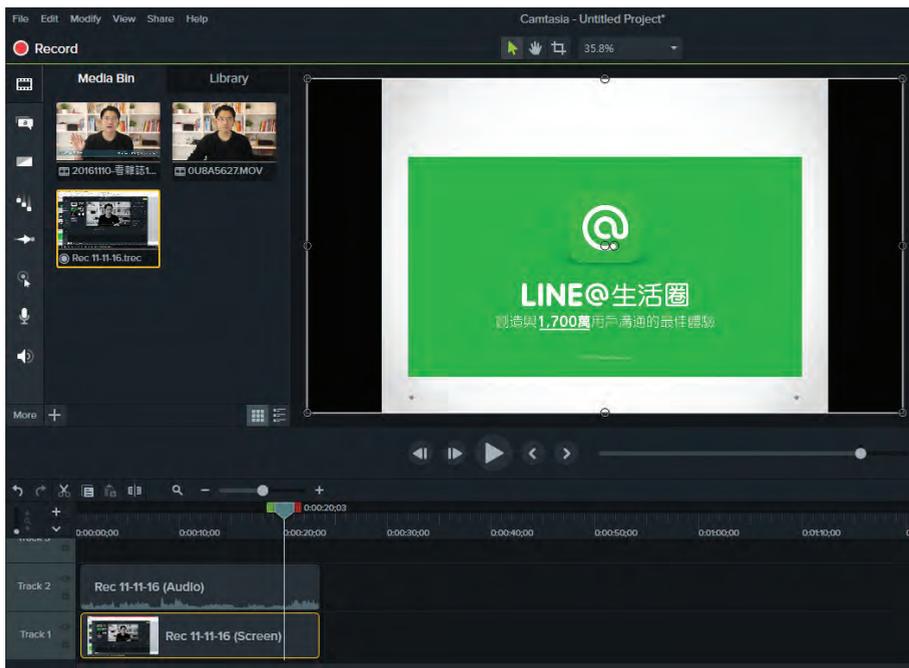


5. 按下 F10 結束錄製。
6. 進入 Camtasia 影片編輯模式，把不要的部分裁切後再輸出影片。
7. 就這樣，簡單完成了一支簡報影片檔。



▲ 錄製電腦畫面的簡報檔

#### 4-2-5 利用 YouTube 的影片平台做行銷

相信大家對 YouTube 都不陌生，這是目前全球最大的免費影片分享平台，但是可能還有許多人不知道，YouTube 除了是全球最大的影片平台，而且還是第二大搜尋引擎，那第一大搜尋引擎是誰？當然就是 Google 啦！自從 YouTube 被 Google 合併之後，只要我們在 Google 搜尋關鍵字，不只會出現相關文章和圖片，還會連帶出現 YouTube 影片，過去有許多部落客因為文章的大量曝光可成名，而現在則是許多 YouTuber 因為自製影片的大量點擊率而聲名大噪！

如果您還沒有使用過 YouTube，趕快上 [YouTube.com](http://YouTube.com) 並在搜尋欄位裡輸入您有興趣的關鍵字，就會找到許多相關的影片囉！近幾年有許多美妝部落客在

YouTube 頻道放了許多彩妝教學影片而成為網路紅人（網紅），接了許多保養品廠商的代言而賺到錢，甚至出書上節目，如果我們也想靠製作影片賺到錢，就要更積極的分享與自己專長相關的影片到 YouTube，就能得到許多人的關注。以下列出幾個影片行銷的重點：

### 1 影片長短不重要，吸睛才是重點

有些人以為影片愈長愈好，這是錯誤的觀念，站在行銷的觀點，短短的幾秒鐘就有可能成為一部好的廣告片，誰說一定要數十分鐘的長影片！創造一支吸睛的影片遠比一支冗長乏味的影片來的有宣傳效益。然後再把影片設定連結到自己的網站銷售頁面，才是行銷的主要目的。

### 2 影片聲音比畫質更重要

試想一下，當你正在觀看一部畫質非常清晰的影片，但是聲音卻充滿回音，甚至聽不清楚內容，是不是想立刻離開！但是如果影片畫質普通，但聲音清晰，可聽清楚影片要表達的內容，是不是比前者更能接受。所以在製作影片的時候，如果是配合說話聲音來傳達內容的節目，千萬要注意麥克風的收音。

### 3 影片製作的創意比預算更重要

在 YouTube 平台上傳影片行銷的目的是為了衝高影片的點擊率，而點擊率高的原因來自於影片的內容包含：好笑的元素、有用的元素、引發共鳴的元素以及令人感動的元素。這四大元素需要發揮一些創意，卻不見得要花費太高的預算。事實上，有許多影片只是用手機隨手拍攝就直接上傳，卻意外引來大量的點擊。每次劉奶爸提出這個意見時，就常有人會說「哪來那麼多預算拍廣告片啊！動不動就幾十萬起跳」，說的也沒錯，如果你是用拍攝商業廣告片的角度來思考，動用編劇、導演、演員、道具、燈光… 那還真得花上數十萬。但那不是我們的目的啊！我們不是拍電視廣告，而是讓商品或創意在 YouTube 曝光即可。

#### 4 用影片說故事比文字更豐富

哈利波特長篇小說因為被拍成電影而聞名全世界，當然不只是哈利波特，還有許多電影都是改編自許多暢銷小說，雖然一部兩個小時的電影很難仔細的詮釋一部小說的所有細節，但是卻能讓小說的知名度大增，展現更強大的影響力，而影片行銷追求的就是強大的影響力。劉奶爸不是編劇，沒有拍片的相關背景，但我們都能透過學習，拍出一部簡短的自我介紹影片吧！先打好草稿，寫好大綱，把自己的故事和商品產生連結，再自拍一部幾分鐘的短片，就是一篇真實的故事影片。文字的傳達靠的是讀者的想像力，而影片的傳達則是具體的影像輸出，可縮短觀眾的思考時間，加速理解。

#### 5 下對關鍵字才会有流量

關鍵字的概念永遠是搜尋行銷的重點，目前的網路付費廣告，除了 Facebook 自訂受眾廣告之外，就是 Google 或 Yahoo 的關鍵字付費廣告。意即由訪客在搜尋引擎輸入關鍵字而跳出相關的網站資訊。另一種 SEO (Search Engine Optimization 搜尋引擎最佳化) 是不需付費就能排在搜尋結果第一頁的方法，因為免費，而且一頁只有十筆，大家都想搶在第一頁，所以除了部落格或網站在搶 SEO 的排名，現在連 YouTube 內的搜尋也在搶排名。如何讓自己的影片可以被搜尋到，重點就是影片的名稱要輸入關鍵字啦！下面章節會實際帶您到 YouTube 平台實作一次。

#### 6 利用 GoogleAdsense 廣告賺錢

我們在看 YouTube 影片時常常會出現廣告，一旦你點擊廣告後，該影片的創作人就會賺到一點點的收入，這就是 GoogleAdsense 撥出來的廣告點擊獎金，在美國，有人每個月的廣告點擊收入可以破百萬，不過那仍是少數中的少數。但是在台灣，因為人口和語言的關係，一個月光是靠點擊廣告賺到一萬元台幣的人，平均每個影片至少要有數十萬以上的點閱率！所以在台灣賺 GoogleAdsense 的錢真的會餓死！但是若你自行創作的影片真能達到數十萬的點閱率，那劉奶爸會建議你直接和廠商合作，代言商品賺廣告費，甚至代理產品來銷售獲利，這樣的收入會非常可觀哦！



# 5

## ◎ 直播行銷

- 5-1 直播的意義
- 5-2 Facebook 直播實戰篇
  - 5-2-1 手機直播實作
  - 5-2-2 Facebook 電腦直播實戰
  - 5-2-3 YouTube 電腦直播實戰
  - 5-2-4 Google Hangout 直播
  - 5-2-5 在台灣也能手機直播賺台幣
- 5-3 直播的注意事項

## 5-1 直播的意義

上一章我們提到許多影片行銷的好處與具體的作法，這一章要談談直播的功能。我們思考一下，直播也是影片，那直播和影片行銷到底有什麼不同？什麼狀況下才會用到直播？直播能發揮什麼與影片行銷不同的效果？以下列出幾個直播與影片不同的地方：

1. 直播是現場的實況轉播，不能後製剪接。
2. 直播更有臨場感和時效性，並且可與訪客互動。
3. 觀眾和直播現場相隔兩地，卻能同步所有訊息。

綜合以上三點，直播比影片更加真實，因為沒有時間去後製，所以更能讓觀眾感到興奮！由於直播的特性，我們應用在網路行銷就可以思考該如何利用這些特性去創造商品的價值與販售商品的技巧，以下舉幾個例子來看看：

### 1 具體呈現商品樣貌

利用 Facebook 直播功能，把產品做個開箱文實況報導，測試使用狀況給訪客看個清楚，讓沒有購買的人也能了解使用的效果是否符合自己的需求。



▲ 直播講解產品特色

## 2 QA 線上問答增加觀眾的參與感

直接在直播與訪客快問快答，一方面讓觀眾更有參與感，一方面也可以消除觀眾對商品的疑問，不但可以刺激消費者的購買意願，也能避免許多消費者買錯退貨的情形。這是一般影片沒辦法達成的效果，也是電視直播做不到的雙向互動功能（電視只能單向收視，無法雙向即時互動）。

## 3 模仿電視購物特性

直接把促銷庫存品利用直播的即時性來個清倉大拍賣，先喊個起標價，再由觀眾競標，增加趣味與競爭性，但要注意直播是否有畫面延遲的問題，當觀眾出價的時候你要倒數個 15 秒，確認沒有其他人出價再拍板定案。然後再鼓勵觀眾分享就能參加抽獎，讓影片散播給更多人觀看，增加流量。



▲ 線上直播拍賣

## 4 帶領觀眾參觀生產製作流程

如果你是賣麵包或小吃、甚至製造業，只要在不透露商業機密的條件下，都可以發起直播製作流程來加強觀眾對你的品牌信任度，例如廚房設備、手工的技巧、食材的來源、處理的方式…等等，一邊介紹，一邊鼓勵觀眾提出問題一起互動，這種完全透明化的作風能讓品牌更加分。

接著按右下角的「開始直播」就可以了，要注意的是，只有在個人頁面的直播才能選擇給特定對象觀看，如果在社團或粉絲專頁裡，就只能完全公開囉！



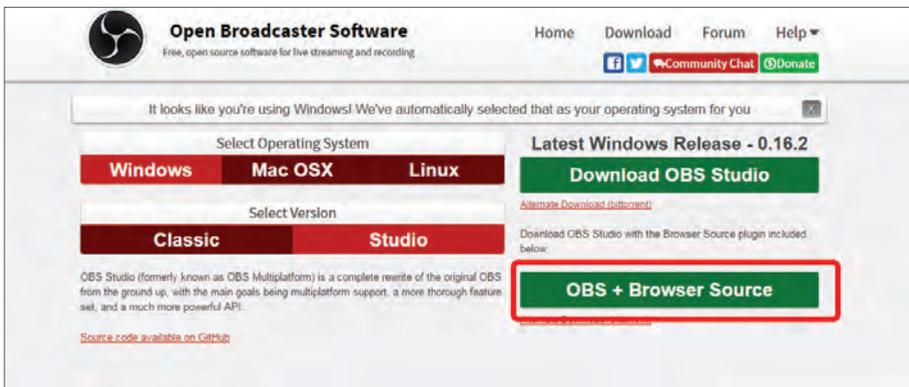
▲ 粉絲專頁直播只能選公開

## 5-2-2 Facebook 電腦直播實戰

在 Facebook 除了可以用手機直播之外，也可以在粉絲專頁使用電腦來直播，什麼情況需要用電腦直播呢？

1. 覺得手機畫質不好的時候可改用電腦。
2. 手機無法橫放寬螢幕的時候可以改用電腦。
3. 想要分享電腦畫面給觀眾看的時候可以用電腦。
4. 手機上網連線狀況不穩定時就用電腦直播。

首先，電腦必需先安裝一個直播軟體，劉奶爸個人是使用這套免費的 OBS，可至此網頁下載：<https://obsproject.com/download>。



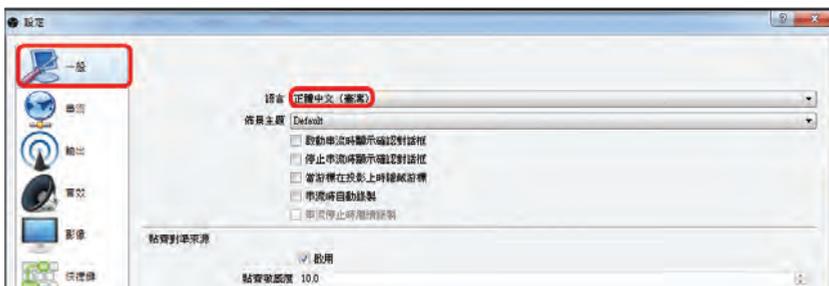
▲ OBS 軟體下載

此軟體可同時支援 Windows、Mac 及 Linux 平台，真的很棒，以下用 Windows 平台來說明，安裝的時候視您的電腦狀況來選擇 32 元位或 64 位元，如果沒有詢問的畫面就算了，安裝完畢後打開就會出現如下畫面，請點擊右下角的「設定」，下圖是因為我已經安裝完且使用過，所以第二次再打開軟體的時候會保留上一次的畫面。



▲ 設定串流發佈的平台

接著會先進入「一般」設定畫面，可依需求選擇語言，其他項目保留預設即可。



▲ 設定語系

接下來，先回到 Facebook 粉絲專頁，點擊「發佈工具 \ 影片庫 \ 直播」。



▲ 在粉絲專頁用電腦開直播

接著會出現「建立直播視訊」的對話框，會出現「伺服器網址」和「串流金鑰」。



▲ 找到串流資料

### 5-2-5 在台灣也能手機直播賺台幣

手機直播打賞大多是大陸地區的軟體，無法使用台幣賺錢，最近在 2016 年 10 月底出了一個「浪 Live 直播平台」可以儲值台幣用來送給直播主持人，也能自己開直播賺台幣哦！

1. 點右下角的個人設定，就會出現右圖，點擊「浪花儲值」就能購買「浪花」用來贈送給主播的打賞，點擊「我的錢包」就能用 paypal 提領你的現金到「玉山銀行」的帳戶。



▲ 個人設定

安卓手機直接用 Google Play 綁定的信用卡就能直接付款購買「浪花」。



▲ 用信用卡購買浪花



# 6

## 貼文行銷

### 6-1 貼文意義

- 6-1-1 分享而非炫耀
- 6-1-2 原創不抄襲
- 6-1-3 多原創少分享
- 6-1-4 真實身份取得信任
- 6-1-5 看在 SEO 的份上吧！

### 6-2 貼文行銷實做

- 6-2-1 列出產品的問與答
- 6-2-2 將問與答文章整理在部落格
- 6-2-3 用收集來的 Q&A 回答客戶的重覆提問
- 6-2-4 善用臉書社群平台貼文

## 6-1 貼文意義

市面上有很多文案寫作的書籍和課程，可以多參考與學習，累積自己寫文章的實力，但是說實話，就算你看了再多的書或上了再多的文案課，沒有自己動手做，一切都是假的！假的！假的啦！執行力勝過一切，而且除了親自實做，還要「堅持持續做」才會有效果啦！

劉奶爸的貼文行銷心得整理了幾個自己簡單的貼文方式供您參考，因為簡單才容易堅持下去！如果您是在網路上銷售產品，可以貼文的平台很多，例如部落格、Facebook、Line 動態、Line@ 動態或群發… 等等。每一則貼文都是在建立自己或公司的形象，關鍵在於取得訪客對你的信任，沒有信任，就很難成交。以下是幾個貼文的技巧：

### 6-1-1 分享而非炫耀

分享文是一種容易達到共鳴的文章，藉由產品使用的分享而協助遇到相同問題的人得到解決的方法，這就是分享文。例如你買了一台名貴的跑車，可以在臉書上分析一下性能與功能的評比讓人了解名貴跑車和一般車的差異是什麼，這就是一種分享。如果只是在臉書上大秀你開著這台跑車到處去玩，對網友其實沒什麼幫助，感覺只是一種炫耀文。分享文可以提升自我價值，而炫耀文只會讓自己的形象扣分。

### 6-1-2 原創不抄襲

抄襲他人的文章非常危險，一旦被原創檢舉，不僅聲敗名裂，更傷及粉絲對你的信賴感。不管你賣什麼產品，除了產品原廠提供的文案同意供你使用之外，其他的文章都要自己寫，別去抄同業的文案或別人的分享文。而且原創的文章比較容易被搜尋引擎收錄，獲得免費的流量哦！接下來的實做篇會說明！

## 6-2 貼文行銷實做

許多人很重視商品的銷售文案，卻忽略了內容行銷對於長久經營的重要性，其實銷售文案和長期的內容行銷這兩種都很重要，如果沒有經營內容，那銷售文案可以發揮的功能將會事倍功半。也就是說，花了大把銀子去打廣告衝流量，讓許多陌生訪客來看你的銷售文案，但是成交的機率卻往往不如預期！這就好像你拿著一套百科全書在人潮很多的台北忠孝東路開始叫賣你的產品一樣。人家根本不認識你，你每天在那裡喊破喉嚨，但是卻生意慘淡。

其實有更容易成交的方式，就是先讓訪客感受到你的價值，而價值要靠自己塑造，以下我們來看看怎麼用簡單的方式去撰寫原創文案的方法：

### 6-2-1 列出產品的問與答

劉奶爸最常被問到的問題就是「不知道文章要寫什麼怎麼辦？」，其實最簡單的內容就是先從「產品問答」開始寫。我們常常被某人莫名其妙的拉入某個 Facebook 社團，然後就看見一個不認識的人貼了一堆名牌包包的照片與售價就叫人家買，對吧？這種粗魯的銷售方式真的很令人討厭，自以為這種行銷方式最快，但卻是最沒有效率的方法，而且超級討厭不是嗎！

產品通常是為了解決問題，滿足需求而存在，所以產品的問與答文章是最容易吸引人看下去的文章。如果你是不擅長寫文章的人，直接切入產品來做文章，換位思考，站在客戶的角度去想像這個產品帶給客戶的價值是什麼，把客戶最常問的問題整理出 10~50 個問與答，然後盡可能的詳細寫下來，這就很容易成為最多人會搜尋的文章。要記住：解決別人問題的文章才會讓自己獲得尊重，而非強拉別人來推銷自己的產品。

劉奶爸曾經有八年的時間在銷售企業專用的電子郵件伺服器，當時在網站上條列了 48 條該產品相關的問與答，這些問與答是根據產品的各項功能所寫的，因為產品功能就是為了解決客戶的問題所設計的，所以在我還沒正式接獲客戶

的詢問之前，也就是一開始計畫要代理該產品的時候，我就把產品的說明書全部看完，並實際操作產品的各項功能之後，開始針對客戶可能會遇到的問題條列出這 48 個問與答的主題。

由於那個年代部落格還不普及，所以劉奶爸用免費的 Joomla 架站軟體自行架設了公司的官網，並把這 48 個主題當成「技術文件的 Q&A」，該網站目前已經沒有再繼續更新了，從下圖的點擊率排名來看，就會了解哪些主題是最多人搜尋的。這些 Q&A 為公司帶來不少免費的流量，到目前在網路上仍然一直被自然搜尋到，完全沒有花廣告費。並且從點擊的排名就會知道哪些問題是最多客戶想問的，這也變成了一個市調的功能。

數	項目標題	日期	點擊
1	[FTP]中文郵箱如何連線怎麼辦?	週三, 05 一月 2010	10927
2	[InfoBOX 使用密技] 如何搜尋到的 IP 無法被列入網誌黑名單	週三, 09 九月 2009	7154
3	[InfoBOX 使用密技] LDAP 公用通訊錄在 outlook express 的設定	週三, 09 九月 2009	6530
4	[InfoBOX 使用密技] 如何安裝 phpBB 討論區	週三, 09 九月 2009	6001
5	[InfoBOX 使用密技] 電子郵件發信密技	週三, 09 九月 2009	5895
6	[InfoBOX 使用密技] ISP 跳接的向原服務商或跳接在馬尼拉 怎麼查?	週三, 09 九月 2009	4438
7	[InfoBOX 使用密技] DNS 子網域的設定觀念	週三, 09 九月 2009	4433
8	[InfoBOX 使用密技] 如何申請 IP 解決設定	週三, 09 九月 2009	4360
9	高得 Outlook 等催速馬上會收到一封主題 Successful Mail Delivery Report	週五, 01 十月 2010	4201
10	[InfoBOX 使用密技] Joomla 1.5 網站資料移轉方法	週三, 09 九月 2009	4148
11	[InfoBOX 使用密技] 如何設定 Domain name 及 DNS 伺服器	週三, 09 九月 2009	4095
12	收到自己寄給自己的廣告信如何阻擋?	週五, 18 六月 2010	3621
13	[InfoBOX 使用密技] FTP 無法修改檔案權限怎麼辦?	週三, 09 九月 2009	3457
14	這件的完整 log 解法技巧	週三, 23 二月 2010	3223
15	讓郵件伺服器效能可升級嗎?	週五, 30 三月 2009	3216
16	[InfoBOX 使用密技] 多網域卻又無再轉號, 該怎麼搞成不再用者多網域郵件伺服器 (virtual mail)	週三, 09 九月 2009	3195
17	網誌設定 靜音能由的設定問題與測試	週三, 18 十一月 2009	3007
18	[InfoBOX 使用密技] 兩層靜音不夠用, Linux 如何換新的硬碟	週三, 09 九月 2009	2964
19	[InfoBOX 使用密技] php.ini 的參數修改 (oops2 2 的問題)	週三, 09 九月 2009	2981
20	[FCP3-Log] 郵件伺服器 pop3 server 的 log 圖解版	週四, 14 一月 2010	2977
21	[WebMail] 問題 Open Webmail 的設定規則和 InfoBOX WebMail 的設定規則比較?	週四, 05 一月 2009	2911
22	yahoo 拒掉我公司發出的信件該怎麼辦? 對方回信我為的 mail server IP 怎麼辦?	週三, 05 十月 2009	2910
23	RAM 可以定製多大呢?	週三, 04 十一月 2009	2855
24	電子郵件伺服器大量發送密技 (小) 縮小信件的大小, 加快發送速度	週三, 09 十月 2009	2839
25	[WebMail] 問題 Webmail 每次登入都要輸入帳號密碼, 能否跳過登入嗎?	週三, 06 一月 2010	2973
26	[InfoBOX] 問題 Webmail 代換內部信件時, 好像沒有出現在 InfoBOX 網頁?	週三, 18 十一月 2009	2689

▲ 商品問與答是客戶最想看的内容

## 6-2-2 將問與答文章整理在部落格

現在有許多免費的部落格平台，就算不會架設網站，也能利用免費的部落格把產品的 Q&A 好好的發揮，怎麼做呢？很簡單，如果你常常煩惱不知道部落格要寫什麼，那麼就把商品的「問題」當成文章主旨，把問題的「答案」當成文章的内容，搞定！

網址。如果你把所有的 Q&A 寫在同一個頁面，到時候叫客戶自己找半天才能找到他要的答案，那成交的機會就會打折扣囉！

## 6-2-4 善用臉書社群平台貼文

當你的每一個 Q&A 都分別寫成了一篇部落格文章之後，就能直接把每一篇文章的單獨網址貼在臉書裡，臉書會自動去抓取該篇文章的其中一張圖片當成縮圖，如果您的文章裡沒有插入圖片，而是插入了一個 YouTube 影片，臉書也會把該影片的縮圖抓來當成預覽圖片，如下圖：



▲ Facebook 會自動抓取網頁內的縮圖

當訪客在臉書看見你的圖文直接點擊後，就會連結到你的部落格文章，因為臉書不太適合寫長篇大論，所以在臉書留言的時候，可以先寫兩三行重點，再插入上述的網址，讓有興趣的人點擊再帶去部落格看完詳細完整的文章，這樣會讓部落格的每日造訪人數增加，日後就會提升部落格的 SEO 效果，搜尋結果的排序就會往前進步。

當然臉書的貼文不見得每一篇都要放部落格的網址，其實劉奶爸每天都會在臉書貼文、照片、影片、生活小事、興趣喜好、運動、購物、每隔幾天就會放一

## 8-3 故事行銷實做

剛剛提到我的那位在臉書刊登幼兒用品的朋友，又過了一個月後，果真一個也沒賣出去，有幾個原因我們來分析：

1. 沒有個人品牌知名度。
2. 沒有產品品牌知名度。
3. 沒有產品的詳細描述。
4. 沒有販售的理由。

你以為賣產品的人每個都要和吳念真一樣這麼會說故事嗎？怎麼可能！當然有是更好啦！但如果沒有這樣的能力，就先從上述四點去加強即可。因為這四個原因，就已足夠去構成一個故事，例如你可以這樣寫：

「我是妮媽，一個擁有三歲小孩的職業婦女，由於小孩已經開始面臨識字階段，也即將進入幼稚園就讀，而自己下班回家後僅剩下三個小時可以陪伴孩子的時間，為了希望能在有限的時間裡陪伴孩子養成愛閱讀的習慣，我經由朋友介紹就買了一系列 xx 牌的童書，xx 牌在美國是個擁有眾多媽媽指定使用的童書品牌，書裡豐富的色彩與簡短的文字就能讓我為孩子說一個好故事。這幾個月來，孩子每天晚上都會黏著我要我說故事給他聽，而且也因此認識了不少國字。為了分享這樣的好產品給本國的媽咪們，我決定大量進貨壓低價格，讓新手媽咪們也能和我一樣陪伴自己的孩子開心的成長」

上述的簡單故事就提到了：

### ① 個人品牌知名度

一個素人沒有個人品牌，所以一開始用「我是妮媽，一個擁有三歲小孩的職業婦女」來開場，讓陌生人可以了解她的身份與立場，這時候就要開始為自己取一個好記的名字，因為說完了這個故事，重點就是要讓大家記得妳，例如這個

故事裡的「妮媽」一樣，以後大家再看到「妮媽」就會想到這一段開場白的故事。

## 2 產品品牌知名度

上述的故事裡 xx 牌童書因為在本國並非知名品牌，若只是把產品照片刊登在臉書上，就算你打對折也賣不出去，因為沒有人知道這個產品的價值，也沒人知道在美國販售的原價是多少！所以必需在故事裡提到「xx 牌在美國是個擁有眾多媽媽指定使用的童書品牌」，用來塑造商品本書的價值。

## 3 產品的詳細描述

關於產品的描述最關鍵的內容就是「如何使用這個產品才能發揮功用與最大的價值」，所以上述的故事裡提到「書裡豐富的色彩與簡短的文字就能讓我為孩子說一個好故事。這幾個月來，孩子每天晚上都會黏著我要我說故事給他聽，而且也因此認識了不少國字」，這樣的描寫目的就是讓其他媽咪了解產品的使用方式與使用後的結果。

## 4 販售的理由

如果只是單純分享，就無法創造收入，而為了銷售這樣的產品，必需給訪客一個正當的理由，所以故事最後寫著「為了分享這樣的好產品給本國的媽咪們，我決定大量進貨壓低價格，讓新手媽咪們也能和我一樣陪伴自己的孩子開心的成長」，提供這樣的理由和目的，幫自己的販售合理化。

上述的簡單故事就可以放在自己的部落格或網站的「關於我」或「自我介紹」區。因為許多人在看到自己有興趣的商品當下，都會想去了解賣家資訊，對吧！以上就是故事行銷的簡單範例。

隨著經歷的增加，你的自我介紹會愈來愈豐富，任何人生經驗只要和你的商品扯上關係的，都會成為銷售的故事來源。而在一篇一篇的故事之後，這些對你有興趣的陌生訪客會變成你的粉絲，進而產生信任關係。有了信任，表示你賣的產品被認可了。