

小農不可不知的數位行銷

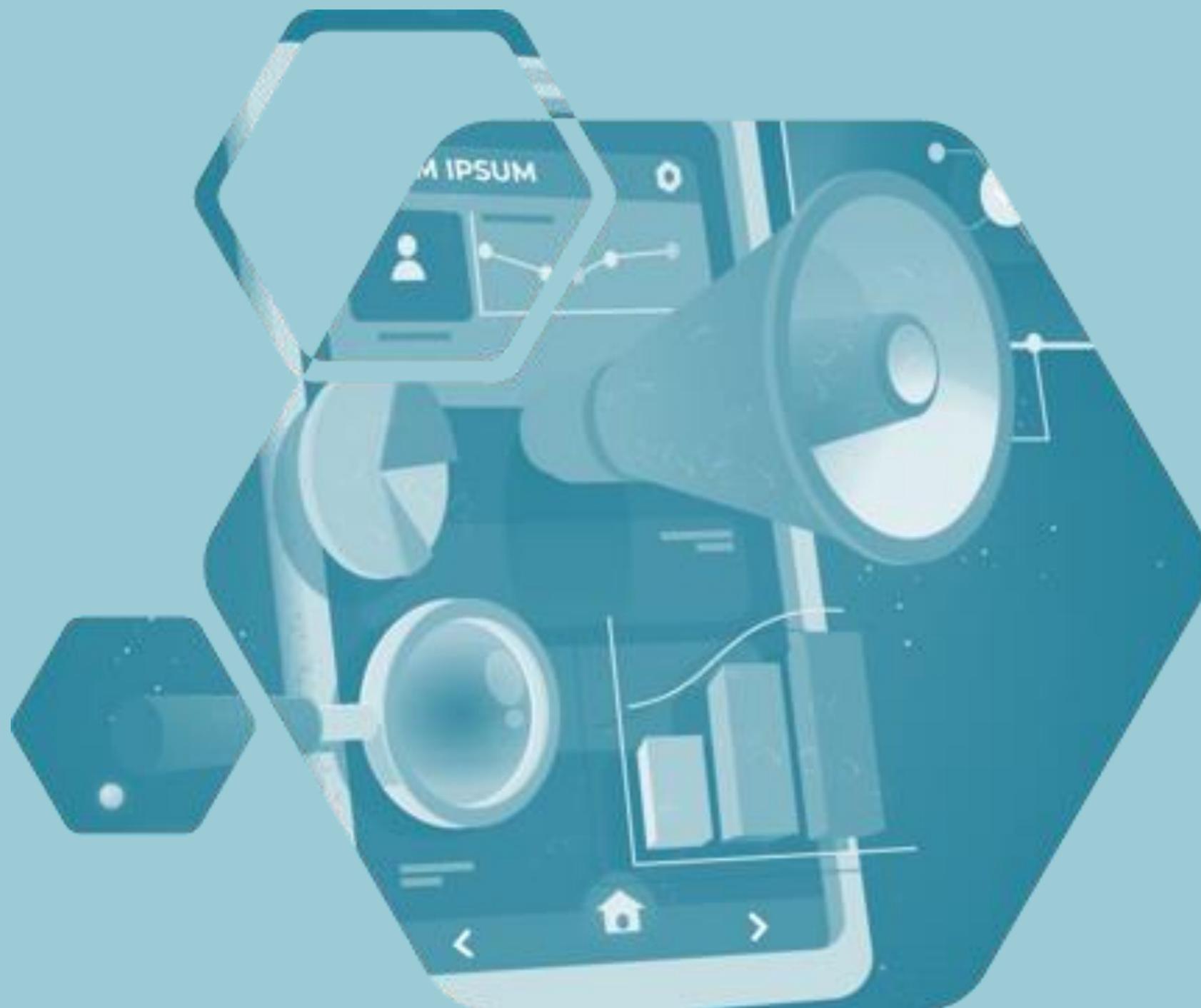


國興資訊

資訊系統整合商

IKS 目錄

- 國興服務介紹
- 數位行銷
- 社群行銷
- 網路購物平台
- 銷售解決方案



服務介紹



本著深耕多年的產業領域Know-how專精於資訊系統規劃及開發專業的實務，具成熟之軟體發展流程與專案管理制度。

在「流通業」、「政府會計」、「雲端與行動運用」及「智慧農業」等領域，累積各行業成功實務案例。

國興資訊股份有限公司

KNOWLEDGE & SERVICE INFORMATION CORP

關於我們



興農股份有限公司

- 1 | 玉美研究
- 2 | 台灣楓康超市
- 3 | 植物保護事業
- 4 | 國興資訊
- 5 | 塑膠事業
- 6 | 蘭花事業
- 7 | 興威(股)公司

生產端

 植物保護事業部

全台共276家供應中心
(農藥、肥料、農用資材和種子種苗)

服務30多萬農友

興農流作物栽培管理

通路端



好市多、家樂福、全家、
City'Super ...等各大通路

蔬果加工

食品團膳

零售端



全台共48家直營分店

中央配送物流中心

TAF認證專業檢驗中心

 國興資訊

智慧農業



系統整合



主要服務領域



政府財會

- 財務會計管理系統
- 基金會計系統
- 預算控制系統
- 視覺化圖表分析系統



智慧農業

- 作物健康管理
- AIoT物聯網之環境監控
- 農場供應資訊
- 食材供應資訊系統



零售事業

- 餐飲、量販前台POS系統
- 進銷存系統
- 線上、線下電子支付
- 雲端電子發票
- 視覺化戰情決策中心
- 網站設計、社群行銷規劃



數位行銷

基本概念



什麼是數位行銷

根據維基百科的定義：

數位行銷（digital marketing）為利用電腦科技和網路進行推銷的手法，於21世紀初期開始發展。

開始 數位 行銷

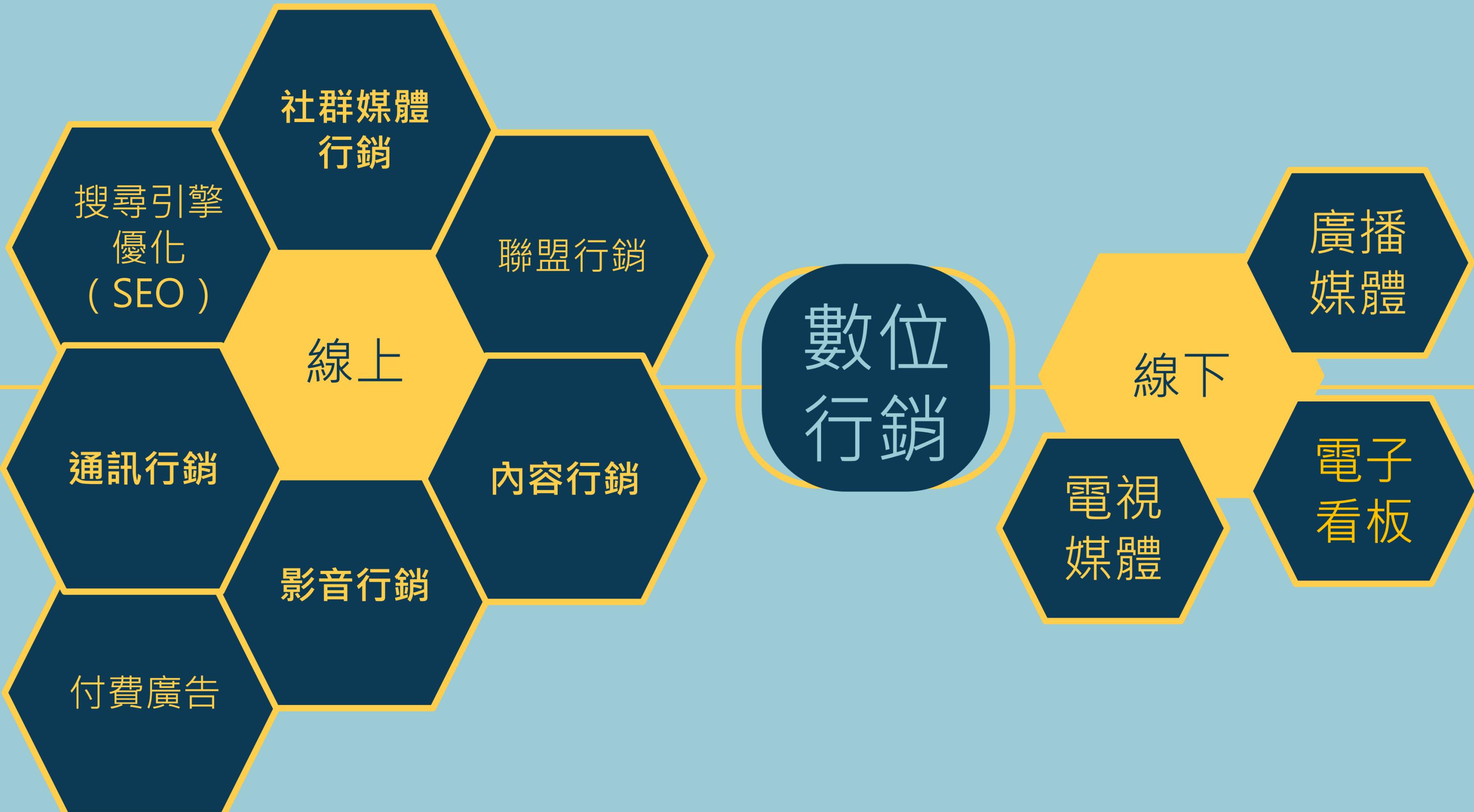
確定行銷目標

定義目標客戶

選擇行銷渠道

設定績效指標

進行調整優化





社群行銷

概覽



Designed by vectorpouch / Freepik

KNOWLEDGE & SERVICE INFORMATION CORP



掌握社群經營和網路行銷的本質才是關鍵，也能讓你在多種不同渠道上靈活運用。



podcast



HoliBear | 臉書 - 社群媒體之王



Facebook是所有社群媒體之冠

60.6%

的網路使用者都會使用。
(2018 Facebook)

HoliBear | Facebook月用戶



月活躍用戶達

27億

其中21億的活躍用戶
會每天登陸臉書
(2018 Facebook)



HoliBear | Facebook的商業用戶



在世界上有超過

8000萬

的小企業在使用
臉書粉絲專頁。
(2018 Facebook)



HoliBear | Facebook使用時間



臉書用戶每天會花大約

58.5分鐘

(2018 Recode)

HoliBear | 行銷人員愛用臉書



86%

的美國行銷人員
會用臉書進行行銷
(2018 Emarketer)



社群平台	Facebook
台灣用戶數	1,915萬
主要年齡層	35-65歲
行為與目地	接收來自親友間近況、外部新聞及新資訊；針對特定興趣主題發表意見。
	文案、活動、互動、直播、限動、社團

功能： 臉書上支援幾乎各種形式的內容。

利益： 行銷人員能觸及到他們的目標客戶，加強與粉絲間的連結。

收費廣告： 讓行銷人員掌握到寶貴的用戶資訊，以最省錢、省時的方式做宣傳。

近年來 FB 強打的社團功能更是匯聚了一群對特定主題有極強參與度的使用者，討論的內容從專業的行銷知識到寵物、運動、環保等都樣樣俱全。



HoliBear | 活躍Instagram用戶



Instagram每月有超過
10億

個活躍用戶，而其中有超過5億的用戶每天都會使用此平台
(2018 statista)



HoliBear | Instagram的影響力



Instagram是繼臉書後
第2大

互動率最高的社群網站
(2018 Emarketer)



HoliBear | 年輕人都愛Instagram

在十億用戶中，有
71%
的用戶年齡在35歲以下
(2018 Statista)



HoliBear | IG對購物的影響大

Instagram幫助
80%
的用戶決定
他們是否要購買一個
產品或是服務。
(2018 Facebook)



HoliBear | 用戶平均使用時間

Instagram用戶每天平均花
0:53
小時 分鐘
在平台上，而臉書用戶則花了
大約58分鐘。
(2018 Recode)



HoliBear | 企業也愛用Instagram



美國大約有
71%
的企業在使用
Instagram。
(2018 Mention)



HoliBear | IG對品牌的影響

83%
的Instagram用戶表示
他們會透過IG發現新的
產品或是服務。
(2019 Facebook)



社群平台	Instagram
台灣用戶數	874萬
主要年齡層	18-34歲
行為與目地	分享生活、建立品味與風格；追踪感興趣的KOL或是品牌
	圖文、影音、直播、濾鏡、高互動性

HoliBear | IG限時動態使用率



5億
的Instagram用戶每天都
會使用IG的限時動態。
觀看率最高的限時動態中
有1/3是來自企業帳號。
(2018 Instagram)



HoliBear | IG用戶追蹤品牌

50%
的Instagram用戶
至少會追蹤一個
企業品牌。
(2018 Mention)



HoliBear | Instagram互動率



Instagram是
4x
臉書的互動率。
(2018 Mention)





Line 是在台灣用戶數最多的即時通訊平台，故此也發展出了「社群」和「Line官方帳號」 功能幫助企業強化與用戶間之間的關係。

社群平台	Line
台灣用戶數	2,100萬
主要年齡層	20-49歲
行為與目地	即時聊天通訊、獲取商家促銷優惠和服務的捷徑

Line官方帳號是什麼



發布促銷訊息

一對一聊天

如同結交一般Line好友的方式，消費者主動將企業官方帳號加為好友，同意企業提供品牌資訊、商家優惠、活動消息給自己。





官方帳號 2.0

	企業帳號 	認證帳號 	一般帳號 
帳號意義	積極經營好友	通過審核的 合法企業/商家或組織	無限制
審核方式	LINE主動邀請	主動提出文件審核、 具有專屬ID	無需審核
其他	可被搜尋	可被搜尋	不可被搜尋



LINE官方帳號優惠方案

LINE官方帳號提供三種優惠方案，最低費用0元起。

	輕用量	中用量	高用量
固定月費	免費	800元	4,000元
免費訊息則數	500則	4,000則	25,000則
加購訊息費用	不可	0.2元	~0.15元 (請參閱加購訊息價目表)

訊息則數計算是以 (發送次數) * (目標好友數) = (總訊息發送數) 來計算。

*方案異動後遵循該方案的價格及訊息計算 (包含官方帳號月費與免費訊息對照表)。

LINE 官方帳號只有**群發訊息**與**Messaging API 進階功能的 Push API**會計費，以下訊息是免費的！

加入好友的歡迎訊息

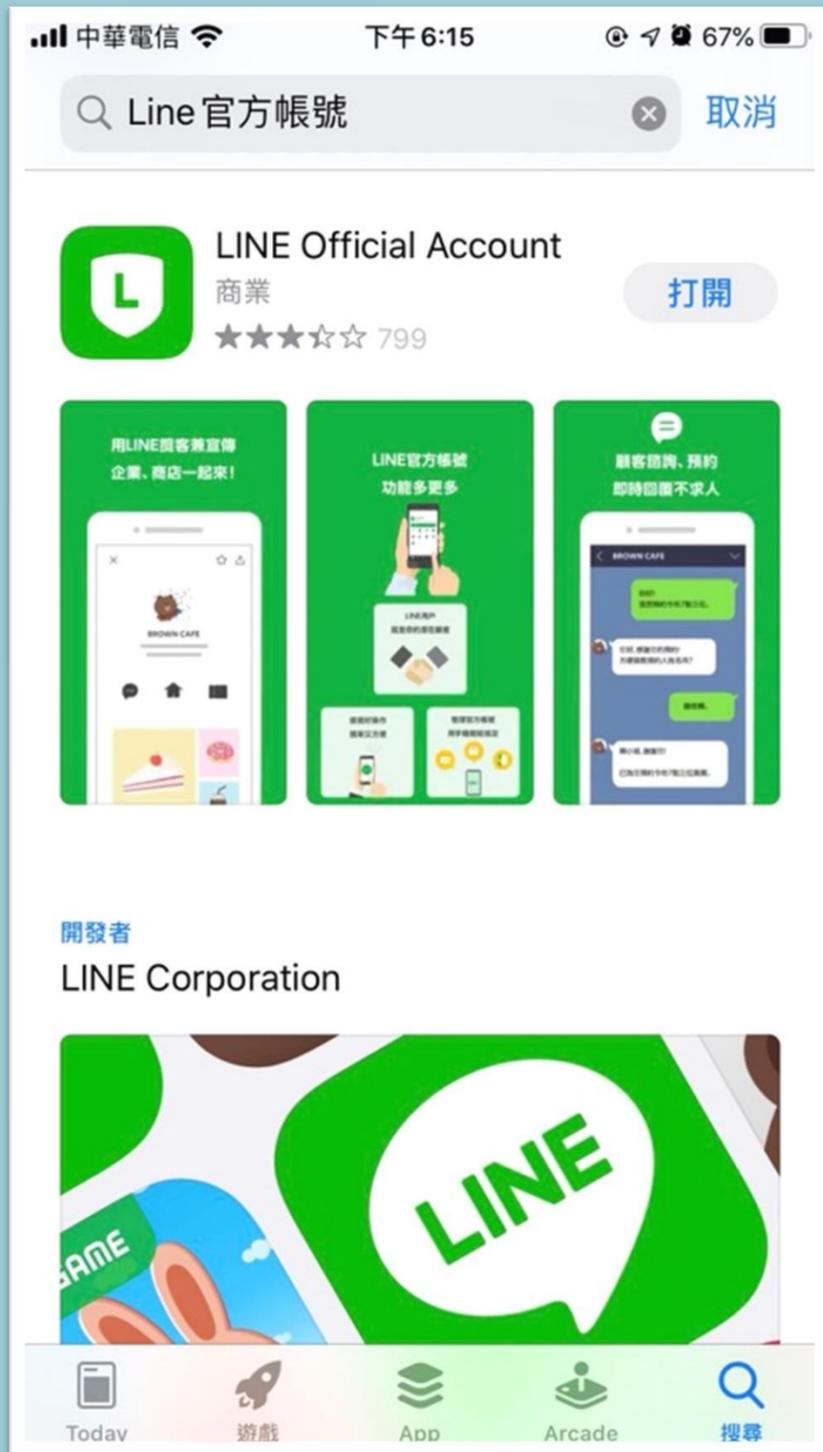
一對一聊天訊息

自動回應訊息與關鍵字回覆
訊息

Messaging API 進階功能
Reply API (自動回覆訊息)



進階應用



密植，在幼齡果園雖可以使產量增加，但是如未預留適當的株距，供應愛玉的充分生長空間，則於達到成年時，修剪整枝困難，同時在棚架上採收不易，產量亦不穩定，目前棚架式栽培已不推行，除非舊有栽培設施再利用，主要為成本考量。

我想了解其他知識種類

16:38

今天

請選擇知識種類?

14:34

種苗資訊

栽培管理

生理障礙

土壤肥

栽培記錄



田間氣象



作物知識



防治知識



愛玉官網



選單

我想了解其他知識種類

16:38

今天

請選擇知識種類?

14:34

已讀
14:35

我想要進行栽培記錄

前往栽培記錄

記錄

14:35

栽培記錄



田間氣象



作物知識



防治知識



愛玉官網



選單



使用率

98.7 %

59 %

95 %

使用者
輪廓

13 - 17 2.9 %
 18 - 34 42.4 %
 35 - 54 39.1 %
 55 up 15.6 %

13 - 17 5.4 %
 18 - 34 66.2 %
 35 - 54 25.7 %
 55 up 2.7 %

15 - 19 9 %
 20 - 39 47 %
 40 - 59 41 %
 60 up 22 %

 
 49.8 % 50.2 %

 
 46.2 % 53.8 %

 
 49.8 % 50.2 %

社群
經營方向



資訊中心



廣告曝光



特色照片



產品展示



活動宣傳



內容推播

內容行銷

通訊行銷

影音行銷

社群媒體
行銷

註 1：使用率資料為 TWNIC 2019 年調查；

註 2：使用者輪廓（Facebook / IG）為 2020年二月 Napoleoncat.com 之數據，LINE 為尼爾森 2016 年調查資料。



「Broadcast Yourself」

目前全球最大的影片搜尋和分享平臺，讓使用者上傳、觀看、分享及評論影片

HoliBear | YouTube月活躍用戶



月活躍用戶達
19億
其中21億的活躍用戶
會每天登陸臉書
(2018 Facebook)



HoliBear | YouTube對企業的重要性



62%
的企業使用YouTube
作為發佈影片內容的平台
(2019 YouTube)



HoliBear | YouTube是發現新產品管道



90%
的人說他們透過YouTube
發現新產品或是服務
(2019 Thinkwithgoogle)

Creator Academy



課程
在 YouTube 上開創一番
事業

課程單元 1
建立自己的事業

課程單元 2
定義自己的品牌並廣為宣傳

課程單元 3
經營規模較大的事業

課程單元 4
宣傳您的業務

課程單元 5
透過廣告宣傳您的頻道

課程測驗

HoliBear | 大家喜歡每天用YouTube看影片



每天，用戶總共花了
10億
小時在YouTube上觀看影片
產生了數十億的觀看次數
(2019 YouTube)

HoliBear | YouTube使用者愛用手機



有超過
70%
的YouTube觀看時間
是來自手機裝置的
(2019 YouTube)

HoliBear | YouTube以及手機流量



全部的手機網路流量中，就有
37%
是來自於YouTube
(2019 Statista)



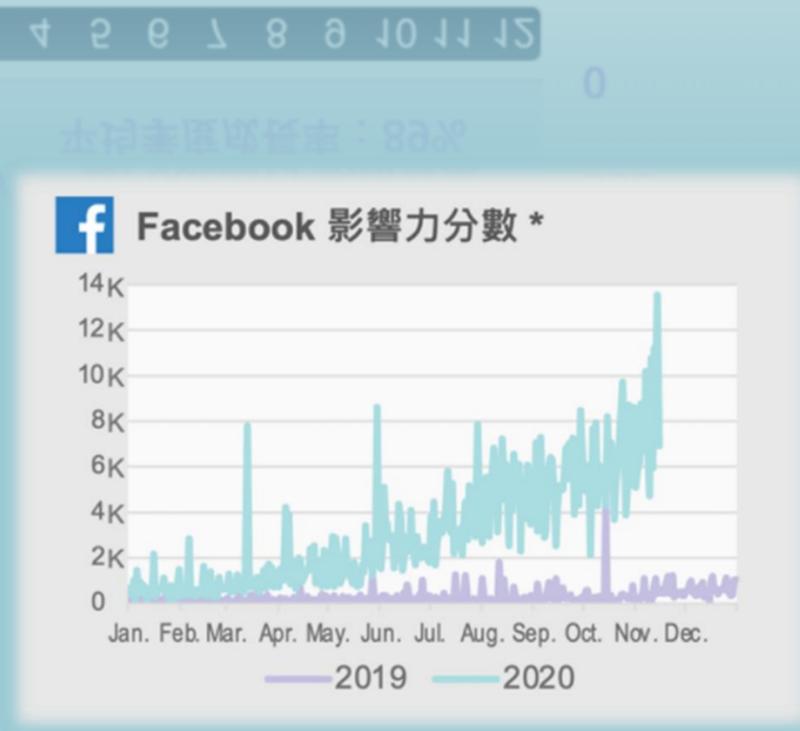
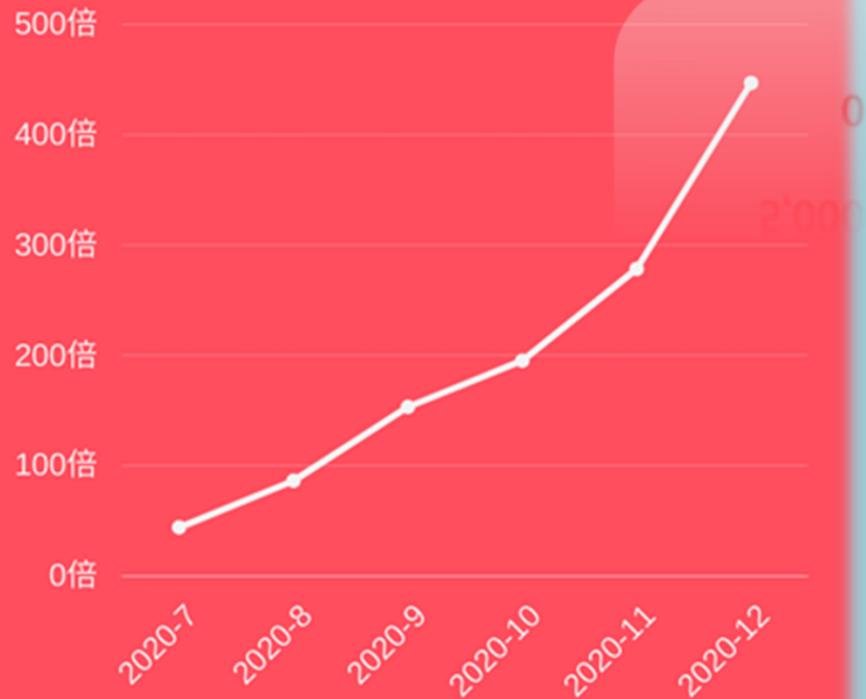


podcast

聲音的節目

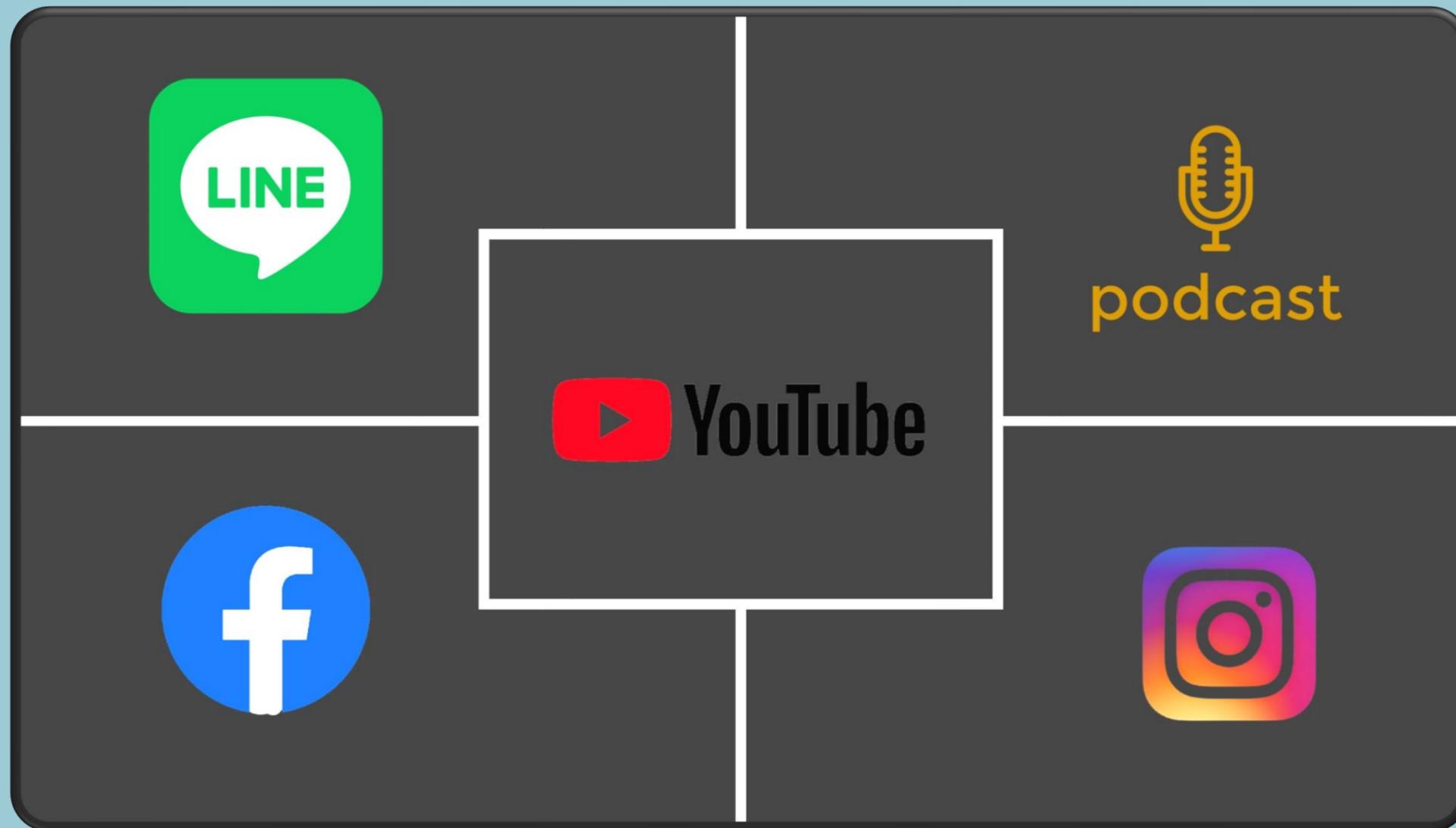
下載量成長

以去年一月為基準，去年十二月我們伺服器的 Podcast 下載數是它的 446 倍，和去年同期相比，今年一月的下載數更來到去年一月的 579 倍，在短短一年之間，台灣 Podcast 市場有了爆炸性的成長。



資料來源: <https://www.inside.com.tw/article/22524-podcast-2020-second-half-trending>

資料來源: Podcast 與YouTube 2019至2020年聲量趨勢(圖源:《2020年Podcast產業數據分析報告》)



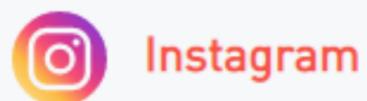
內容行銷

通訊行銷

影音行銷

社群媒體
行銷

您所在地區網紅排行榜



基本資訊	帖子數	粉絲互動率	粉絲數	Nox評級
  G.E.M. 鄧紫棋	3778	1.8%	671.44萬	
  na-na	1759	4.6%	337.68萬	
  ROG Global	2517	0.9%	267.77萬	
4  曾之喬喬喬	2055	2.7%	158.46萬	
5  蔡阿嘎	4752	2.1%	155.83萬	
6  那些電影教我的事	6196	1.4%	151.78萬	

與品牌聯名，讓IP變現

網紅結合形象IP，與廠商合作推出產品，是難度最高的導購模式。

代表網紅：雨揚、千千進食中

聯名、品牌

聯名、品牌

挾龐大流量，發起團購

網紅利用流量吸睛度及影響力，發動團購，可與廠商談分潤條件。

代表網紅：486先生

團購

團購

製作業配文，推薦商品

網紅不經手物流、金流，純粹以貼文導購並附上連結等方式，推薦產品給粉絲。

代表網紅：Hello Catie

轉單

轉單

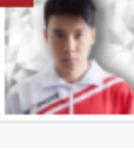
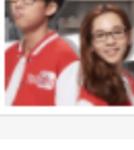
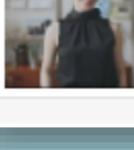
資料來源：愛卡拉 採訪整理：簡永昌



網路溫度計

時事網路大數據分析

口碑排名 / YouTuber

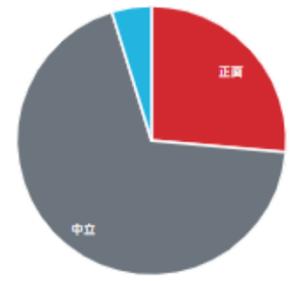
1		蔡阿嘎 >	網路聲量: 202,379篇	好評影響力: 10	正面 26% 中立 69% 負面 5%
2		亞洲統神 張嘉航 >	網路聲量: 187,171篇	好評影響力: 5.81	正面 8% 中立 84% 負面 8%
3		蔡桃貴 >	網路聲量: 151,791篇	好評影響力: 9.93	正面 26% 中立 69% 負面 5%
4		飄捍 館長成吉思汗 >	網路聲量: 127,219篇	好評影響力: 3.96	正面 11% 中立 68% 負面 21%
5		TOYZ >	網路聲量: 107,846篇	好評影響力: 5.95	正面 9% 中立 84% 負面 7%
6		阿滴英文 >	網路聲量: 81,569篇	好評影響力: 5.52	正面 14% 中立 72% 負面 14%
7		志祺七七 X 圖文不符 >	網路聲量: 80,766篇	好評影響力: 4.68	正面 12% 中立 71% 負面 17%
8		許藍方博士 Dr. Gracie >	網路聲量: 78,795篇	好評影響力: 6.44	正面 7% 中立 88% 負面 5%

蔡阿嘎 網路評分 (3021) 2.2 我要評分

查詢你的口碑排名 如何提升口碑排名?

● 本頁主題每日更新，分析近90日網路社群表現
● 分析期間：2021/05/20-2021/08/17

網路好壞度



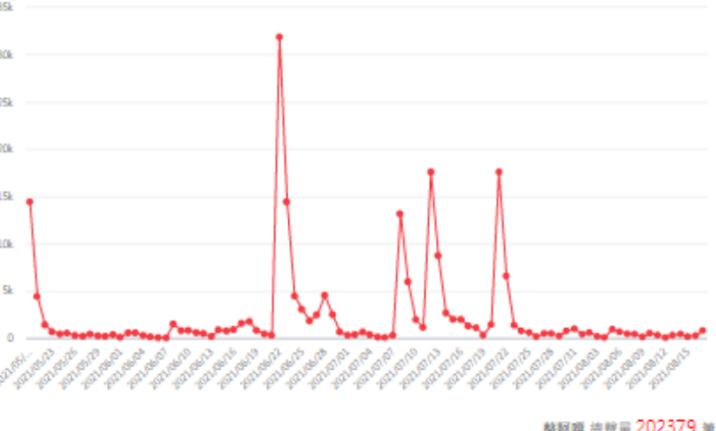
● 正面 26% ● 中立 69% ● 負面 5%

社群活躍度



● 社群關注指數 ● 網路媒體指數 → S/N

聲量趨勢



聲量 35k

蔡阿嘎 網路聲量 202379 篇

人物主題排行

- YouTuber
- 立法委員
- 地方首長
- 政治人物
- 綠島內閣
- 跨海網紅
- 數字天團
- 台北市議員
- 高雄市長
- 網紅藝人
- 圖文書家
- 新生代女界
- 政論名嘴
- 小鮮肉男界
- 人氣網壇

流量為王

客源



網路購物平台

分類



網路購物中心、商城、拍賣

	商城
代表業者	蝦皮購物、MOMO商城、PCHome
特色	依照平台步驟申請，即可成為電商賣家，過程較輕鬆簡單。
流量來源	商城經常會舉辦促銷活動吸引流量，賣家也可以額外付費增加在商城中的曝光機會。
成交手續費	較高
平台使用費	較低
金流物流	可使用商城提供的金流與物流服務。
限制	受限於商城規範，店面較無識別度，且無法取得會員資料。
適用對象	<ul style="list-style-type: none"> • 個人賣家 • 微型電商



- 交易服務費最低：拍賣約1~3%
- 交易服務費低：商店街3~5%
- 交易服務費中：商城5~25%
- 交易服務費高：購物中心24小時到貨 25%up ~ 50%
- 平台年費：約1~5萬
- 平台開辦費：約1~2萬
- 交易服務費：約1.49%~55%
- 活動贊助金：約2%~6%營業額
- 站內廣告行銷收費：Banner、SEO
- 倉儲費用：依貨量而定

網路開店平台

	開店平台
代表業者	91App、SHOPLINE、Cyberbiz、好開店、好店+
特色	配合不同平台屬性，商家可以依照需求，開設客製化的店面，整體自由度較高。
流量來源	商家需自行處理相關設定，並透過各式宣傳活動，自行開發客源。
成交手續費	較低
平台使用費	較高
金流物流	須自行串接工具(金流服務商/銀行)，或是依照開店平台屬性，串接相關服務。
限制	複雜度較高，對不了解網頁規則的電商新手較不友善。
適用對象	<ul style="list-style-type: none"> • 品牌電商 • 自帶流量的商家

	Shopify	91app	WACA	Shoptline	Cyberbiz	meepShop
平均每月費用(初階方案)	約870元	4,075元	599元	3,000元	2,500元	2,500元
成交抽成	0.5%~2%	5.5%	無	0~0.5%	0~5%	1.5%~0
商品數限制	無上限	30000	150~10000	1000~無上限	無上限	1000~無上限
試用天數	14天	不開放試用	30天	30天	30天	14天
一頁式商店	無	無	有	中階方案以上才有提供	最高階方案才有提供	全方案皆有提供
進階折扣模組(紅配綠、商品組合折扣)	需加價購買	無	無	無	最高階方案才有提供	全方案皆有提供
會員分級	需加價購買	有最高分5級	最高階方案才有提供	中階方案以上才有提供(最高分5級)	有	全方案皆有提供(不限分級數)
會員分級折扣	需加價購買	有	最高階方案才有提供	中階方案以上才有提供	有	全方案皆有提供
專人服務	線上客服	網站上線前有專人輔導，上線後轉由線上客服	有專人服務	線上客服	有專人服務	有專人服務

網路購物整單系統

	整單系統
代表業者	好賣+、賣貨便、ECPay收銀台
特色	由賣家分別提供網址給確定要下單的買家，並透過平台功能，整理訂單資訊。
流量來源	僅限於賣家自行開發的客源。
成交手續費	無
平台使用費	無
金流物流	依照整單系統，使用指定金流物流服務商。
限制	無電商頁面，需透過其他平台開發客源，再使用整單系統整理訂單。
適用對象	<ul style="list-style-type: none">• 直播賣家• 團購主





銷售解決方案

工具



線上線下整合

OMO



POS 取消訂單 ← POS 即時線上訂單通知



POS 接單

門市取貨、POS 結帳



POS 載入可取貨商品

客人門市取貨

門市取貨、POS 結帳



虛擬店鋪

定點取貨 or 移動取貨

- 餐飲、量販前台POS系統
- 進銷存系統
- 電子支付
- 雲端電子發票

消費者網頁下單

線上電子支付

線下現金 / 電子支付

- 線上訂
- 揪團訂

- 開團、結團到期設定
- 自動理單

線上電子支付

線下現金 / 電子支付

優惠團購來了~

柚園的柚子樹平均40年以上
每粒文旦皆是甜中帶酸
果肉細緻多汁

原價：350元 團購價：300元
開團起訖：2021/07/19 ~2021/07/20
20:00
取貨期間：2021/07/24 ~2021/07/25
20:00

訂購網址：<https://ebuy.ksi.com.tw/FC/n4MKg>
訂單查詢：<https://ebuy.ksi.com.tw/Order/List/>

享團購 Twin Go

【A點取貨】文旦5斤



柚園的柚子樹平均40年以上
每粒文旦皆是甜中帶酸
果肉細緻多汁

原價：350

1組：300元

剩餘數量：20

總購買數：0



麻豆文旦5斤

- 1 +

1組300

團購日:07/19~07/20
取貨日:07/24~07/25

已選 1 金額 \$300

訂購



享訂 share order



菓子燒 大慶雞蛋糕 小茶齋 雞排

小茶齋

暫無商品

購物車 (0)

分享给好友訂購



國興資訊

Thanks