



社群經營分析

成功的行銷 vs. 失敗的行銷

內容綱要

01 傳統行銷 vs. 網紅行銷

02 故事行銷

03 金融行銷

04 成功與失敗的行銷

行銷的意義

- 行銷的定義（根據美國行銷協會，2004）
 - 行銷是創造、溝通與傳遞價值給顧客，以及經營顧客關係以便讓組織與其利益關係人受益的一種組織功能與程序
 - 行銷強調價值的創造與交換
 - 行銷重視顧客關係經營
 - 行銷是一種組織功能與程序



傳統行銷

彩繪列車創意



傳統行銷



廣告影片



網紅行銷

- 利用網路名人自行拍攝與剪輯的影片接觸觀眾
- 展現方式較有人情味，像和朋友閒聊的感覺
- 能傳達產品訊息又帶有娛樂效果。
- 網紅在行銷上的主要功用在於引起注意（Attention）與提昇興趣（Interest）
 - 所以「讓網路族群在有趣好笑的訊息中了解世大運」是此波網紅行銷的重點




世大運最強的網紅是哪一個？

- 本次網紅行銷的世大運宣傳共與蔡阿嘎、阿滴英文、上班不要看、啾啾鞋、走路痛、HowHow、林辰、星期天與凹星人等九個網紅頻道合作，哪個是最強網紅呢？
- 最強的網紅其實是第十位，就是台北市長柯文哲本人






世大運行銷重點是什麼？

- ▶ 柯P接手的世大運其實是燙手山芋，分析過往台灣民眾對國際運動賽事的支持度歷史，在台舉辦的大型國際運動賽事中，除了棒球賽事外，其他賽事在門票銷售情況都不甚理想
 - ▶ 而世大運沒有奧運的光環，又缺乏運動明星的加持，在行銷上本就很難有施力點，根據一份2017年5月的調查，有81%的民眾沒有觀看世大運的意願，要單以世大運本質帶動民眾進場其實是很困難的事
 - ▶ 從務實的角度來看，世大運主要行銷目標能做到「讓台灣民眾認識世大運，讓國際知道台北市有能力承辦好大型國際賽事」就已經達到及格標準
- 




世大運行銷重點是什麼？

- 對於「賣票」這項艱困的任務而言，目標族群可分成「看門道」、「看熱鬧」及「親友團」
 - 「看門道」及「親友團」為各項運動賽事的利基支持者，各種宣傳方式對他們影響性較小
 - 而「看熱鬧」便是爭取門票銷售的重要關鍵，這群人並非長期關注運動賽事，而是想親身感受世大運氛圍的群眾
- 



世大運行銷重點是什麼？

- 所以透過網紅，用他們的語言跟年輕人溝通
 - 設定的主題包含用英文介紹各種運動賽事、世大運諧音、世大運泳池構造解密、週邊商品、運動場熱血瞬間與世大運宣傳影片配音等，都是順應網紅本身的專業設計影片內容
 - 並讓柯P入鏡收到畫龍點睛之效，因此毋需用傳統的電視廣告設計思維來看待網紅行銷，網紅就是擁有一群追隨他們的粉絲，宣傳內容就是給他們粉絲看的，也希望能讓這些粉絲更認識世大運
 - 事實也證明在小成本的投資下，「柯P*網紅」創造的宣傳效益，可以帶動新一波的世大運宣傳話題
- 

故事行銷

- 說故事，不難；
- 難在於要用故事影響一個人
- 這，就非常難！



你感动死我了
我决定嫁给你



故事行銷?

你還記得在學校裡所學過的**知識**?

下列是一段古文，依據文意，甲、乙、丙、丁排列順序最適當的是：

夫秦失其政，陳涉首難，豪傑蜂起，

甲、三年，遂將五諸侯滅秦

乙、分裂天下而封王侯，政由羽出

丙、相與並爭，不可勝數

丁、然羽非有尺寸，乘勢起隴畝之中號為霸王。

(《史記·項羽本紀》)

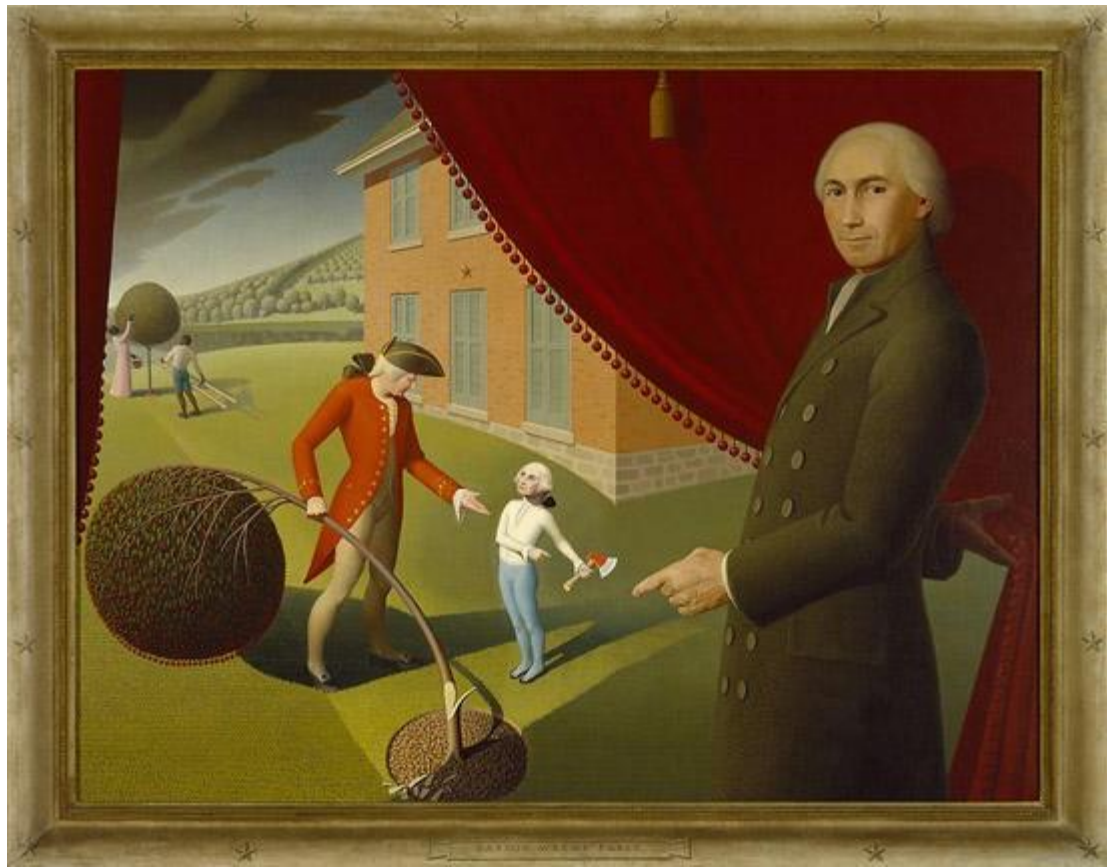
(A)甲丙丁乙 (B)乙丁丙甲 (C)丙丁甲乙 (D)丁乙丙甲



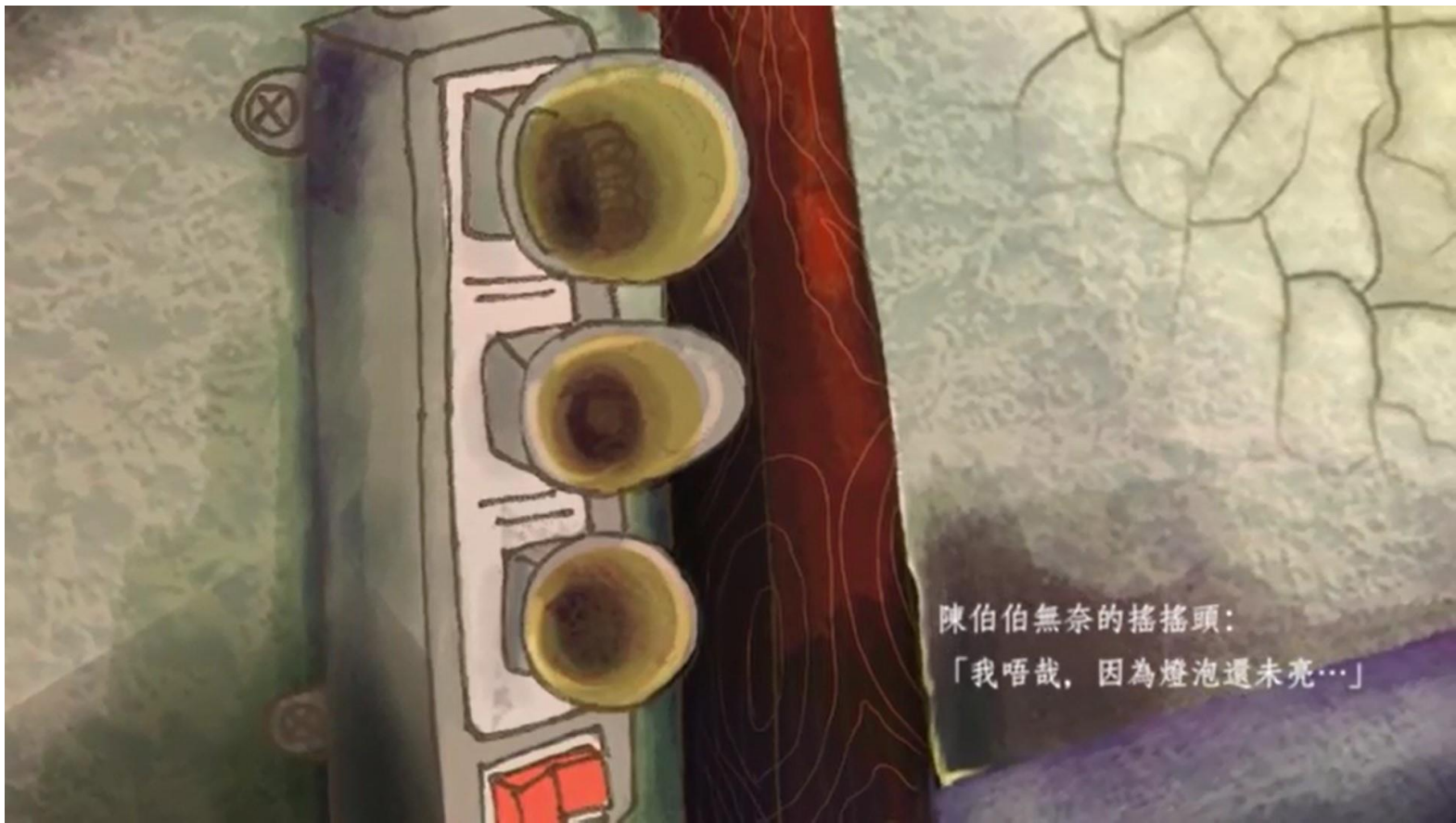
故事行銷?

你還記得在學校裡所學過的**知識**?

中興書局



故事行銷的範例



陳伯伯無奈的搖搖頭：

「我唔哉，因為燈泡還未亮…」

故事行銷的範例



故事行銷的範例



金融行銷

➤ 金融服務比較無形

- 服務並非固定形體，不能擺設在架上供人觀賞、觸摸、試用
- 服務（如基金、保險服務）成果也難以判斷
- 造成消費者不確定感與知覺風險
- 服務難以展示與傳達利益、難定價



金融商品廣告的演進

- 業務內容
- 服務理念
- 顧客的夢想

➤ 理性 vs. 感性訴求



金融行銷

- 金融的生產與消費不可分割
 - 服務的生產與消費同時發生
 - 帶來消費者參與
- 金融服務面對易變性
 - 服務結果多樣化、品質不穩定
 - 原因來自服務環境、服務人員、顧客等
 - 消費者難以維持對服務業者的信心



失敗的行銷案例

➤ 立場不中立，牽涉到政治、敏感時事議題

➤ 2016年，美國足球選手Colin Kaepernick為了抗議美國警察針對非裔美國人、有色人種暴力執法，在球賽開幕播放國歌時以單膝下跪的姿勢取代站姿，拒絕對國旗與國歌致敬

➤ 他解釋：「他拒絕對於一個壓迫非裔及有色人種的國家表達尊敬。」



失敗的行銷案例

- 立場不中立，牽涉到政治、敏感時事議題
 - Colin Kaepernick不再被任何球隊聘用
 - Nike在30週年時邀請Colin Kaepernick拍攝了下图的廣告，標語寫著：「相信一件事，即便這件事可能讓你犧牲一切。」



失敗的行銷案例

- 立場不中立，牽涉到政治、敏感時事議題
 - 此系列廣告發布後，在社群上引起公憤，許多民眾甚至發起焚燒Nike產品的行動
 - 大型品牌適時表態的確能夠成為正義的意見領袖，有時也能為弱勢團體發聲，不過，太明顯的「選邊站」可能就會引起反效果
 - Nike勇敢的致敬行為，最後導致股價下跌了2.5%



失敗的行銷案例

➤ 立場不中立，牽涉到政治、敏感時事議題

➤ 全聯：影射白色恐怖命案

➤ 在2018年，全聯發布了每年都會引起話題的中元節廣告，不過該年的「鬼主角」被網友推敲出是在影射白色恐怖時期的陳文成命案

➤ 全聯發表聲明，表示影片中人物沒有影射任何特定人士，不過仍然難防風波的延燒，該廣告後來全面停播



陳文成教授
1981.7.3 遇難

失敗的行銷案例

➤ 涉及歧視

➤ 涉及種族、膚色、年齡、性別等歧視的廣告也是廣告企劃的大忌

➤ 多芬：非裔女子沐浴更衣後變成白人



失敗的行銷案例

➤ 涉及歧視

➤ 涉及種族、膚色、年齡、性別等歧視的廣告也是廣告企劃的大忌

➤ 妮維雅：白就是純淨



失敗的行銷案例

➤ 涉及歧視


- 涉及種族、膚色、年齡、性別等歧視的廣告也是廣告企劃的大忌
- Dolce & Gabbana：中國筷子的使用方式
- 義大利精品品牌Dolce & Gabbana在2018年時為了宣傳即將在上海展開的時尚大秀，針對中國市場製作了影片廣告
- 廣告的內容請一個亞裔女演員以筷子嘗試吃義大利麵和義式甜點





失敗的行銷案例

➤ 過度色情

- 有時，帶有幽默感的廣告能夠讓人會心一笑，並讓消費者輕易的記住品牌
 - 許多品牌把黃色幽默、成人話題的廣告梗玩的有趣又不失禮貌
 - 當「黃色幽默」玩過頭時，很容易踩到令人噁心、不尊重的道德界線
- 

失敗的行銷案例

➤ 過度色情

➤ 漢堡王：超大尺寸漢堡



IT JUST TASTES BETTER 

IT'LL BLOW YOUR MIND AWAY

  **\$6.25** MEAL

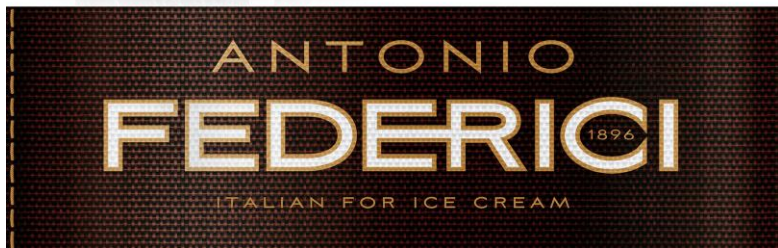
BK SUPER SEVEN INCHER

Fill your desire for something long, juicy and flame-grilled with the **NEW BK SUPER SEVEN INCHER**. Yearn for more after you taste the mind-blowing burger that comes with a single beef patty, topped with American cheese,

失敗的行銷案例

➤ 過度色情

➤ Antonio Federici: 臣服於誘惑 Submit to Temptation.





成功的行銷

成功的行銷靠**創意**



成功的行銷案例



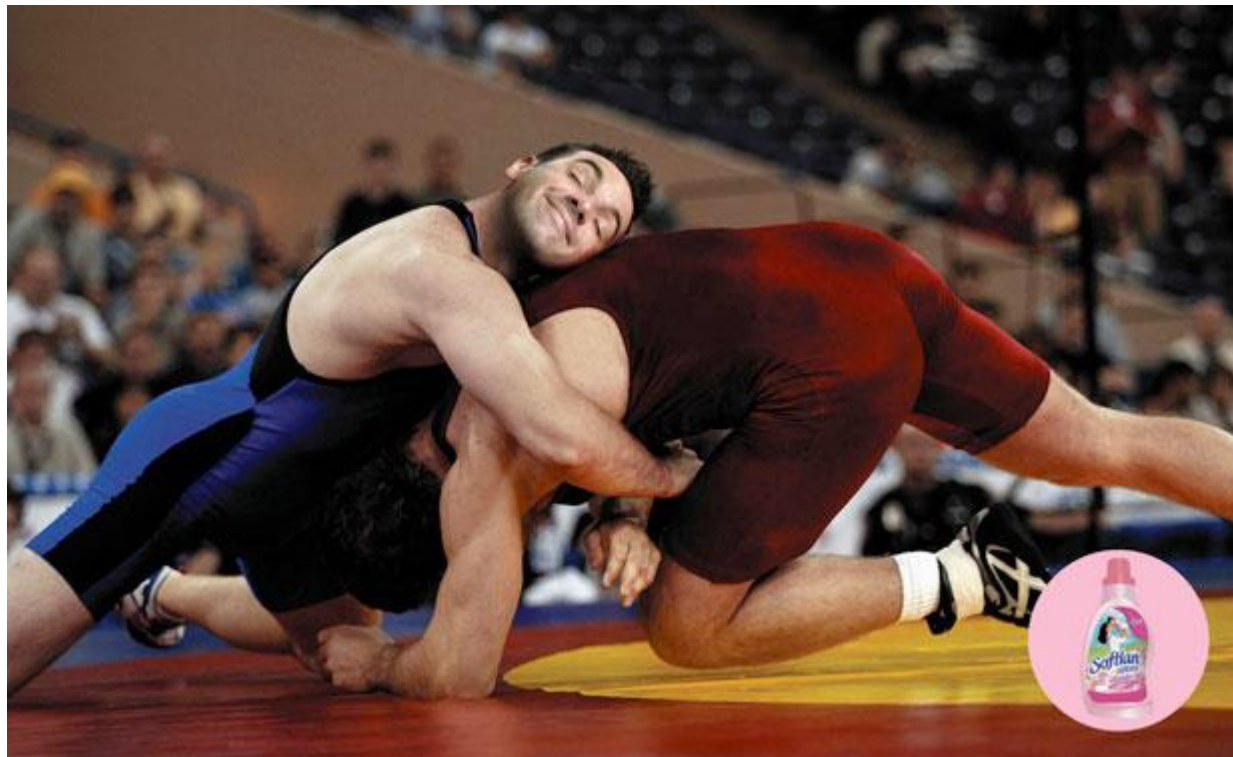
一台嬰兒車要價217美金，杜蕾斯只要2.5美金，
你選哪一個？

成功的行銷案例



看不到魔術師的櫃子在哪嗎？
因為我們把玻璃擦得太亮了。

成功的行銷案例



用我們的衣物柔軟精，
連對手都會愛上你！

成功的行銷案例



用CoverGirl睫毛膏，瞬間放大你的眼睛。

成功的行銷案例

```
if(you == understand.this){  
  get.a.girlfriend;  
}
```

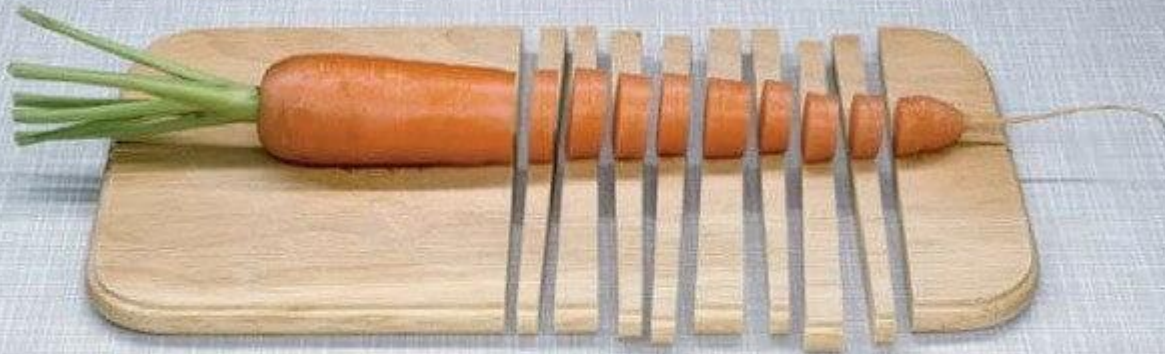


AXE
Spray more get more!

如果你看得懂這則廣告
的話，去交個朋友吧！
(別再宅了！)
AXE媒體資訊公司的
「程式語言」廣告

成功的行銷案例

小心點，WMF刀具比
你想像的更利。



Sharper than you think. The WMF Grand Gourmet knife with Damasteel blade.

成功的行銷案例



福斯汽車自動停車輔助
超精準，別台車再脆弱
都不怕



成功的行銷案例



輕熱量百事可樂，輕到
在貨櫃裡都飄起來了。

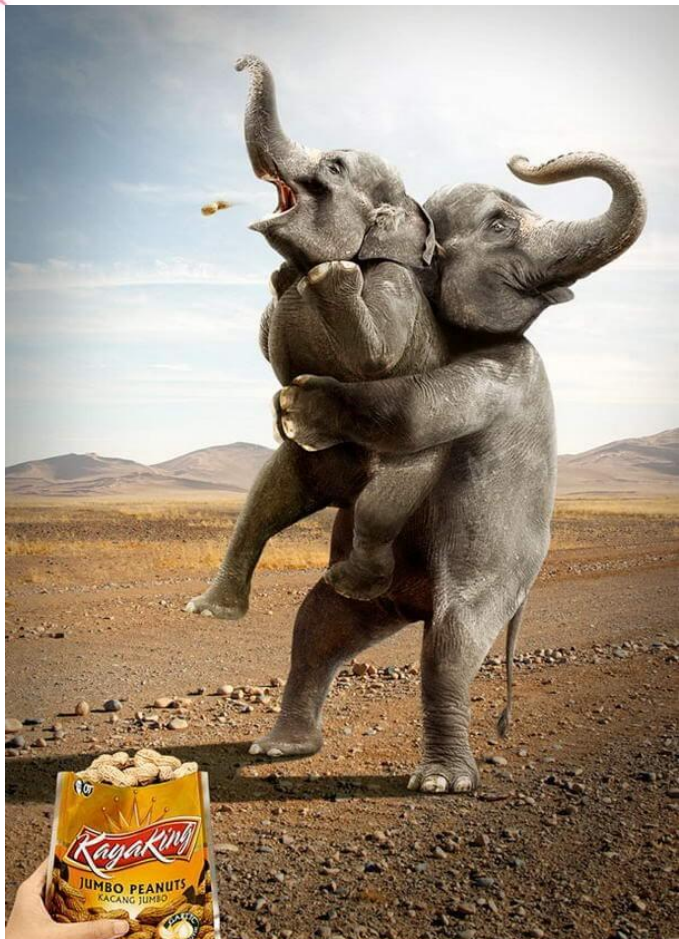


成功的行銷案例



你重到看板都傾斜了，
是時候來減重中心了

成功的行銷案例



我們的花生超大顆，連
大象都會噎到

成功的行銷案例



**IT'S OK,
YOU CAN TOUCH
YOURSELF**

#coronavirus

Porn **hub**

放心，雖然疫情期間你什麼都不能碰，但可以碰你自己。