

敢進步，就不怕淘汰！

# 網路決戰時代 企業生存戰略分享會

## 社群時代數位行銷術

吳彥霆  
直通國際首席顧問暨創辦人



# 內容

- 什麼是CRM？
- 什麼是數位行銷？
- 什麼是社群行銷？
- 如何開始我的數位行銷？





# 什麼是CRM?

# 一個小麵攤的故事 ~

傳統小生意，顧客多為街坊鄰居，做生意全靠老闆、老闆娘的一個人



# 為什麼要管理客戶的關係？

- CRM就是老闆做生意的生意腦

## 行銷方面

- 分眾行銷，每個顧客給的行銷方案都不同
- 更細緻的市場區隔

## 業務銷售方面

- 銷售歷史記錄
- 客戶分級精算成本，給予不同優惠

## 服務支援方面

- 提昇客戶滿意度
- 加強服內容
- 完整的客訴處理紀錄

會員資料及相關資訊

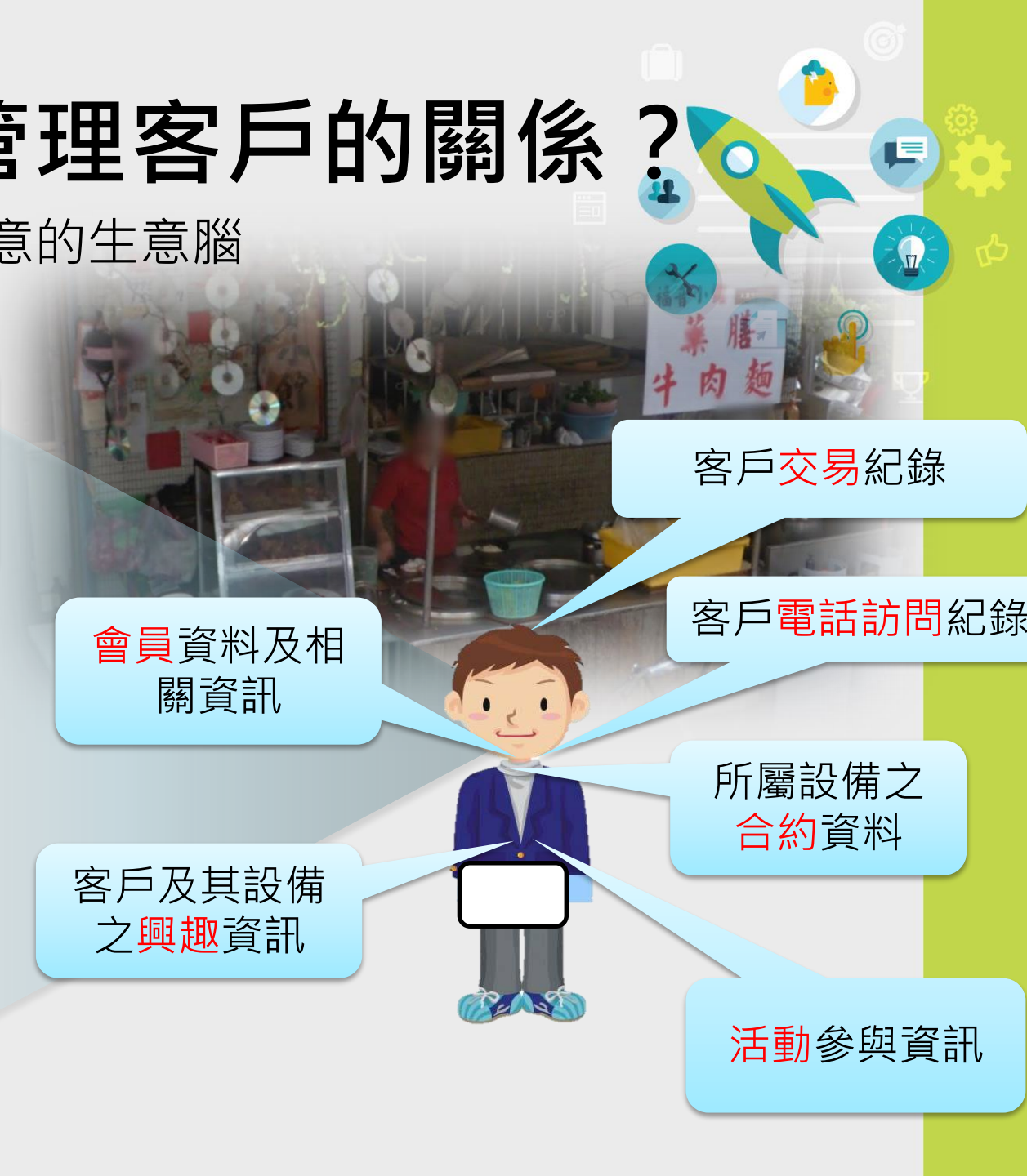
客戶及其設備之興趣資訊

客戶交易紀錄

客戶電話訪問紀錄

所屬設備之合約資料

活動參與資訊



# 什麼是CRM?

企業主要是透過行銷、業務、服務等三個主要組織功能和顧客、消費者進行接觸，每個接觸的歷程都需要被記錄來讓企業能掌握消費者的面貌

## 銷售

- 商機管理
- 潛在客戶管理
- 銷售管理
- 客戶資訊管理
- 競爭者管理
- 產品管理

## 行銷

- 行銷族群篩選
- 行銷活動管理
- 成效回覆及檢視

## 服務

- 客訴或案例管理
- 服務需求
- 服務資源
- 合約管理





**什麼是數位行銷?**

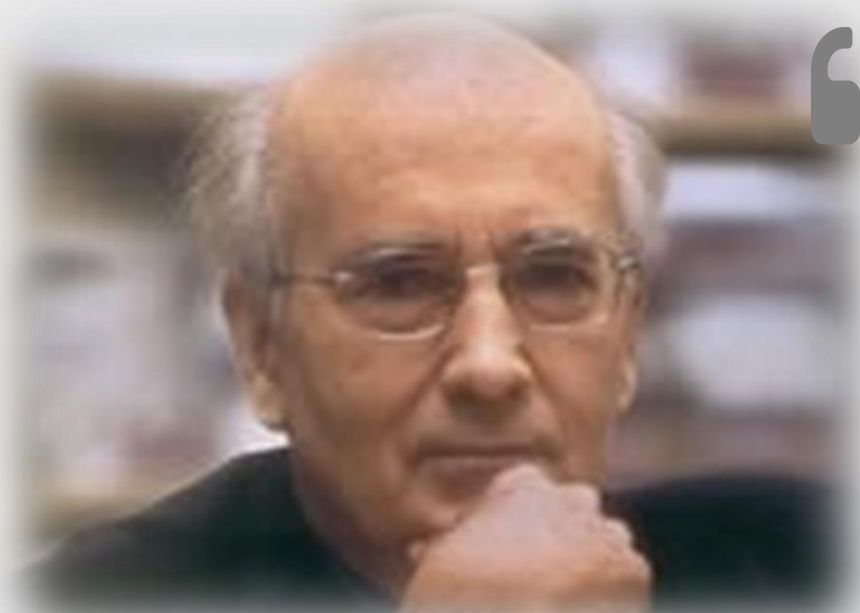
# 行銷的挑戰



“

你有一半的行銷預算都是浪費  
可怕的是  
你不知道是哪一半

”



行銷管理之父 Philip Kotler 博士



# 什麼是數位行銷？



- 數位行銷這名詞最早始於1990年代。而從2010年開始，數位行銷演進的更加複雜，並且被視為創造更深層並且具有互動關聯性的顧客關係的有效方式
- 利用數位媒體接觸並了解顧客需求的企業/商業活動
- 數位媒體包含了：
  - Email
  - SMS
  - Social Media
  - Mobile Apps
  - Web Site
  - ...



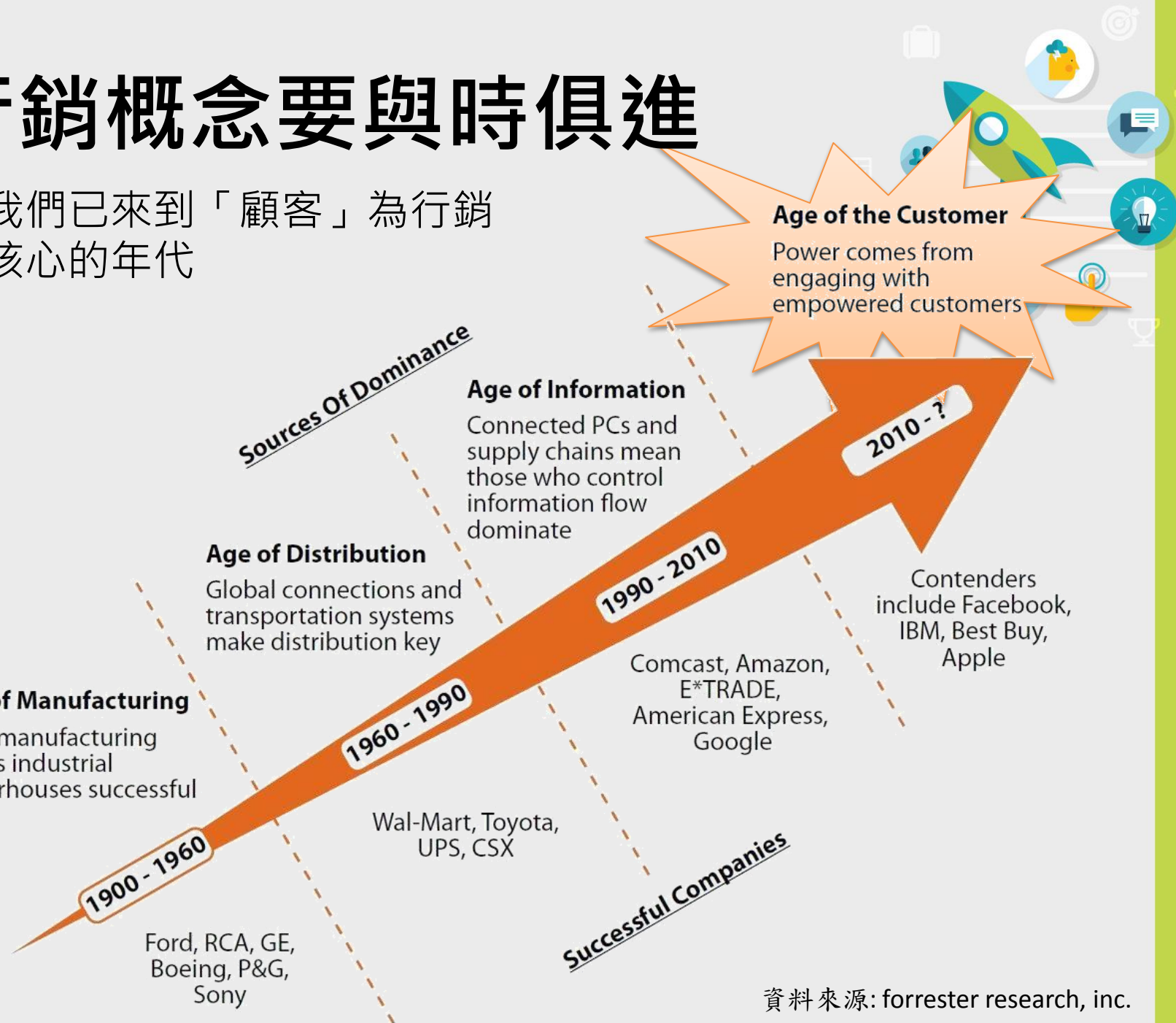
# 為什麼要數位行銷？

- 數位化的趨勢不可逆
- 未來消費主力的人口都會是滑世代
- 數位時代做生意要用數位頭腦



# 行銷概念要與時俱進

- 我們已來到「顧客」為行銷核心的年代



# Age of Customer 的行銷策略

- 能更精準的做  
水平/垂直分眾

分眾溝通

- 行銷亦需要和  
客戶能夠進行  
對互動話

雙向對話

- 掌握行銷投資  
效益

可測量性

- 多管道的管理
- 訊息的一致性

整合不同  
行銷管道



# 數位行銷管道效益

- 根據 Vocus 研究機構2014的調查顯示，在美國運用官網當作行銷管道，仍然是企業最普遍且成效最高的方式

Total Sample (Ranked on % Most Effective)	% Currently Use	% Most Effective
Website	86.6%	33.9%
Social Media	77.3%	24.9%
Email for marketing/promotion	65.8%	19.6%
Search engine optimization (SEO)	53.8%	16.2%
Email for customer service	61.3%	14.0%
Blogs and white papers	52.7%	13.4%
Videos and photos	54.6%	13.2%
Online store or other ecommerce solution	26.3%	10.9%
Online events (webinars and shows)	26.3%	10.1%
Paid banner ads on search engines and/or other websites	22.7%	9.8%
Email for prospecting	48.2%	9.5%
Paid search words	23.2%	8.4%
Mobile apps	18.2%	6.2%
Mobile/SMS communication	19.6%	3.4%





**什麼是社群行銷?**

# 數位行銷 vs 社群行銷

- 數位行銷可再分為拉動式行銷&推動式行銷

	拉動行銷(Pull)	推動式行銷(Push)
特性	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 由使用者決定要什麼，因此沒有內容類型或多寡的限制。</li><li>■ 不需要傳送內容的技術，僅需儲存/展現內容。</li><li>■ 不受管制，也不需要使用者註冊/登入</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 可以個人化 - 所接收的訊息可以根據特定標準進行設計</li><li>■ 詳細的追蹤與報表</li><li>■ 投資報酬高</li></ul>
範例	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Web Site (SEO)</li><li>■ Blog</li><li>■ Streaming (Youtube)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Email</li><li>■ SMS</li><li>■ RSS</li></ul>



社群同時具有拉動/推動的特性

# 社群行銷趨勢一： 廣告的投放

- 約8成的受訪者表示會持續在2014投入社群廣告



## Social Advertising

- 57%
- 23%
- 21%

2,328  
responses

## Digital Marketing Organization Areas of Focus

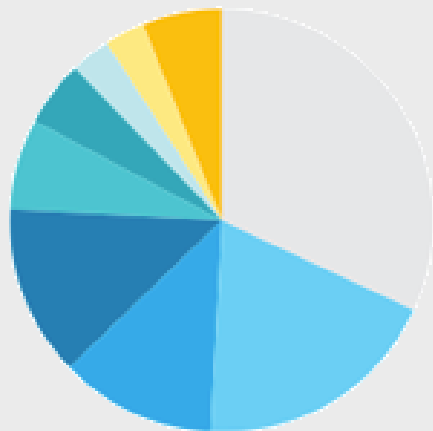


- We use today
- Plan to use in 2014
- Do not plan to use



# 社群行銷趨勢二： 社群&Email的整合

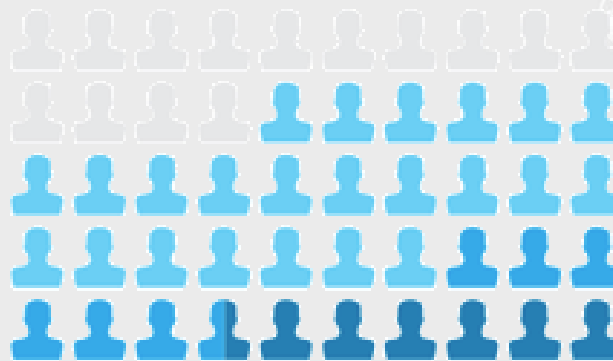
Annual Email Send Volume



- 32% Less than 100,000
- 19% 100,001 - 500,000
- 12% 500,000 - 1 million
- 13% 1 million - 5 million
- 7% 5 million - 10 million
- 5% 10 million - 25 million
- 3% 25 million - 50 million
- 3% 50 million - 100 million
- 6% More than 100 million

1,804 responses

Email Team Size



- 28% 1 person
- 46% 2-3 people
- 13% 4-5 people
- 13% More than 5 people

1,048 responses



# 社群行銷趨勢三： 社群行銷專屬的團隊

## Social Media Team Size



- 45% 1 person
- 40% 2-3 people
- 6% 4-5 people
- 8% More than 5 people

**974** responses



# 打造專屬的社群行銷術



## 聆聽法則

- 在社群裡人人都是主角
- 行銷者必須「少說多聽」
- 點燃有價值的討論引線

## 區隔法則

- 社群網站中的定位為何？
- 採取高度專注於特定區隔的策略
- 創造強大的品牌特色

## 品質法則

- 粉絲的質比量重要
- 創造有品質的社群內容的品質也很重要
- 創造有品質的忠誠客戶

## 關係法則

- 社群網站經營的是「關係」
- 需將粉絲以面對面的心情來對待
- 需能展現對社群經營的重視

# 小結

數位行銷&社群行銷需投入專職的人力來經營

- 繁雜的社群經營活動裡，應該要把重複性高的操作工作減少
- 把行銷管理報表的建置複雜性降低
- 要能彈性修改行銷內容，增加行銷反應效率





**如何開始我的數位行銷?**

# 立即採用Dynamics CRM

## - 具有行銷功能的CRM

擁有完整的數位行銷功能



**EFFECTIVE MARKETING  
MGMT**



**MULTI-CHANNEL  
ENGAGEMENT**



**DATA DRIVEN,  
CUSTOMER FOCUSED**



行銷資源、行銷預算  
管理



行銷活動、商機管  
理



客戶分群管理



工作流程引擎 &  
協同運作機制



數位廣告 & 社群  
媒體的整合



行銷動動分析



數位資產管理平  
台



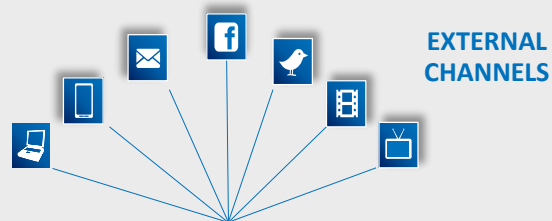
結合完整CRM功能及  
完整追蹤行銷活動ROI



使用者行為分析

# 行銷活動PDCA管理

支援行銷活動所需要的規劃、執行、評量的管理功能



# 為什麼要用Dynamics CRM?

使用Dynamics CRM做為數位行銷平台可以立即獲得下列優勢



Insightful

即時的資訊收集、使用者行為分析掌握使用者趨勢



Productive & Collaborative

分享資訊、協同運作、自動化執行提升工作創意



Multi-Channel

能夠執行所有跨數位管道的行銷活動，增加執行效率



Connected

緊密整合完整CRM各個功能，完整掌握客戶的互動過程



# Dynamics CRM的執行環境

DCRM使用者介面可以跨裝置；可安裝於企業內亦可安裝至雲端



## DEVICES



平板電腦



桌機



手機

## WORKLOADS



業務管理



行銷管理



服務管理



Extended CRM



Relationships | Interactions | Process | Insights  
Framework

## DEPLOYMENT



雲端



On-Premises

# 行銷活動儀表板

讓您對行銷活動所有要掌握的資訊一目瞭然



The screenshot displays the MarketingPilot dashboard interface. At the top, the browser address bar shows 'http://cmmptoday/Layout.aspx' and the page title is 'MarketingPilot - Web Server'. The navigation bar includes 'MarketingPilot', 'MARKETING EXECUTION', and 'CAMPAIGN MANAGEMENT'. The main content area is titled 'CAMPAIGN Super Campaign (100033)'. It features a form with fields for Status (Active), Code, Name (Super Campaign), Company (Company1), Division (Division1), Department, Program, and Description. On the right side of the form, there are fields for Start Date, End Date, Quantity (0), Category, Folder, Enable Automation (checked), Lead Scoring Model (test), and Objectives. Below the form is a 'Results' section and an 'Activities' section with a search bar and filter options. On the right sidebar, there are three widgets: 1) A summary widget showing '43'981 documents found' (1'418 per day) and '< 1% manually curated' (3.9 / 0 show uncurated). 2) A '3D Printing Mentions on an evolving topic - 3D Printing' widget with a line chart showing 6532 documents and 6086 mentions (-7%) from Feb 9 to Feb 23. 3) A '3D Printing' tag cloud widget with terms like 'create ear first fossil human-shaped incremental injections largest lives living new object pen production scientists technology using video world's'. At the bottom right, there is a 'Top Documents in Social Media' widget listing tweets about 3D printing.

# 客戶 → 關係 → 管理



\$\$ 利潤 \$\$

CUSTOMER ENGAGEMENT	Acquire			Retain		Grow	
	Social	Phone	Email	Chat	Web	Communities	Partner

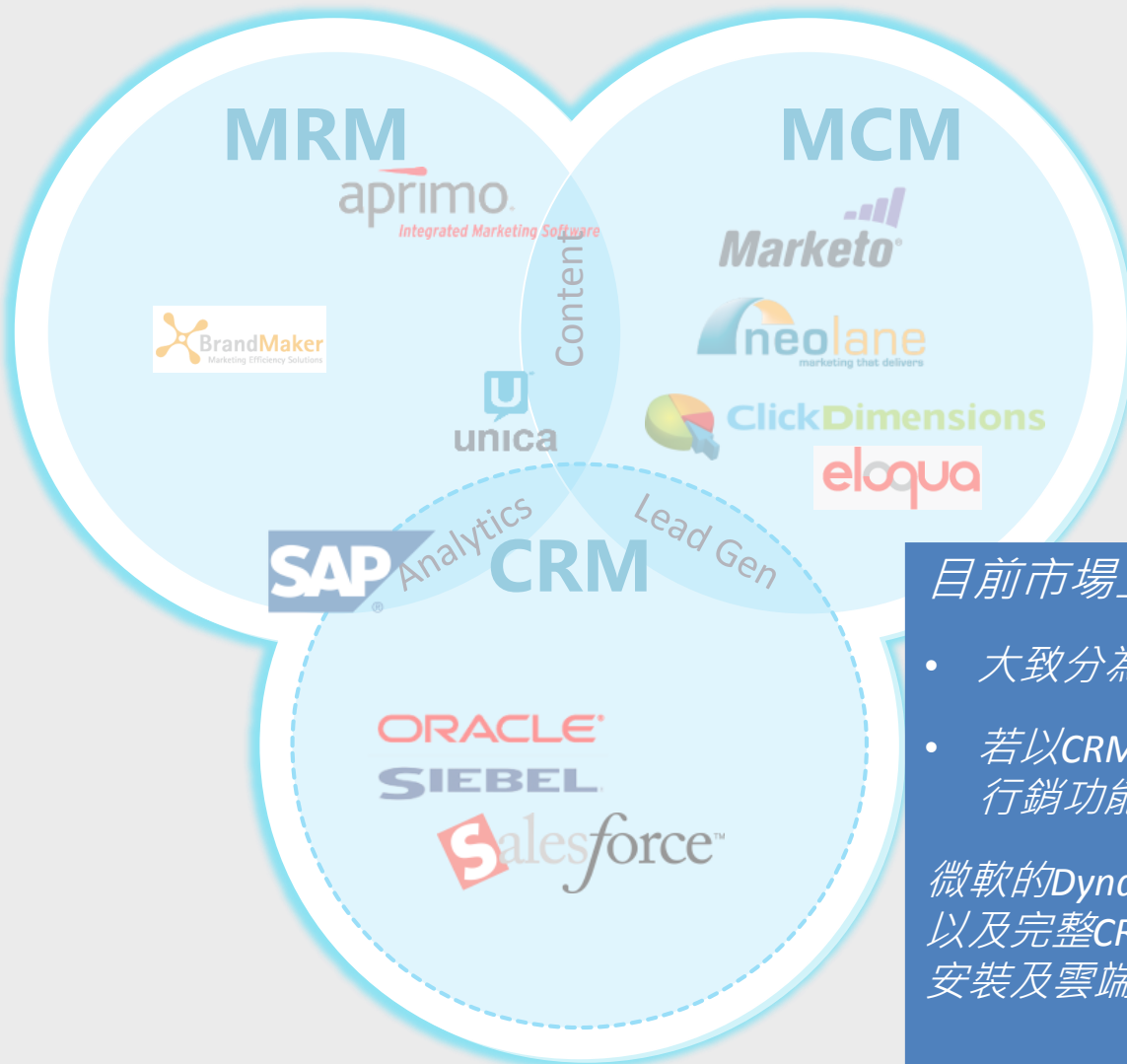
SALES	Revenue Performance
	Sales planning & Management
	Sales prospecting & collaboration
	Quotes, order & pricing Management
	Opportunity Management

MARKETING	Marketing performance management
	Multi-channel campaigns
	Digital asset management
	Resource management
	Brand management

SERVICE	Install base Management
	Multi-channel service
	Knowledge management
	Contact center Management
	Case management

CUSTOMER EXPERIENCE	Transactional profile	Networked Influence	Implied behavioral patterns	Loyalty & affinity
---------------------	-----------------------	---------------------	-----------------------------	--------------------

# Dynamics CRM的價值主張



目前市場上主要的網路數位行銷平台

- 大致分為MRM 或 MCM
- 若以CRM 為主要平台則無法提供完整的數位行銷功能

微軟的Dynamics CRM是唯一結合了MRM/MCM 以及完整CRM的解決方案，而且同時提供自建安裝及雲端平台

# Dynamics CRM 上雲端了

- Dynamics CRM於2014年10月已經上線了
- <http://www.microsoft.com/zh-tw/dynamics/crm-free-trial-overview.aspx>



想要導入 CRM 專案，如何評估預期效益再啟動？

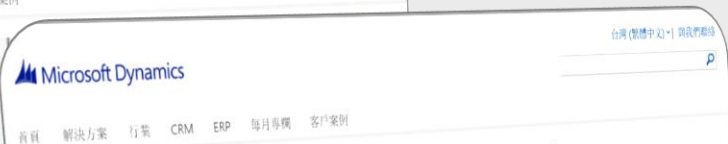
導入不同模組在這些效益方向所帶來的效果，可以做為公司導入 CRM 專案之預期效益參考值

## 擁抱客戶X企業社群

社群大趨勢  
串聯組織 凝聚力量 翻轉未來

在數位浪潮與社群時代下，企業社群、顧客關係越重要，不但改變企業對外與客戶、對內與員工的組織、營運流程與決策過程，影響企業的產品與外資源與共享資訊，以更即時、跨時空、跨媒介與品牌帶來更佳的產品力與更高的績效。

更多關於企業社群 Enterprise Social  
下載企業社群別刊



Microsoft Dynamics CRM 全球定價

無需填寫付費資訊，無需安裝任何軟體，施展 CRM 的強大威力。

- 1 透過 Microsoft Online Services 註冊，即可取得 25 個收件箱空間，兩者皆可免費試用 30 天。
- 2 透過 Microsoft Outlook 或網頁瀏覽器線上存取 Microsoft CRM。
- 3 使用精簡輕鬆輸入您的客戶資料。
- 4 尋找常用影片、參與度踴躍的使用者社群以及逐步指引，協助一切功能。
- 5 若能將 Microsoft Dynamics CRM 和 Office 365 相結合，

請記住：您隨時可以在試用期內取消訂閱並保留您的資料和自訂項目。



# ESi是CRM數位行銷的專家

## ESi數位行銷平台

- ▣ 整合各種數位行銷管道
- ▣ 接觸名單能反覆運用
- ▣ 數位潛客/商機的管理



謝謝

