

|DI|
|NO| 黃嘉偉美學工作室

dinohappy.com

網頁設計 / 攝錄寫真 / 文創手作

DIY Internet and Photo - Happiness

學習地圖

1. 品牌產生與建立

- ▣ 營業方向定位
 - ▣ 心智圖分析自己與團隊
 - ▣ 分析該產品與服務在網路上的需求強度
 - ▣ 最好的點子來自產品本身
- ▣ 該產品或服務的全面分析
 - ▣ SWOT/TOWS

2. 行銷

- ▣ 行銷企劃步驟
- ▣ 品牌CIS（工作室名字／Logo／Slogan／品牌故事）

3. 網路行銷運用

- ▣ 官網
- ▣ 社群－Line@

4. 美工

- ▣ 平面設計
 - ▣ 如：Logo／海報
- ▣ 網頁美工設計
 - ▣ Banner等……

行銷練習－課前說明

1. 創造出一個你課堂練習中，想行銷的商品或服務

- 產品名
- 貼圖
- 描述

2. 行銷企劃

- 工作室或公司名
- Slogan
- 品牌故事
- 產品
- 定價
- 行銷活動企劃
 - 依廣告企劃步驟所學的因子來分析
 - 1廣告策略？
 - 2+3+4預計「創意」、「平面」與「網路」想作的內容是什麼？

心智圖分析自己與團隊

了解你 | 了解別人

心智圖

利用心智圖來「了解你自己」

題目：

- 1.分析適合你的工作方向
- 2.取一個工作室名稱

例如：

- 優點
- 擅長
- 証照
- 愛好
- 對XX事的看法
- 短年期目標
- 朋友對你的評價
- 做事的原則
- 經歷的介紹
- 說一下你的家庭觀
- 欣賞什麼樣的人
- 如何面對失敗
- 有做過的成功案例

分析該產品與服務在網路上的需求強度
Adwords | 了解網路市場需求強度

<https://adwords.google.com>

Adwords | 如何查詢

可想想那些東西是大家想找的東西？

Google AdWords 首頁 廣告活動 商機 報表 **工具**

您的廣告皆未有效刊登 - 您的廣告活動和廣告群組已暫停或已移除，請...

關鍵字規劃工具
在企劃書中加入提案

您的產品或服務
木作

2015年5月

廣告群組提案 關鍵字提案

台灣 所有語言 Google 排除關鍵字

日期範圍
針對日期範圍顯示平均每月搜尋量：最近 12 個月

自訂搜尋條件
關鍵字篩選器
關鍵字選項
顯示廣泛相關的提案
隱藏帳戶中的關鍵字
隱藏企劃書中的關鍵字

變更紀錄
轉換
歸屬
Google Analytics (分析)
Google Merchant Center
關鍵字規劃工具
多媒體廣告規劃工具
廣告預覽與診斷

木作 取得提案 修改搜尋

2015年5月 6月 11月 2016年4月

廣告群組提案 關鍵字提案 資料欄 下載 全部新增 (共 395 個)

搜尋字詞	平均每月搜尋量	競爭程度	建議出價	廣告場	加入企劃書
木作	590	低	NT\$11.05		»
木工	4,400	中	NT\$7.72		»
木工 課程	320	中	NT\$7.17		»
木作	590	低	NT\$11.05		»

顯示列數：30 第 1 - 1 個關鍵字，共 1 個

您的企劃書沒有任何廣告群組和關鍵字
將表格中的廣告群組和關鍵字加入企劃書
+ 您也可以先使用空白的

Adwords | 議題分析

Google AdWords 首頁 廣告活動 商機 報表 工具

您的廣告皆非放送中 - 您的廣告活動和廣告群組已暫停或已移除，請啟

多媒體規劃工具
在企劃書中加入提案

廣告活動指定

- 台灣
- 中文 (繁體)
- 廣告時段設定
- 沒有廣告活動排除條件
- 裝置偏好設定
- 單次點擊出價

篩選器

- 廣告格式和大小
文字, 圖片, HTML5

客戶感興趣的項目

婚禮記錄 (關鍵字) x

5,000萬 - 1億 個 Cookie

年齡層

年齡層	百分比
18 - 24 歲	10%
25 - 34 歲	20%
35 - 44 歲	15%
45 - 54 歲	9%
55 - 64 歲	6%
65+	3%
未知	

裝置

裝置	百分比
桌機	20%
行動裝置	73%
平板電腦	7%

您的到達網頁

www.website.com

廣告群組提案

個別指定目標提案

關鍵字 興趣 主題 刊登位置 人口統計 再行銷

性別	年齡層
女性	18 - 24 歲
男性	25 - 34 歲
未知	35 - 44 歲

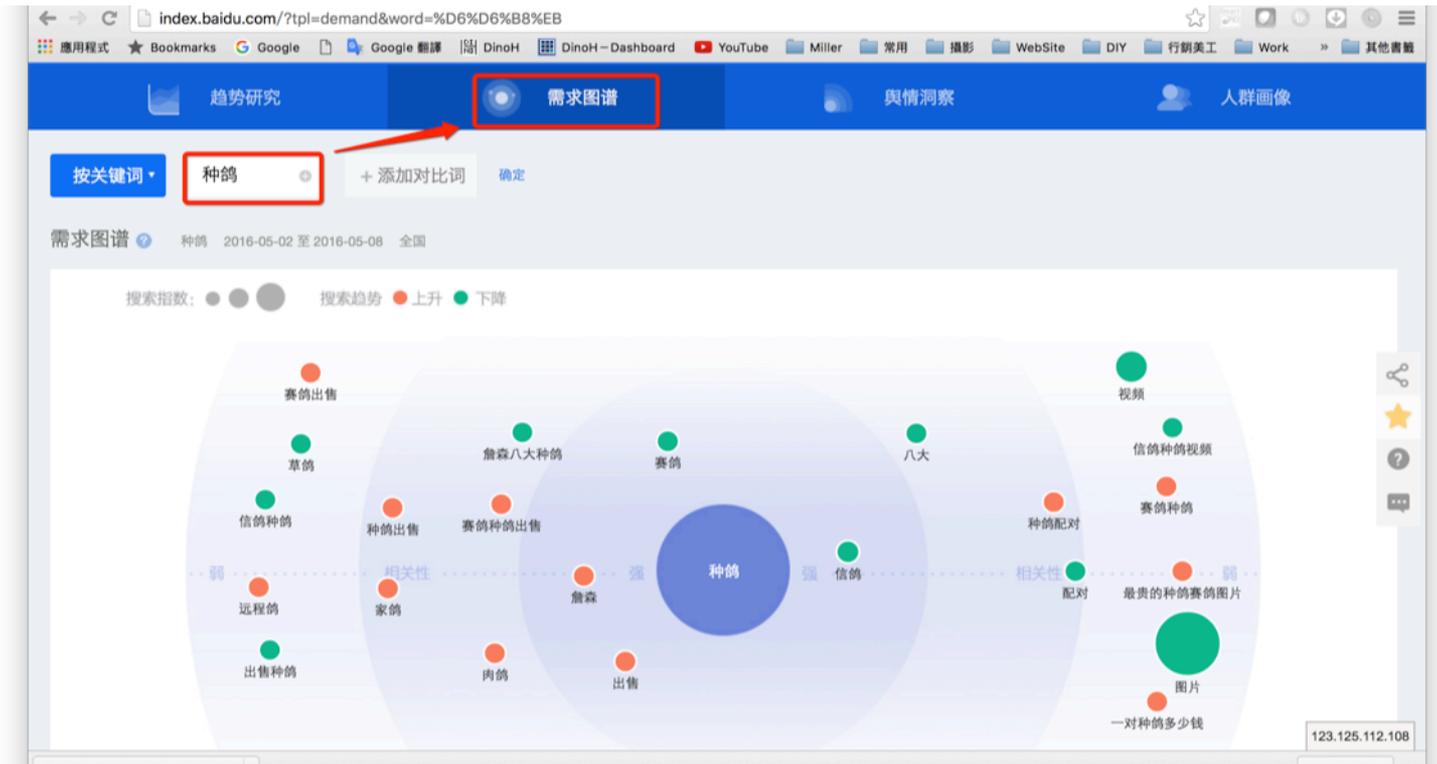
聯網廣告空間總計: 1

https://adwords.google.com/da/DisplayPlanner/Home?_c=5402509102&...

http://index.baidu.com/

百度指數 | 了解大陸網民想要找些什麼

可想想那些知識網民想要？



http://index.baidu.com/

百度指數 | 了解大陸各地區網民查詢熱度

可想想通路要怎麼佈？



Google Trends | 了解最近受歡迎議題

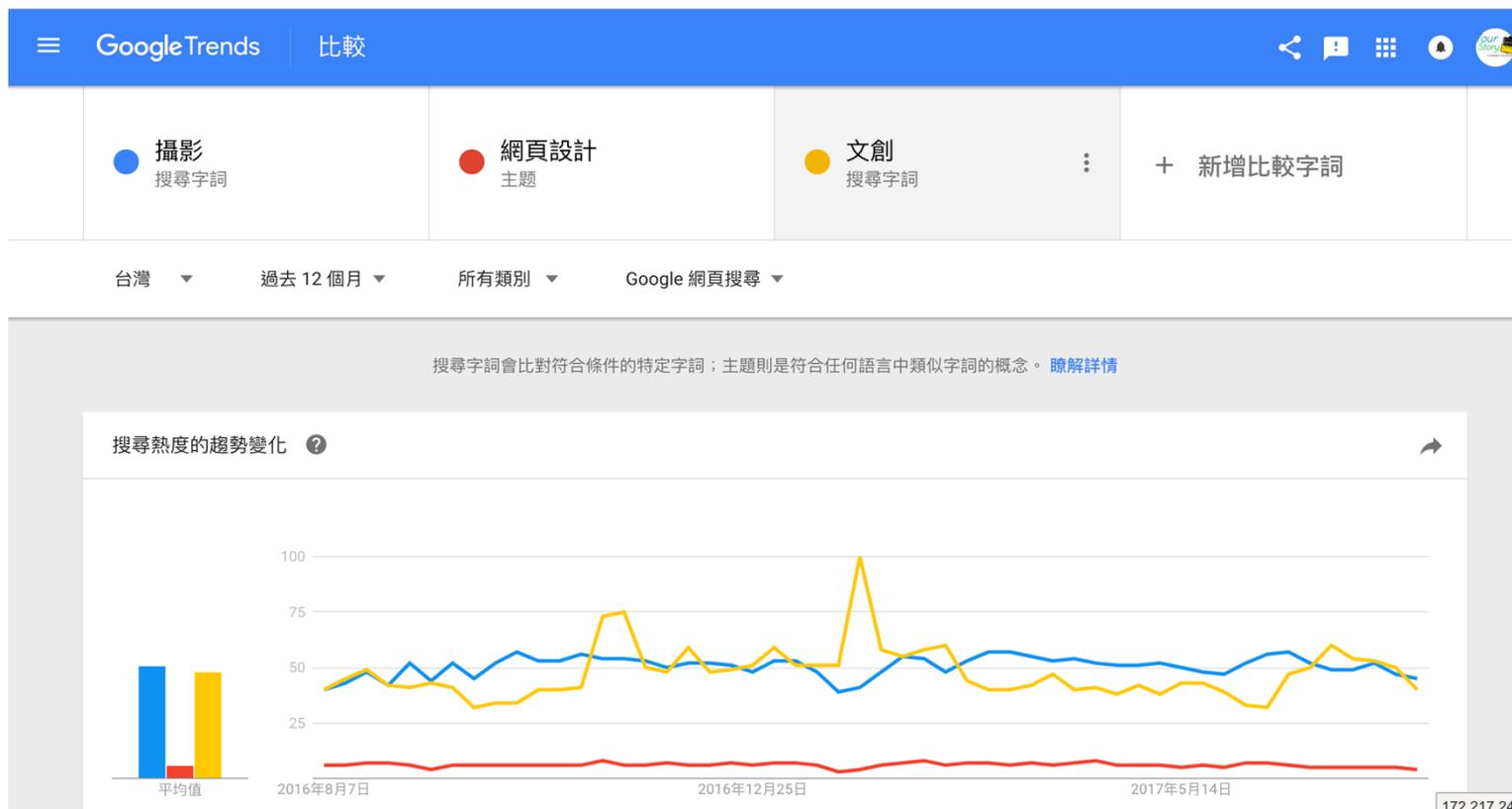
■ 了解與分析趨勢

■ [google.com/trends](https://www.google.com/trends)

The screenshot shows the Google Trends interface for Taiwan. The browser address bar displays <https://www.google.com/trends/hottrends#pn=p12>. The page title is "Google Trends". The navigation menu on the left includes: 首頁, 探索, 搜尋趨勢 (highlighted with a red box), YouTube 熱門搜尋, 熱搜排行榜, 訂閱內容, Google Correlate, 隱私權, 服務條款, 說明中心, 提供意見, and Google 完全手冊. The main content area shows trending topics for "台灣" (Taiwan) as of "11月7日 星期一". The topics listed are:

- 美國總統大選**: 20,000+ 次搜尋. Description: 2016美國總統大選將締造這些歷史紀錄 聯合新聞網. 美國大選上次出現紐約客對決紐約客是在1944年，當時的紐約州長杜威 (Thomas E Dewey) 挑戰在任的美國總統小羅斯福 (Franklin D Roosevelt)。換句話說，同樣出身...
- 立冬進補**: 10,000+ 次搜尋. Description: 立冬進補！必吃五大養身補品祛寒又強身 中時電子報 (新聞發布). 立冬進補！必吃五大養身補品祛寒又強身(圖/本報系資料照)。明日 (7日) 又到了一年一度...
- 川普**: 5,000+ 次搜尋. Description: 造勢場有槍手？川普虛驚 自由時報電子報. 看似未受影響的川普不久重返舞台演說，並對支持者信心喊話：「沒人能攔阻我們」。被捕男子克里特斯在被偵訊與接受背景查核數小時後獲釋。克里特斯自稱共和黨支持者，出席...

Google Trends | 趨勢比較



分享自己與了解伙伴



題目：

以心智圖與關鍵字分析

- 1.分析適合你的工作方向
- 2.取一個工作室名稱

最好的點子來自產品本身

pinterest.com

Pinterest是一個讓你可以上傳和釘（Pin）
圖片到你自己的線上相片簿的社群網路服務

申請Pinterest帳號

- ▣ Pinterest如何登入
 - ▣ FB登入
 - ▣ Mail帳號申請
- ▣ Pinterest使用教學
- ▣ Google翻譯

找

這次行銷課練習用行銷的「商品」或「服務」
或者
這就是你未來創業的商品哦！

分享你的「商品」或「服務」，並幫他「取個名」

行銷練習－作業1

1. 創造出一個你課堂練習中，想行銷的商品或服務
 - ▣ 產品名
 - ▣ 貼圖
 - ▣ 描述

行銷觀念與廣告企劃

了解廣告企劃的觀念與步驟

1. 廣告企劃步驟
2. 行銷5招
3. 綜合練習

「行銷／廣告」在運作些什麼

企劃

- 找出有銷售力的「產品利益點」，而這是「消費者」所要的

創意

- 1. 經創意把訴求作包裝
- 2. 不是只Show銷售訊息，而是要把品牌概念用你想到的方法表達出來

媒體

- 透過能與「目標消費者」產生「對話的媒體」，將「產品利益點」訊息送達到「消費者耳中」

廣告行銷步驟

>Step by Stey分析你的商品與行銷策略

1. 廣告策略
2. 創意策略
3. 執行與製作
4. 媒體策略
5. 回饋與評估

網站建置流程

需求分
析

網站規
劃

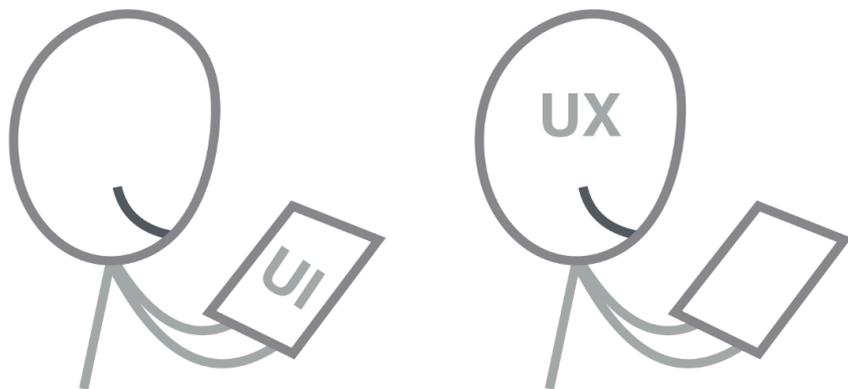
網域申
請

主機建
置

測試區
建置

正試區
上線

UI 和 UX



UI 在使用者的眼前
例如：美不美

UX 在使用者的大腦裡
UX 設計師不僅關注介面設計，更關心所有會影響使用體驗的一切，例如：

- 資訊架構
- 互動設計
- 內容
- 使用者的認知
- 經驗
- 需求
- 價值觀

當 UI 設計師設計完介面之後，對 UX 設計師來說工作還沒完成，UX 設計師最終的工作是在使用者的大腦裡完成的，所以 UX 設計師永遠看不到自己的工作成果，只能透過使用者訪談或定性定量 UX 研究方法，去檢視使用者腦袋裡的體驗是否正確。

差異

UI

UI is how the website page is physically laid out. A UI designer will talk to you about where things should go, what colors to use. UI is responsible for the creative and visual pieces of the site.



© Department of Marketing

UX focuses on the interactive side of the website, how it behaves, such as a box sliding out, and how people might interact with it, such as where they will click first. UX handles the architecture of the content and the site map.

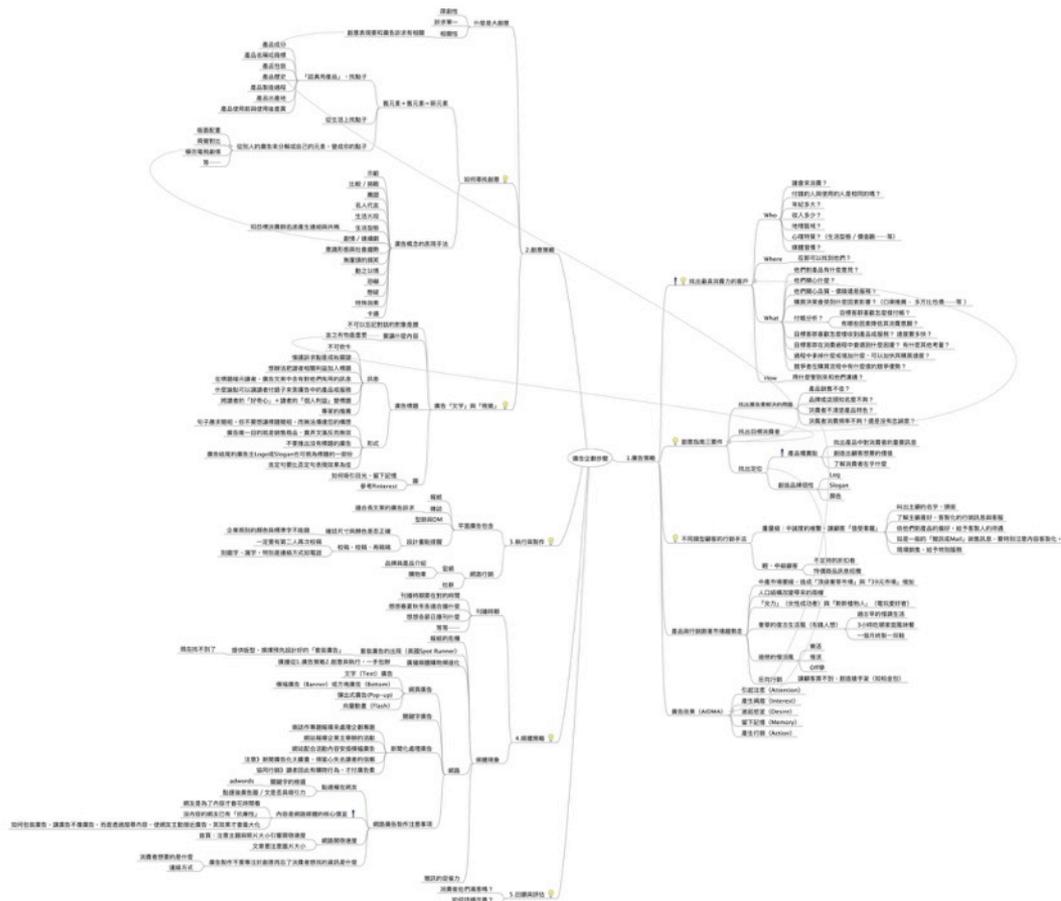
UX



廣告行銷步驟 | 大補帖

依我們的產品，一步一步慢慢思考，並產生適合的策略

把自己的想法，標示旁邊，以利上台報告與分享。



行銷練習－作業2

1. 行銷企劃

- 工作室或公司名
- Slogan
- 品牌故事
- 產品
- 定價
- 行銷活動企劃
- 依廣告企劃步驟所學的因子來分析
 - 1廣告策略？
 - 2+3+4預計「創意」、「平面」與「網路」想作的內容是什麼？

行銷5招

>文創概念出發，以人為本，思考如何行銷

行銷 第一招 | 產品，需感染力

- 1.產品力X人=感染力 Product X People=Appeal
 - 文創行銷第一撇步: 產品輻射出強烈的感染力，本身就是最佳行銷策略!
 - 運用Pinterest靈感 <http://pinterest.com>

行銷 第二招 | 價格，需有市場

2. 價格力X人=市場力 Price X People=Market Power

- 文創行銷第二撇步：**定價策略**深諳**經濟環境**與**消費者心態**，方能具備在商業戰爭中勝出的市場力。
- **參考Pinkoi售價**，想想你的產品，其可以接受的價格
 - <http://www.pinkoi.com/>

行銷 第二招 | 價格，需有市場

策略	說明
高利潤策略	<ul style="list-style-type: none">• 高價• 處於產品生命週期的導入期，尤其是高科技產品• 希望能迅孰回收成本，以及產生應有的利潤
滲透定價策略	<ul style="list-style-type: none">• 低價• 預期很快就會有大量競爭對手，所以趕快攻占市場占有率• 建立商品忠誠度，以低價策略阻止競爭者
高聲望策略	<ul style="list-style-type: none">• 高價、塑造產品高貴形象
追隨策略	<ul style="list-style-type: none">• 小公司或剛開始生產的廠商，追隨與領導品牌相同的價格，以避免引發削價戰爭
多樣價格策略	<ul style="list-style-type: none">• 公司若有多樣相同產品時，採用此策略，高中低價位的產品都有，用來贏得市場最大占有率。如：HTC手機。

行銷 第二招 | 價格，需有市場

策略	說明
削價競爭策略	<ul style="list-style-type: none">• 為了因應市場競爭，擾亂市場秩序，並從中獲取利益。• 會引發價格戰，如不成功，會兩敗俱傷
心戰策略	<ul style="list-style-type: none">• 99元/999元/999元，感覺較便宜
量增價不變 量減價不變	<ul style="list-style-type: none">• 量增價不變，對消費者等同降價。• 反之贍為漲價
誘餌策略	<ul style="list-style-type: none">• 廠商將某種產品以低價誘使消費者上門，以增加銷售量。
折價策略	<ul style="list-style-type: none">• 用來刺激消費。
高標低售策略	<ul style="list-style-type: none">• 服飾店常用。
贈品策略	<ul style="list-style-type: none">• 常用來提高購買頻率（折價卷）。

行銷 第三招 | 推廣，需找到人脈

3. 推廣力 X 人 = 新媒力 Promotion X People = New Media

- ▣ 第三撇步: 推廣始終來自於人性，「人」才是最佳媒體!
- ▣ 如何從FB開始?
- ▣ 想想你的目標族群在那? 如何找到他們?
- ▣ 如何找到互補的「人脈」

行銷 第四招 | 重點流程分析

□ 4. 通路力X人=流程力

Place X People=Process Power

- 第四撇步: 盡可能搬走流程中的各種障礙物，加上以人性為主要成份的「通樂」，就是高通路力!
- 台灣國內市場規模較小，已存在許多與虛實體通路相對應的金流與物流系統，特別是台灣的「便利商店」已是舉世聞名的通路奇蹟，徹底「便利」了我們生活的各個層面，提供更多意想不到的通路功能。
- 專注在針對目標客群的策略布局與流程品管，將專業的事情交給專業的業者，團隊合作即可大幅提升通路力。
 - 網路店面呢？
 - 實體店面呢？
 - 流程：
 - 金流？
 - 物流？

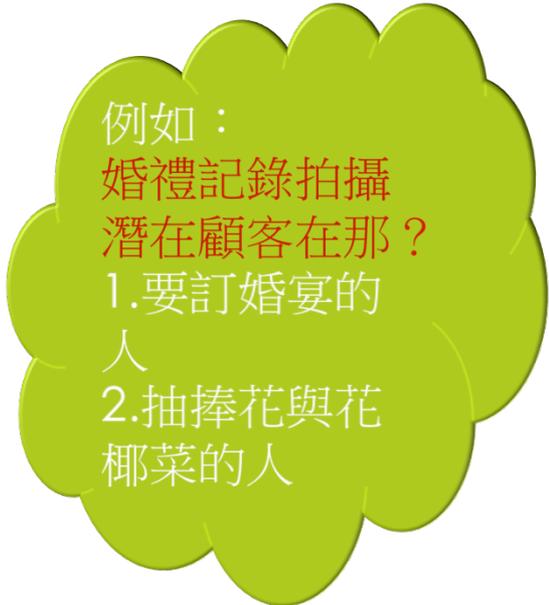
行銷 第四招 | 重點流程分析

▣ 4.通路力X人=流程力

Place X People=Process Power

這裡提供文創業者幾個關鍵問題來檢視通路布局：

- (1) 目標客群是誰？生活習性怎麼樣？
- (2) 目標客群習慣在哪裏出沒？實體店鋪？虛擬商店？其他？
- (3) 目標客群習慣怎麼樣決定購買？口碑推薦？多方比性價？
- (4) 目標客群喜歡怎麼樣付帳？有哪些因素降低其消費意願？
- (5) 目標客群喜歡怎麼樣收到產品或服務？速度要多快？
- (6) 目標客群在消費過程中會遇到什麼困擾？有什麼其他考量？
- (7) 過程中拿掉什麼或增加什麼，可以加快其購買速度？
- (8) 競爭者在購買流程中有什麼樣的競爭優勢？



例如：
婚禮記錄拍攝
潛在顧客在那？
1.要訂婚宴的人
2.抽捧花與花
椰菜的人

行銷 第五招 | 透過服務，讓客戶黏上你

□ 5.服務力X人=沾黏力 Service X People=Viscosity

□ 第五撇步:

將價值內涵導入服務流程，善用體驗與情境塑造工具，讓消費者瘋狂黏上你!

□ 前面提及產品、價格、推廣、通路已幾乎完備了行銷策略，或足以讓你一舉攻入市場，那還可以加什麼呢？

□ 然而擴大市場占有率不是單點式攻擊的一次性勝利，而是縝密結構式的攻城掠地，決勝關鍵是「沾黏力」

□ 熟稔電子商務市場的業者都知道，網購市場過去以流量作為價值評估指標，至今已演變成「沾黏度」爭霸戰，沾黏度意指顧客忠臣度的綜合評估，其評估項目大致為:

1. 回流度-點閱後加入會員比例、再度回訪機率...等
2. 活躍度-除了造訪外，實際參與各種活動的機率，如:留言、上傳檔案、下單購買...等
3. 增生度-除了本身使用外，甚至會推介朋友加入，如:邀請加入社團、團體訂購...等

行銷練習－作業2

□ 行銷企劃

- 工作室或公司名

- Slogan

- 品牌故事

- 產品名

- 定價

- 行銷活動企劃

- 依廣告企劃步驟所學的因子來分析

- 1廣告策略？

- 2+3+4預計「創意」、「平面」與「網路」想作的內容是什麼？

- 寫出一個「活動計劃」並上台分享》之後美工練習會用

學習地圖 | 行銷練習

□ 產品

- 好的點子來自好的產品：
你的產品是什麼呢？
- 商品命名
- 定價
- 產品行銷企劃（參考廣告企劃步驟）
 - 廣告策略分析
 - 創意策略
 - 執行製作（放官網－活動）

□ 企業識別

- 好記的工作室名稱
- Logo（美工：名片／官網……）
- Slogan（用於首頁圖片）
- 品牌故事（放官網關於我）

□ 美工

- 平面設計
 - 如：Logo／名片／宣傳DM等……
- 網頁美工設計
 - Banner等…

□ 網站

- 網站結構
- 關鍵字/搜尋行銷
- 活動企劃

□ 社群

- FB
- Line