

互聯網營商實踐工作坊

進階

工作坊內容

- 建立用戶體驗 (EX)
- 如何以客戶關係管理系統(CRM) 配合你的市場營銷策略
- 使用Facebook 及 iPhone
- 使用Youtube, RSS, Blog及Twriter
- 使用Google地圖及其他Google應用服務
- 使用Google 搜尋引擎服務及橫額廣告
- 使用虛擬優惠卷，虛擬貨幣及虛擬世界
- 總結及整合計劃

建立用戶體驗 (EX)

- 良好的使用者介面基礎
 - 空間與位置
 - 標準及一致的空間距離
 - 相近的物件同一方向對齊
 - 大小
 - 字體大小
 - 圖片、物件大小
 - 分類
 - 功能
 - 目標客戶
 - 項目種類
 - 直覺
 - 顏色
 - 位置
 - 流程



建立用戶體驗 (EX)

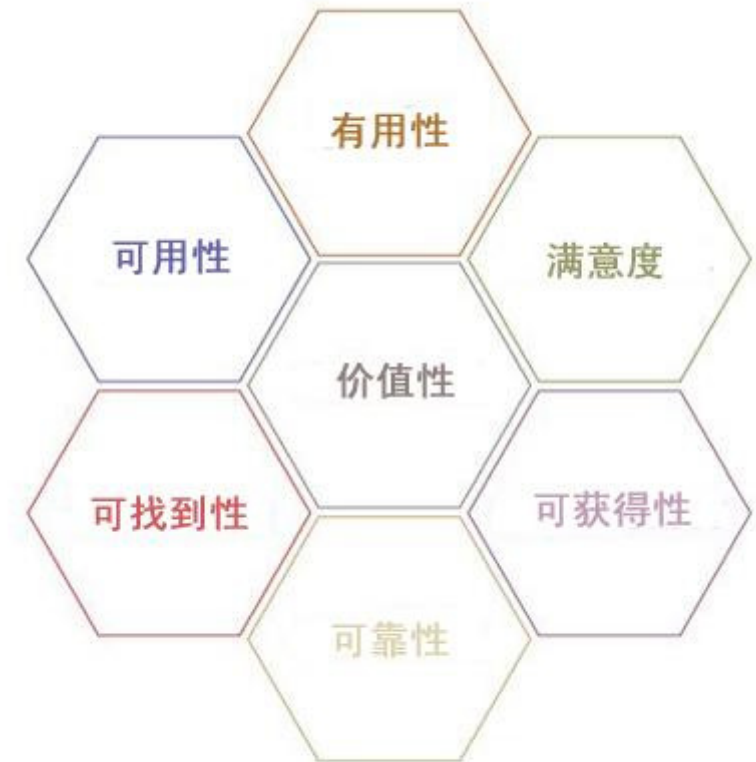
- 用戶體驗蜂窩

- 有用/實用

- 設計的網站對用戶是有實用價值，而不單單根據公司的標準或框架而設計

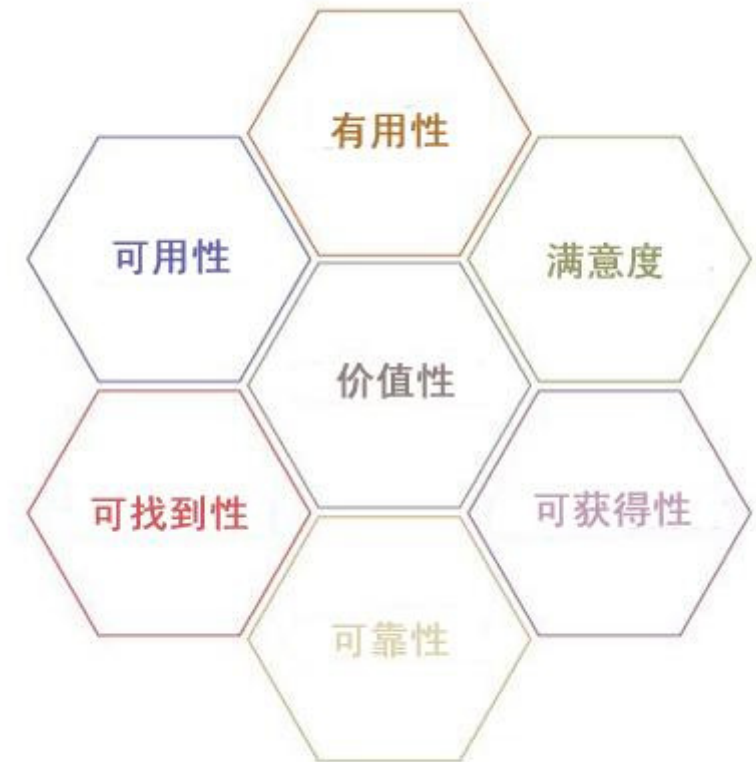
- 可用

- 簡單易用. 網站用戶不用安裝特別的程式, 不用學習. 可以舒服、簡易的找到他們所需資訊



建立用戶體驗 (EX)

- 用戶體驗蜂窩
 - 可搜尋/可找到
 - 網站應當提供良好的導航和定位元素，使用戶能很快的找到所需信息，並且知道身所在的位置，不至於迷航；
 - 可獲得
 - 所有用戶都可以獲得網站信息，這個是專門針對殘疾人而言的，比如盲人，網站也要支持這種功能（如支持屏幕閱讀器閱讀）。



建立用戶體驗 (EX)

- 用戶體驗蜂窩

- ◻ 滿意度

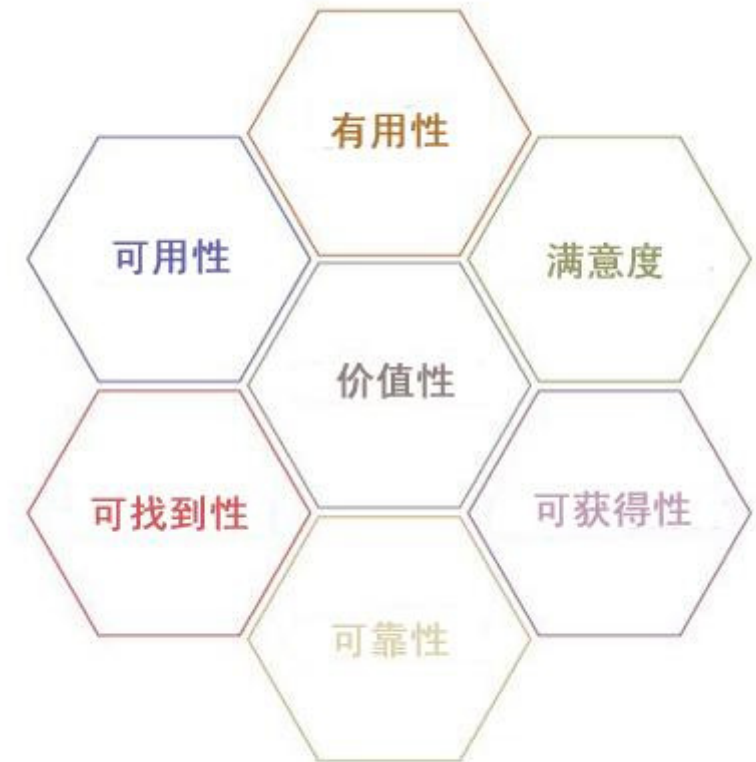
- 網站元素應當滿足用戶的各種期望和體驗，如身份，品牌，興趣，認知

- ◻ 可靠

- 網站的設計要可以讓用戶信賴，在網站安全性和可靠性上多作一些功夫

- ◻ 價值

- 網站要能盈利，而對於非贏利性網站，也要能促使實現預期目標。



如何以客戶關係管理系統(CRM) 配合你的市場營銷策略

- 客戶關係管理系統的介紹
 - ◻ 客戶關係管理一直都得到廣泛的認可和應用
 - ◻ 透過電腦系統使客戶關係管理更有組織及自動化
 - ◻ 由顧客的基本資料及互動歷史記錄集合成的客戶群資料庫
 - ◻ 提供一條龍的顧客服務
 - ◻ 提昇顧客滿意度及顧客忠誠度
 - ◻ 全面採用網上平台
 - ◻ 企業內部資訊整合平台



如何以客戶關係管理系統(CRM) 配合你的市場營銷策略

- 計劃你的市場營銷策略
 - 市場資源管理 (MRM)
 - 令公司的市場推廣資源發揮最大的效用
 - 更有效地計劃, 設計和製作你的市場推廣
 - 設計市場營銷計劃
 - 依據系統提供的數據和報表, 預期客戶和市場趨勢
 - 決定推廣的目標和策略
 - 決定使用什麼媒體推廣 (電郵、報紙雜誌、網上)
 - 如何引起客戶的興趣

如何以客戶關係管理系統(CRM) 配合你的市場營銷策略

- 計劃你的市場營銷策略
 - 選擇市場營銷計劃的目標客戶及市場
 - 利用系統過濾出你的推廣目標客戶
 - 市場營銷計劃執行及數據追蹤
 - 根據目標客戶的興趣,撰寫推廣內容
 - 找出最理想的推廣時間
 - 個別客戶對推廣的反應,可以直接記錄在系統
 - 市場營銷配合商機管理
 - 推廣帶來新商機時,銷售同事可以即時透過系統獲得客戶的資料

應用客戶關係管理系統

- 使用

- 系統是幫助同事提升工作效率,不是取代
- 決定要使用系統的同事
- 每個參與的同事先歸納現時的工作流程
- 每個參與的同事都可以提出意見和期望

- 比較

- 定期會議,讓同事分享遇到的困難和成果
- 提出分歧,早日達成共識

應用客戶關係管理系統

- 討論

- 不同部門討論使用系統的結果
- 提出有問題或困難的地方
- 決定優先事項

- 改進

- 對所有公司來說,應用客戶關係管理是一個重要的翻新,都需要長時間去實現。
- 必須有決心和堅持



使用Facebook

- Facebook的資料

- ◻ 來自傳統的紙質「花名冊」。通常美國的大學和預科學校把這種印有學校社區所有成員的“花名冊”發放給新入學或入職的學生和教職員，協助大家認識學校內其他成員。
- ◻ 於2004年2月4日上線
- ◻ 創辦人是Mark Zuckerberg，他是哈佛大學生
- ◻ 始於大學網
- ◻ 2009, 活躍用戶達3.2億
- ◻ 世界最大社交網站
- ◻ 網站對用戶是免費的，其收入來自廣告。

使用Facebook



- Facebook的功能

- 塗鴉牆 (The Wall)
- 禮物 (Gift)
- 市場 (Marketplace)
- 戳 (Pokes)
- 狀態 (Status)
- 活動 (Events)
- 開放平台上的應用程式 (Application)



使用Facebook

- Facebook的應用

- ◻ 範例

- Global Source, <http://www.facebook.com/pages/Global-Sources/86881869784>

- G2000, <http://www.facebook.com/pages/G2000/26765435445>

- A jewellery store, <http://www.facebook.com/pages/Heritage-The-Silver-Jewellery-Store/153298221285>

- A mobile company, <http://www.facebook.com/CREDO>

- ◻ 客戶溝渠

- ◻ 推廣

- ◻ 收集意見

- ◻ 自助形式的刊登宣傳廣告

使用iPhone

- iPhone的資料

- 掌上裝置結合了

- 照相手機
- 個人數碼助理
- 媒體播放器
- 無線通訊裝置

- 至2009年4月已售出3千6百萬部

- 獲《時代》雜誌選為「2007年度最佳發明」



使用MySpace

- iPhone的功能
 - iPod的媒體播放功能
 - iTunes商店
 - Podcast



使用iPhone



- iPhone的應用

- ◻ 範例

- HK Movie
- OpenRice
- 提供照片處理功能的程式, 同時推廣相機用品
- 時裝目錄, 同時推廣品牌時裝

- ◻ 推廣

- 從遊戲到市場推廣
- 從iPhone接觸更多的年青客戶

使用Youtube, RSS, Blog, 及Twitter



YouTube



- 有關YouTube

- 在美國的一個網際網路網站，讓使用者上載觀看及分享影片短片。分類的層數
- 2006年，Google公司合併YouTube。
- 被中國大陸封鎖
- 無限上載短片
- 每段短片不大於10 MB
- www.youtube.com

RSS



- 什麼是RSS
 - 是一種格式規範，用以發佈經常更新資料的網站，如新聞，**Blog**形式的網站
 - 包含了全文或是節錄的文字
 - 可以藉由**RSS**閱讀器、**feed reader**或是**aggregator**等網頁或以桌面為架構的軟體來閱讀
- **RSS**應用示範
 - <http://hk.apple.nextmedia.com>
 - <http://hk.news.yahoo.com/about/rss/index.html>
 - <http://tw.info.yahoo.com/rss/>
- 如何透過**IE**及**Outlook**閱讀**RSS**

Blog



- 有關Blog
 - Weblog，縮寫 Blog
 - 網絡日誌、博客、部落格
 - 通常由個人管理、不定期張貼新的文章、圖片或影片的網站
 - 個人博客、公司博客
- Blog 搜尋／分析
 - [Google BlogSearch](#)
 - [BlogScope](#)
 - [Technorati](#)



Twitter

- 有關Twitter
 - 社交網絡及微博客服務
 - 2006年3月21日，第一條Twitter訊息發表了
 - 一種跟隨形式的發佈
 - 使用者所發佈的訊息就會按照時間順序全部出現在跟隨者的Twitter主頁上
 - 是訊息傳播最快速和便捷的通道
 - <http://twitter.com>

使用Google地圖



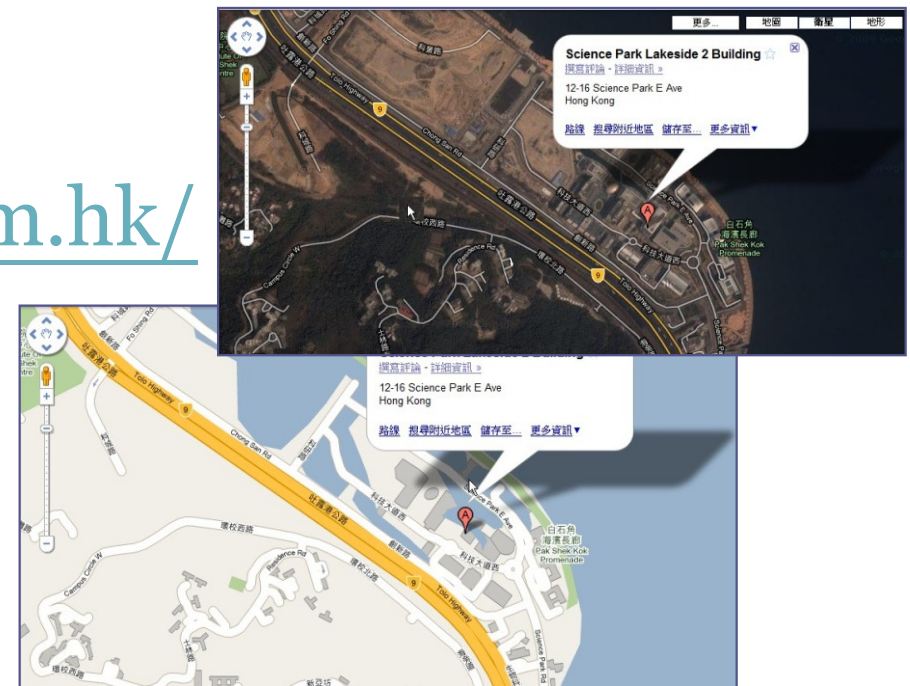
- Google 地圖

- <http://maps.google.com.hk/>

- 商家登錄中心

- 新增商家資訊
- 驗證商家資訊
- 編輯或移除商家資訊
- 優待券的製作規範

- 幫助 Google 使用者尋找和前往您的商家



使用其他Google應用服務

- <http://www.google.com/apps/intl/zh-TW/business/index.html>
- Gmail
- Google 日曆
- Google 文件
- Google 翻譯



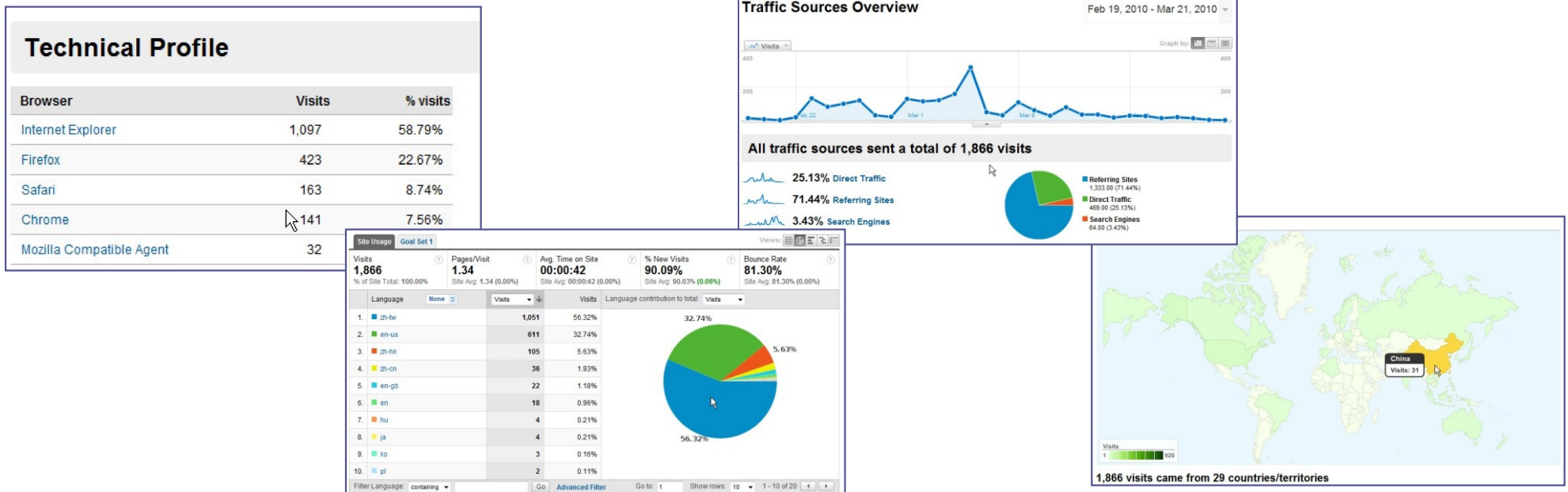
使用Google 搜尋引擎服務

- 搜尋引擎優化 (SEO)
 - 網頁設計的內容與主題。
 - 每頁的關鍵字數。
 - 關鍵字放置的位置。
 - 點擊次數。
 - 鏈結數量。
 - 五大技術難題
 - Flash
 - 內容管理系統(CMS)
 - Frames
 - 購物系統(Shopping Carts)
 - 圖片型索引頁/主頁



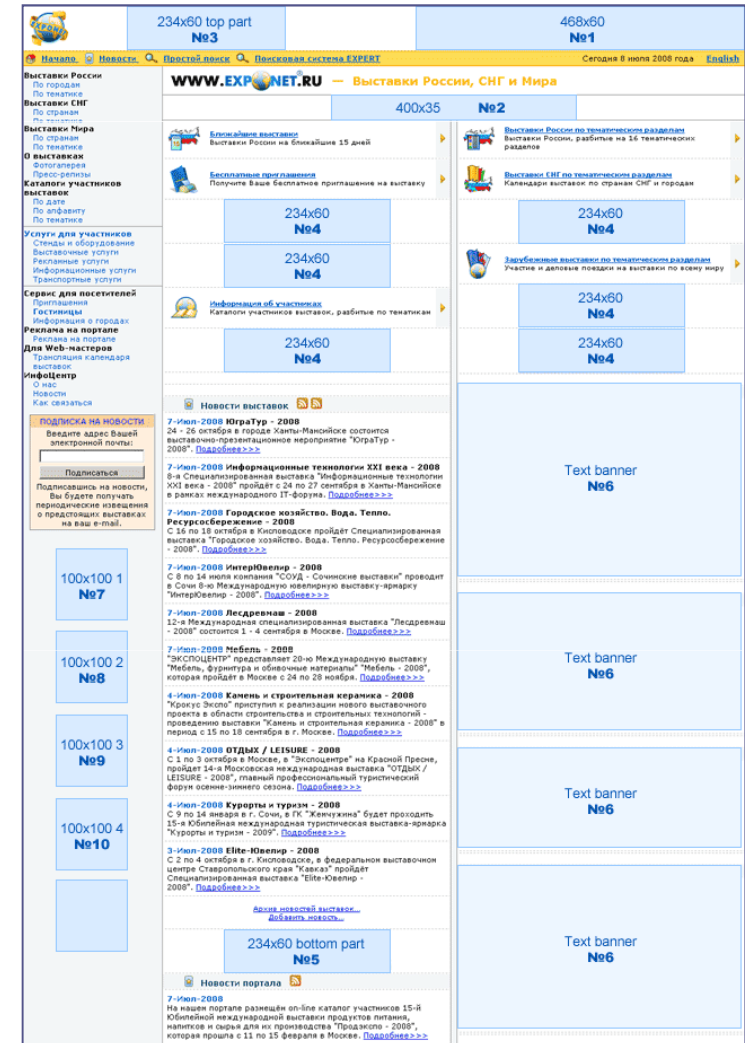
使用Google 搜尋引擎服務

- 如何以google 分析幫助搜尋引擎優化
 - <http://www.google.com/analytics/zh-TW/>



使用Google橫額廣告

- 什麼是橫額廣告
 - 互聯網上登廣告的一種形式
 - 檔案種類(jpg, gif, png)
 - 可以在網站的任何位置出現



使用Google橫額廣告

- 媒體規劃策略
 - 精確的媒體策略可以幫你鎖定正確的目標
 - 正確的價格在正確的地點接觸到正確的人
 - 定出你的預算
 - 鎖定你的目標國家,客戶群,廣告登出時間
 - 考慮網站的排名和可靠性
 - 記錄廣告活動後的成效
 - 行內用字 (CPM, CPR, CPC, impression)

使用虛擬優惠卷

- 什麼是虛擬優惠卷
 - 透過電郵或購物後送給顧客的電子優惠券
 - 輸入優惠券的號碼可以獲得優惠
 - 鼓勵顧客再次購物
 - 在熱門網站發放可吸引新顧客
(<http://www.getjetso.com/>)



使用虛擬優惠卷

- 如何建立
 - 購物系統的一項功能
 - 隨意產生的一組號碼
 - 客戶電郵地址
- 如何派發
 - 電郵給客戶
 - 透過優惠卷網站
 - 新客戶即時登記,即時獲得
 - 現有客戶送給朋友
- 如何使用
 - 在購物完成後,付款前,提供該組號碼換取優惠



使用虛擬貨幣



- 什麼是虛擬貨幣
 - 非真實的貨幣
 - 用真實貨幣購買虛擬貨幣 (充值)
 - 知名的虛擬貨幣如騰訊公司的Q幣, Q點、盛大公司的點卷、Facebook Credit
- 如何使用
 - 在某特定平台或網絡遊戲上購買虛擬禮品和服務

使用虛擬世界

- 什麼是虛擬世界
 - 是一個由聯網計算機模擬的空間
 - 用戶可以通過自己的(化身)棲息其中
 - 可以與其他虛擬形象展開互動、交往



FINAL FANTASY



總結及整合計劃 Plan Plan Plan

- 網上有五花八門的工具, 小心選擇你需要的
- 決定你的預算, 從小至大
- 擬定你的目標, 從近至遠
- **Think Global, plan local**
- 不要相信感覺, 相信數據/報表
- 定期、不間斷的觀察和調整

互聯網營商實踐工作坊 - 進階

答問時間

tessli@gmail.com

互聯網營商實踐工作坊 - 進階

抓緊機會
網上商機無限