



# 大數據時代下的 行銷攻略

主講人：黃錦華

弘光科技大學文化創意產業系



# outline

1. 網路 VS. 行銷
  2. 全通路下的銷售法則
  3. 網路行銷下的社群經營
  4. 大數據下的行銷心法
-



# 1. 網路與行銷

---

# 行銷 是什麼？





Why

為什麼要做這件事？

What

我要賣什麼？

Who

我要賣給誰？

When

什麼時候賣？

Where

要在哪裡賣？

How

怎麼賣最好？

A close-up photograph of a black fountain pen with gold accents, resting on a document. The pen is positioned in the upper left corner of the slide. The document has some faint, illegible text on it.

# 網際網路 是什麼？



# 網際網路的特性

網路能迅速傳送文字、影像、聲音等資料，加上上網的人口日增，對行銷的影響相當深遠

更迅速的掌握新產品、競爭者、通路、消費者等資訊  
強化顧客與中間商服務、開拓行銷通路

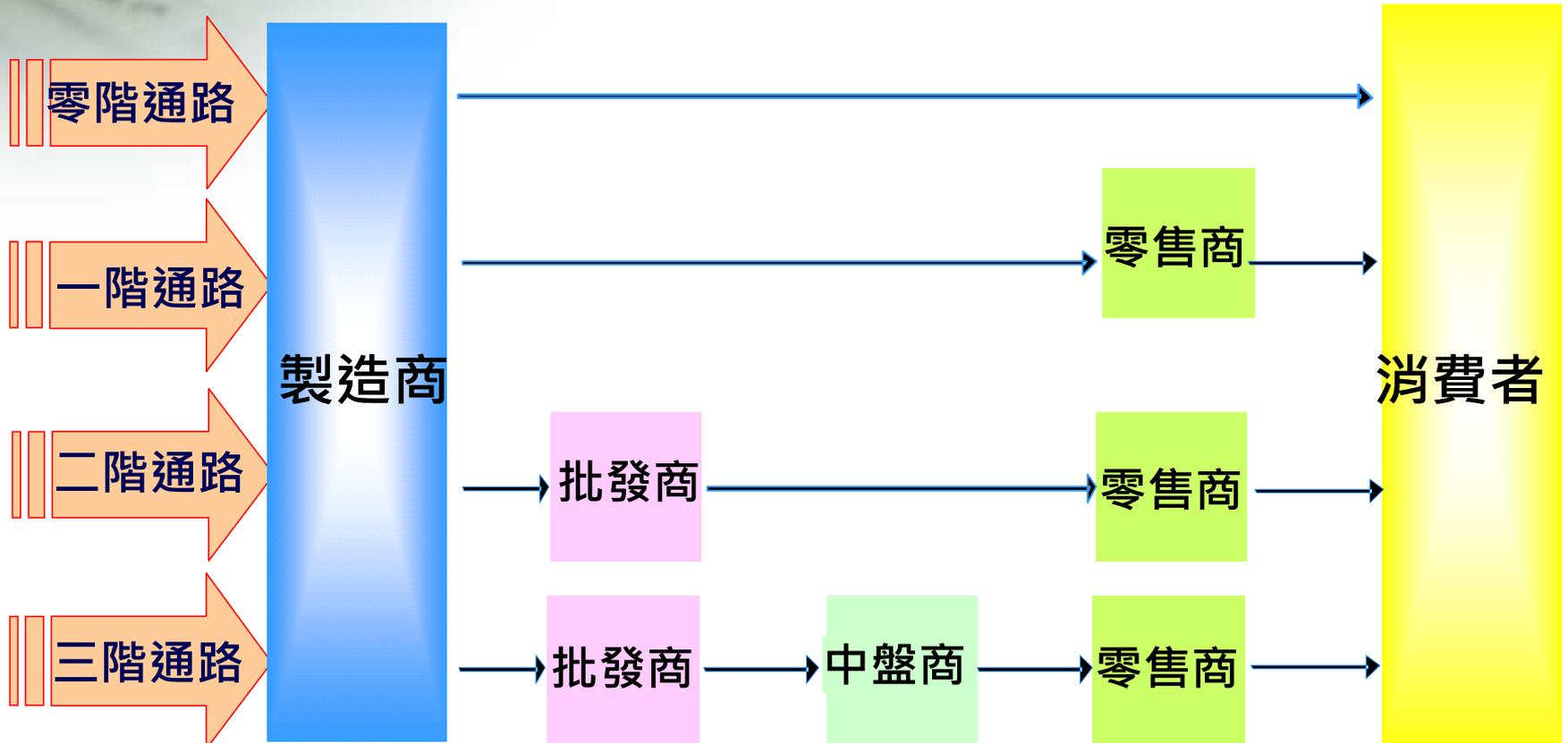


## 2. 全通路下的銷售法則

---

# 通路階層 (通路長度)

中間商的層級數目



# 全通路 (Omni-Channel)

- 定義：以消費者為中心，透過企業實體通路與虛擬通路的融合，提供消費者個人化的行銷服務
  - 特點：數據分析消費者、  
虛實整合的通路趨勢
-

# 全通路熱門類型

- O2O ( Online to Offline )
  - O2M ( Online to Mobile )
  - OSO ( Online + service + Offline)
-

# 全通路熱門類型

## ■ O2O ( Online to Offline )

經由線上的行銷手法，帶動線下通路的消費，甚至再延伸到線上的網路聲量創造。

A close-up photograph of a black fountain pen with gold accents, resting on a document with some text. The background is blurred, showing a blue and white pattern.

# 全通路熱門類型

## ■ O2M ( Online to Mobile )

由線上、線下，加上智慧行動終端的服務，  
連帶影響消費者的購物模式。

---

# 全通路熱門類型

## ■ OSO ( Online + service + Offline)

結合O2O與B2C，再把用戶體驗和服務納入的新運營模式，即線上商城+直接服務+線下體驗



# 3. 網路行銷下的社群經營

---

# 行銷推廣的AIDA

## 消費者反應層級

注意 ( Attention )

↓  
興趣 ( Interest )

↓  
慾望 ( Desire )

↓  
行動 ( Action )

A close-up photograph of a black fountain pen with gold accents, resting on a white document. The pen is positioned diagonally in the upper left corner. The document has some faint, illegible text and a date stamp that appears to say '2012'.

# 行銷推廣的AIDA

**先了解消費者的反應層級，再來溝通！**

---

# 網路行銷程序



建立  
網站



廣告  
與  
推廣



網路  
社群



電郵  
運用

# 社群行銷特性

- 分享性
  - 黏著性
  - 多元性
  - 傳染性
-

A close-up photograph of a black fountain pen with gold accents, resting on a piece of white paper. The pen is angled towards the bottom left. The background is softly blurred, showing more of the paper and the pen's body.

# 最熱門的社群行銷

國人最常用的社群媒體的排名中，第一名就是  
LINE...

---



# 4.大數據下的行銷心法

---

# 行銷趨勢

客製化行銷

資料庫行銷

區隔市場行銷

無差異行銷

一對一行銷

顧客行銷

目標行銷

大眾行銷





在大數據底下，  
由經營商品轉向經營顧客

---

# What is Big Data ?

## ◆大數據特性

數量大 ( Volume ) 、速度快 ( Velocity ) 、  
多樣性 ( Variety ) 、真實性 ( Veracity )



# 大數據下之行銷觀念

大數據依性質可分為3類：

小而準數據（small and accurate data）、  
大而亂數據（big and messy data）以及  
開放數據（open data）。

大而亂數據

**Big and  
Messy**

小而準數據

**Small and  
Accurate**

開放數據

**Open Data**



# 問對問題，才能找對答案

一個著名的國際女性內衣品牌，旗下共有六個子品牌，  
從少女到熟齡，其中，少女品牌系列的產品，銷售業績  
不佳，why?

**思考更根本的問題！**

---

A close-up, shallow depth-of-field photograph of a black fountain pen with gold accents, resting on a white document. The pen's nib is the primary focus, with the document's surface and the pen's body blurred in the background. The document appears to have some faint, illegible text or markings.

# 行銷 STP

---



# 行銷 4P

---



# 大數據行銷應用-產品開發

## 便利商店預測霜淇淋口味

---

# 大數據行銷應用-產品開發

電視劇必勝方程式 =

BBC舊版紙牌屋的觀眾 X 大衛芬奇 X 凱文史貝西



# 大數據行銷應用-價格

因人而異、因時而異的精準訂價

---



# 大數據行銷應用-通路

透過數位記憶記住消費者的資料喜好



---



# 大數據行銷應用-推廣

廣告代言人

---



# 大數據行銷應用-推廣

到底要不要促銷？

---



# 大數據行銷應用-推廣

讓小眾藝文市場也能變大眾

---