

品牌行銷專案規劃

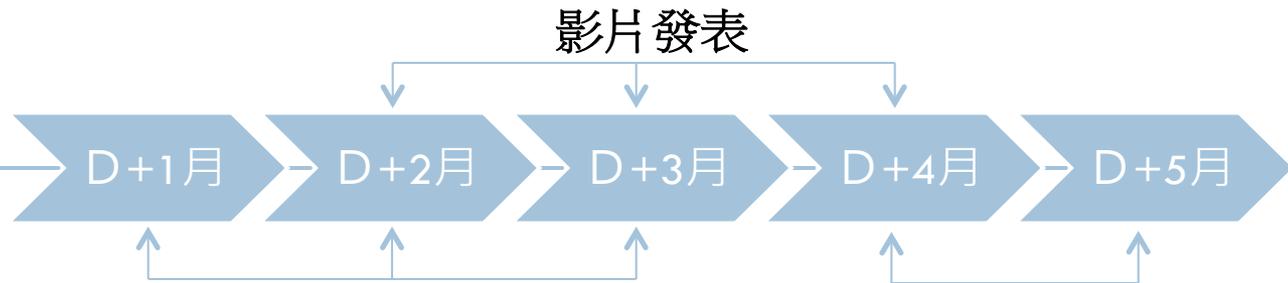


整體操作規劃

每支影片均至少搭配5個論壇平台置入，並在facebook上大量轉貼，全面曝光

影片操作

論壇口碑操作



每個月論壇發文
5個主要議題，7篇文章
知識+每月30則操作

每個月論壇發文
8個主要議題，10篇文章
知識+每月10則操作

前三個月在論壇口碑穩定操作，
避免發表太多議題引發網友及
論壇站方質疑

後兩個月因前三個月已有累積
該公司在論壇上的文章，
可開始增加議題數量，加強置
入松青超市的資訊。

影片操作策略

全面操作期

D+2月

D+3月

D+4月

發表影片，配合論壇議題操作，
在網路上全面曝光

紮根鋪陳期

D+1月

第一個月，在論壇及知識+穩定操作，開始累積貴公司在網路上的能見度。

- 第一個月還處於觀察期，先用議題的操作打底並觀察網友對於議題的反應度

最終加強期

D+5月

最後一個月，持續曝光影片及相關議題，並針對過去四個月操作最成功的議題影片作加強曝光，達到口碑行銷的最佳效果

超市銷售範例：媽媽們都買什麼零食給小孩吃？

- **議題概要：**

一個家中有兩個小孩的媽媽，上網詢問討論關於小孩零食的選擇。先在議題中分享自己在百貨公司逛街買小孩用品時，意外買到了X X超市買到的日本特色零食，自家小孩從此就愛上了，分享給其他媽媽，並問其他媽媽們有沒有推薦的呢？

- **建議發表平台：** Babyhome小朋友教養版 或mobile01媽媽寶寶親子版

- **宣傳目的：**

在議題中分享X X超市的日本特色零食(置入照片)，直接和網友推薦X X超市的零食，發文者對於松青超市零食的喜愛會直接傳達、影響其他的網友媽媽們。

整體操作完後的成效預期(質化)

D+1月(紮根鋪陳期)

開始在網路上塑造 X X 超市的形象、曝光松青超市的產品，藉由知識+的操作讓優化搜尋引擎。

→讓網友開始了解 X X 超市的特色，並對 X X 超市產生好感。

D+2 ~ D+5(全面操作期)

論壇的議題配合youtube的影片，全面曝光讓網友對 X X 超市產生好奇、熟悉、認同感。

→讓原本的TA族群對 X X 超市更加認識而產生品牌忠誠。

→讓預定開發的客群(較年輕的族群)對 X X 超市產生好感進而成為 X X 超市的消費族群。

D+6月(最終加強期)

延續全面操作期的操作做加強，讓 X X 超市的特色和優勢加強置入性行銷於網友心中。

達到口碑行銷的最佳效果。

目前企劃議題的示意圖表。 切入的各目的

