



資傳系演講 - 創造共鳴，才有影響力—社群操作實務分享

時間：2019-10-07

地點：傳播館 Q306

今天社群行銷課程請到了廣告公關公司總經理來教導我們社群溝通的要領，講師指導了如何看廣告的效果，因為受眾看到並不等於支持、認同，最重要的是我們能不能夠帶來一些行為上的改變、如：留言、分享，透過這些能夠更了解顧客下一步的行動。在跟網友們互動的過程當中，只有曝光是不夠的，是否有達成其他成效，要溝通的對象是否能夠共鳴、一拍即合，透過創意的包裝來去傳達，就是所謂的 Big idea。

講師也非常詳細也實際帶領練習了 Big idea 思考脈絡，所謂的思考客戶端的狀況，將產品服務優勢/價值的詮釋與 TA 的樣貌與需求/待解決的問題，並結合尋找與創造成為有感的策略，再思考 Features 特色與 Advantages 優勢，最後延伸到對於 TA 的意義成為他們的 benefits 益處。講師特別提到：「可以回頭想想生活周遭與社會熱門議題相關來做連結，看到任何事情都要留個心眼，因為以後都有可能成為我們能夠利用的事情。」

溝通事情最重要的是目的。提案是為了幫助客戶達成目標，找到溝通的訊息、解決問題的方法，但社群溝通本身並非目的，而是眾多手段之一，如何利用最好的方式來去向目標受眾溝通是讀傳播科系都必須學習且重要的議題。

