

廣告行銷



廣告行銷是什麼？

如何定義？



常見的廣告行銷手法有哪些？

- 1.行動廣告
- 2.社群與口碑行銷
- 3.關鍵字與網站廣告
- 4.影音廣告

行動廣告



主要是針對手機端的App用戶為主，
目前全台灣的手機使用率高達98%，因此如何
將廣告行銷內容投放到手機端的用戶，將是你
思考廣告行銷的重要開始

社群 與 口碑行銷



包含KOL的廣告行銷與FB、IG社群廣告投放，讓用戶持續一天用2-3小時的社群，絕對是我們不能忽視的一塊！

* KOL為Key Opinion Leader的縮寫，意即關鍵意見領袖，舉凡部落客、Youtuber、社群軟體知名網紅甚至是明星藝人，只要在某個領域或議題具有影響力，都是KOL。

關鍵字 與 網站廣告

- 每個用戶與族群都有喜愛的閱讀媒體，而Google 則是扮演著這些閱讀媒體的主要入口，每天打開Google 鍵入關鍵字，已經成為我們日常所需，因此利用關鍵字的優勢，加上關鍵字廣告，創造高搜尋引擎曝光度。

#就。很。厲害

影音廣告

- 隨著用戶將看影集、電影的習慣轉往線上，如何利用品牌置入的模式，在不打擾用戶的情況下，創造出來吸引目光的廣告行銷內容，會是創造互動最佳時機。
- <https://www.youtube.com/watch?v=uqQ-ffZWWWc>
業配

準備打廣告行銷？ 你必須先想好的行銷元素！

- 1.我的產品與服務？誰才是購買者？
- 2.增加產品的使用性與適當的差異化
- 3.為消費者創造價值、讓消費者幫你傳播口碑

.我的產品與 服務？ 誰才是購買者

- 聰明的行銷者，絕對不會認為我的產品適用每個族群，而是仔細在定義產品或者服務的時候，就已經開始思考好，我應該要賣給誰。



增加產品的使用性與適當的差異化

- 可以通過「環境的創造」讓用戶在購買產品的時候，感受到絕佳的體驗，這案例可以研究Ikea 利用不同的房間裝潢，讓客戶挑選傢俱用品的時候，猶如身歷其境，增加對於產品購買的意願，成功行銷給予客戶！



為消費者創造 價值、讓消費 者幫你傳播口 碑

- 確定了產品的差異化、用戶族群，我們也要思考我們的價格是否能符合產品所創造的價值，當產品的價格高於創造的價值(太貴)，即便功能再完善的產品，也很難找到使用者。
- 但是，若是成功找到使用者，我們就有機會創造一個社群，讓更多用戶的故事成功分享，最後創造一個完美的行銷循環！
- <https://www.prowellmarketing.com.tw/pages/witness>
產品使用見證

廣告行銷

- <https://www.youtube.com/watch?v=2K82Ua5Y-kk>
推廣新鮮蔬菜
- <https://www.youtube.com/watch?v=GgqhnkkJTp8>
外賣廣告