Welly 教教我

成長吧！補給進階SEO關鍵知識

Digital Marketing

數位行銷大全



- 7 大數位行銷介紹
- 分析行銷方法適用狀況與對象
- 4 種數位行銷案例參考

Welly

THE CONTENT

目錄



01. 數位行銷介紹｜5 分鐘了解數位行銷！ 4

什麼是數位行銷？數位行銷的重要性 5

數位行銷 vs 傳統行銷 9

02. 7 大數位行銷介紹與特點優勢分析 12

搜尋引擎行銷（Search Engine Marketing） 13

內容行銷（Content Marketing） 15

電子郵件行銷（Email Marketing） 18

聯盟行銷（Affiliate Marketing） 21

社群媒體行銷（Social Marketing） 23

網紅行銷（Influencer Marketing） 27

短影音行銷（Short Video Marketing） 30

03. 4 個數位行銷參考案例與分析 33

Welly SEO：搜尋引擎優化 34

Uniqlo：社群媒體行銷 35

喆律法律事務所：短影音行銷 36

蝦皮 Shopee：網紅行銷 37

INTRODUCTION

前言



Hello！親愛的讀者們，

首先感謝你下載這本電子書，希望你會喜歡！

本季「 Welly 教教我」系列電子書第 9 集將提供大家「數位行銷大全」，可以說是數位行銷的懶人包～

過去 Welly 參加過許多實體展會，發現有越來越多傳統產業正積極尋求數位轉型，正因為觀察到此狀況，因此誕生了這次的電子書主題，希望能夠透過這本電子書稍稍幫助大家建立好觀念，打好轉型的地基！

本次內容將包含 7 大常見數位行銷基本介紹、分析其特點和優勢，並分享適用對象與狀況的建議，最後當然不免俗也會介紹一些數位行銷上的範例參考。

期待你能夠在這次的內容中獲得所需的知識，如果本書的資訊量對你來說稍嫌龐大，不妨考慮分章節閱讀，以便更好地吸收內容。同時，隨時歡迎你重複的複習，加深對知識的理解～

最後，**Welly 每週都會提供一篇行銷新知，可以推薦給你身邊的朋友訂閱 Welly 電子報**，跟著我們一起長知識！

訂閱 Welly 電子報

簡單 2 步驟，**填寫姓名與信箱**
你將可以第一時間收到每週的 EDM 內容、每季還會有一本電子書！

CHAPTER

01



數位行銷介紹｜5 分鐘了解數位行銷！

- ✦ 什麼是數位行銷？數位行銷的重要性
- ✦ 數位行銷 vs 傳統行銷

01. 數位行銷介紹｜5 分鐘了解數位行銷！

什麼是數位行銷？數位行銷的重要性

數位行銷定義

數位行銷就是透過網路和數位科技來推廣產品或服務的行銷方式。

這包括各種線上管道和工具，像是搜尋引擎優化（SEO）、社群媒體行銷、內容行銷、電子郵件行銷等，過程中，還會利用數據分析來評估和優化行銷活動的效果。

如今大部分的消費者都會透過網路搜尋產品資訊、參與社群媒體、閱讀線上內容等，因此，善加利用數位行銷能更有效的接觸目標客群，提高品牌知名度，並促進銷售成長。

數位行銷還具有即時性、可量測性和靈活性等優點，讓行銷人員能夠靈活調整策略，迎合市場需求，提升行銷效果。

總而言之，隨著數位科技的發展，數位行銷已成為企業提升競爭力和達成業務目標的不可或缺之道。

數位行銷為什麼重要呢？數位行銷的 3 個好處

✨ **提升行銷成效**
數位行銷可以追蹤與分析行銷數據，讓行銷人員能夠透過這些數據，如曝光、點擊等，更有依據的優化行銷策略，進而提高轉換率，達到行銷成效的提升。

✨ **精準鎖定受眾**
數位行銷能夠追蹤消費者的動態、習慣、興趣等，並提供更準確的受眾喜好分析，讓行銷人員更輕易描繪出目標受眾的輪廓，進而規劃出受眾喜歡的行銷內容。

✨ **提高競爭力**
數位行銷可擴展範圍、接觸受眾更廣，幾乎是有網路的地方就有操作空間，另外也可根據企業的行銷策略，調整曝光的管道、內容。因此，品牌可以透過數位行銷的方式提高能見度，做出特色與差異性，能大幅提高市場競爭力。

什麼是數位行銷？數位行銷的重要性

數位行銷漏斗 8 階段

📍漏斗第 1 層－與品牌初次見面

漏斗第 1 層的行銷目的為盡可能觸及更多潛在消費者，以「廣」為目標，努力將進入漏斗的母數擴大，以下有 2 個階段位於漏斗第 1 層：

- **注意 Awareness**：顧客與品牌初次見面並留下不錯的印象，此時企業必須思考如何進一步和首次接觸品牌的消費者互動。

- **興趣 Interest**：留下好印象後，透過各種行銷手法繼續推播資訊，像是社群行銷等，並找到顧客的痛點與利益因素，讓顧客對商品或服務感興趣。

☞ 常見的方式像是 FB 廣告、Google 關鍵字廣告、EDM 電子報行銷等。

📍漏斗第 2 層－開始考慮商品

到了漏斗第 2 層行銷目的就必須轉為去思考該如何讓消費者願意購買？如何提升購買意願？

- **考慮 Consideration**：顧客接收到一系列行銷手法的刺激，便會開始有初步的考慮，進而思考自己是否有這個需求。

- **意圖 Intent**：考慮過後，顧客逐漸產生購買意圖，便會先將商品加入購物車，此時此刻企業必須卯足全力不斷刺激他們進行購買，例如提供限時的折扣或是贈送贈品等等，加大顧客購買的意願。

☞ 例如廣告再行銷、串接 LINE 或 Email 的「未完成購物車結帳」通知等。

什麼是數位行銷？數位行銷的重要性

數位行銷漏斗 8 階段

📍漏斗第 3 層－行動階段

終於來到行動階段的漏斗第 3 層，也就是企業最在意的消費轉換，這個階段的目的就是盡快促使消費者執行購買的動作，此時消費者通常心中會有「要買哪家？」的疑問，因此在這一層告訴顧客自己的優勢就非常重要：

- **評估 Evaluation**：在有意圖將商品放入購物車之後，顧客通常會進行多方評估，像是上網搜尋評論等，因此企業可以鼓勵忠誠顧客留下商品使用心得或評論、放上實拍或開箱影片加強信任感，並留意自家品牌的負評狀況。
- **購買 Purchase**：消費者順利完成購買動作。需注意這邊不一定只是指購買行為，只要是企業希望轉換的項目皆可歸納在這個階段，像是點擊、訂閱、諮詢等。

☞ 常見的方式像是 SEO 文章介紹、網紅行銷推廣、短影音行銷等，當消費者越能在網路上看到你的產品，便越能提高購買意願。

什麼是數位行銷？數位行銷的重要性

數位行銷漏斗 8 階段

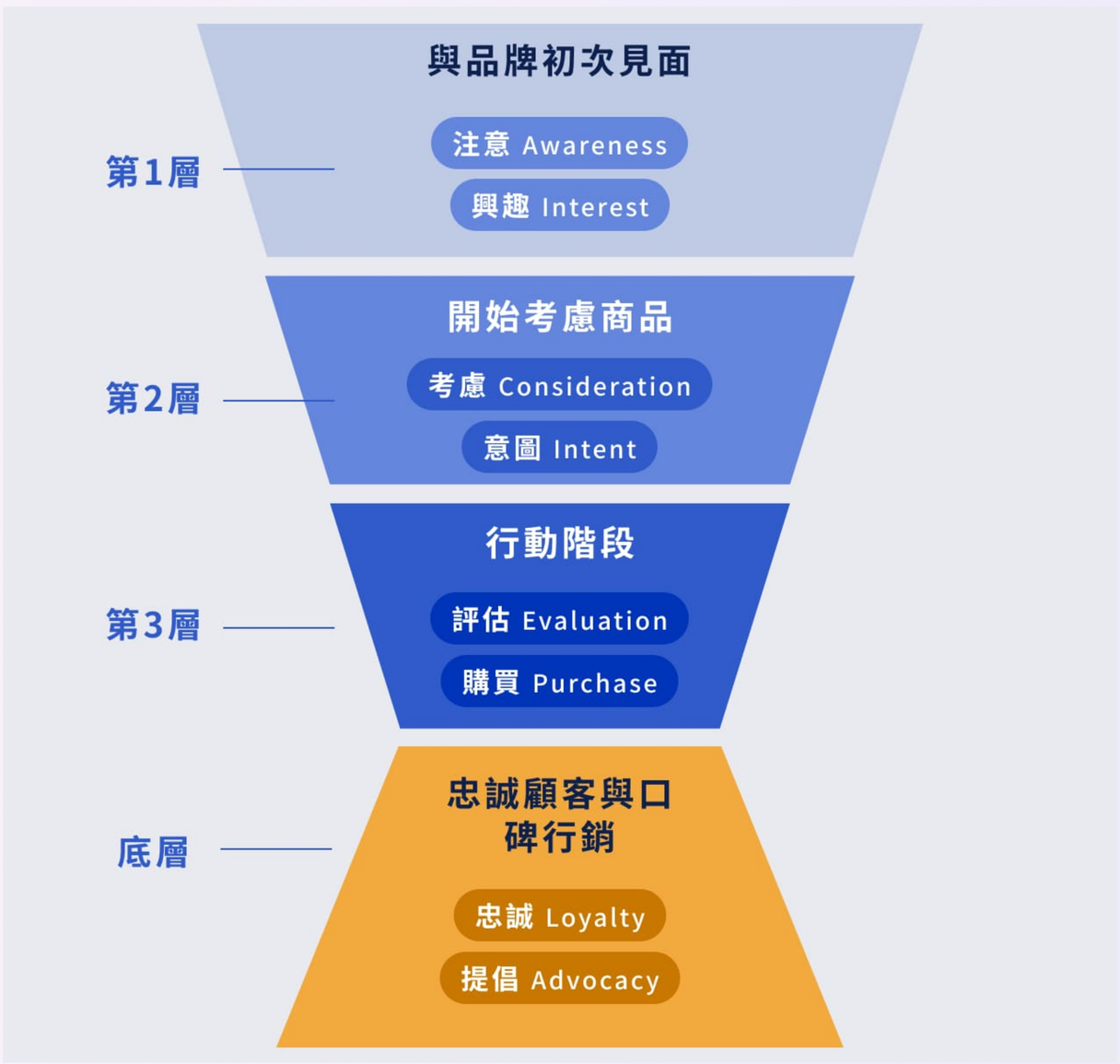
📍漏斗底層－忠誠顧客與口碑行銷

最後，漏斗底層是長期經營品牌至關重要的一步，在消費者購買完商品之後，如果可以建立會員制度，或是透過顧客關係管理（CRM) 做到自動化和個人化行銷，並致力於提升商品與服務體驗，就可以大大提升將初次消費者變成忠誠顧客的機會：

- **忠誠　Loyalty**：如果消費與服務體驗能夠滿足顧客的需求，便能增加回購的機會，並使其成為忠誠顧客。

- **提倡 Advocacy**：當忠誠客戶對品牌有一定的黏著度後，便會開始幫你做口碑行銷，將商品或服務推薦給身邊的親朋好友，這對企業來說無疑是最省成本的行銷方式。

☞ 可透過社群媒體平台、短影音、EDM 電子報、LINE 等管道定期發送訊息，維持與客戶之間的互動，或是舉辦線上活動近一步鞏固私域流量的粉絲。



01. 數位行銷介紹｜5 分鐘了解數位行銷！

數位行銷 vs 傳統行銷

傳統行銷

在網路尚未普及的時候，對於企業來說，只需要單方面地把大量的訊息向外界投擲，靜待顧客自己找上門來，而最常見的行銷工具就是「電視廣告」，節目總在最精彩的時候下廣告，讓你氣得牙癢癢，再看著五花八門的廣告，你肯定多少有這樣的想法「廣告與我無關、廣告好浪費時間」。

這是因為傳統行銷方式沒辦法鎖定受眾，只能花大錢大量投放廣告或是製作宣傳物，其中包含電視廣告、廣播、戶外看板等，都是傳統行銷工具使用的媒介，不能鎖定受眾，那只好以量取勝，讓大家都收到資訊。

而常見的使用媒介如圖：



01. 數位行銷介紹｜5 分鐘了解數位行銷！

數位行銷 vs 傳統行銷

數位行銷

過去，在傳統行銷的時代，企業只能單方面的向大眾傳遞訊息，宛如對著茫茫大海撒網捕魚，期待顧客自己找上門，但網路時代的來臨，徹底改變了遊戲規則。

數位行銷如同精準的釣竿，能根據目標魚群的喜好，選擇合適的魚餌和釣點，將行銷資源集中在對的受眾上，提升效益。

透過網路，企業可以追蹤用戶行為、分析數據，了解他們的需求和偏好。不再是單向的訊息轟炸，而是雙向的互動溝通。

從搜尋引擎優化、社群媒體經營到電子郵件行銷，數位行銷提供了多元的工具，讓品牌與消費者建立更緊密的連結，創造更個人化的體驗。

而常見的使用媒介如圖：



01. 數位行銷介紹｜5 分鐘了解數位行銷！

數位行銷 vs 傳統行銷

項目	數位行銷	傳統行銷
範圍	全球各地	地區受限
受眾	觸及範圍較廣	觸及範圍較小
受眾精準度	較高	較低
費用成本	較低	較高
曝光效果	較長期	較短期
互動度	較高	較低
成效追蹤	追蹤方式多元	較難追蹤數據

雖然現在電子設備、網路普及，但無論是傳統行銷還是數位行銷，皆有各自的使用方法和適合的受眾，還是要衡量自家產品適合哪種行銷方式，加以組合，才是對產品最好的行銷工具！

CHAPTER

02



7 大數位行銷介紹與特點優勢分析

- ✦ 搜尋引擎行銷（Search Engine Marketing）
- ✦ 內容行銷（Content Marketing）
- ✦ 電子郵件行銷（Email Marketing）
- ✦ 聯盟行銷（Affiliate Marketing）
- ✦ 社群媒體行銷（Social Marketing）
- ✦ 網紅行銷（Influencer Marketing）
- ✦ 短影音行銷（Short Video Marketing）

搜尋引擎行銷（Search Engine Marketing）

🔺介紹

搜尋引擎行銷 (Search Engine Marketing，SEM) 是一種利用搜尋引擎平台來推廣品牌、產品或服務的數位行銷策略。

其核心目標是提升網站在搜尋結果頁面 (SERP) 的能見度，並吸引更多目標受眾造訪網站，進而達成業務目標。

搜尋引擎行銷包含 2 種主要策略：

- **SEO（搜尋引擎優化 Search Engine Optimization）：** 透過網站內容優化、關鍵字策略、外部連結建立等方式，提升網站於搜尋引擎自然搜尋結果的排名，以獲取免費的自然流量。
- **SEA（搜尋引擎廣告 Search Engine Advertising）：** 透過付費廣告的方式，例如 Google Ads 或 Bing Ads，將廣告顯示於搜尋引擎結果頁面上，以快速獲取精準的目標流量。

🔺特點和優勢

- **精準鎖定目標受眾：** SEM 可以根據關鍵字、地區、時間等設定，精準觸及目標受眾，提高轉換率。
- **提高品牌知名度：** 透過 SEO 和 SEA，讓品牌在搜尋引擎結果頁面中獲得更多曝光，提升品牌知名度和信賴度。
- **可衡量成效：** SEM 可以透過數據分析工具，追蹤廣告成效和網站流量，並根據數據調整策略，優化投資報酬率。

搜尋引擎行銷（Search Engine Marketing）

🔺適用對象與狀況

只要有網站的話，幾乎適用於所有 B2B、B2C 產業和企業，特別是希望提高網站流量、增加銷售和建立品牌知名度的企業。

SEM 可以作為整體數位行銷策略的核心，再結合其他行銷方式，達到更好的效果。

*補充：要做 SEO 的前提是需要先有能夠放置文章的「網站」，momo、Amazon、Shopee 等電商平台不在此範圍。

內容行銷（Content Marketing）

🔺 介紹

透過創造和分享有價值的內容，例如部落格文章、影片、資訊圖表等，吸引目標受眾並建立品牌信任度，最終達成行銷目標。

有蠻大一部分的人可能會將 SEO 與 內容行銷混為一談，雖然 2 者之間密切相關，但實際上各自有不同的目標和策略。

兩者的關係可以透過以下 2 點來說明：

- 優質的內容是 SEO 的基礎。搜尋引擎更青睞那些提供有價值、相關且原創的內容網站。
- SEO 策略可以幫助內容觸及更廣泛的受眾。透過優化內容以提高在搜尋引擎結果中的排名，增加內容能見度，進而吸引更多流量。

🔺 特點和優勢

- **建立品牌權威和信任度：** 提供有價值的資訊，讓品牌成為特定領域的權威，提升受眾信任度。
- **提升網站流量和 SEO 排名：** 高品質的內容可以吸引自然流量，並提高網站於搜尋引擎的排名。
- **培養潛在客戶：** 透過提供有價值的內容，吸引潛在客戶，並將其轉化為忠實客戶。

內容行銷（Content Marketing）

🔺適用對象與狀況

適用於各種產業和企業，B2B ＆ B2C 行銷的基底從內容開始！特別是希望建立品牌形象、培養潛在客戶和提高客戶忠誠度的企業。



內容行銷（Content Marketing）

🔺 3 大內容行銷形式分享

其實內容行銷不只是 SEO，還有很多不同的管道，以下我們分享 3 種常見的內容行銷形式以及其常見管道：

- **文字形式**：部落格文章（痞客邦、Ｕｄｎ、方格子等）、網頁文章（電商、官網）、電子書、網路新聞、評論、開箱文、教學文、推薦文、研究報告等。

- **影音形式**：影片（YouTube、TikTok）、語音（Podcast、Club House）線上課程、線上演講、網路研討會等

- **社群媒體**：Facebook、Instagram、Twitter、Dcard、PTT 等

另外，在選擇行銷管道的過程中，切勿盲目跟隨潮流，必須要根據自身內容進行以下兩種考量：

- 哪種管道最利於接觸你的目標觀眾族群？
- 哪種管道最方便管理你發表的內容並且培養觀眾群？

也許你只需要專注於一種特定管道，或者必須要同時透過大量媒介進行多管道行銷，不論如何，內容要能打敗競爭者脫穎而出，甚至是獲得Google青睞，必須要先好好檢視內容的「體質」，對使用者有價值的才是好的內容喔～

電子郵件行銷（Email Marketing）

🔺 介紹

電子郵件行銷 (Email Marketing) 是一種利用信箱與客戶建立關係、推廣產品或服務的數位行銷策略。

儘管社群媒體蓬勃發展，電子郵件行銷仍然是一種高效率且投資報酬率 (ROI) 相當高的行銷方式， 因為它能直接觸及目標受眾，建立個人化的溝通，並推動銷售。

🔺 **特點和優勢**

- **成本效益高：** 相較於其他行銷方式，電子郵件行銷的成本較低，且具有高投資報酬率。
- **個人化行銷：** 可以根據受眾特徵和行為，發送個人化的電子郵件，提高互動率和轉換率。
- **自動化行銷：** 可以利用電子郵件行銷工具，自動化發送電子郵件，節省時間和人力成本。

電子郵件行銷（Email Marketing）

🔺 適用對象與狀況

B2B ＆ B2C 皆適用，但內容策略會有所不同，如果已經建立顧客名單的企業，以及希望與顧客保持聯繫、培養客戶忠誠度和推廣產品的企業也都很適合喔～

電子郵件行銷是一個建立消費者對企業信任的過程，因此需要花費一定的時間經營，並且持續不斷。

需要注意的是，電子郵件行銷不應該只是發送一些無關緊要或是單純廣告的內容，這樣會讓讀者失去耐心也會失去對企業的信任。（應該沒有人想要一天到晚收到廣告，對吧？）

Welly 在過去 2 年的時間，每週都會固定寄送一篇經過思考後的行銷知識文，透過此方式累積了超過 7000 位訂閱者。

正因為並不是單純以「打廣告」的方式在經營，每週都能讓大家用短短的時間學到新東西，因此開信率長期維持在 50 - 60% 以上，也常常在實體展場中收到粉絲的正向反饋，從而建立起受眾對 Welly 的信任感與專業形象。

電子郵件行銷（Email Marketing）

🔺 推薦工具

- 電子豹 (30 天免費試用)：台灣在地的 EDM 工具，全中文介面能夠快速上手。採用拖放式編輯器，輕鬆設計出符合響應式的精美電子報，還能進行 Google Analytics 整合，追蹤開信時間分布、點擊率、取消訂閱率等數據。

- Mailchimp (有免費方案)：公司規模非常大，提供多種設計好的 EDM 格式，類似視覺化編輯器的功能，只需修改字或圖片即可發送。提供個性化建議，以改進內容、定位和自動化。

- Benchmark (有免費方案)：有中文介面、客服 24 小時服務，採用易上手拖曳式編輯器。電子郵件到達率高、支援響應式版面，能夠追蹤開信、點擊率，快速抓出品牌忠實粉絲。

- Mailerlite (有免費方案)：採用拖曳式編輯器直觀好上手，提供免費模板、能夠嵌入影片或調查表、將用戶分群，寄出後還能追蹤電子報成效。

- GetResponse (30 天免費試用)：提供超過 100 種以上行動裝置友善的電子報模板，且系統還能整合線上各種不同的平台，例如 IG、Linkedin、Gmail 等，24 小時的線上客服還能即時回答你的疑問或需求。

聯盟行銷（Affiliate Marketing）

🔺 介紹

聯盟行銷 (Affiliate Marketing) 是一種基於績效的線上行銷模式，商家透過提供獎金的方式，鼓勵聯盟夥伴推廣他們的產品或服務。

聯盟夥伴透過網站、部落格、社群媒體等管道分享商家的產品或服務資訊，並引導用戶前往商家網站完成購買或其他特定動作。

🔺 **特點和優勢**

由於聯盟行銷包含企業與推廣者，因此針對兩者之間有以下優勢：

對於推廣者而言：

- **成本與入行門檻低**：這是因為在聯盟行銷中，聯盟行銷人員是以第三方的角度協助企業推廣商品，因此，不需要大量投資在產品研發或生產上，也不會有維持庫存的壓力。

- **工作地點自由**：一旦建立了穩固的推廣網絡，即使你沒有坐在辦公桌前，甚至是在睡覺的時間，聯盟行銷仍能持續地為你帶來收入。

- **增加被動收入**：可以根據自身的需求，設定想達成的工作目標，並獨立安排適合的上下班時間。換言之，你能夠更靈活地運用時間，追求生活與工作之間的平衡。

對於企業而言：

- **低風險：**只需在達成銷售或引導流量後支付佣金，降低行銷風險。

- **擴大品牌觸及範圍：**透過聯盟夥伴，將產品或服務推廣到更廣泛的受眾。

- **提升品牌信賴度：**透過與可信賴的聯盟夥伴合作，提升品牌信賴度和知名度。

聯盟行銷（Affiliate Marketing）

🔺適用對象與狀況

主要是 B2C 為大宗，適合希望擴大品牌觸及範圍、增加銷售和提升品牌信賴度的企業。聯盟行銷可以作為輔助型的行銷策略，與其他數位行銷方式一同使用。

🔺3 大聯盟行銷平台分享

- Affiliates.One 聯盟網：Affiliates One 聯盟網擁有來自國內外上萬名以上的聯盟行銷人員（KOL、YouTuber 等），並與超過上千家電商品牌（樂天、Agoda 等）合作，且持續拓展香港、台灣、新加坡等市場。

- iChannels 通路王：iChannels 通路王不僅是一個聯盟行銷平台，同時也是規模最大的 CPA（Cost Per Action）廣告平台。擁有數萬名聯盟行銷會員的平台，致力於協助企業或品牌實現更精準的行銷策略，以增加訂單量。

- Clickbank 聯盟行銷：ClickBank 是一家全球性的聯盟行銷平台公司，涵蓋市場範圍遍及全球各地。目前海內外擁有超過 600 萬名客戶，推廣產品主要為線上課程、電子書以及程式軟體等。

社群媒體行銷（Social Marketing）

🔺介紹

利用社群媒體平台，例如 Facebook、Instagram、X (原 Twitter) 等，與目標受眾互動，建立品牌社群，並推廣產品或服務。

社群媒體行銷不僅僅是引導消費，很多情況是藉由時事議題或興趣探討，打造品牌形象，因此社群行銷和內容行銷有著密不可分的關聯。

🔺特點和優勢

- **直接與目標受眾互動：**可以透過社群媒體平台直接與目標受眾互動，建立關係，並獲得即時回饋。
- **提升品牌知名度和參與度：**透過分享 engaging 的內容，吸引受眾關注，並提高品牌知名度和參與度。
- **精準廣告投放：**社群媒體平台提供多種廣告投放選項，可以根據受眾特徵和行為精準投放廣告，提高廣告效益。

🔺適用對象與狀況

B2B ＆ B2C 皆適用，希望提升品牌知名度、建立品牌社群、與目標受眾互動和推廣產品的企業。

社群媒體已是現代人獲取資訊的其中一個主要管道，因此建議每一家企業都應該經營社群媒體平台，不論是 FB、IG 等，讓消費者在網路上能夠獲取更多品牌的訊息，進而提升知名度，甚至是轉換率。

社群媒體行銷（Social Marketing）

🔺 台灣最常使用的社群媒體

- **LINE**

特色	通訊軟體起家，台灣普及率極高，能夠深入日常生活。功能多元，包含訊息、影音通話、官方帳號、貼圖、支付、廣告等。
優勢	用戶黏著度高，訊息觸達率高。封閉性社群，適合經營會員關係、進行一對一行銷。
適合	各類型產業，尤其是重視顧客關係維護、需要即時溝通的品牌。

- **Facebook**

特色	用戶基數龐大，涵蓋各個年齡層。功能多元，包含貼文、照片、影片、直播、社團等。
優勢	觸及廣泛受眾，廣告投放精準。適合發布各式內容，與粉絲互動。
適合	各類型產業，特別是需要曝光品牌、觸及廣泛客群的品牌。

- **Instagram**

特色	以視覺為導向，年輕用戶佔比較高。主打圖片、短影音分享，注重美感和潮流趨勢。
優勢	提升品牌形象，與年輕族群建立連結。網紅行銷效益顯著。
適合	注重品牌形象、目標客群為年輕族群的品牌，例如時尚、美妝、旅遊、餐飲等。

社群媒體行銷（Social Marketing）

🔺 **台灣最常使用的社群媒體**

- **YouTube**

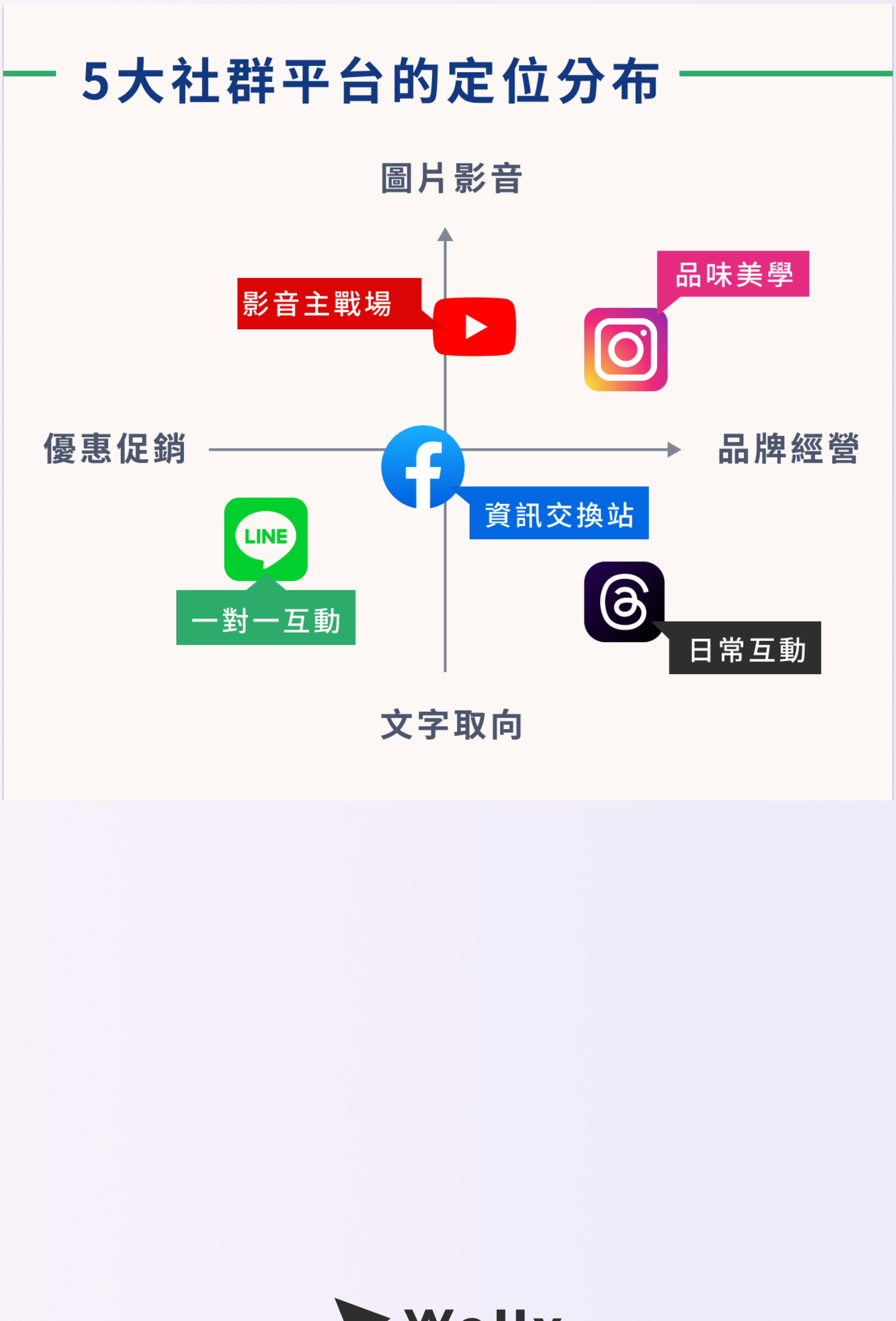
特色	影音平台，內容多元豐富。用戶黏著度高，適合長影音內容傳播。
優勢	提升品牌專業度，建立知識領導地位，並且影音內容也可能於搜尋引擎上做曝光。
適合	各類型產業，尤其是有能力製作高品質影音內容的品牌，例如教育、科技、娛樂等。

- **Threads**

特色	是 Meta 開發的一款社群平台（類似 X），主打以文字為核心的交流形式，如同 X 平台的簡潔風格，適合分享生活點滴、幽默風趣的短篇內容。
優勢	透過演算法可以觸及到原先不認識品牌的受眾，拓展受眾群體，並且有機會在 Instagram 上同步曝光。
適合	Threads 的簡潔易用和廣泛觸及性，使其適合各類型產業運用，無論是個人品牌、電商、媒體，還是教育機構，都能在 Threads 上找到與目標受眾互動的最佳方式。

社群媒體行銷（Social Marketing）

▲ 台灣最常使用的社群媒體



網紅行銷（Influencer Marketing）

🔺 介紹

網紅行銷（Influencer Marketing），又被稱為「影響者行銷」或「影響力行銷」。

品牌有別於過往找名人代言的模式，轉而尋找在特定領域具有有影響力的網紅或 KOL 合作，透過他們的影響力推廣產品或服務，藉此達成行銷目標，就稱為「網紅行銷」。

另外補充說明：

- KOL 是英文 Key Opinion Leader 的縮寫，中文翻譯叫做「關鍵意見領袖」，指的是在特定領域當中有一定的知識或是專業，意見具有權威性或重要參考價值，而且能夠影響消費決定的人。
- 而網紅（Influencer）的範圍非常廣，泛指在網路上有影響力的人；在網路上經營各類社群平台，吸引群眾的專注、互動與傳播，並能夠在網路發揮影響力的人都可以被稱為網紅。

網紅雖然有影響力，但不一定是某個領域的意見領袖；而 KOL 雖然能夠影響消費決定，但卻不一定在網路上獲得關注、互動與傳播。兩者之間同樣都能夠發揮影響力，但是網紅行銷更看重是否能在網路上發揮影響力。

網紅行銷（Influencer Marketing）

🔺 特點和優勢

- **提升品牌信賴度：**網紅的推薦可以提升品牌信賴度和可信度，更容易吸引目標受眾。
- **觸及目標受眾：**可以透過與特定領域的網紅合作，精準觸及目標受眾，提高行銷效率。
- **提升品牌知名度和參與度：**網紅的創意內容可以吸引受眾關注，並提高品牌知名度和參與度。

🔺 適用對象與狀況

主要是 B2C 為大宗，希望提升品牌知名度、擴大受眾群體，增加信賴度和參與度的企業，特別是希望接觸年輕族群的企業。

網紅行銷（Influencer Marketing）

🔺 常見的合作方式

- **圖文類**

  由網紅或業主撰寫文章並搭配圖片（插畫、相片或圖片）；常見的文章呈現方式有臉書貼文、IG 圖文、部落格文章、SEO 文章或是論壇發文，圖文類的合作方式非常重視內容行銷。

- **影片類**

  影音類的行銷素材，被認為更能夠抓住消費者的目光，例如找有影響力的 YouTuber 合作以影片的方式呈現產品或服務，並上架到 YouTube 做曝光。

- **實體活動**

  少部分的品牌會選擇邀請網紅或 KOL 出席線下的實體活動，如開幕記者會或是產品發布會等。

- **多元形式**

  大多數的網紅並不會只活躍在單一平台上，品牌與 KOL 合作方式也可能是上述類別的綜合或其他形式，也可能有其他更加多元的呈現方式（例如：廣播節目、Podcast、電視節目或平面媒體等）。

短影音行銷（Short Video Marketing）

🔺介紹

短影音英文稱作「short video」或是「video clip」，中文口語也可叫做「短影片」、「短片」等。

短影音通常指長度在 15 秒至 5 分鐘左右之間的影片內容，透過簡潔、吸睛的方式傳遞訊息，近年來各大社群媒體平台相繼推出短影音功能（例如：IG Reels、YouTube Shorts 等），也讓短影音行銷的重要性越來越高。

🔺特點和優勢

- **吸引受眾目光：** 影片內容更具吸引力，可以抓住受眾目光，提高品牌參與度。
- **傳遞更多資訊：** 可以透過短影片引起受眾興趣，引導至長影片獲取更多資訊，更全面且生動的展示產品或服務。
- **內容可變化性高：**可以根據品牌調性與當下市場上的定位，透過調整濾鏡、配樂，以及想傳遞的內容，藉此加深消費者的印象。

🔺適用對象與狀況

B2B & B2C 皆適用！根據 HubSpot 的行銷報告指出，2023 年有將近 90% 的行銷人增加了短影音行銷的預算，相比 2022 年增加了 26%，而從現在主流的社群媒體平台及日常觀察來看，這個數字正持續增加當中。

除此之外，正因為智慧型手機與社群媒體的普及，短影音也成為了 X、Y、Z 世代獲取資訊的主要管道之一，同時也是未來消費的潛力群體，因此若預算足夠，各種行業都可嘗試使用短影音行銷來替品牌拓展知名度。

短影音行銷（Short Video Marketing）

🔺 台灣常見短影音平台介紹

- **Instagram Reels**

特色	主打年輕族群，以美觀、潮流、生活風格為主的短影音內容最受歡迎。
優勢	與 Instagram 的其他功能高度整合，方便用戶探索和分享 Reels 內容。 強大的濾鏡和編輯功能，可製作出高質感的短影音。
適合	個人品牌、電商、時尚、美妝、旅遊等產業。

- **YouTube Shorts**

特色	背靠 YouTube 龐大的用戶基礎，內容多元豐富，涵蓋各種類型和領域。
優勢	完善的創作者工具和變現機制，有利於創作者發展和獲利。 與 YouTube 主平台相互導流，擴大內容影響力。
適合	各種類型和產業，尤其是已有 YouTube 頻道的創作者。

短影音行銷（Short Video Marketing）

🔺台灣常見短影音平台介紹

- **Facebook Reels**

特色	主打熟齡族群，內容偏向生活化、實用性、資訊分享。
優勢	龐大的用戶基數和社群互動功能，有利於擴散和觸及目標受眾。 與 Facebook 的廣告系統整合，可進行精準的付費推廣。
適合	各種類型和產業，尤其是 B2C 的企業和品牌。

- **TikTok**

特色	以創意、趣味、娛樂為主的短影音內容最受歡迎，演算法推薦機制強大，易於病毒式傳播。
優勢	年輕用戶占比高，容易吸引 Z 世代的關注。 音樂和特效功能豐富，鼓勵用戶創作和參與挑戰。
適合	面向年輕族群的品牌、娛樂產業、音樂產業等。

CHAPTER

03



4 個數位行銷參考案例與分析

- ✦ Welly SEO：搜尋引擎優化
- ✦ Uniqlo：社群媒體行銷
- ✦ 喆律法律事務所：短影音行銷
- ✦ 蝦皮 Shopee：網紅行銷

Welly SEO：搜尋引擎優化

以 SEO 起家的 Welly SEO，提供一條龍的 SEO 代操服務，包含關鍵字分析、文章撰寫，以及後續的排名追蹤與數據分析，並且是全台唯一中文 SEO 敢以關鍵字排名成效 50% 做保證的服務商！

服務過 400+ 以上的客戶，排上首頁的關鍵字超過 1 萬組，成功協助品牌獲取總計超過 1,000 萬以上的流量。

最近一次數據顯示（數據獲取日 2024/5/14），Welly 自己的官方網站所有文章在過去 28 天內獲取了超過 7 萬次點擊。

除此之外，Welly 的「SEO 公司」核心大字文章長年排名 Google 首頁前三名，成功為公司提升明顯的諮詢量。

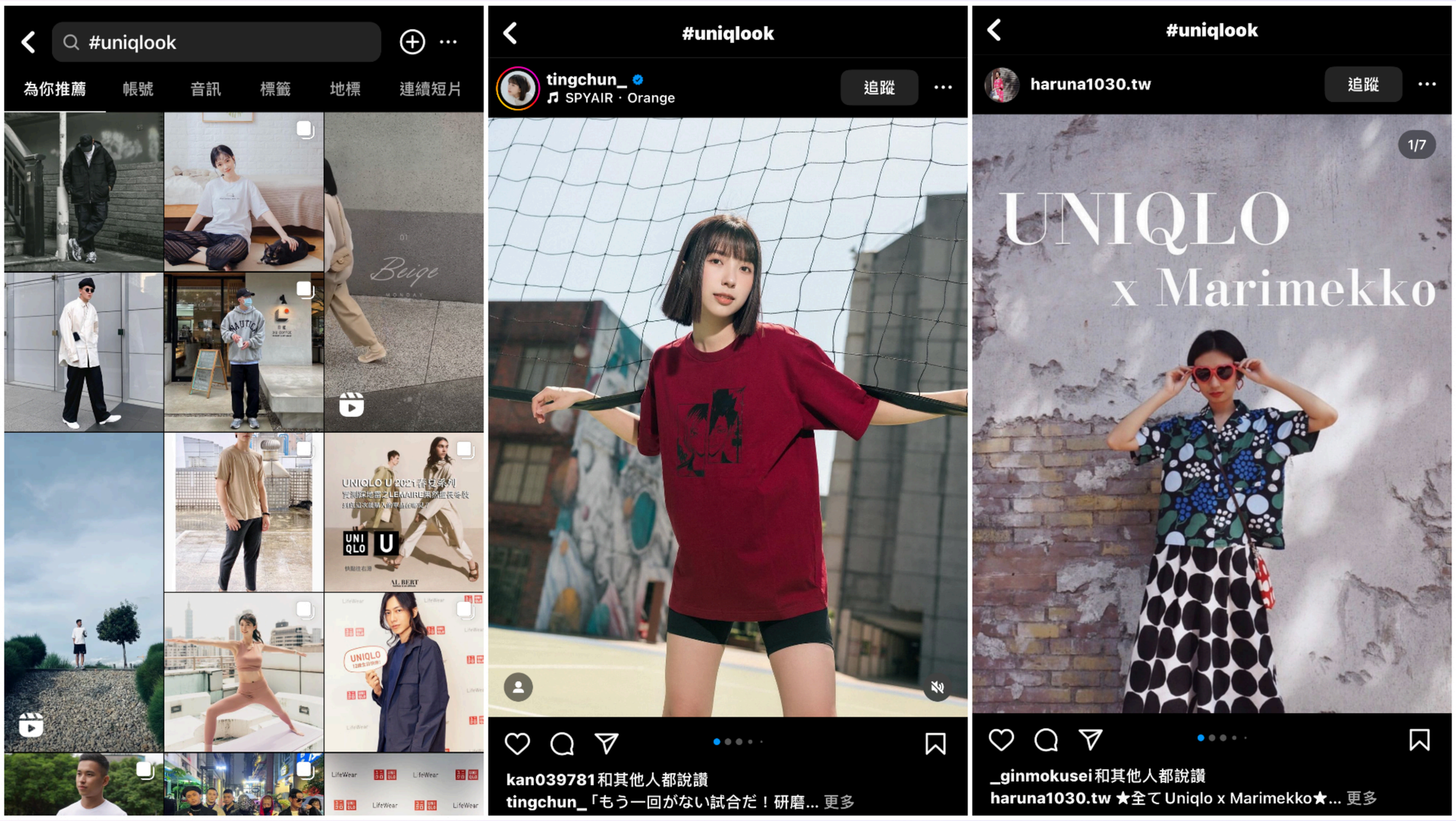


Uniqlo：社群媒體行銷

Uniqlo 的社群策略核心就是：**互動，才是社群本質**。

因此 2020 年 7 月開始在 IG 上進行「#UNIQLOOK」Hashtag，邀請粉絲、KOL、員工等共同參加，截至 2024 年已有超過 10,000 則貼文，同時提供喜歡分享穿搭的消費者一個曝光自己的機會，社群媒體行銷的最佳案例。

除此之外，線上線下融合，將此活動帶入實體門市的電子看板、背板等，觸及更多消費者認識並參加這個活動，也能利用網路上好看的穿搭帶動實體店鋪的銷售業績。



喆律法律事務所：短影音行銷

聽到法律事務所是不是就有種嚴肅正經的感覺？

喆律事務所與二尾魚行銷合作，打造幽默律師的人設「哈哈哈雷律師」。用朋友聊天的方式透過短影音分享你對於律師、法律有點好奇、有點想問的話題。

有趣的主題搭配速度拿捏恰當的剪輯方式，短短 4 個月全平台（IG、YouTube、TikTok）觀看數突破 900 萬，粉絲數也從 0 增加到 1.3 萬，同時諮詢量也有感提升！

由此可見，即使是讓人感覺嚴肅正經的法律事務所，也能利用短影音跨出舒適圈，擴大品牌能見度！

成功案例

哈哈哈雷律師 By 2Fish

- 擁喆律事務所 - 主持律師
- 用有趣的對談，帶大家輕鬆認識生活中的法律！



4個月 全平台觀看數 900萬

爆紅 粉專月均觸及人數增長 989%
(120,000 → 1,330,000)

轉化 -IG粉絲專頁 0 → 13k 訂閱
-法律諮詢量有感提升

*補充：目前二尾魚行銷的官網還在建立中，如果對於短影音行銷有興趣想近一步洽談看看的，可以先到 Welly 官網與我們聯繫，我們將協助轉介噢！

蝦皮 Shopee：網紅行銷

2022 年為了保障消費者的權益，蝦皮在當年的 99 購物節檔期，同步推出「蝦皮安心退」服務，並與知名網紅 溫妮、PEETA 葛格、見習網美小吳合作，拍攝「倒退舞」，歌詞洗腦且朗朗上口。

結合「網紅行銷 + 短影音行銷」的方式，蝦皮社群的互動聲量提升 85%，同時帶動了 99 購物節的買氣，在暖慶期間的業績相較前一年成長 3 成。

透過 3 種不同類型的網紅，近一步擴大受眾輪廓，且搭上短影音的熱潮，成功獲得了巨大的行銷效益。



CONCLUSION

結語



恭喜你完成了本次的內容～給自己來點掌聲 👏

期待這次提供的內容對你在數位行銷上有更進一步的認識，並且在選擇行銷策略與方式上更有方向！

礙於書中篇幅有限，無法更詳盡的將所有資訊通通包含在內容中，但卻是我們用心編排的精華重點，希望你也跟我一樣喜愛這本電子書～

另外，Welly 官網也有許多 Welly 團隊花費大把時間撰寫的優質文章，非常歡迎大家前往閱讀，持續跟著 Welly 一起精進 SEO 專業技能！

如果你看完本書內容之後，也想開始執行 SEO，但卻擔心沒有時間執行，或是自己做沒有成效，也歡迎你與 Welly 合作！

可以透過本書最後一頁的聯絡資訊，讓 Welly SEO 團隊為您提供專業的支援與指導，攜手實現品牌的流量成長與成功！那我們下期電子書見啦～

👉 想知道 Welly 為客戶操作後的 SEO 成效嗎？

歡迎點此通往 p.41 查看其他人流量成長的速度

👉 若是看完後決定交給專家來協助執行，

歡迎到 p.43 選擇任一種方式與我們聯繫！

簡單兩步驟，留下姓名信箱

每週可獲取新知，每季還可領一本行銷相關電子書！

訂閱 Welly 電子報

Hi

我們是 Welly！

最專業的 SEO 服務商

感謝您的閱讀，希望這本電子書可以幫助到您！

接下來也讓我們用 3 分鐘幫助你快速認識 Welly

Welly

Welly 跟其他廠商不同在哪？

01 落地執行才是關鍵

- 作為擁有豐富SEO經驗的團隊，我們知道**實際執行**才是SEO最難的部分
- 如此懶人包敘述，SEO的執行細節多如牛毛，即便有再好的顧問服務，　一般企業很難有團隊能把SEO執行好
- 我們的團隊為客戶實際操作SEO，透過專業且優質的文章內容，讓你能更快看到成效 —— **並且收費和市面上那些僅提供顧問服務的公司一樣！**

02 商業目標導向

- 不同於一般的SEO服務商，只在乎流量的KPI
- 我們的團隊**來自實際使用SEO成功創業的創業者**，所以我們更知道SEO的目標是**提高業績**
- 從選擇有商務轉換潛力的關鍵字，到網站上如何提升訪客下單的轉化率，我們都會在了解你的商業模式後，提供完整的服務！

不只是做流量！！

更從商業模式切入、規劃適合的關鍵字與使用者流程

幫助你對接實際有需要的客戶！

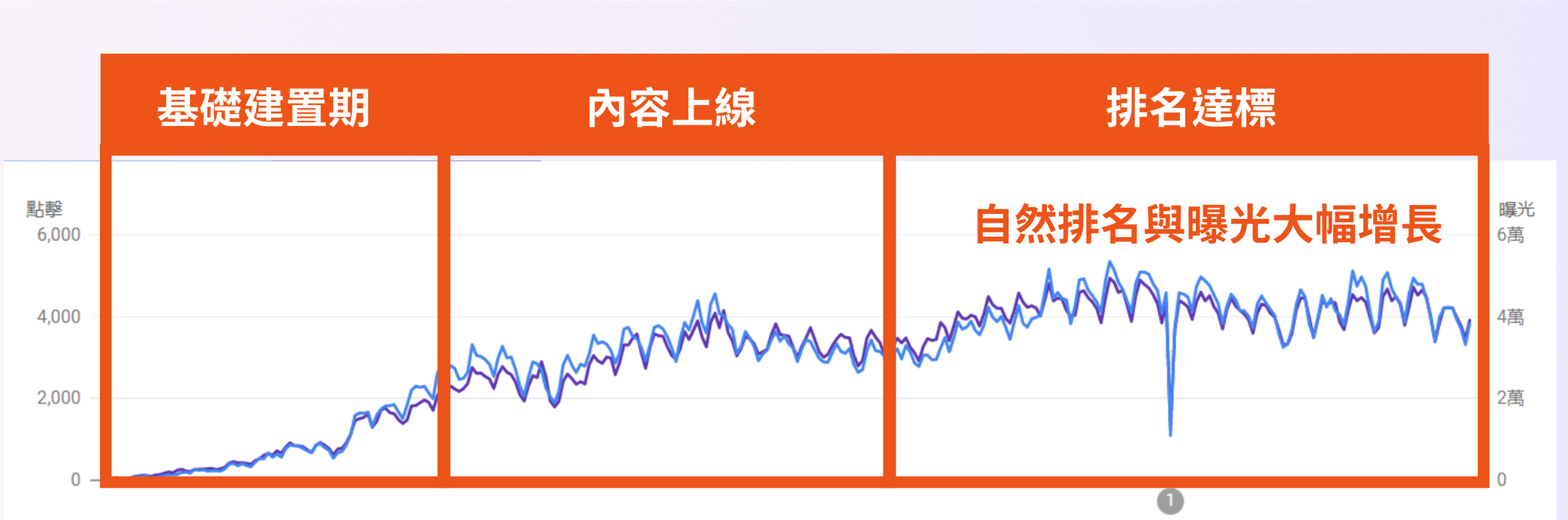
Welly SEO 成功案例

案例產業	「月」自然流量增長	內容上架 至成效出現	Spotlight
食品電商	100 → **10,000**	2 個月	網羅商品相關關鍵字**攻前3名**
甜點電商	3.1K → **22K**	2 個月	高度競爭核心關鍵字**前3名**
B2B 物流商	< 300 → **5,000**	3 個月	高度競爭核心關鍵字**前3名** 目前月流量 **10,000 up**
健康媒體平台	0 → **500K**	6 個月	上百個關鍵字排名**前3名**
婦產科醫師	< 100 → **100K**	4 個月	上百個關鍵字在首頁 高競爭關鍵字排名**前3名**

婦產科醫師



B2B 物流服務



Welly 服務如何？聽聽客戶怎麼說！

Dr. Williams

Welly 在網路行銷領域真的很專業，讓我可以幫助更多有需要的民眾。

KDANMOBILE

謝謝Welly專業高效的服務，讓凱鈿旗下產品在台灣市場獲取更精準的受眾曝光，大力推薦！

貳輪嶼 MOTOR ISLAND

Welly 提供的 SEO 服務非常全面且專業，還幫助貳輪嶼開創了意想不到的營收機會，會跟 Welly 一直合作下去！

85010

跟 Welly 合作就像坐上了火箭，讓我們的業績一飛沖天！

funnow

提供全方位 SEO 調整建議，有效提升網站流量，是專業又值得信賴的合作夥伴！

Lixin 驪鑫有限公司

網路的本質就是交換訊息，交換訊息的本質就是提問與解答。Welly 紮實在做的事——就是讓客戶相信 Welly 的專業以及能解決客戶的問題！

EOIL 易油網

從專案初期就感受到Welly的用心與專業，現在官網的流量不僅持續增長，協助架設的部落格更幫助我們展現專業的一面讓顧客看到！

ColorTeam

Welly 的團隊認真負責，實際SEO績效也很不錯！服務用心、時刻關心客戶的需求，是相當值得託付的合作夥伴！

如果你想了解 Welly 如何幫助你的網站...

現在預約訪談！

我們即可針對貴司目前的業務需求提供一份

「**用 SEO 提升業績的規劃報告**」

LINE 聯繫

hello@welly.tw ➤ Email 聯繫 (Michelle Wu)

welly.tw/contact ➤ 官網填單

不想錯過熱騰騰的電子書？

請點擊下方按鈕、留下您的姓名信箱唷！

訂閱Welly 電子報

Welly