



# 數位行銷的未來

楊國寧譯(金弘卓原著)(2015)，行銷遊戲，創意市集。

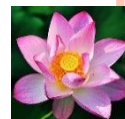
1

# 問題：行銷是甚麼？

- 行銷(marketing)：
- 數位(digital)：
- 數位行銷(digital marketing)；
- 2005 Youtube；2006 Facebook、Twitter
- 數位傳播=數位科技(digital technology)+社群/情境媒體 (social/ambient media)+網路/線下活動(online/offline event)
- 關鍵字：數位、虛擬、行銷、遊戲、廣告、趣味、實境、直播、網路、編碼、解碼、科技、共創、共享、互動、???

## 一、玩樂時代

- 夢想：如果讀書像讀漫畫書就好了。
- Dunkin' Donuts：坐公車時播放咖啡廣告，聽到Dunkin' Donuts廣告中的某一個片段聲音，就啟動“咖啡味道”的噴霧劑，讓公車乘客聞到咖啡香味。
- [影片：<https://www.youtube.com/watch?v=V2tP-FAn6u8>]



- Dunkin' Donut：利用手機設定第二天早上的任務。從設定的時間，起床，並到完成遊戲者可以得到 Dunkin' Donuts 提供的優惠早餐。
- [影片：  
<https://www.youtube.com/watch?v=eYHcneFqOko>]



- □Huggies：新手孕爸，AR的運用。透過AR，爸爸亦可以感覺到懷孕中的嬰兒小腳輕踢母親肚皮的動作。
- [影片 <https://www.youtube.com/watch?v=nl0fck9yhG0>]



- Nike FuelBand：大家一起來運動。透過FuelBand記錄所有的運動，設定目標值，並分享至FB。

- [影片：

<https://www.youtube.com/watch?v=ljY3L5CdeY0>



- □鼓勵大家走樓梯。如果走樓梯的時候，可以發出像是演奏音樂般的聲音，相信選擇走樓梯的人們會增加。
- [影片：<https://www.youtube.com/watch?v=9n5z9LTbakk>]



音樂公路，當你維持在一定的速度，例如50公里時，公路會演奏音樂給你聽。鼓勵汽車駕駛不要超速。





二、無所不在的媒體，媒體即生活。置入性行銷，融入生活中潛移默化地影響消費者。

- □Homeplus：整個地鐵都是我的購物超市。等捷運的時候，看見廣告牆上的超市貨架，喜歡就掃描。在韓國，搭捷運，隨時可以花錢。
- [影片：<https://www.youtube.com/watch?v=TbEznWDvArY>]



- □emart：提供免費wifi吸引消費者。在捷運站，飛行的氣球吸引消費者的目光，而且提供免費的wifi。只要掃描或下載app，就可以透過emart的免費服務使用wifi。當然，不小心看到商品的廣告頁面，點下購買按鍵，才是emart的目的。

- [影片：

<https://www.youtube.com/watch?v=qHGejSWTmww>



- 折價券 

- □ BENZ：隱形變色龍。利用攝影機與包覆的LED顯示器，BENZ汽車達到隱形的效果。51

- [影片：

<https://www.youtube.com/watch?v=uHWfFFi1k9Y>]



### 三、病毒式行銷

- 從email郵件，口耳相傳(word of mouth)，一傳十，十傳百，像病毒一般地蔓延。正確的訊息，訊息本身必須擁有足以分享的價值，例如快樂、驚喜、獨特、憐憫、幸福等人類會想要分享的價值。而透過社群Youtube、Facebook、Twitter、Kakaotalk等自發的積極分享行為。而接收者也願意將訊息再次分享出去，感染的速度像病毒一樣地擴散。

- □PSY之江南Style。歌曲中，的場景，都是讓人驚豔的橋段，透過洗腦的無釐頭音調串聯，不僅讓人觀看、分享，而且模仿，轉發，蔚為風潮。P.64
- 江南Style中的橋段，包括漢江的天鵝船、在涼蓆上下棋的老爺爺、旋轉迪斯可球的觀光馬車、電梯中跳舞的舞步、馬房裡搖頭的馬匹、紋身大哥的三溫暖、在車庫和地鐵站跳舞奇怪的舞步等，像一部部歡樂趣味影片的濃縮。
- [影片：<https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>]



- □直播，窺視某人日常生活，True Man 《楚門的世界》  
（The Truman Show）為1998年上映的美國科幻喜劇電影。影片記錄男主角楚門的生活，製片公司在一個小島打造一個村鎮世界，除了男主角TrueMan自己並不知道外面的真實世界之外，其他的角色都是由演員擔任。這個實境秀節目每天拍攝並直播至全球的觀眾。隨著劇情的發展，楚門對他身處的世界產生疑問，並追求真實的「世界」。
- [影片：<https://www.youtube.com/watch?v=loTlzXAS7v4>]



## 四、協同合作，COLLABORATION, COCREATION共創， 群眾外包(CROWDSOURCING)

- 維基百科(collaborative intelligence)或是C2B讓消費者表達他們的願望清單，相對地，廠商也可以表達他們對於技術的需求。P&G之C&DConnect & Develop 群眾外包系統將公司內部所遇到的困難，放在網路上，尋求外部的合作夥伴，如小企業或大學研究單位等。C&D, P&G
- [影片：

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_7mMToRIAXs](https://www.youtube.com/watch?v=_7mMToRIAXs)]

## 五、共同分享

- 臉部辨識相機 **Face Deals**，**chick in with your face**。你的臉就是身分證。事先註冊的帳號，當消費者進入商店，透過臉部辨識，立即知道消費者資料並提供量身訂做的優惠條件，發放優惠券等。
- [影片：[https://www.youtube.com/watch?v=7uXm\\_tfK8Zg](https://www.youtube.com/watch?v=7uXm_tfK8Zg)] 
- Check in with your face 



- 喜歡OK蹦嗎？受傷時，痛痛，小朋友一定不喜歡使用OK蹦的情境。可是，OK蹦廠商將OK蹦畫上迪士尼可愛的卡通圖案。除了卡通人物之外，配合下載的app，掃描OK蹦之後，還可以和OK蹦玩遊戲。也許有助於一時間忘記傷口的痛楚吧！

- [影片：<https://www.youtube.com/watch?v=yZg30-q9RAE>]



- Disney Princess Band



- 傳統的版本



- □ 嚎啕大哭的寶寶常常讓新手父母手足無措，到底是肚子餓餓還是尿尿？尿布廠商利用藍芽科技，當偵測到尿布濕掉之後，發送訊號到手機，通知媽媽尿布濕掉了，不僅讓寶寶舒服，也有助自家尿布的使用。



- [影片：[https://www.youtube.com/watch?v=p8\\_bK4oYx4M](https://www.youtube.com/watch?v=p8_bK4oYx4M)]

# 我想請你喝可樂

- □請你喝可樂！ I'd like to buy the world a Coke.

- [影片；1971：I'd like to buy the world a Coke.]



[<https://www.youtube.com/watch?v=1VM2eLhvsSM>]

- [影片 2012Re: Brief：

<https://www.youtube.com/watch?v=45Z-GevoYB8>]



- [影片 happiness machine for couple：

- <https://www.youtube.com/watch?v=qb1xZtfiRT4>]



## 七、行動裝置

- 2007年，蘋果推出iPhone手機，人類進入行動化時代。
- 2006年，FB上線。
- 行動裝置的重要發明
- QR Code
- Wi-Fi無線網路
- NFC近場通訊
- 藍芽
- 臉部辨識
- 增強實境Augmented Reality

我要請全世界喝一瓶可樂1971

## 八、技術與創新

- 無人汽車、Google Glasses、穿戴裝置、無人飛機
- 數位溫度：數位溫暖人類
- 如何利用數位協助世界？

- □輕鬆做公益：在飲用水瓶身上加上一個條碼，消費者掃描條碼之後，消費者自己捐**100韓元**(約為新台幣**2.9元**)，則飲用水公司和合作的物流公司就相對應再各捐**100韓元**給非洲居民。亦即共捐出**300韓元**，約為新台幣**8.1元**。



# 作業：科技創新與數位行銷

## 1.參見作業檔案

格式：(1)WORD，12號字。以500-1,000字左右。

注意：**檔案內容第1行要寫明姓名、學號。**

注意：另外準備5分鐘口頭報告，在上課時會抽選同學上台報告、分享！)