



## 互動式行銷實務運用

時間：2020-05-25

地點：C002

這次演講邀請野獸國展覽部資深專員謝杰峰先生透過展覽策展經驗與同學分享體驗創意、體驗行銷、體驗設計三面向在互動式展覽中所扮演的角色，講者透過下面四點分析，讓同學快速瞭解展覽架構及策劃展覽前所需思考的面向 - 1.展覽定位 2.展覽目的 3.故事的敘述 4.創意、行銷、設計的結合，展覽類型名目繁多，場域從博物館到市場/市集，皆是展覽所體驗的空間，一個展覽主要的訴求與目標對象密不可分，在設定展覽定位上，可從場域、訴求、對象三者進行初步的想像與規劃。

講者提到展覽最終目的，在規劃時預先設定則可快速整合所需的相關資源，排除不必要且有可能影響成效的因子，並藉由設立目的，各個環節上也利於檢視偏離主軸之風險。在設立好展覽類型與目的後，進入下一階段的工作為『敘述』，一個好的敘述能幫助展覽與目標對象進行快速的傳達訊息，也能避免欲訴求的內容有失真的可能性。在不同的對象族群，透過了解對象族群所使用的媒體工具，則能在該傳播場域中了解該族群特定的溝通語言，進而訊息設計時策略擬定有著實質的幫助。選擇不同的傳播工具 ( SNS、TVC ...)都沒有完全的對錯僅有是否適合該族群使用習慣，好的傳播工具搭配好的內容敘述則能快速達到訊息傳遞的成效。

最後講者分享在現今自媒體當道的世代，透過基本的展覽定位、目的、敘述設定已不足以滿足現今觀展者需求，透過創意、行銷、視覺設計刺激消費者五感體驗才能吸引消費者注目度，並提高整體事件的傳播程度。行銷扮演著，吸引既有族群並開發淺在客群，透過有趣且符合時事的行銷手法則能快速讓訴求族群將焦點投射到展覽主要述求。

