

1.7 O2O 在地化行銷

近幾年來熱名的名詞「新零售」裡，往往也會提到一個名詞，叫做「O2O」，所謂 O2O (Online To Offline) 是一種新型態的電子商務模式，讓線上行銷帶動線下實體店經營與消費，可以視為傳統實體店多了一種線上的在地化行銷方式。

維基百科對於新零售的定義，是指以消費者體驗為中心，利用人工智慧、物聯網、大數據技術，來支援線上的資訊流、金流、商流，以及線下的服務體驗及物流配送的一種全通路零售模式。

目前各知名資訊大廠的網路服務，都紛紛推出或加入了 O2O 的功能，例如 Google 我的商家、FB 與 IG 打卡地標及搜尋、LINE 熱點…等，本書後面的章節會逐一說明與實作建立這些服務。

本小節以目前 O2O 功能最為完整的「Google 我的商家」來做舉例，先來模擬一個使用者的情境，假如一位業務人員由高雄北上跟客戶洽談專案會議，原本預計會議要開一整天的時間，沒想到洽談超乎預期的順利，才半天會議就結束了，此時這位業務人員偷得浮生半日閒，既然難得大老遠跑來台北一趟，這多出來半天時間如果要做私人活動，很有可能是找個人的興趣嗜好，由於這是臨時性不在原本的規劃（出門在外，人生地不熟，時間有限也不能跑太遠），此時可以拿出手機（需開啟 GPS 功能定位），在手機瀏覽器裡輸入想找或逛的嗜好關鍵字，例如「水族」、「水族館」、「金魚」…，就能找到離他比較近的相關店家。



可以看到網友對這家店的評價，這就是一種評論行銷，對於完全陌生的店家，獲得好評數量多與分數高，自然會更容易吸引人前往參觀消費。



也可以按下「網站」造訪店家的官網或是點選「相片」，看看這個店家的商品或環境是否符合預期，也可以按「進行即時通訊」發送私訊，或是直接按「致電」撥打電話，詢問店內某商品是否有現貨或特殊規格，若決定前往可按下「規劃路線」。



此時可以選擇「開車」、「騎摩托車」、「大眾交通工具」、「走路」、「呼叫 Uber」、「騎腳踏車」等方式前往，預估到達的時間與距離，並按下「開始」鈕。



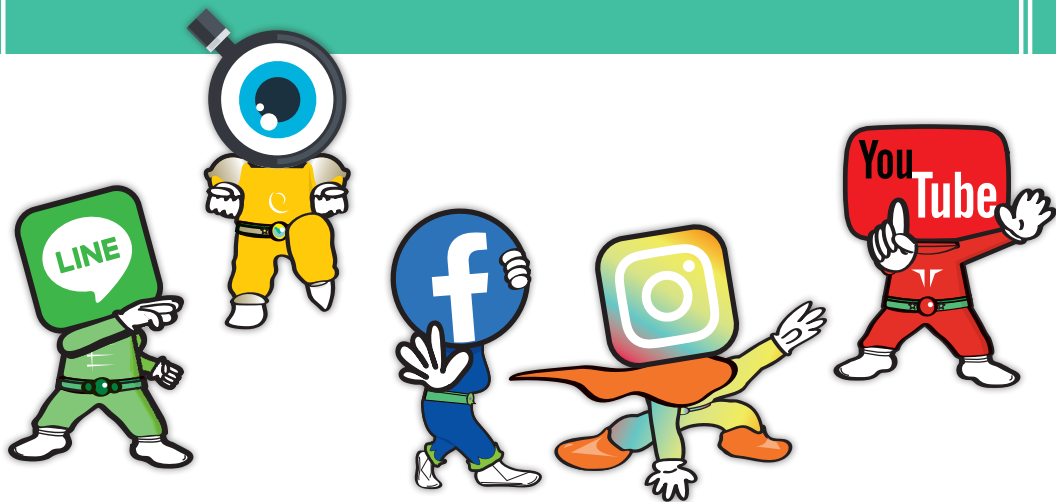
就會轉換到 Google 地圖的畫面，依指示即可將顧客由導引到實體店面去做參觀消費，這種由手機線上導引到線下實體店的 O2O 在地化行銷，也是一種行動行銷的運用方式。



第 4 章

YouTube 影音行銷

聲 光效果俱佳的多媒體影音也是一種內容行銷，提供給不喜歡觀看長篇文章的人另一種選擇，若能製作幾個好的影片（有趣、感人…）上傳，就可以當做是一個好的感染「病原體」，創造出轉載分享的影音病毒式行銷，在網路上有許多素人往往因為拍出優質的影片而爆紅。



4.2 自訂頻道

在「Studio」管理後台選擇左側選單裡的「自訂」，在「品牌宣傳」的頁面，按下「顯示圖片」裡的「上傳」，將本頻道的 LOGO 圖示上傳，再按下「橫幅圖片」裡的「上傳」，將本頻道的上方視覺大圖上傳。



在「基本資訊」的頁面，可以修改之前申請時設定的「頻道名稱」與「帳號代碼」，也可以在「說明」裡填入句子式的頻道介紹文字。



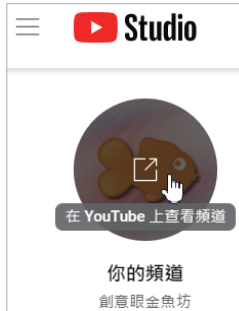
在「基本資訊」的頁面，若您之前已經有申請過頻道的「自訂網址」，目前此功能已經無法再修改，新申請的頻道也不會顯示此功能，此處改以前面介紹的「帳號代碼」來做取代。

頻道網址 這是你頻道的標準網址，網址末端的數字和字母是你頻道的專屬 ID。 瞭解詳情
<code>https://www.youtube.com/channel/UCQd2GMg42a1Je5KCEjJHlKQ</code>
自訂網址 您可以為自己的 YouTube 頻道設定簡單又好記的網址。 瞭解詳情
<code>https://www.youtube.com/c/買金魚Tw</code>

在「基本資訊」的頁面，您可以點「新增連結」，將要連結顯示的網站「連結名稱」輸入，並在「網址」填入該網站完整網址，此處最多可新增 5 個超連結。

連結 新增要與觀眾分享的網站連結	
— 連結名稱 (必填) 官網	網址 (必填) <code>https://www.xn--uk3am4hiuj.tw</code>
— 連結名稱 (必填) 創意眼金魚坊FB粉絲專頁	網址 (必填) <code>https://www.facebook.com/goldfishtw/</code>
— 連結名稱 (必填) 創意眼金魚坊IG	網址 (必填) <code>https://www.instagram.com/buygoldfish/</code>
+ 新增連結	
橫幅上的連結 指定要在頻道首頁的橫幅上顯示哪些連結	
橫幅上的連結 前 5 個連結 ▼	

登入「Studio」管理後台後，滑鼠游標移到左上角頻道圖示會出現「在 YouTube 上查看頻道」，點選即可連結至您的 YouTube 頻道前台網址。



可以測試目前練習的 LOGO 圖片、上方橫幅圖片、橫幅上的連結等功能是否有正常顯示。



選擇後台左側選單裡的「自訂」，在「版面配置」頁面裡找到「精選版面」右方的「新增版面」，可以針對頻道前台的首頁加入不同的內容版面區塊。

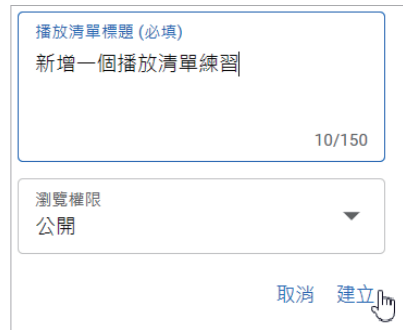


4.4 播放清單

在「Studio」管理後台，點選右上角的「建立」/「新增播放清單」。



新增「播放清單標題」名稱後，一般以行銷做考量，瀏覽權限設為「公開」，按下「建立」。



之後在新增或修改影片時，就可以在「影片詳細資料」裡按下「播放清單」的「選取」，勾選之前設定的播放清單標題，按下「完成」，記得最後要按下右上角的「儲存」鈕，才算完成整個設定流程。



若之後要修改播放清單，可以在「Studio」管理後台選擇左側選單裡的「內容」，點選上方的「播放清單」區，找到要編輯的播放清單名稱後，滑鼠移到此清單上方會出現一個「筆」圖示，請點選進去。



如果要修改播放清單名稱，請按下「筆」圖示，進行「編輯標題」，也可以重新設定此播放清單的瀏覽權限（公開、私人、不公開）。



按下「三圓點」圖示，可以對此播放清單進行刪除或加入其他新影片等功能設定。

刪除播放清單時，並不會將原本在此清單裡的影片檔案刪除。



也可以按下另一個「筆」圖示進行此播放清單的「編輯說明」，填入句子類型的形容詞描述，或別稱、俗稱。



設定完成後，會在頻道前台的上方區域「播放清單」裡顯示出來，其實可以將播放清單想成是自訂的影片分類，未來也可以在官網做個線上影音的超連結點，而連結到此網址的網友就能直接看到您的影片分類了。

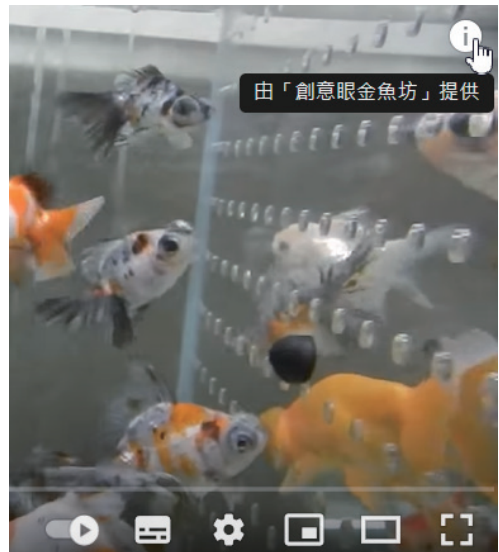


或者利用前面介紹過的功能，在「Studio」管理後台左側選單選擇「自訂」，在「版面配置」裡點選「新增版面」，將「單一播放清單」設定到此區域裡。



4.5 資訊卡

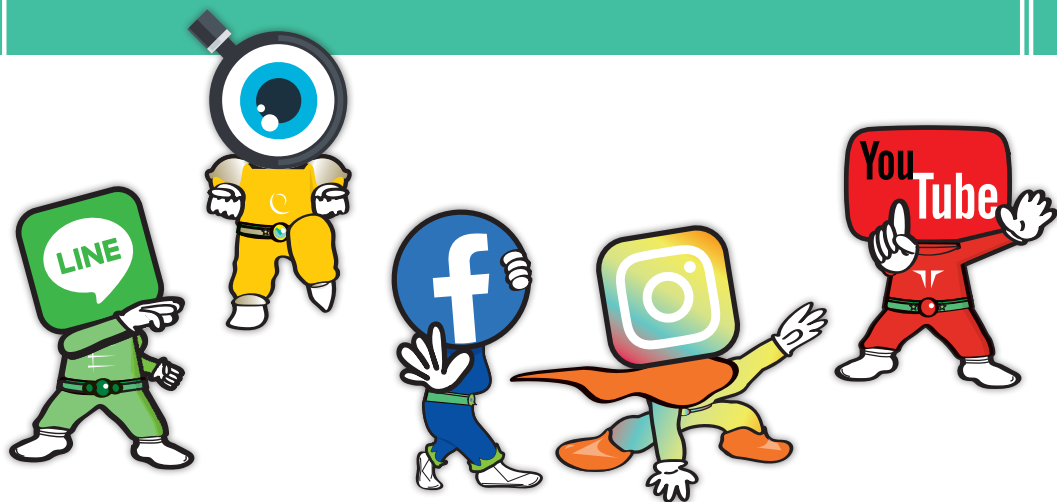
資訊卡的功能，是顧客在前台觀看影片時，可以點選影片右上方「驚嘆號」圖示。



第 6 章

Instagram 與 Pinterest 視覺行銷

在全球社交網路的發展上，除了 Facebook、Twitter…等以文字交流為主的模式之外，隨著行動裝置盛行，圖片共享社交網路成為新興寵兒，其中的佼佼者為 Instagram（簡稱 IG）與 Pinterest。由於 2012 年 4 月 Facebook 宣布收購 IG，因此本章除了說明 IG 的操作與行銷，也會進行 IG 與 FB 粉專的資料整合發佈，而 Pinterest 則會設定可以直接抓取 Google Blogger 裡的資料，節省我們資料發布及更新的時間。



6.1 視覺化行銷

根據歐美的統計資料顯示，IG 與 Pinterest 比較吸引女性，但 IG 的手機用戶較多，Pinterest 則是平板電腦用戶較多，而要在 IG 與 Pinterest 裡發佈一則訊息必須至少上傳一張圖（不一定要打字），較符合年輕世代「有圖有真相」、「一圖代表千言萬語」、「不想解釋太多，看得懂圖的自然就看得懂」的觀念，加上很多潮流廠牌紛紛經營這些視覺平台，上傳大量精美的產品照，更是加速了視覺化行銷的盛行。

一、視覺化行銷建議的方向

▶ 個人追星：

例如 follow 職籃職棒運動明星、偶像藝人、電影明星…，以及這些明星延伸出來的商機。

▶ 嗜好、收藏品：

尤其有些中古商品需要照片或影片來呈現保存的品質等級，例如古董、動漫玩偶公仔、懷舊商品…。

▶ 寵物：

各式各樣賣萌的動物，有趣可愛的行為、豔麗漂亮的體色紋路，以及飼養的週邊商品。

▶ 藝術品、唯美、視覺設計：

例如畫作、陶瓷、木雕創作、裝置或公共藝術品、珠寶…。

▶ 潮流、流行時尚、新奇玩意：

例如潮牌服裝、鞋子、飾品、文創商品、搞怪商品…。

▶ 交通工具：

名牌跑車、重機、纜車、遊輪…，特殊有造型、容易吸引人目光的交通運輸類工具。

▶ 美食飲品：

各種餐廳、夜市、果汁、剉冰、麵包、餅乾，尤其有特色有造型的食品，更容易讓人想拍攝與轉傳。

▶ 旅遊、風景：

上山下海的各種大自然美景、季節性風景、指標性建築物…，例如民宿除了拍外觀與房間房型佈置之外，也可以拍周圍風景或放上吸引人拍照打卡的吉祥物、場景，成為網紅打卡拍照的熱門景點。

二、視覺化行銷不建議的方向

▶ 長期販售相同尺寸外觀的產品：

例如數十年都固定販售木頭板凳這樣的單一商品，就比較難長期產出優質的照片，可以搭配不同的周圍場景來產生不同的照片，或是改為比較有設計感的裁切、不同的材質紋路或油漆變色等方式，增加產品額外的用途或增強設計感，將產品做變化。

▶ 民生必需品：

一包鹽、一盒衛生紙、一塊肥皂，這類平價常見的商品，就不容易做視覺行銷，可能要做產品的結構變化，例如普通肥皂變成造型香皂之類的方向去做思考。

▶ 工業、工廠、工地：

例如機械車床工廠這類重工業，拍攝現場可能比較不容易做視覺化行銷，但製作出來的成品會比較適合拍照，或是拍攝施工前跟完成後的照片。

▶ 無實體商品：

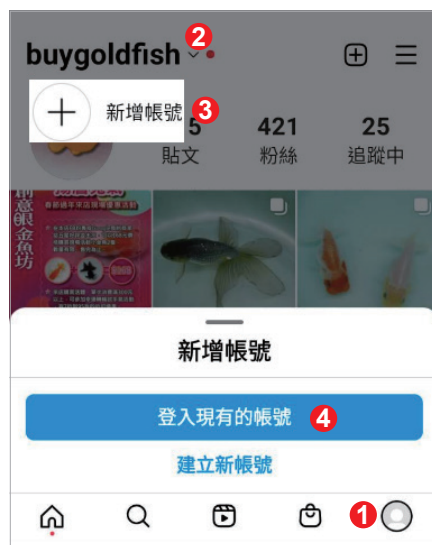
例如律師、會計師的顧問諮詢服務，這類無實體商品的服務，也不適合拍攝。

6.2 IG 申請與切換為專業帳號

使用手機搜尋「Instagram」原廠 APP 並完成安裝後，點按「開啟」。

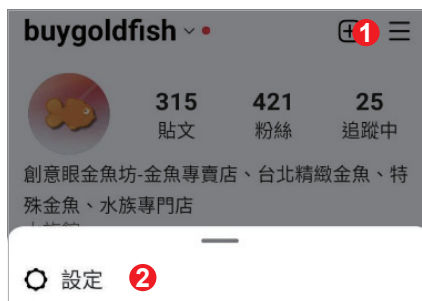


開啟後，出現「新增帳號」的畫面，可以選擇「登入現有的帳號」，以「Facebook 帳號登入」或是選擇「建立新帳號」，依畫面導引完成申請流程。



過去一支手機只能建立一個 IG 帳號，但後來 IG 已解除此項限制，所以可以考慮創立不同 IG 帳號來行銷宣傳不同的內容，若之後要再建立第二個 IG 帳號，必須先點選右下角的「大頭貼圖示」，左上角會出現下拉式選單可以點選「新增帳號」，前述的建立新帳號申請流程會再出現，若有兩個以上的 IG 帳號，同樣在左上角的下拉式選單中進行不同帳號的切換。

點選右下角的「大頭貼圖示」後，再點選右上角的「三橫槓」圖示，在選單裡選擇「設定」。



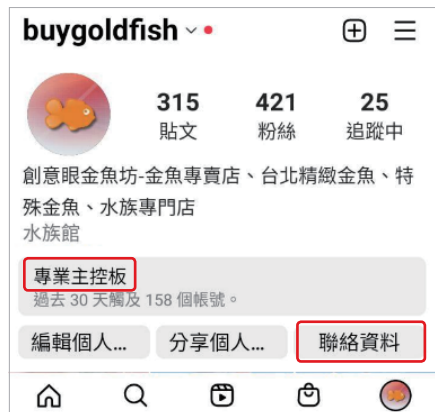
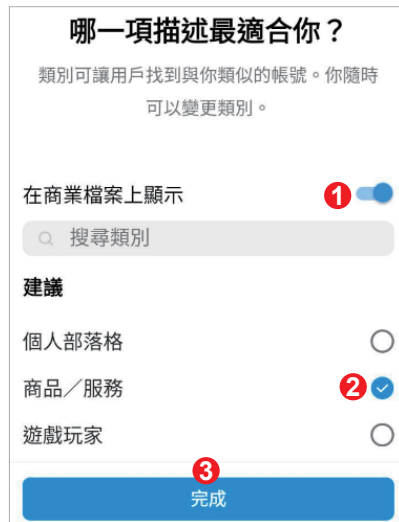
找到選單裡的「帳號」進入後，在最底下的選單裡點選「切換為專業帳號」。

在 IG 裡因為翻譯問題，有時候會看到描述為「專業帳號」、「商業帳號」或「企業帳號」等字詞，其實指的都是相同的服務。

接著會看到「取得專業工具」、「深入瞭解粉絲」、「觸及更多用戶」、「使用新的聯絡選項」這四個畫面，同樣點按底下的「繼續」鈕即可到「哪一項描述最適合你？」的畫面，請將「在商業檔案上顯示」開啟，選擇一個「類別」後，按下「完成」鈕。

原本我們申請的 IG 帳號「切換為專業帳號」，有點像是 FB 個人帳號升級成 FB 粉絲專頁的概念，但 IG 變為專業帳號後就無法將帳號設定成不公開，而在點選右下角的「大頭貼圖示」後，也會看到多增加了「專業主控板」（洞察報告的數據分析功能）與「聯絡資料」（公開的聯絡資訊）這兩個功能。

未來如果此 IG 帳號想要還原為個人帳號或變更為創作者帳號，可以回到「設定」/「帳號」裡點選「切換帳號類型」，就能選擇「切換成個人帳號」或「切換成創作者帳號」。

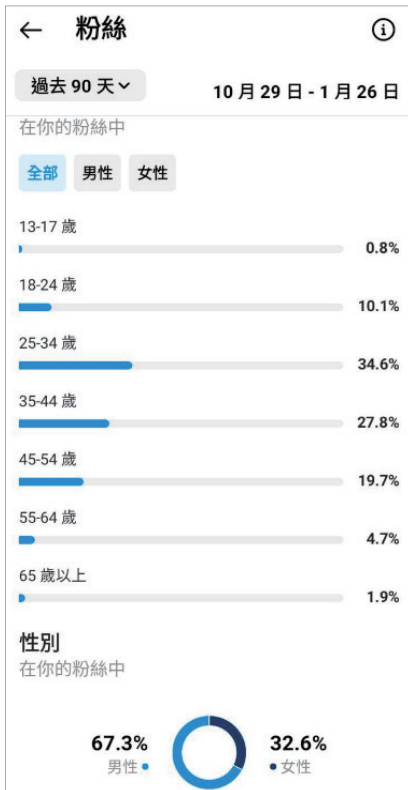


點選進入「專業主控板」，就可以看到帳號洞察報告，具有相關的數據分析功能。



隨著您未來 IG 的經營，可以看到粉絲的成長數、城市、國家 / 地區、年齡、性別、活躍時間...等數據 (如下左圖)。

未來您開始發文後，還能看到貼文的各項數據，也能依不同的排序條件進行篩選 (如下右圖)。

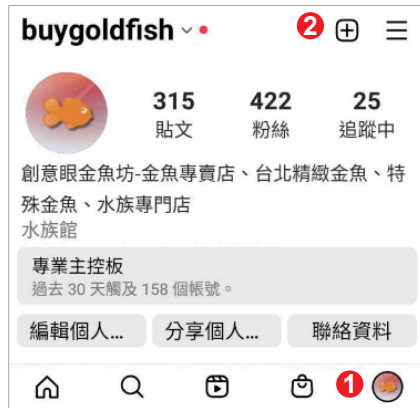


6.3 IG 拍照上傳與管理

本小節介紹三種在 IG 新增資料的方式：

一、使用手機 IG 的 APP 直接拍照上傳

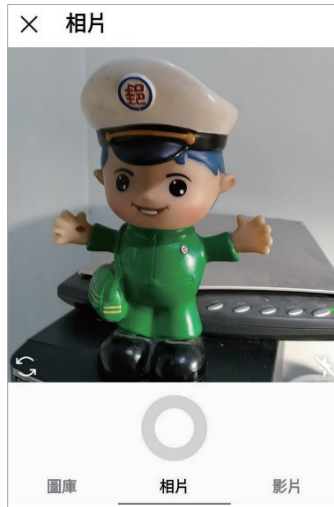
先點選右下角的「大頭貼圖示」，若要新增貼文請點選「加號」圖示。



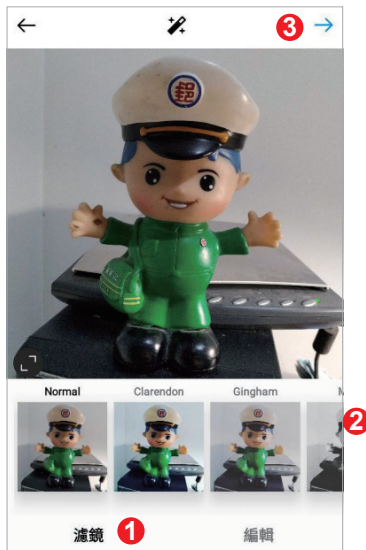
出現「建立」的選單，選擇「發佈」。



由於本例要用手機拍攝照片，請選擇「相片」，按下「圓環」按鈕，即可進行拍照。



拍下來的照片可以選擇「濾鏡」，裡面有超過 20 款以上的效果，能夠讓照片變得更明亮或更復古；也可以選擇「編輯」，裡面有 10 款以上的選項，例如調整照片角度、對比、飽和度等各式功能，設定調整完成後，請按下右上角的「往右箭頭」圖示。



「輸入說明文字」欄位裡可以放上文字敘述，亦可放上網址進行導流，也可以加上半形 # 符號的主題標籤 (hashtag)，每個主題標籤之間用空格做區隔，這等於是這篇貼文的關鍵字，IG 對這種標籤行銷更是重視。「新增地點」裡的地點則是抓取 FB 系統裡的地標，可以開啟「發佈到其他 Instagram 帳號」與「分享到 Facebook」的功能，系統會引導如何取得權限的畫面，但一個 IG 帳號只能同時同步新增到另一個 IG 帳號及一個 FB 粉專帳號，設定好後，請點按右上角的「打勾」圖示，完成一則新貼文的發送。



二、使用電腦網頁版 IG 上傳

到 <https://www.instagram.com>，登入帳號密碼後，在左側選單裡點選「建立」。



出現「建立新貼文」畫面後，可以開啟檔案總管，同時選取多個照片或影片，按住滑鼠左鍵不放，將檔案一次拖曳此畫面，後續流程跟手機拍照後上傳大致上差不多，此處不再贅述。但從網頁版上傳時，就無法設定同時新增到別的 IG 帳號或 FB 粉專。



三、使用 FB 的 Meta Business Suite 上傳

有不少知名潮流品牌的 IG，上面精美的照片，其實都是另外用專業相機等拍攝器材甚至是攝影棚拍攝，這些大量拍攝的照片，可能也是利用電腦的美編軟體（例如 Photoshop）再後製修圖，然後使用電腦版的介面大量裁切上傳、設定內文與主題標籤，這樣才會更有工作效率。之前都必須透過第三方軟體來做這些事情，但隨著 FB 宣布收購 IG，兩邊系統的整合互動性大增，目前筆者欲將大量照片在兩系統內更新，多半使用 Meta Business Suite 來進行，非常省時方便，但必須先做好相關設定。

請使用電腦登入您的 FB 粉專網頁，點選左側選單的「設定」。



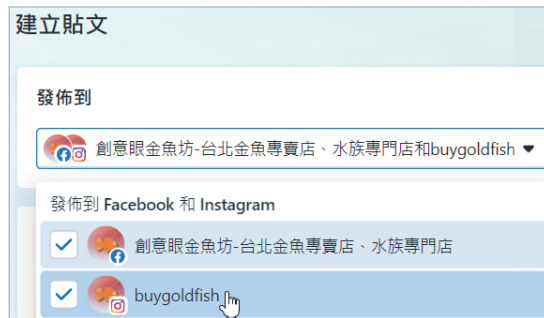
再點選左側選單裡的「已連結的帳號」，選擇「Instagram」，按下「連結帳號」鈕，依畫面引導完成連結。



請注意，若您的 IG 沒有切換升級為專業帳號，則在 FB 粉專就無法建立成連結帳號。

完成連結帳號後，可以再返回原本設定畫面，會看到多了一個「允許在收件匣存取 Instagram」的選項，若是將此選項開啟，則未來 Meta Business Suite 的收件匣裡將會多出「Instagram」與「Instagram 留言」兩個功能，也可以在此同時收取及回覆 IG 上的私訊或留言。

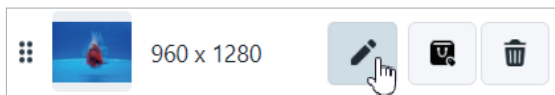
進入到 Meta Business Suite 的介面，點選「建立貼文」，在「發佈到」的下拉式選單裡，就可以勾選 FB 粉專與 IG 專業帳號。



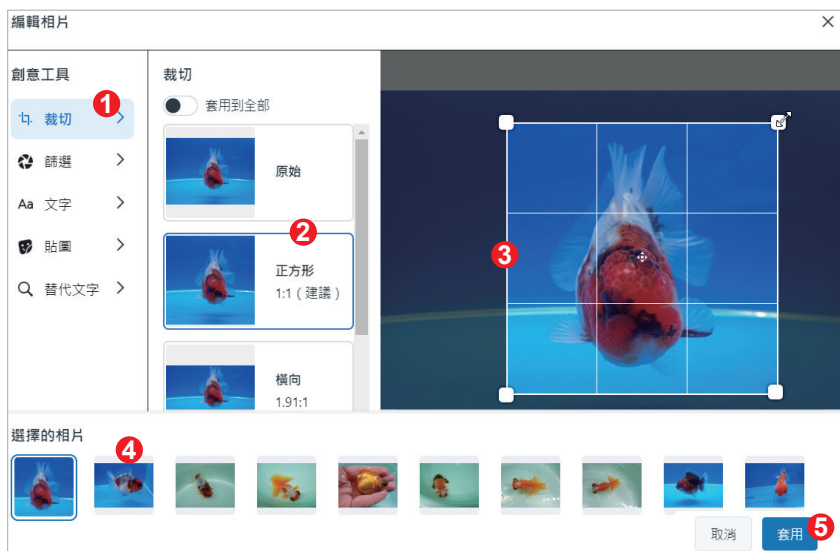
若本則貼文需要同時發佈到 FB 粉專與 IG，通常要遷就 IG 這邊的規格限制（本則貼文至少要有 1 張相片、最多只能有 10 張相片、圖片寬高比例限制），點選「新增相片」/「從桌上型電腦上傳」，內文、網址、主題標籤、地點等使用方法，都跟之前介紹的相同。



新增完相片後，在影音素材區裡點選其中一張相片縮圖右方的「筆」圖示。



即可進入編輯相片畫面，由於 IG 相片寬高比例有限制，建議最好是剪裁成正方形，所以我們點選「裁切」，並點選「正方形 1：1」，就可以對此相片進行裁切，還能使用滑鼠拖曳要裁剪的區域大小，若是在裁切區裡按著滑鼠左鍵不放進行拖曳，則可以移動裁剪區域範圍，做完一個相片的處理後，可以直接在下方的「選擇的相片」區域裡，再挑別張相片進行編輯，最多可以一次編輯 10 張相片後，再按下右下角的「套用」鈕，這樣可以節省不少介面往返開啟的等待時間。



6.4 IG 搜尋優化設定

IG 裡的搜尋優化設定，其實前面小節有部分提及如何設定，但本小節統一彙整在此，落實做好這些設定，無論在 IG 本身內建的搜尋或是 Google 上的搜尋，都會有排名提升與增加曝光率的效果。

一、貼文時能建立地標會更好

地標（地點）名稱包含主要有流量的關鍵字，建議此地標能成為 FB 粉專會更好，例如在手機版 IG 裡搜尋「金魚」這個關鍵字後，選擇「地標」這個頁面就可以看到筆者的地標名列前茅。



二、貼文加入主題標籤

在發佈貼文時，加入 # 符號做主題標籤（Hashtag）當成貼文的關鍵字，增加曝光量（標籤行銷），主題標籤允許使用數字，但是不可使用空格以及 \$ 或 % 等特殊字元，一則貼文最多可使用 30 個標籤。

三、姓名包含主要關鍵字

在電腦網頁版登入帳號後，選擇左方選單裡的「更多」/「設定」/「編輯個人檔案」，「姓名」欄位要包含主要關鍵字，例如「創意眼金魚坊-金魚專賣店、台北精緻金魚、特殊金魚、水族專門店」這樣較長的名稱，IG 系統是可以審核通過的，這樣「專賣」、「專門」、「水族」…這些次要與輔助的關鍵字也納入到名稱裡，會更有助於此 IG 在這些字詞的搜尋排名提升，但本欄位 14 天內只能變更兩次。

姓名	創意眼金魚坊-金魚專賣店、台北精緻金魚、! 使用你為大眾所熟知的姓名 / 名稱，例如全名、暱稱或商家名稱，幫助其他用戶探索你的帳號。 你在 14 天內只能變更姓名兩次。
-----------	--

四、用戶名稱輸入相關且有意義的英文

在電腦網頁版登入帳號後，選擇左方選單裡的「更多」/「設定」/「編輯個人檔案」，「用戶名稱」欄位建議輸入相關的英文（不能跟其他人重複），這也會是您 IG 網頁版對外的網址（Google 搜尋引擎會收錄），例如筆者申請的用戶名為「buygoldfish」，IG 的網址就是 <https://www.instagram.com/buygoldfish/>。

用戶名稱	buygoldfish
在大多數情況下，你可以在14天內將用戶名稱改回 buygoldfish。 瞭解詳情	

五、個人簡介撰寫描述句子與次要關鍵字

在電腦網頁版登入帳號後，選擇左方選單裡的「更多」/「設定」/「編輯個人檔案」，「個人簡介」欄位可輸入 150 個以內的字元，除了可寫入要對外公告的事項之外，也可加入句子式的描述與次要關鍵字。

個人簡介	<p>並非每天固定開店，請查詢官網 https://www.買金魚.tw 裡「營業日期」單元。</p> <p>位於台北市中正區的金魚專賣店，本坊裡的金魚，都是精挑細選才會進貨，秉持著本身熱愛金魚的精神，會再確認魚隻健康狀況才會出貨，希望除了商業經營之外，也能推廣讓更多人喜歡金魚。</p>
131 / 150	

六、勾選類似帳號推薦

在電腦網頁版登入帳號後，選擇左方選單裡的「更多」/「設定」/「編輯個人檔案」，請勾選「類似帳號推薦」，讓此 IG 帳號有更多的曝光機會出現。

類似帳號推薦	<input checked="" type="checkbox"/> 建議其他人可能想要追蹤的類似帳號時包含你的帳號。 [?]
--------	--

七、選擇相關類別

在電腦網頁版登入帳號後，選擇左方選單裡的「更多」/「設定」/「專業帳號」，會顯示此 IG 帳號目前的類別，如果修改請點選「變更」，盡可能選擇相近的類別，建議勾選「顯示類別標籤」。

類別	水族館 變更
	<input checked="" type="checkbox"/> 顯示類別標籤

八、Instagram 認證標章

此功能必須使用手機 IG APP，點選右下角的「大頭貼圖示」後，再點選右上角的「三橫槓」圖示，在選單裡選擇「設定」，接著選擇「帳號」，點選「申請驗證」。

申請 Instagram 驗證

已驗證的帳號會有藍色勾號

的名稱旁會有藍色勾號，用以顯示 Instagram 已確認這些帳號能真實代表公眾人物、名人或品牌。

步驟 1：確認真實性

新增你自己或你商家的 1-2 份身分證明文件。

用戶名稱
buygoldfish

全名

文件類型 >

新增檔案

步驟 2：確認知名度

顯示你的帳號所代表的公眾人物、名人或品牌受大眾關注。

類別 >

國家/地區 >

Instagram 認證標章，是指顯示在 IG 帳號名稱旁的藍色勾號，表示該帳號是代表重要公眾人物、名人或全球品牌或實體的真實身分，但提交驗證要求並不保證您的帳號一定能夠獲得驗證（需經過審核），需附上身分證件（例如駕照、護照或國民身分證），或是正式企業文件（報稅單、近期水電費帳單、公司組織章程），以及新聞媒體報導等網址連結，以便 IG 進行人工審查。