

教育部全校型公民素養陶塑計畫(第三期計畫)

活動集錦

填寫日期：103 年 12 月 3 日

活動名稱/主題	專題講座/開店好幫手省錢賺錢大作戰講座
活動主要性質	☒ 學生研習 (☐ 高中職學生 ☒ 大學生 ☐ 研究生) ☐ 教師研習 (☐ 高中職教師 ☐ 大專校院教師) ☐ 開放各界參與 ☐ 其他，請說明
活動日期	103 年 12 月 3 日 (三) 時間：13:10~15:00
主要講員/性別	陳安中總經理/男
活動內容及目的	在 消費者對訊息更挑剔、對廣告接受選擇更聰明之下，內容行銷運用故事、圖片、影音讓廣告的框架變模糊；根據研究報告，78%行銷長認為客制化內容將是行銷的未來；70%消費者偏好透過文章而不是廣告來了解某品牌。 行銷人的問題不再是「行動市場有多大」，而是「我要怎麼搶攻低頭族商機？」，根據 2013 年第三季的資料，全球已有 1.9 億人用手機上網；在台灣超過 50% 的人用手機上網，其中在台灣超過 50% 的人用手機上網，每人平均一天看手機高達 53 次。行銷人必須跳脫以廣度和接觸次數；衡量行銷效益的傳統思維。成功的數位行銷必須持續和消費者互動，而這有賴於良好的企劃，以及針對這平台為何值得消費者；花時間留意提出明確主張。 本次講座主要透過洪大為主任精湛的演講灌輸同學：數位行銷是利用 3C 或數位媒體來進行的行銷手法，舉凡 EDM、簡訊、線上填寫問卷等，都是耳熟能詳的數位行銷手法，而所謂的數位行銷平台則是整合所有數位行銷操作手法與流程分析等相關行銷活動所需資源，協助提供完整化所有需求的組合呈現。 使用數位行銷平台可進行評估全面性資源成本、精準鎖定目標客群、效率化執行銷售手段、確實管理活動執行進度、分析回收活動成效、產製高效能成果績效報表，藉由數位行銷平台來簡化企業活動操作程序，加快執行流暢度與結案敏捷度以利後續評估，最終提升企業銷售業績以發揮最大成效。
參與對象及人數	學生 58 名；教師 1 名；社會人士__名。
男女參與比例	男性 15 名，女性 44 名，共計 59 名。
課程名稱	門市經營實務管理
其他補充說明	

活動照片：(請另外再附上照片原始檔至少 5 張)

課程名稱：門市經營實務管理 活動名稱：數位行銷及商業智慧之線上及時分析處理(OLAP Business Intelligence)

