



## 廣告業的社群行銷

時間：2022-09-24

地點：傳播館 Q206

首先，業師葉哲嘉先介紹蝦皮購物行銷專員工作內容，藉由分享各個項目帶出執行時的技巧與心得，他主要負責經營臉書社群，會透過不斷建立角色的方式和觀眾互動，他認為只要能讓人對一兩個角色擁有記憶點就是成功，多曝光一定是好的。當缺乏靈感時，可以透過網路監控的方式多看別人的貼文，分析 insights，或是從日常生活找靈感。接著，只要有人社群顧問的業務經理阮頤寧先分享過去經歷，告訴我們如果對未來迷茫應該要多嘗試，試了才會知道自己「不要什麼」，也透過三個案例解釋社群的必要條件是「人」，要透過人的討論達到宣傳和得到共鳴，並分享業務的工作內容主要有兩者，規劃短期 campaign 和 Brief 的釐清，發揮創意前必須先釐清客戶的需求。他們也提及到經營公司內部社群和替廠商設計貼文的差異，當代理商的話受限會較多，比較不能發揮創意，但其實都是可以討論的，成效好便會提高廠商的願意。最後，也建議同學多看得獎廣告的案例吸收不同想法，擁有更多靈感，本次活動共 18 人參與。



業師進行案例分享



## 廣告業的社群行銷

時間：2022-09-24

地點：傳播館 Q206



業師說明成功的社群案例共通點都在於「人」



全體大合照時間