

突然出現對網路行銷非常
有興趣的中小企業老闆



接下來該？

好，如果我想
與你們合作。



那下一步
該怎麼做？



嗯...

不如這樣...



會議室

首先我想請問
邱老闆，您所了解的
網路行銷大致上
是什麼？

誒...好像就是在
網上投放廣告，然後
配合一些什麼臉書、
IG發文跟圖片？

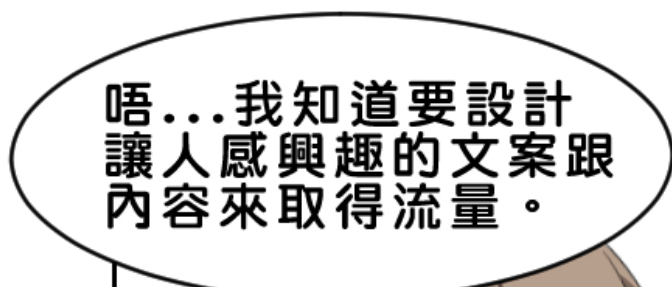


嗯，確實是一般大眾對網路行銷會有的想法。

那麼阿學，你有什麼想法？



我...我嗎？！



唔...我知道要設計讓人感興趣的文案跟內容來取得流量。


然後基本上只要是放在網路上的內容都要做SEO



哇，阿學不錯喔~



SEO就是
關鍵字對不對？
我之前有聽過。

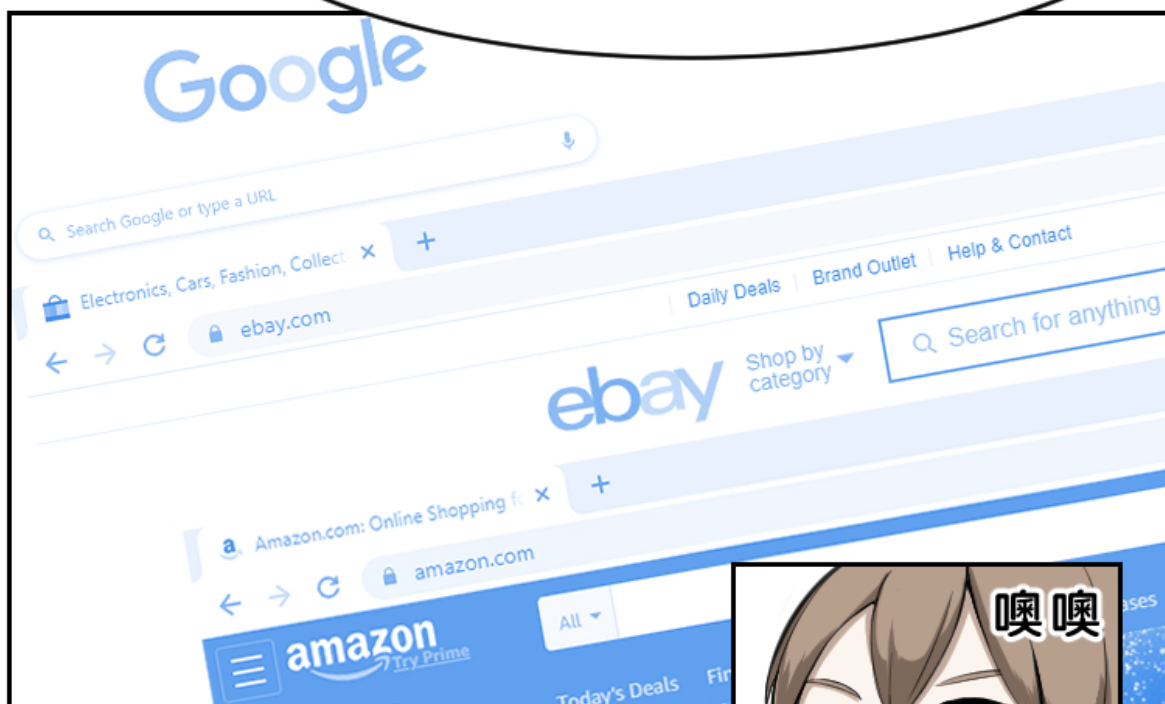


嗯，簡單來說，
在網路上的內容都要
置入關鍵字才能讓你的
內容更容易被搜尋到。


不過實際在做
SEO，也就是
『搜尋引擎優化』
的時候...

也不能隨便靠感覺
就斷定哪些詞彙
比較『關鍵』。

而是要運用專業的行銷工具，
以數據研究出最合適的關鍵字組合，
才能取得最佳的搜尋排行。



嗯，關於SEO的
部分，我們之後
有機會再討論。




你們兩位剛講到了一個關鍵，那就是『流量』。


所有的網路行銷，說穿了都是為了取得更多的流量。



所以現在才這麼多人想做網紅、YOUTUBER 齣。



也可以說是廠商的行銷人員看上了那些所謂網紅與 YOUTUBER 帶來的網路行銷效益。




因為對廠商來說，他們拍的影片或部落格文章都有機會成為不錯的曝光與網路行銷內容。

所以與網紅、YOUTUBER 合作確實是現下許多廠商行銷的一環。




不過...



如果沒有搭配
一套完整的
網路行銷策略，

這種現在很流行的
跨業工商合作，其實
效果是很有限的...


因為要將
投資報酬率提高，
你的目標不只是
熱度與流量。



而是要在
對的時間點，
帶來對的流量。




對的時間點？



沒錯，
這也是為什麼
傳統的行銷方式
越來越沒效。

因為業務打電話
或拜訪客戶的時候，
無法確保客戶是不是
在適合聆聽的狀態。

更多時候，客戶甚至
會覺得那些推銷電話
只是在打擾他們。

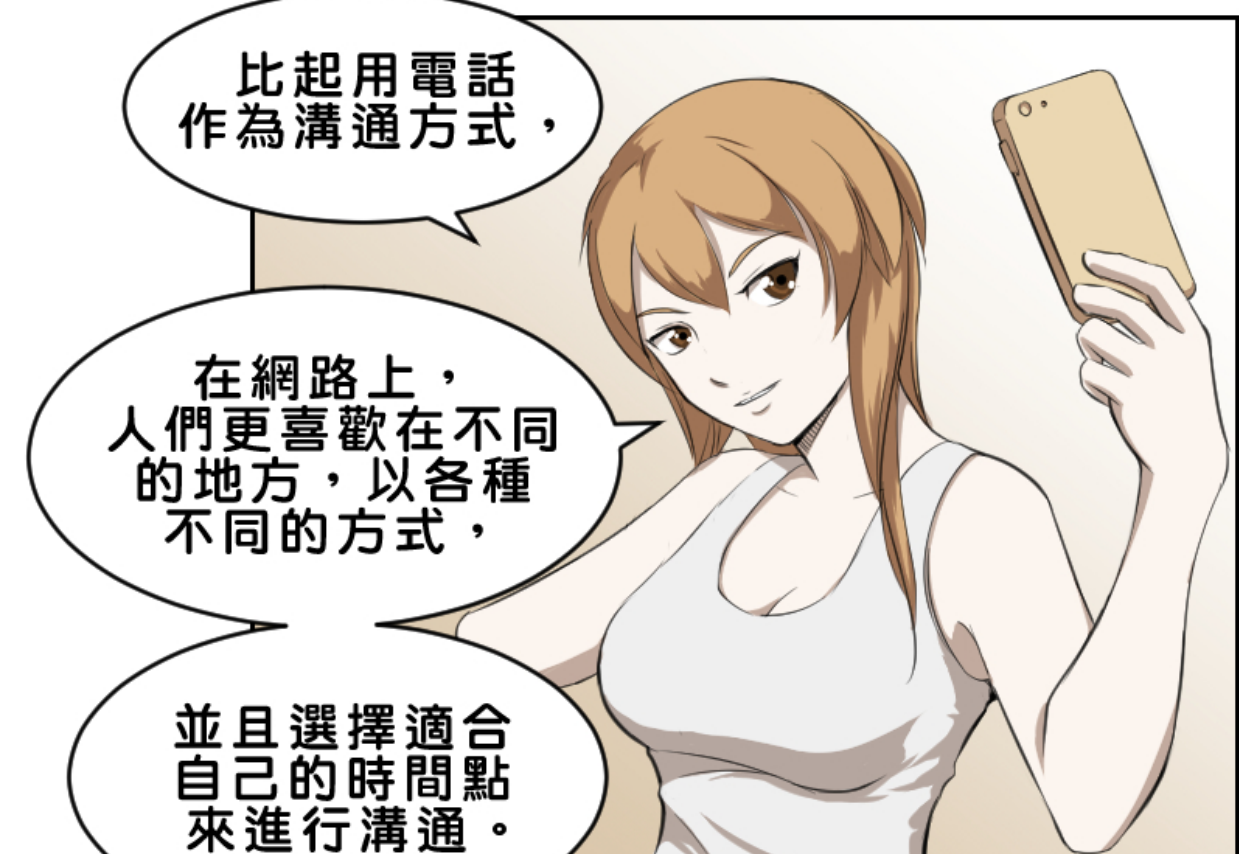


真的，尤其
是現在詐騙
電話這麼多，

接不認識的
電話號碼真的
會不耐煩。




有道理。

A woman with long brown hair, wearing a white tank top, is holding a gold smartphone in her right hand. She is looking towards the viewer with a slight smile. Three speech bubbles are connected to her by lines, containing text about digital communication.

比起用電話
作為溝通方式，


在網路上，
人們更喜歡在不同的
地方，以各種
不同的方式，

並且選擇適合
自己的時間點
來進行溝通。

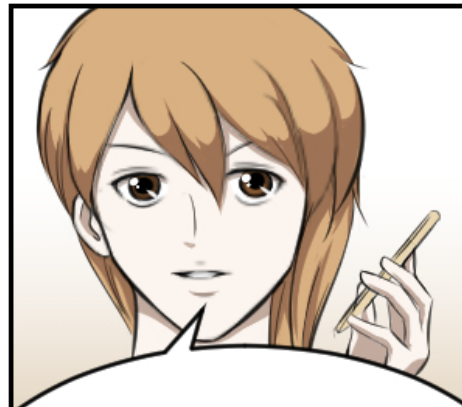
A close-up profile view of the woman's face, showing her eyes and hair. Two speech bubbles are connected to her, continuing the text from the previous panel.

譬如他們會
透過網站上的
聊天機器人、EMAIL
、LINE或是臉書訊息
這些管道來問問題。

這些管道在將來
勢必會取代電話，
成為更適合與消費者
溝通的方式。




這樣聽起來
打電話好像真的
有點過時了。




其實電話也不是
不能打，而是
這通電話應該在
『對的時間點』打。




那要怎麼知道
什麼時候才是
對的時間點？



這就是
正確的網路行銷
能做到的。



只要依照『INBOUND』
行銷的方法做好消費者心理
『覺察、考慮、決定』
這三個階段的佈局。




我們就能讓
潛在客戶在最合適
的時間點，收到我們
精心設計的內容！

抓住消費者的心！
這就是 INBOUND
MARKETING!


下期『消費者旅程』的三個階段大剖析！

INBOUND 行銷大揭秘！



消費者旅程的
三大階段嗎...？

沒錯



網路行銷
在國外早已
行之有年，

隨著趨勢改變
，現在只是投放
廣告和做內容
已經不夠了。

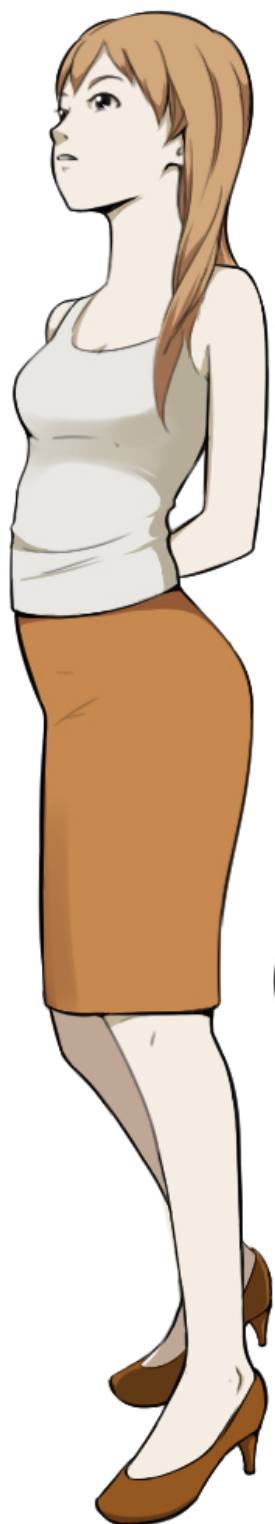
投放廣告除了要
有一套邏輯和步驟，
製作的內容也要
依照SEO做規劃。

最重要的是必須
針對消費者旅程中：
覺察 考慮 決定
這三個階段分別
精心設計內容。

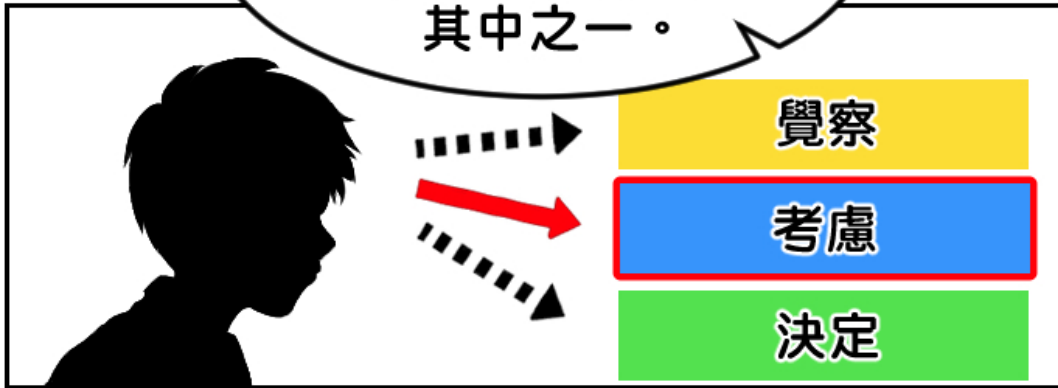
在『覺察』階段的
消費者會意識到某個問題
的存在並試著去解決
這個問題。

在『考慮』階段的
消費者會開始思考產品或
服務『是否真的需要』
考量的因素可能包括價格、
樣式、方法、品質等等。

在『決定』階段時，
消費者已經決定要購買了，
只是還在猶豫要選哪一家
的產品或服務比較
適合自己。



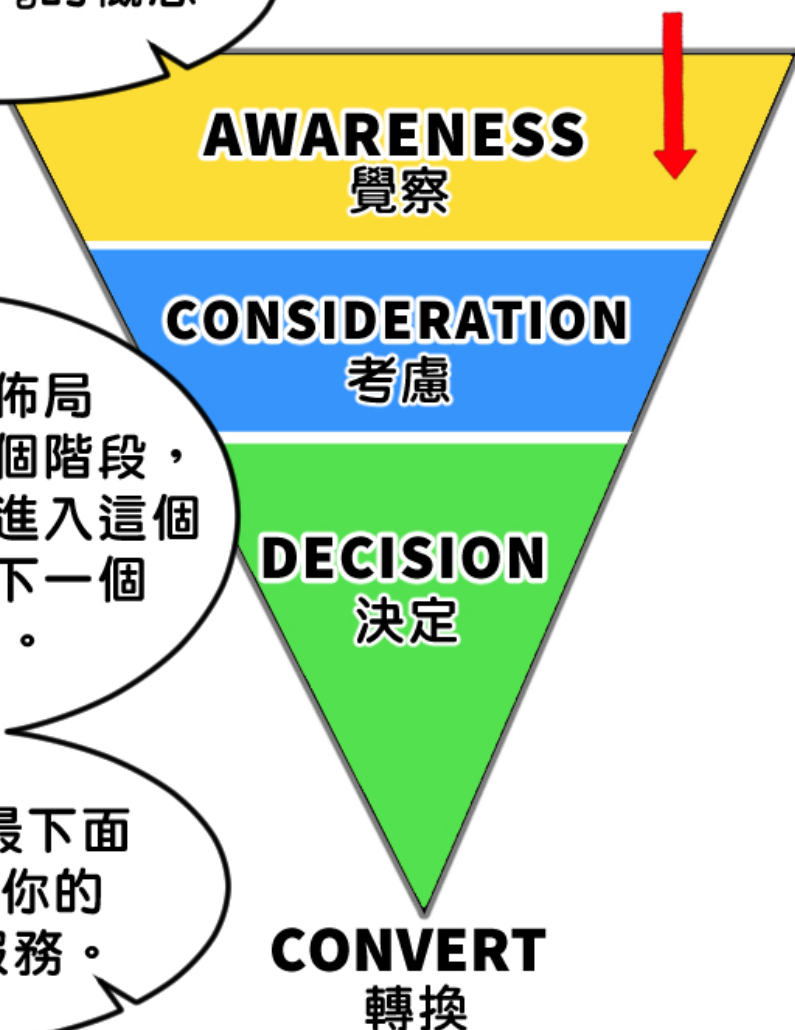
基本上所有的
潛在消費者都處於
這三個階段的
其中之一。



這其實就是
『行銷漏斗』的概念。

只要你的佈局
成功涵蓋這三個階段，
你就能順利讓進入這個
漏斗的人往下一個
階段走。

而漏斗的最下面
就是購買你的
產品或服務。





阿學，

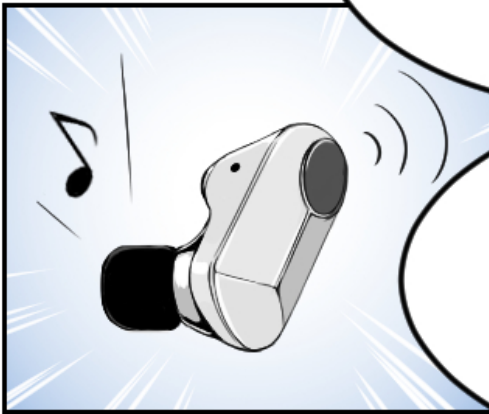
接下來如果
有什麼問題，歡迎
隨時提出來。



好的！



好，那現在假設
我們要賣的產品
是一款新的智慧型
無線耳機。



另外，假設我們在經過
分析研究後，將產品
一部分的潛在客戶設定為
大眾運輸通勤族。

那麼他們在第一個
『覺察』階段的時候，
可能會碰到什麼問題呢？



我每天長時間
坐捷運通勤，
覺得周圍環境
很吵鬧。

常搞得我心神
不寧，甚至有點
焦慮，真不知
該如何是好。

作為行銷人員，

在這個階段我會寫
有關如何幫助你消磨
通勤時間以及減緩通勤
問題的文章。

像是考慮別的
交通方式、搬到離工作
地點更近的地方、

再推薦一些適合
通勤時閱讀的有趣網址
以及選擇隔音好的
耳機聽音樂等等。



咦？
好像沒有賣到
耳機啊？



沒錯！重點就是
他們還沒準備好
要買任何產品。



這個階段還是在
整個行銷漏斗的
最上層。

我們希望透過解決
他們的問題，讓他們
開始與我們建立某種
程度的信任關係。



接下來，不論有沒有接觸到我們的內容，

都會有一部分的潛在消費者在『考慮』階段。

嗯？這是什麼意思？

阿學，
那你懂嗎？

嗯，就是在所有的潛在客戶之中，有些人早就在『考慮』或『決定』階段了。

沒錯，這也是規劃網路行銷時的一大重點。

消費者會依照自己的步調，在合適的時間點，接收到我們想要傳達的訊息以及內容。

喔喔～
原來如此啊！



來，姿婷請妳
繼續下一個
『考慮』階段。

OK

現在我已經
開始在考慮要不要
購買新的耳機了。

考量的因素包括
價格、有線無線、
隔音效果、
音質等等。



這時候我當然
就是要製作同性質
方案的『比較表』啦。

幫助消費者更容易
在各種不同的方案
中做出選擇。

意思是在
這個階段都做
『比較表』效果
最好嗎？

也不是。
只是我這次選擇
做『比較表』而已。

內容的形式
是可以很多元的。



這也是行銷人員
能夠發揮創意的
地方。

更何況光是做一個
比較表就能有各種
不同的樣式了。

重點還是要做出
能真正幫助到
人的優質內容。





好，那在最後的『決定』階段

我已經確定要買耳機了，而且如果價格合理的話想要買無線的。

現在就只剩下決定要買哪一家的耳機。



哼哼哼...

這裡就是要發揮功力，一決勝負的時刻啦！

登陸頁面！
(LANDING PAGE)

以一個網頁的篇幅
將產品優點與
特色展現出來，

說服客戶為什麼
我們的產品最棒！

他最近是不是
有點過勞傾向...

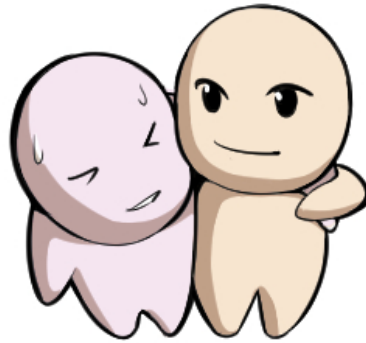
好像是耶。

不好意思，
我想確定一下。

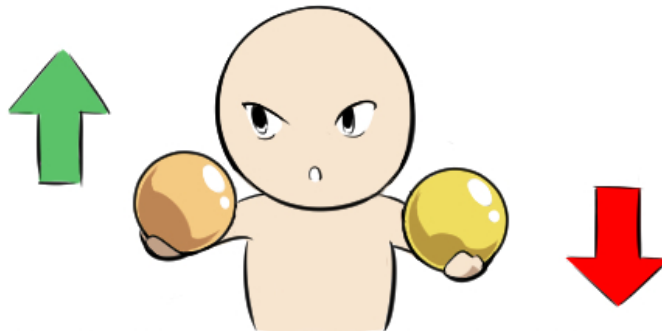
所以...消費者旅程
的三個階段基本上
要做的是不是：



要在覺察階段幫助消費者解決他們的『問題』

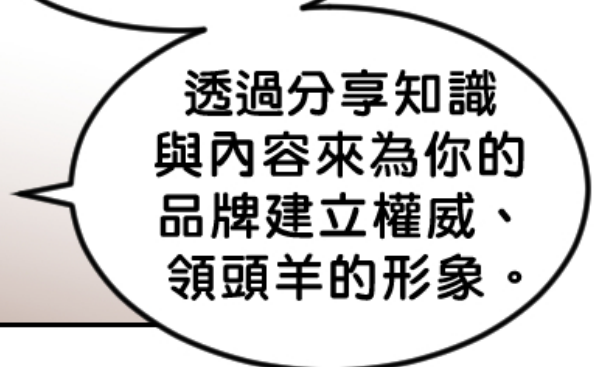
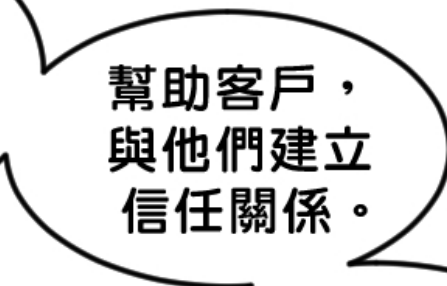
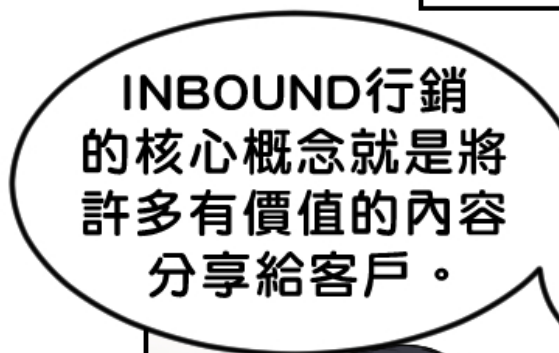


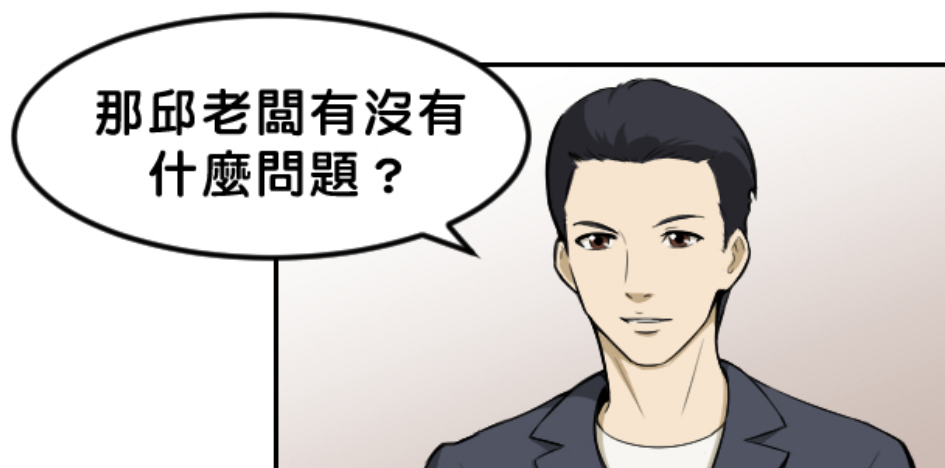
要在考慮階段提供消費者同性質方案的『比較』



要在決定階段向消費者證明『你最棒』



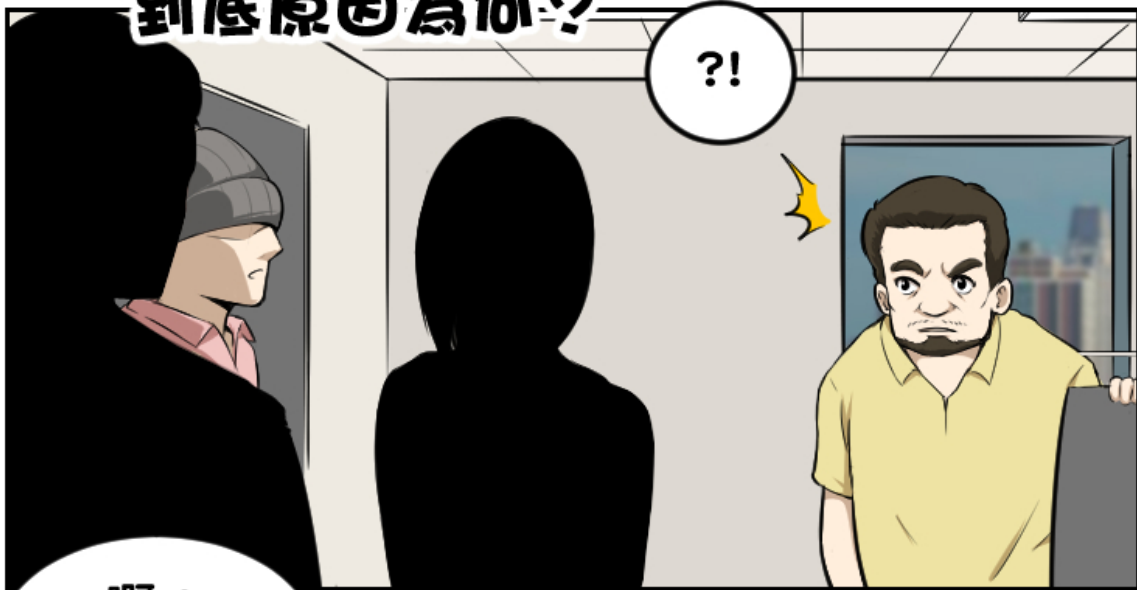






突如其來的態度大轉變
邱老闆的顧慮是？

突然結束的會議， 到底原因為何？



啊！
不是啦。


我的意思是我會
再另外跟你們約時間
洽談合作簽約。

我非常喜歡你們
INBOUND行銷那種
透過幫助別人來
達到互惠的概念。

不過像那些
比較專業的行銷
操作，我可能就
不是那麼懂。


我想就交給
你們專業的
來處理就好。





嗯，確實可以
交給專業行銷團隊
幫你處理。

或是你也可以
考慮從精通網路行銷
並且經驗豐富的
專業人士學習。



其實如果可以
的話，我也想多少
學一點啊。

只是我的學習
速度沒辦法跟
你們年輕人比，
而且我也沒時間
去教室上課啦。

那邱老闆有聽說過
現在國外非常流行的
『網路課程』嗎？

對耶。
那個很適合！



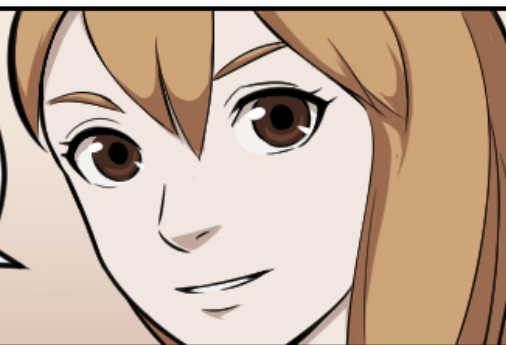
那個課程可是
由我們老闆
自己精心製作的
最新課程呦！




講到課程，
我最近剛好也想
回去複習一下。




邱老闆如果
有興趣的話，
可以考慮上我們
的網路課程。





好啊好啊！

原來你們還有
網路課程啊，
那這樣我可以
自己慢慢學嘍！




是的，這也遵循
著我們INBOUND
行銷的理念，

可以用最適合
自己的步調，
接收這些資訊。




不過...



...在這裡，
我還是要提醒
一下，現在就
投入網路行銷
的急迫性。

網路即將成為
商業戰場已經
是趨勢。



網路廣告的
費用在之後還會
持續上漲。

現在搶先宣傳、
培養客戶以及建立
公司品牌的費用
都還比較低。

未來競爭對手
要模仿你的做法，
他們至少要花好幾倍
的廣告費用與時間，
而且還不一定
能贏過你。

在對手進場前，
先搶得先機嘛...
這個在傳統行銷
也是一樣。



好！
那我決定
晚上回家就
開始上課！

那你們的課程
要去哪裡上？



我們先留下一
您的基本聯絡資料。

我們會再將
課程網址與相關
資訊傳到您的
電子信箱。



有網址就
可以了嗎？

這麼方便哦？



是的！
是真的很方便
也很簡單。



嘿，阿學。
其實讓你進來
另一個原因就是
讓你看這個課程。

現在的新人
真的很爽耶。
我之前還都只能看
國外的英文影片。





