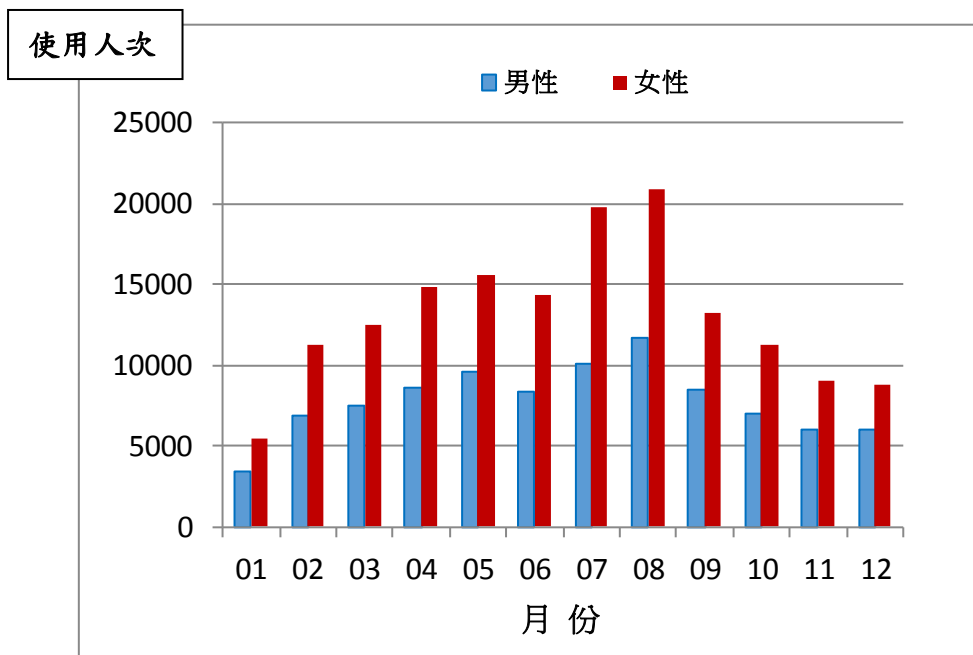


圖 3、官網使用者性別與月份分布



從本研究結果顯示 Google Analytics 網站流量分析取得之統計資料，與觀眾調查研究數據皆呈現相同的趨勢。從官網使用者性別及年齡分布資訊可以得知，臺博館為民服務或行銷企劃，可以加強女性或家庭分眾服務與連結，提供友善服務與設施，創造女性或親子話題，吸引更多女性關注，提高口碑效益，將有助於開發潛在客戶。