

中國文化大學教育部高教深耕計畫

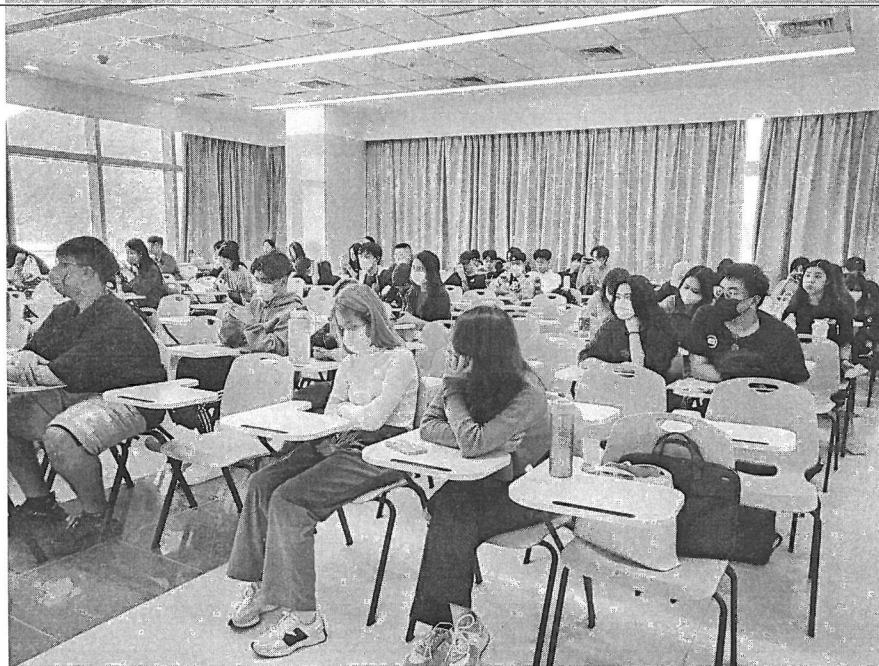
計畫成果紀錄表

| | |
|---------------------|--|
| 子計畫 | B4-4 企業橋接課程培養學生解決社會問題能力 |
| 具體作法 | 辦理企業橋接講座 |
| 主題 | 數位行銷案例分享 |
| 內容 (活動內容簡述/執行成效) | <p>主辦單位：中國文化大學 大眾傳播學系 活動日期：111/11/15(一) 下午13：00～16：00 活動地點：文化大學大孝館708教室 主講者：彥星、喬商數位行銷中心企劃總監 田福海 參與人數：119人 (教師1人、學生117人、校外講者1人)</p> <p>內 容：</p> <p>本次的演講，說明當代媒體環境現況有三大特色:1.手機上網已成為主流。2.逐年持續成長的數位媒體預算。3.網購市場快速成長。其次，市場也有三大趨勢:1.元宇宙、Web3、NFT 成為時髦的名詞。2.收看線上串流影音已成為全民運動。3.短影音成為主流。因此，面對市場特色和趨勢，未來行銷策略的建議:收集、擁有、整理專屬品牌的消費者資料、自動化廣告投遞。</p> <p>此外，講師並且分享近期得獎的行銷作品，像是提提研要販售專屬年輕女孩的面膜，主要用年輕人經常使用的 IG，透過價值訴求，以年輕女孩的社群焦慮，企圖找到和年輕女生的共鳴，藉由有感的内容、讓網友買單、想要了解產品，最後達成銷售的目標。</p> <p>除了提提研之外，這次還分享礁溪老爺酒店的行銷策略和活動，請來媽祖作為活動代言人，甚至認真做行銷、不惡搞，特別跑到台中港天宮去請示，獲得媽祖同意之後，因為有最強女神的加持，因此，獲得很大的成效。同時，近期還有很多行銷活動和動物森友會結合，像是 IKEA、Audi 汽車，也獲得很多市場聲量和關注。</p> <p>因此，從這次的演講中，了解市場趨勢之外，也藉由案例分享，了解創意的行銷活動，可以提升品牌知名度、甚至影響銷售，讓行銷活動獲得很好的成績，值得學習。</p> |

| <p>照片 (檔案大小以 不超過 2M 為 限)</p> | <p>活動照片電子檔名稱 (請用英數檔名)</p> | <p>活動照片內 容說明(每張 20 字內)</p> |
|--|---|------------------------------------|
| |  | <p>講師演講數 位媒體行銷</p> |



演講現場狀
況 1



演講現場狀
況 2