

# 社群行銷活動 – 關鍵密技

## YouTube、FB、節日活動/事件行銷

### 各主題快速連結

一	<a href="#">增加互動-Youtube 行銷 8 大策略</a>
二	<a href="#">吸引粉絲-Facebook 行銷 9 招</a>
三	<a href="#">創造你的話題-節日活動/事件行銷</a>
四	<a href="#">總結及提醒</a>

## 說明

當人們有需求時，一般來說會先透過 Google 搜尋找資料，找到答案後，接著會想進一步了解更多，可能會看他分享的影片、文章、粉絲團...等，若有商務上的需求，即有可能直接下單或填寫諮詢單。

如果您的網站已經營到一定程度，建議您就可以開始進行其他社群平台去作加強曝光，因為社群平台的優勢就是即時、互動性強，容易導入流量。

您可能曾經充滿熱血拍過分享影片、分享文章，期待能夠與很多人互動甚至諮詢，但可能因為成效不如預期，導致許多人經營不到 7 天的時間就放棄了，相當可惜！

如果您只是單純把錄好的影片、寫好的文章 po 上網，就癡癡等待有好的結果，那是不太可能會發生的！為了使自己的分享内容要能夠讓越多人看、越多人知道，大家使出渾身解數，以下我們也將分享給您可行的做法喔！

▼例如裝潢設計，對於作品有興趣會進一步看設計影片！



## 常見問題

1. 我的產業屬性是生產 / 製造 / 貿易 / 批發 / 線上目錄，沒有做零售 / 線上買賣，也需要處理影片、分享文或粉絲團？

肯定的!因為人們透過搜尋找到你之後，會想要進一步了解更多資訊，只要您的資訊越豐富越完整，將更有機會拿下諮詢/訂單，比您的同行更勝一籌!

2. 官網、youtube、臉書粉絲團...這麼多地方經營是不是要花很多時間？

網路有個很棒的特色，就是資料會「累積」，初期經營可能不熟悉、缺東缺西，會需要花費較多時間，後續只要您經營一段歷程後，基本上每週可能只需花費 3~4 個鐘頭新增一兩筆訊息即可。

※ 建議長期經營方式像 8 點檔一樣，主題固定、固定時間更新資料訊息，您不會手忙腳亂，客戶也能夠準時收看!

3. 為什麼我 po 了許多分享影片、粉絲團貼文，但成效非常不好？

關鍵在於影片、貼文本身 以及 曝光量，東西再好沒人看/沒人關注都沒用。

許多人在完成 po 資料後，就沒有下一步動作坐著等待，這樣是不行的!

必須主動曝光這些訊息給其他人曉得。

而主動曝光可分為付費 及 免費，兩種處理方式

[付費] 當然就是所謂的買廣告，這個比較簡單，只要丟錢下去就會有曝光量了。

[免費] 花費時間使用各種手段取得曝光機會。

以下將提供給您，**免費**使用各種手段，搶救曝光量喔!!

## 增加互動-Youtube 行銷 8 大策略

我們將針對「如何為你的 Youtube 影片與網友進行互動，讓你的影片增加曝光、分享率」分享有效行銷策略手法給您。除了大家最熟知的「歡迎分享、訂閱、按讚」之外，還可以有很多互動方式喔，以下將一一說明。

### 1. 鼓勵大眾參加您舉辦的活動競賽，並使用主題標記 # 達到宣傳效果

在影片中使用「#」分享主題標記，並邀請觀眾針對相關主題製作內容。

舉例：LINE 近期舉辦的活動「LINETODAY #向右一點」



建議也可增加一些活動的遊戲規則，例如：

1. 要求觀看者在影片留下評論當作參賽報名。
2. 訂閱頻道作為報名參賽手續。
3. 讓參賽消費者自製影片介紹你的產品。
4. 開發大眾上傳影片，由觀眾票選。

### 2. 影片中拋出議題，邀請在下方留言就給予回饋

向觀眾提出問題，與他們繼續互動，並給予禮物/贈品/獨家機密。

### 3. 影片增加問與答互動

邀請大家提出他們想問的問題，拍攝成影片。然後針對這些問題與回答，編輯成一個 Q&A 影片。如此一來，不僅回答了最常遇到的問題，也增加社群用戶的參與感，

使他們更願意分享您的影片。

#### 4. 影片增設連結，引導外部連結

明確地提供觀看者繼續與您互動的方式。

例如：線上報名、取得免費試用、填表格..

#### 5. 影片可當投票、問卷或互動遊戲

舉例：您可編製有劇情的宣傳影片，到最後給出兩個選擇，看你希望選哪一個劇情發展運用連結，點入下一則影片。

您也可運用此技巧結合產品行銷，提供銷售的成交率。舉例：洗面乳廣告，將影片最後連結設成男生版&女生版，引導點入看他們的選擇各是什麼，針對男性與女性各自錄製一段影片，去解說你的產品優點。

#### 6. 在 youtube 中保持活躍，廣結善緣

可以注意看看相關領域中，有沒有哪些人很活躍，去看看他們的影片，與其互動。也可以留下評論、按讚，或是轉貼到您的社群裡，藉此成為 youtube 裡的活躍分子，也增加自己的曝光度。

#### 7. 異業合作，拓展社群範圍

與 YouTube 上其它頻道合作，可以把你們雙方的影片介紹給彼此的族群，一舉兩得。例如：當特別嘉賓去對方影片中受訪、一起拍攝一齣合作影片、分別拍攝各自的片段，然後剪輯成一部影片、相互在影片中提及對方。

#### 8. 其它小技巧

1. 特製有記憶點的影片結尾音樂，讓大家容易記住
2. 影片增設不同分類，吸引不同顧客(多帳號/多影片/多平台)
3. 製作影片播放清單，讓用戶更容易找到、分享你的影片。

## 二

# 吸引粉絲-Facebook 行銷

接下來將針對「如何為你的 Facebook 利用一些小技巧和行銷策略去帶動粉絲們與你的互動」，以下將一一予以說明。



### 1. 創造值得分享的内容

如果你想要讓大家分享你的動態消息，你只需要創造些值得分享的内容，文章也許是突發新聞、或是些富教育意義、好笑又兼具娛樂性質的内容，而不是隨處可見的罐頭文。例如：分享一道烹飪視頻，利用粉絲們最喜愛的酪梨來料理，同時也期望能讓大家學習到一些新的技巧。

### 2. 加入觀點和創意，使轉貼分享文更吸睛

比起單純轉貼，具備整理、觀點的貼文更容易引起共鳴。透過系統化整理或添加引言，重新詮釋後的内容不僅協助用戶快速掌握重點，也使品牌較易從眾多分享中脫穎而出，進而獲得用戶青睞。

### 3. 置頂最受歡迎的貼文

這樣可以在別人一點進來時就展現你熱情的粉絲，並增加按讚和轉推分享人數

### 4. 舉辦比賽或贈獎活動

1. 留言比賽，挑最好的送贈品
2. 分享到朋友圈，即可得贈品
3. tag 好友截圖並分享 從留言中抽獎品

### 5. 建立測驗

建一個測驗讓大眾可展現他們自己獨特性，或他們知道多少事情，讓他們迫不及待的分享並希望朋友的回應。

### 6. 設定即時回覆提高體驗度

鼓勵您可透過這項功能，你將能在第一時間回覆粉絲訊息，或者提供別的聯繫管道讓粉絲能輕鬆找到你，和消費者之間能更方便通訊和管理。

### 7. 上傳影片到 FB，而不是轉分享 Youtube 影片

不同社群平台需要做個別經營。

假如你有影片需要分享到 Facebook，請直接上傳到 fb，而不是先傳到 YouTube 後再分享影片連結。直接上傳影片除了可以自訂影片縮圖、自動播放、放大視窗、投放廣告之外，影片結尾也能有連結網站功能，這對於導流來說更有利。

### 8. 適時使用[emoji 表情符號]增加吸引力

emoji 是一種在多種媒體平台都能被應用的視覺表情符號，也能填補了許多文字無法表達的情緒，也可以增加更多的互動率和視覺力喔。

### 9. 製作 GIFs 動圖

社群的組成一部分是圖片和影片，GIFs 的可變性可幫助其貼文在任何地方被看到。

## 三

# 創造你的話題—節日活動/事件行銷

當你的官網及社群平台已累積一定客戶名單與流量後，您就可以開始善用各式各樣的活動來主動曝光，得到最大效益。像是每年春節、情人節、母親節、父親節、週年慶、聖誕節等，都已經被成功地結合到店家的商業活動中，並且衍生出許多新創的節慶行銷活動，您也一定要把握才行。以下分享幾個技巧，幫助您「如何搭配特定節日特定事件來作促銷」。

### 1. 以消費者角度思考，讓你的消費者成為主角

品牌產品若想與眾不同，有時候需跳脫過往框架。

例如：減脂油切商品、健身房、跑步機等品牌，運用端午節、中秋節來提醒「女人啊！吃粽記得沾甜辣醬，但也要同步減脂！」反向慶祝。另也可以用素人成為品牌精神的宣傳大使，舉例：孔雀餅乾曾發起「募集粉絲的孔雀餅乾新吃法」，再由代言人示範的影片成功地開啓話題，也翻新品牌形象。

### 2. 搭配影音行銷

網路影片比起一般廣告形式更有效果，互動效果和經濟效益也可提升許多。

### 3. 打造節慶限定文案和介面

節慶蘊藏人們共同情感，建議可以根據自身的品牌特色和行銷內容，打造一個專屬於節慶的頁面。例如：將粉絲專頁以及官方網站介面調整為節慶氛圍，讓消費者融入你所打造的節慶消費氛圍中，提高他們的購物興趣。

### 4. 發送節慶系列活動郵件，並加上活動倒數計時

主動透過 e-mail 信箱發出問候，在祝賀顧客們佳節愉快之餘，也順帶提供節慶相關的優惠活動和相關資訊，藉此誘發消費者在節慶時的購物慾望，並以「限時銷售」引誘消費者即刻購物。

### 5. 手機購物時代來臨

現今在消費過程中有高度依賴網路的趨勢，台灣消費者每天花 197 分鐘用手機上網，其中又有 53% 的消費者習慣使用智慧型手機購物，消費者已離不開手機！

因此更要確保官網的介面是否對行動裝置使用者友善，及確認購物流程是否順暢，千萬別因為難操作的介面讓使用者棄單，這不僅影響節慶期間的銷售量，也將間接影響到品牌給人的印象。

## 6. 分析過往的銷售數據

可以分析去年曾經做的行銷方式哪個最有效提高整體的轉換率？是利用電子報、社群媒體還是付費廣告？建議也可以利用 Google Analytics 作為工具，了解訪客在網站上停留的平均時間長度、了解訪客為何離開網站，並且比較歷史訪客數據，找到哪些內容比較受到消費者歡迎！



## 四

### 總結及提醒

在這數位時代中，必須積極介入、應用這些數位工具或平台，藉以達成業務成交，這無關乎您的產業屬性為何，建議您試著思索一下，如何使用這些數位工具，搭配您自身業務，發展出適合您的商業模式喔！

當然，如果您持續使用舊的方式，一樣能夠賺到滿意的成果，那可以不用積極處理；但若您很不滿意，則建議您試試新方法吧！

#### 最後一點提醒您！

網路商務經營順序，「官網」也就是空中業務部 必須優先處理

官網也就是您在網路這條路的根基，您在官網中可以很容易地做出最完整的資訊傳遞、甚至直接/間接取得訂單/諮詢機會。

其他數位工具，是幫助您在這基礎上，能夠深入地讓客戶更加了解您的產品/服務，藉以增加成交機會。

▼運用各種數位工具，將客戶帶回官網，達成成交



Copyright © 台灣商務發展有限公司 版權所有。

更多的曝光方式及行銷策略，請您持續關注**虛擬育成中心**，未來有新訊息我們將會直接更新在上面喔！

我們也建議您：

**專注於您該做的事，並持續的做，累積起來效果將會極大化，迎來滿意成果！**

祝您生意興隆！

