

什麼是社群？





如何定義社群(community) ?

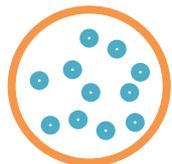
社群 = 人與人連結



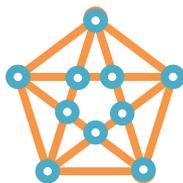


社群關係類型

Three Forms of Community Affiliation



集合體 Pools



網狀體 Webs



輪輻體 Hubs

說明

人們對共同活動、目標或價值觀有強烈認同，但關係鬆散

非類似興趣的人建立強大的一對一關係

對某人物有強烈喜好，但關係薄弱

社群關係關鍵

- 有共同興趣、活動、目標或價值觀
- 品牌愛好者

- 人際關係

- 一位魅力型人物

舉例

蘋果產品、鐵人三項

Facebook

歌友會



國際認證中心
International Certification Center

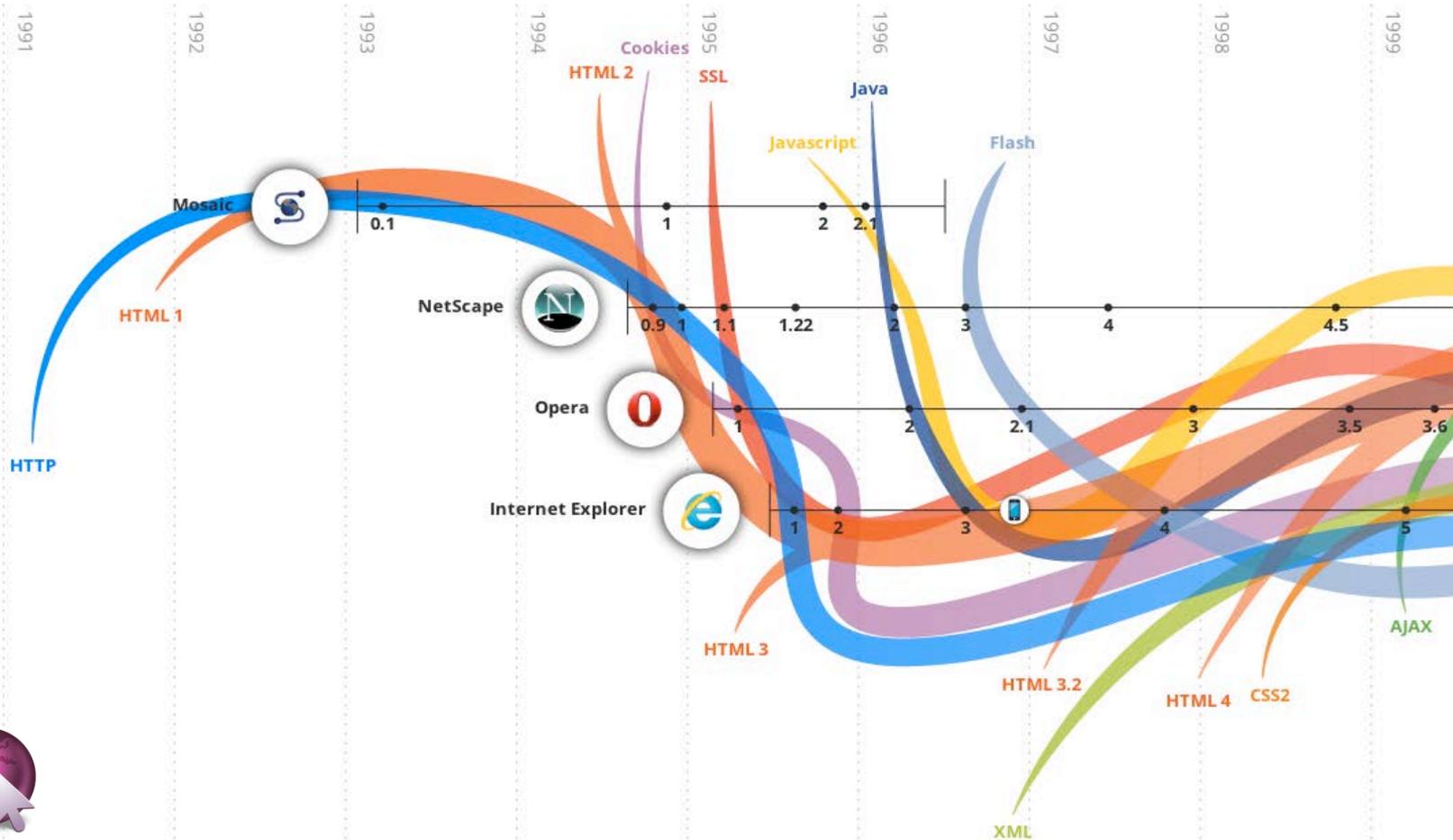


社群 + 網路 = 無疆界





Why push it faster



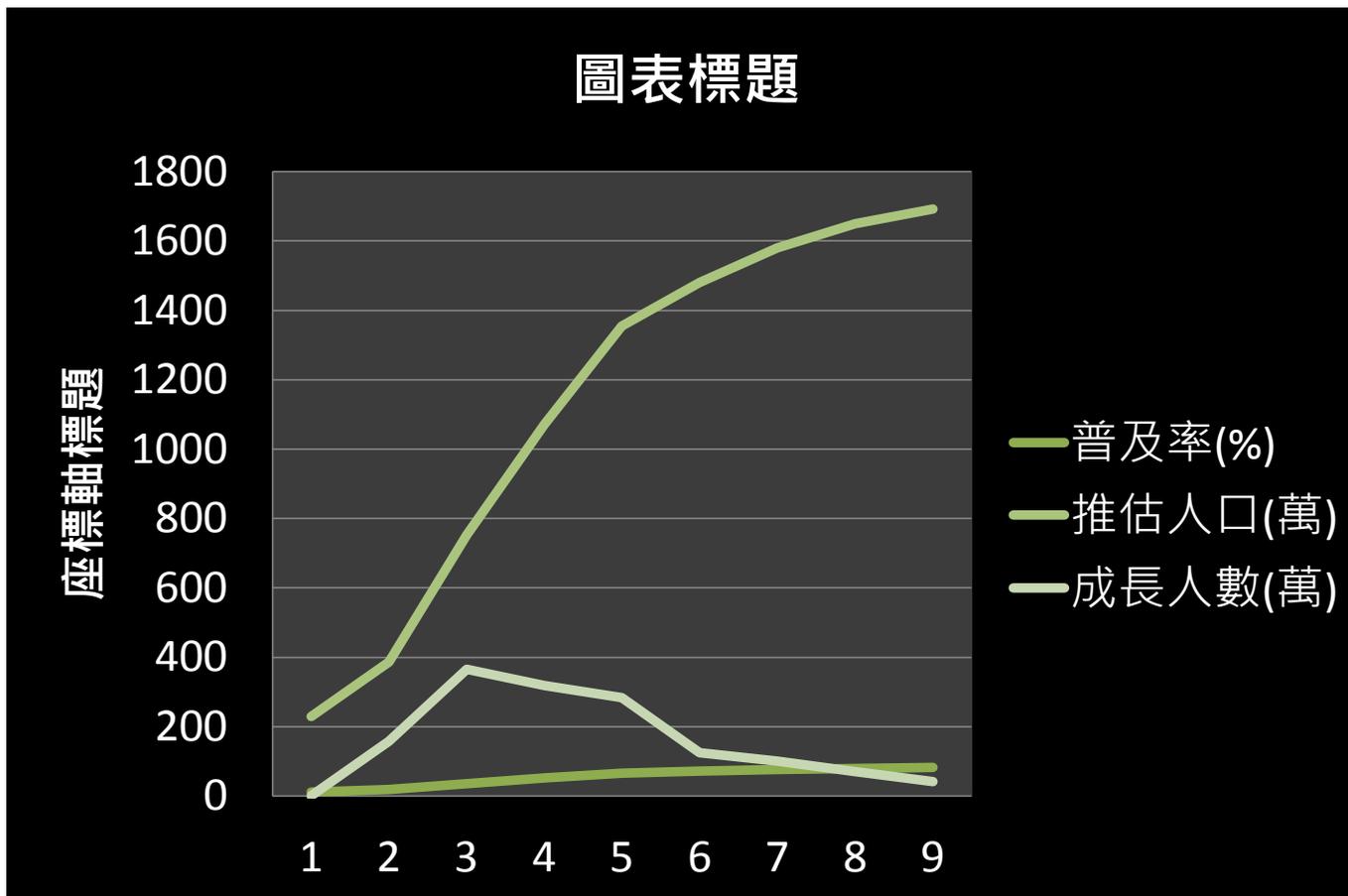


行動裝置普及率

全台滑世代破1,432萬



圖表標題





行動裝置普及率

全台滑世代分佈





社群媒體 in Taiwan

- 資策會產業情報研究所 (MIC) (2014年3月)&創市際市場研究顧問(2014年7月) 公佈的資料，台灣網友最常使用的平台如下：

名次	社群平台		多媒體分享平台		討論區		即時通訊軟體	
	名稱	百分比	名稱	百分比	名稱	百分比	名稱	百分比
1	Facebook	95.8 %	YouTube	96.5 %	Mobile01	51.4 %	Line	94.8%
2	Google+	24.7 %	土豆網	23.6 %	台大 PTT 實業坊	51.2 %	FB Messenger	45.4%
3	PIXNET	20.7 %	PPS 影音	20.3 %	Yahoo 奇摩知識+	46.2 %	Skype	41.1%
4	Xuite	12.7 %	Yahoo! 奇摩影音/電影	19.5 %	伊莉討論區	35.5 %	WeChat	21%
5	噗浪Plurk	8 %	Xuite	17.7 %	卡提諾王國	23.4 %	WhatsApp	15.3%



The World of Social Media



網路+社群+行銷？無限商機





行銷媒體演進

Marketing Media evolving

- Inbounds Marketing
- Mobile Marketing
- Video Marketing
- Word-of-mouth Marketing
- Content Marketing



Static Websites



Telesales



TV + Radio Ads



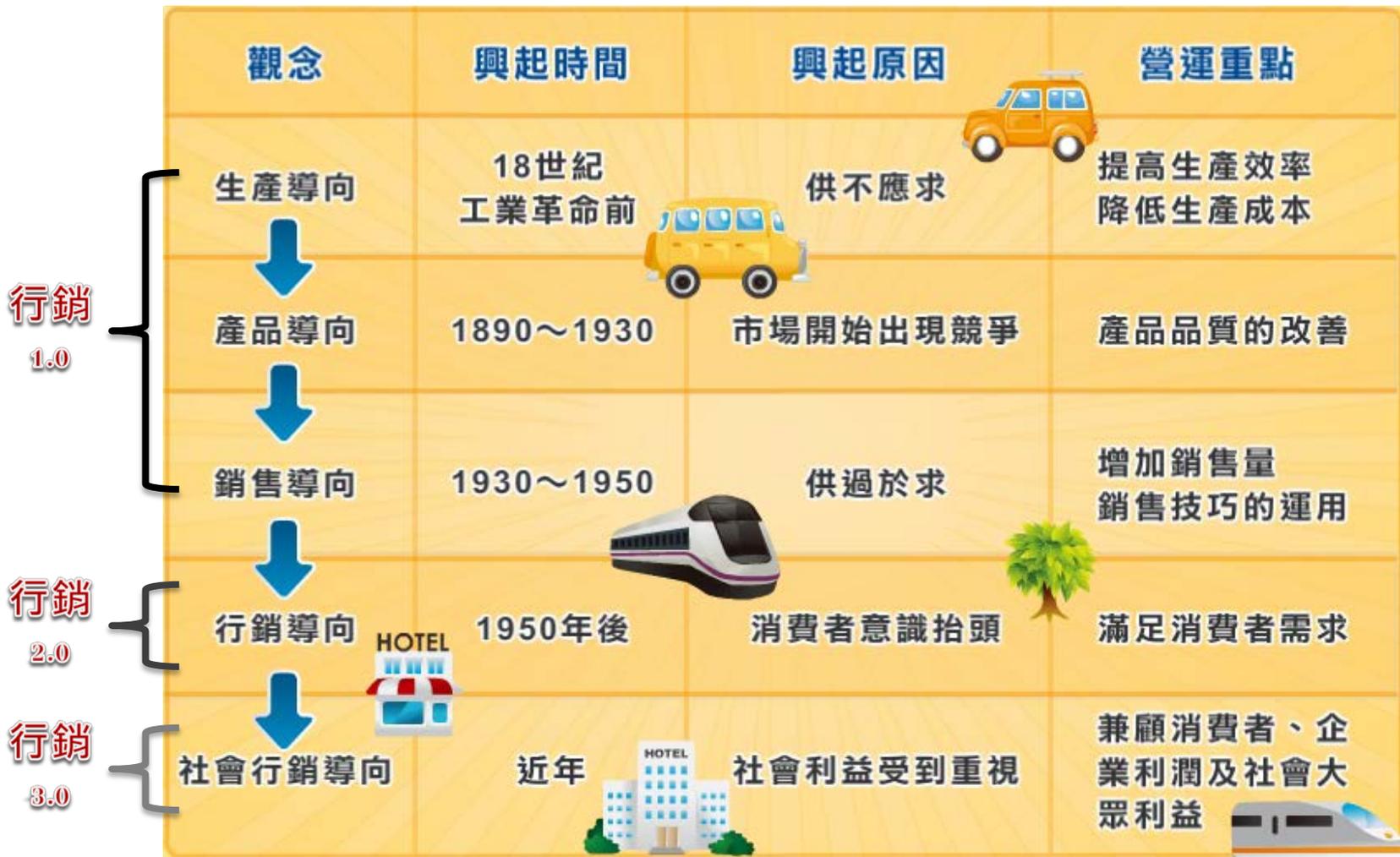
Print Ads



Catalogues

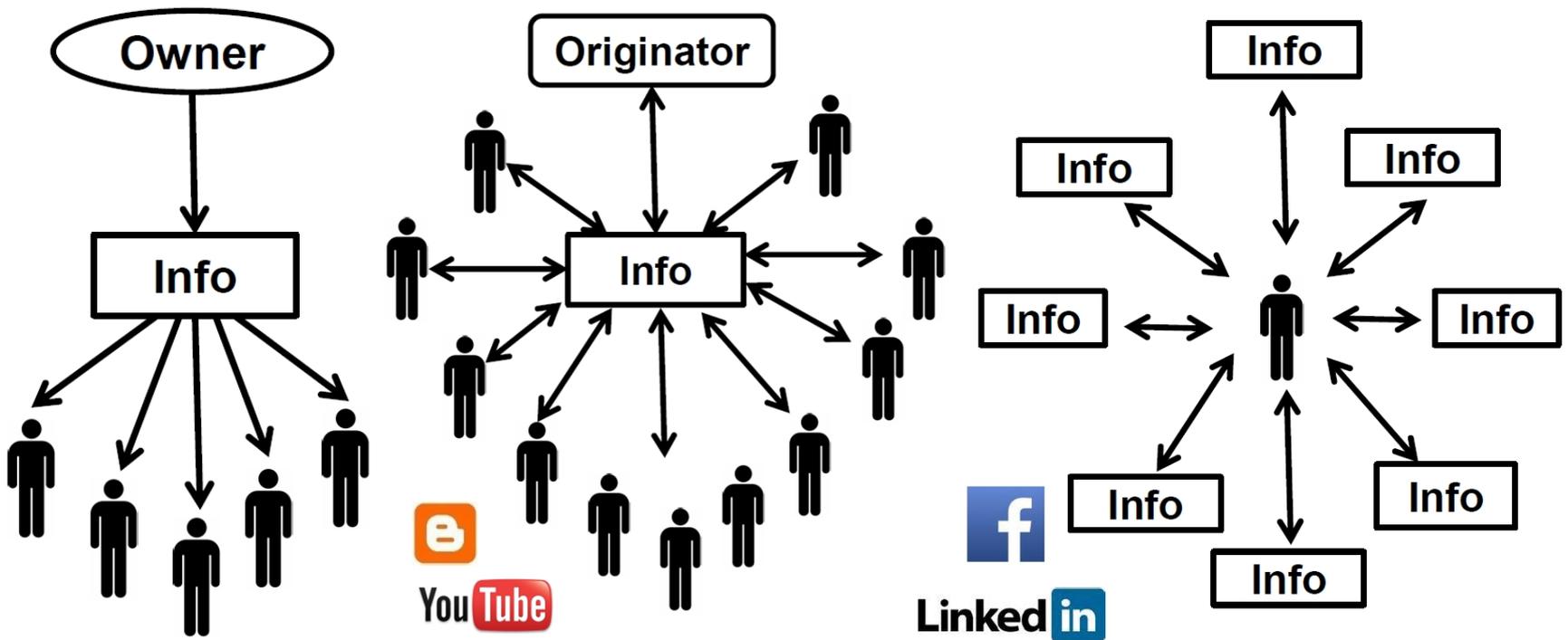


行銷觀念演進





傳統行銷 → 網路行銷1.0 → 社群行銷2.0





生活上的應用

- 小米科技的社群行銷



- 一 小米科技在推出小米機或紅米機之前，都會透過網路將上市的訊息傳遞給使用者，同時，請使用者協助進行測試，不但降低廣告費用，還可以在使用者的協助下，發展出許多新的應用程式，而使用者也會更加注意這款自己付出研發心力的產品上市時程，甚至會主動協助推薦，如此，讓不管是小米機還是紅米機，都能以較低的價格上市。

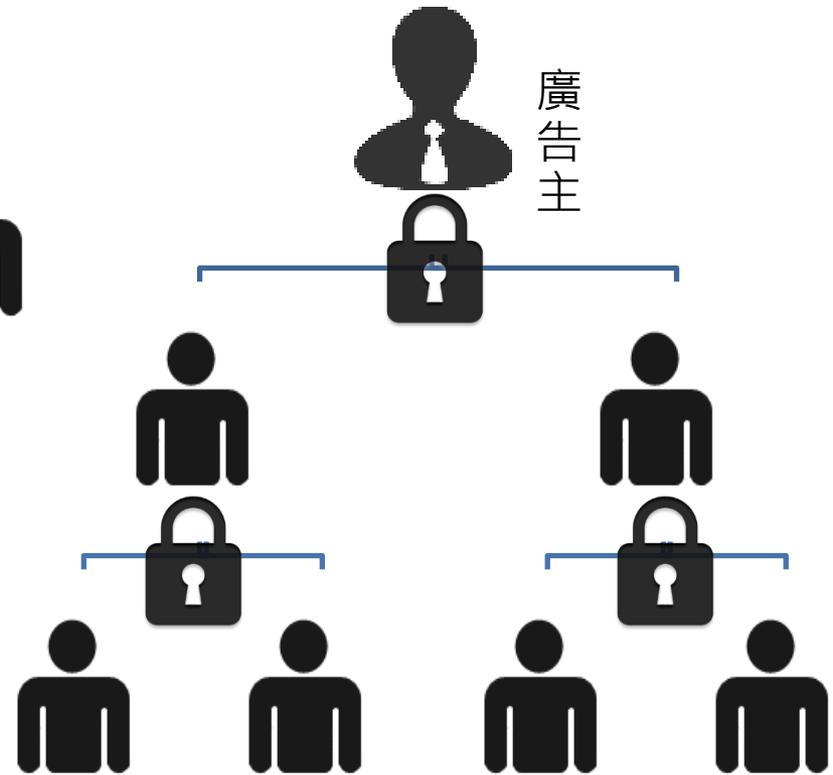
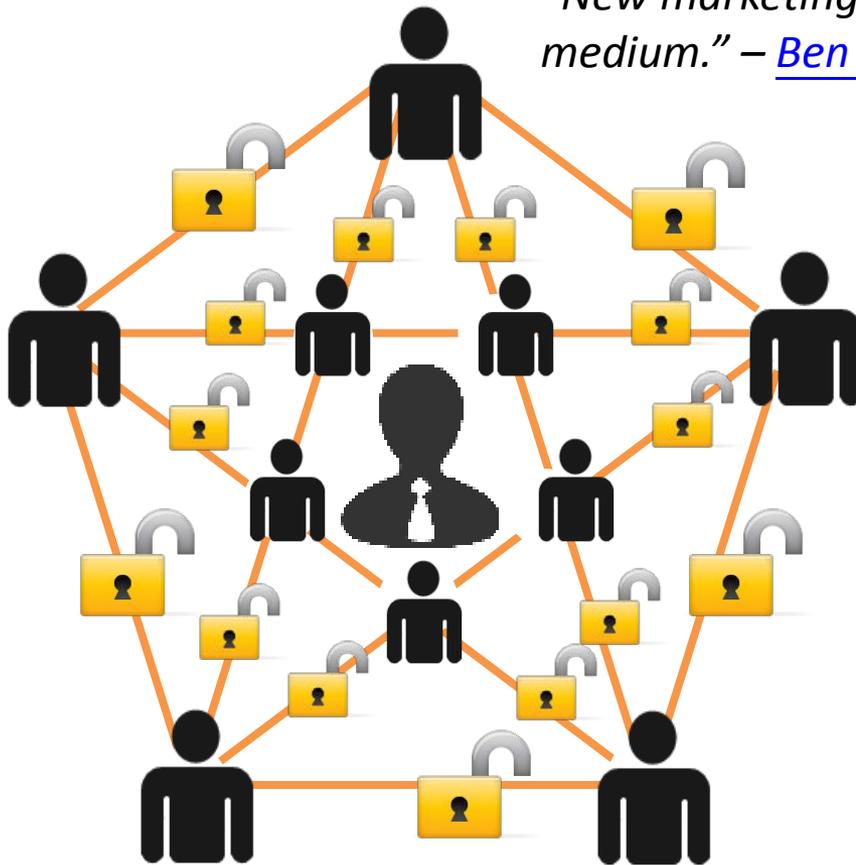
如何做網路社群行銷？





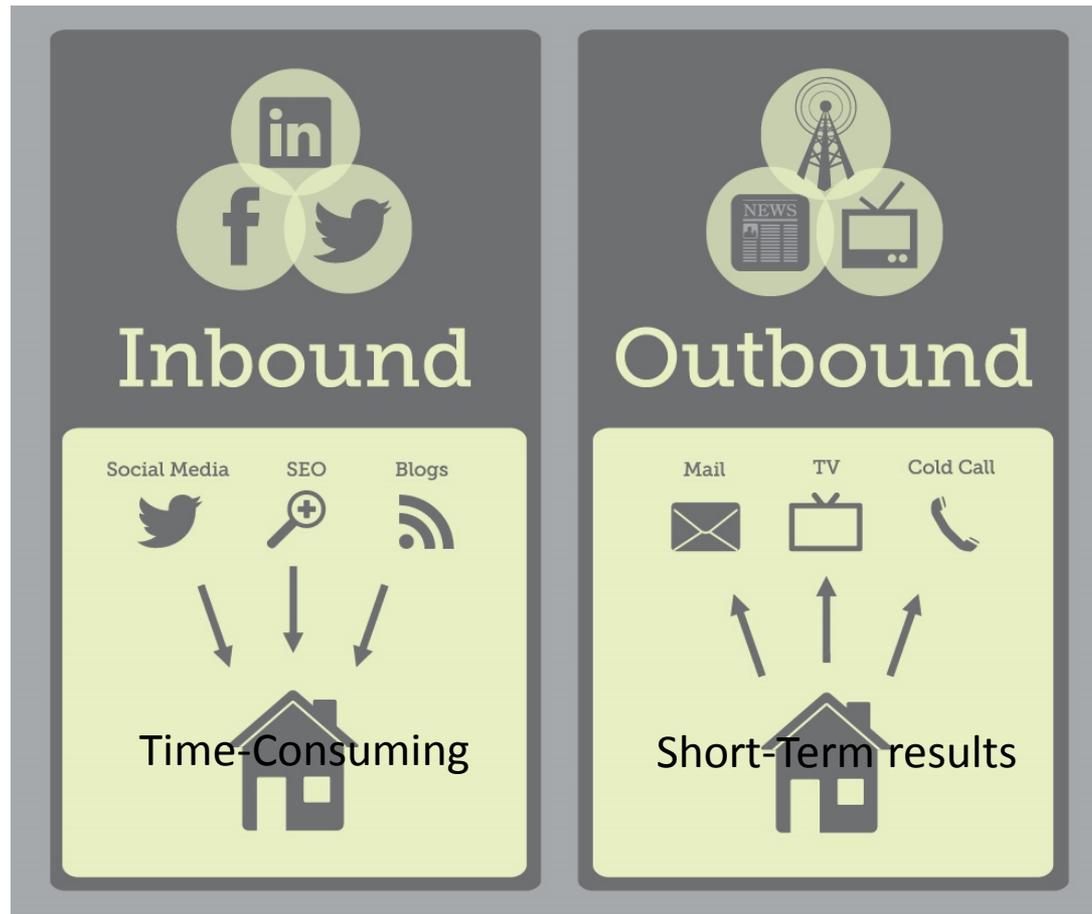
差異1 Contributions vs. Control

“New marketing is about the relationships, not the medium.” – [Ben Grossman](#)



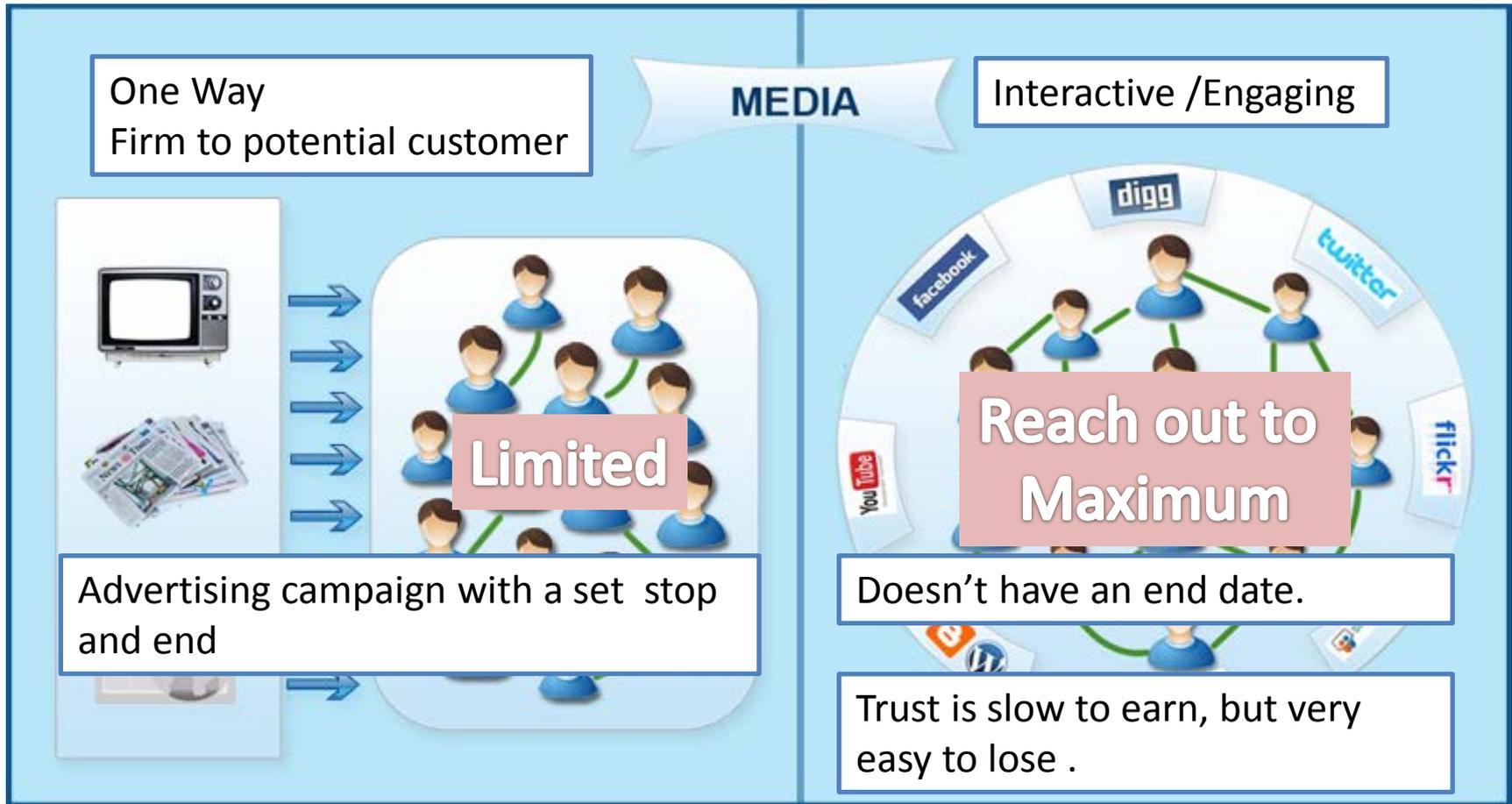


差異 2 Inbound vs. Outbound





差異3 Trust building





社群媒體行銷的迷思

僅用互動頻率斷定社群媒體策略成敗

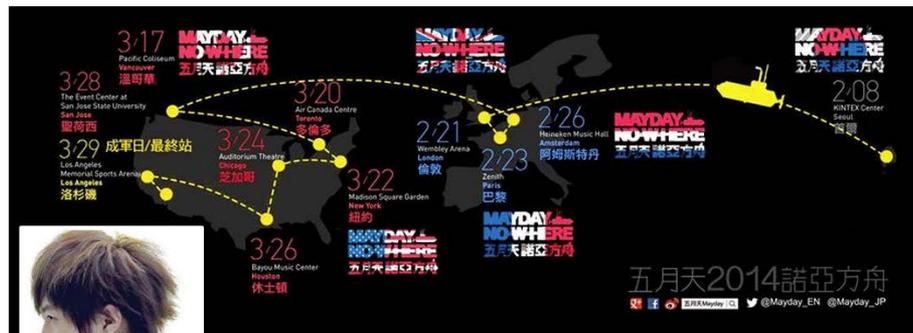
互動次數 \neq 銷售 \neq 營收



社群行銷的影響和特性

2. 連結的程度

- 這是指社群粉絲團可以利用行銷活動來吸引使用者的加入，接著就要想辦法讓粉絲們願意互動



五月天 阿信
2,830,340 人說讚 · 337,138 人正在討論這專頁

讀 追蹤中 發訊息

圖1-14 五月天阿信個人的 Facebook 網頁

音樂家/樂團
末日重生，第二人生，我是五月天阿信。
G+ <https://plus.google.com/u/0/+五月天阿信>
Twitter <https://twitter.com/ashin945>

相片 Google+ Tweets 說讚的粉絲 283 萬

關於 編輯建議



明確的網路社群行銷目標與策略





After Mission set, 啟動社群媒體行銷計畫週期



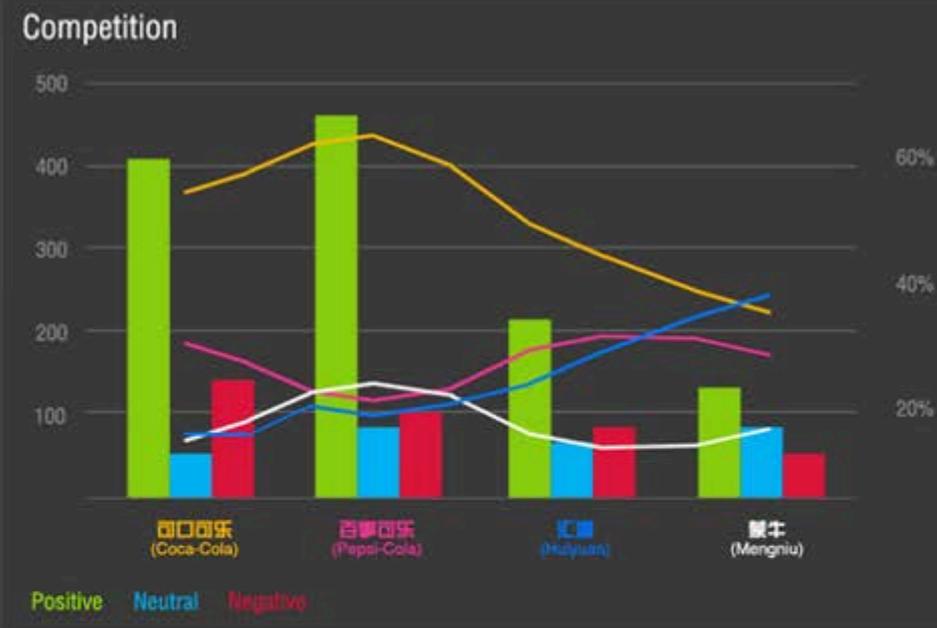
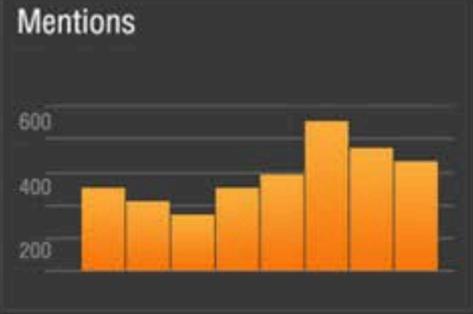
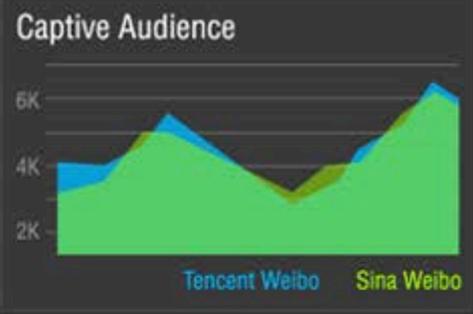


Defining Your Target Audience with Personas



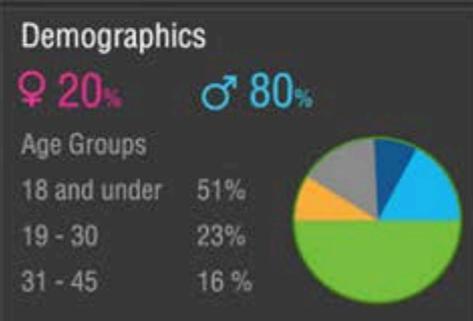
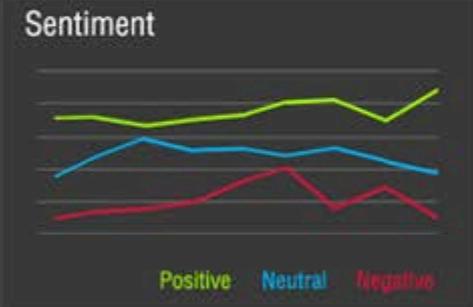
我們不可滿足所有可能的TA

只能滿足你設定的理想TA
(Persona)



Influencers

Person	Rank
Han Han (+1)	25153
Xiaoming Xu (-1)	21123
Chengpeng Li (+2)	18553
Xianping Lang (=)	14213
Jinglei Xu (-2)	9153



Issues

May 26 Possible issue
Heavy negative sentiment around sugar content of Coke

May 26 Alert
Sina Weibo volume spike today for topic Coke



Example : Mission to Goals

Mission

Create a social presence for your business

Goals

Create social profiles for your business on networks that your customers use

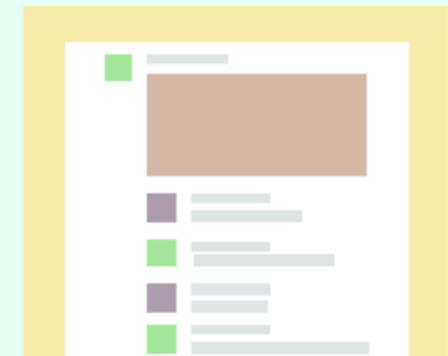
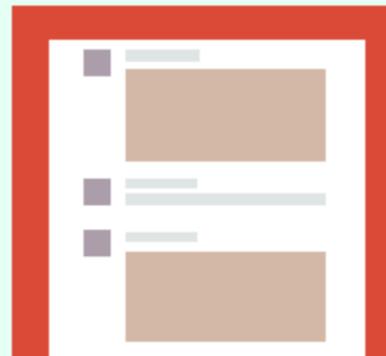
Goal#1

Share content on your social pages to engage fans and followers

Goal#2

Start conversations with prospective and current customers who are engaging with your business

Goal#3





目標KPIs設定的SMART原則

How will we measure *goal* success?



© Mark Smiciklas, Digital Strategist, IntersectionConsulting.com
"Bar Graph" icon by Scott Lewis, from the NounProject.com collection
"Calendar", "People" and "Target" icons from the NounProject.com collection



網路行銷案例探討

圖 7-5 粉力的企業贊助案件

粉力 fanly.com.tw

[我的粉力](#) • [認識粉力](#) • [贊助案件 \(2\)](#) • [我的帳戶](#) • [點數商城](#) • [粉力通知 \(9\)](#) • [邀請朋友](#) • [設定](#)

贊助案件

企業贊助案件
目前承接案件
已完成案件
未完成案件

您好，根據您的影響力及感興趣的分類，推薦您2筆企業贊助。歡迎分享你的專業、熱情和新知，將可獲得點數或現金回饋哦！
若您報名參加活動成功，案件走期已開始，請至粉力>贊助案件>目前承接案件，進行案件執行囉！



回饋 100 點

已報名 29 人

了解更多

報名時間
2014/4/21-
2014/5/21



回饋 70 點

已報名 1 人

了解更多

報名時間
2014/5/8-
2014/6/9



What is Sentiment Analysis

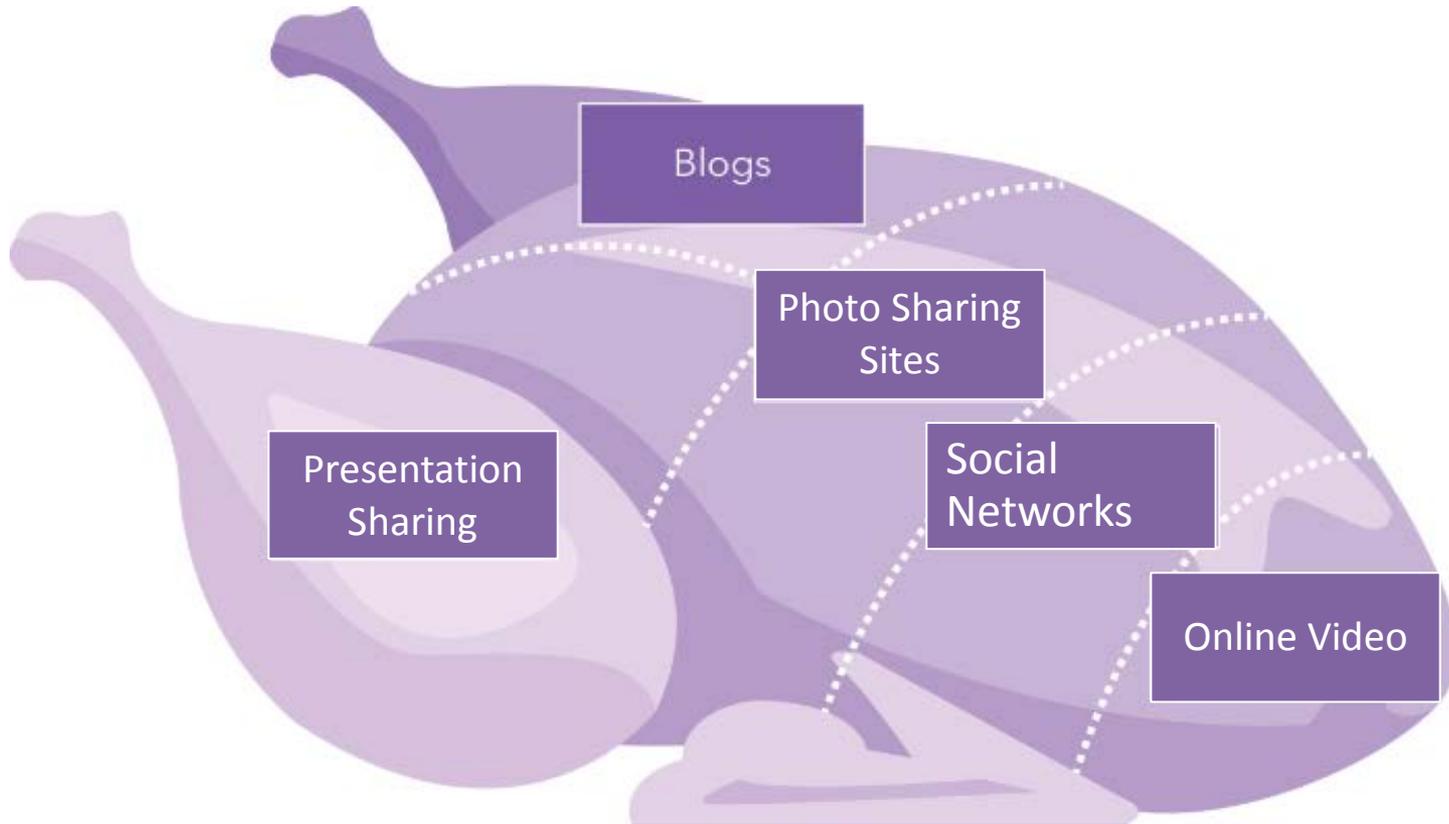


網路社群行銷戰略與工具應用





Social Media Tactical Toolkit





Content = information.

Blog posts

White papers

ebooks webinars

Slide-share decks

Informational kids Checklists

Offers

videos Buying guides

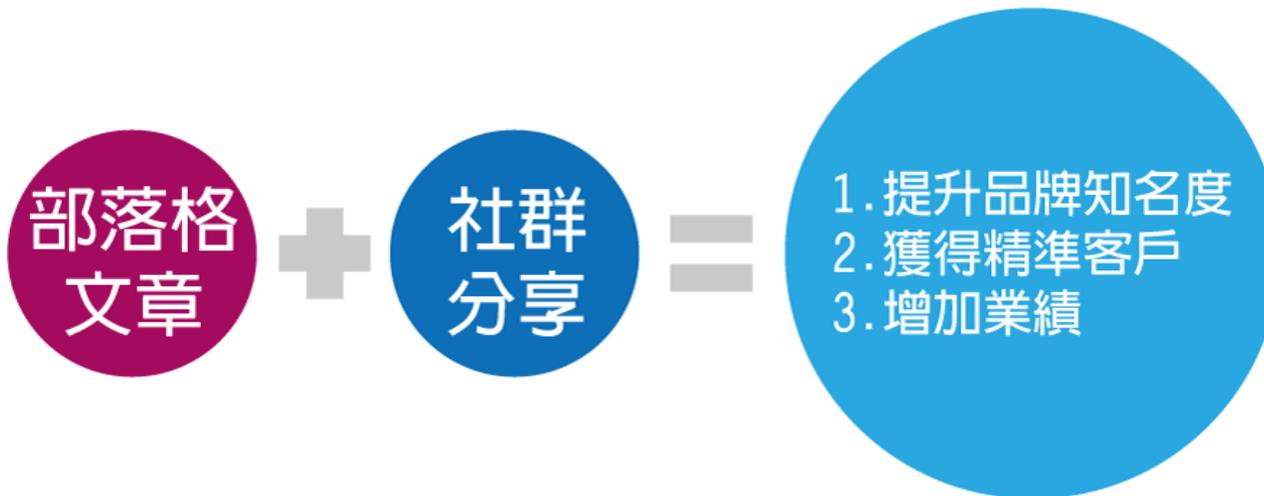
Case studies

Webinars



部落格行銷

- 部落格行銷的方式通常分為兩種方式，
第一種：委託知名部落客撰寫文章，進行置入性行銷，
第二種：為了特定宣傳活動建立一個特定的部落格進行行銷





專業評論-範例

圖 13-20 溫盾的 543 部落格

溫盾的543 關於溫盾的543 網路行銷 閱讀資料 課後延伸閱讀 所有的文章 搜尋幫手

TUTTI PAZZI PER Robi

PER SAPERNE DI PIU'



溫盾的業外收入

每個大男孩心中都有擁有一個原子小金剛夢想 Robi 洛比 機器人 1-8期的組裝記錄與開箱心得

2014年 06月 03日 [Leave a comment](#)

偷偷小聲的說... 雖然溫盾的老頭我啊~年紀已經一大把了~但心中...其實還是個"小男孩"啊!!
而每個小男孩心中都有個... "機器人的夢想啊!!! 好吧~還有"魯海盜、上太空、有魔法、有多拉A夢..."的夢想啦~

PS: 那些看了以上文字心中OS是"明明就是 擁有結衣姐姐、有加藤鷹的左手、當AV導演、有後宮..."的那些撲友們! 請注意!! 那是"成年版"的夢想!! 注意看標題!! 這篇說的是"小男孩"版的!! XD

它噠的~ 那有一開場就歪樓的~~ 回哩回哩!!





- 【進行】
- 【傾聽】
- 【經營】
- 【增近】

▣ 真誠傾聽

部落格行銷案例

- 【新產品推廣】

克蘭詩「小S性感媽咪日記」 部落格

- 第一週創下15萬人次造訪
- 一個月內吸引超過100萬人次造訪
- 一個月內近三千則回應文章，創下兌換了五千件贈品的成績





部落格行銷案例

- **【拉近企業與顧客距離】** 2006年南山人壽「愛的依學院」南山人壽首創保險業先例，以現今流行的部落格與大專生互動，「愛的依學院」由青春偶像林依晨擔任助教，知名作家王文華擔任客座講師，除與年輕學子分享學生時代畢業與戀愛心情，同時更教育年輕人善用金錢，理性投資，及早建立理財觀念。

兩個星期之內，吸引超過一百萬人次上網瀏覽





讓貼文脫穎而出的六點祕訣

- ① 為平台量身訂做
- ② 不干擾
- ③ 盡量不要提出要求
- ④ 用流行文化創造槓桿
- ⑤ 微故事
- ⑥ 有一致性與自覺心

Social Media = Cocktail Party



How-to's

Example:

[Styling You](#) posts a clever mix of photos and text overlays to demonstrate a process. She created this highly pinnable image to show how to do makeup in 2 minutes.

BEFORE

the 2 minute makeup

1 Apply combined foundation and primer and black with fingertips

2 Apply Barely Briddled from lashes to brows. Fill in with Lash in Pink on eyelids to create

3 Use fingers apply lip color (Last for Blush) to apples of cheeks, then to lips

4 Apply mascara to top lashes, middle brush to bottom of lashes

5 Finish with a dusting of powder

AFTER

Styling You
Liked · August 8, 2013 ·

Happy Friday to you. The lazy-girl tips keep on coming. Today I've got a new 2-minute makeup for you thanks to Maybelline New York - Australia. Plus you could win 1 of 10 double passes to spend the evening with me (and go behind the scenes) at Mercedes-Benz Fashion Festival Sydney. Details here: <http://bit.ly/13x6YrR> (sponsored)

Like · Comment · Share

1 share

and 37 others like this.

Write a comment...



盡量不要提出要求

- 為你的客戶或讀者而創，而不是自己而做；
- 用超大的彈跳視窗廣告突襲，只會讓他們生厭；





影片行銷提升的效益

StyleCampaign.com	email裡加影片，把20%的點擊率提升到65%！
通用汽車 (GM)	汽車經銷商的網站若加了影片，比沒加的多了兩倍的電話詢問量！
Wistia.com	有加入影片的「著陸頁」的，比沒有的多3倍到4倍的轉換率！
Common Craft	有加「影音見證」的網站比沒有的多出2到6倍的轉換率！
Zappo.com	自己做的影片，把成交率從6%提升到30%!
EyeBuyDirect.com	加了影片，能提升30%的成交率！
Pfiwestern.com	除了提升50%的成交率，同時降低27%的退貨率！
Ice.com珠寶網站	有影片介紹的產品，成交率高出40%！



影片內容 4大問題



- Why 告訴觀眾為什麼要看這個影片
- What 這個影片你發現到什麼問題
- How 你是如何去面對、克服這個問題
- Now 看完之後下步可以立刻行動



常用影音平台介紹



no marketing r

 YouTube

 Vimeo

 Wistia

 優酷、騰訊

 Vine

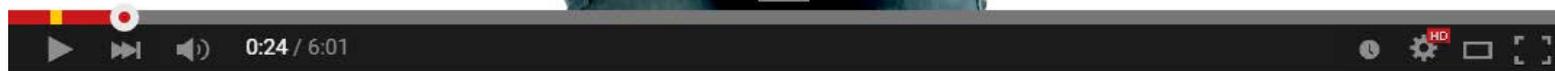
 Facebook



製作手法 - 真人式



Lesson7





蔡阿嘎

蔡阿嘎 - YouTube

https://www.youtube.com/user/kyoko38

YouTube

蔡阿嘎

訂閱 1,158,998

首頁 影片 播放清單 頻道 討論 簡介

蔡阿嘎 Tsai A-Ga 【腳趾都發燙 Taiwan is so Awesome】官方...
觀看次數：1,330,110 2 個月前
2015年蔡阿嘎個人首支熱血單曲。取景台灣40大景點 Taiwan is so awesome
KKBOX：http://ppt.cc/PJnB
iTunes：http://ppt.cc/ljLH

影片內景點詳細介紹：http://ppt.cc/VYHs (Taiwan)

精選頻道
蔡阿嘎俱樂部
訂閱

YouTube 相關頻道
這群人我們是

上午 04:10
2015/4/27



Youtube2015首季最成功廣告影片排行榜 揭成功三大趨勢



另類Kuso廣告



催淚影音廣告



系列影音廣告



- 發燒社群行銷案例：美妝保養品牌如何交叉運用FB及Line增加臨櫃率
- 發燒社群行銷案例：電視媒體如何運用旗下頻道、官網及社群媒體交叉行銷
- 發燒社群行銷案例：App媒體網站如何靈活運用社群獲得爆發性成長
- 發燒社群行銷案例：大型賣場如何結合社群媒體帶動實體通路業績
- 發燒社群行銷案例：家用清潔劑品牌如何成功委外，製作原創粉絲團內容增加好感
- 發燒社群行銷案例：咖啡連鎖店如何透過社群活動把粉絲轉換為實際顧客
- 發燒社群行銷案例：旅館業者如何整合跨部門資源，在社群延續品牌的貼心服務
- 發燒社群行銷案例：百貨商場如何透過虛實整合的體驗行銷，成為白領「下班後的第一站」
- 發燒社群行銷案例：物流業者如何透過人情味幫品牌持續加溫



謝謝聆聽

