

131個行銷用語

Astral Web Taiwan 歐斯瑞有限公司

行銷冷知識I. 認識Ambush Marketing — 偷襲式行銷



Ambush Marketing (偷襲式行銷) 是一種被廣泛使用的“偷吃步”行銷方式，在沒有花費贊助的情況下于特定場合/活動出現該廠商的商品，得到大眾關注並達到行銷效果，有時會導致爭議

2014年美國國家橄欖球聯盟球員Colin Kaepernick 因為在賽後媒體見面會上佩戴蘋果副牌Beat的耳機而遭到官方贊助商Bose(也是耳機製造商)的抗議，此行為被聯盟認定違反規定，而後Colin 遭到懲處並罰款。

另外，利用運動賽事等活動來行銷相關商品的亦稱Sport Marketing (運動行銷)。



131個行銷名詞...你都知道嗎?

行銷花樣千百種，書店內整櫃的行銷書籍可以告訴你許多不同的行銷術語，如果你曾經想過要將所有的行銷詞彙整理並將行銷這個專有名詞分層，整理的話，想辦法列出一個清單就對了！從最簡單的Search Marketing (搜尋行銷)，Email Marketing (電子郵件營銷)，Product Marketing (產品行銷)，Viral Marketing (病毒式行銷) ...下一秒等你回神過來，你大概已經列了好幾百個名詞了！

不在清單內的詞彙？

為了讓清單便於管理，作者決定僅歸納術語內以Marketing (行銷) 作為結尾的名詞，因此所有結尾為“廣告”，“品牌”，“公共關係”，“包裝”，“價格”，以及所有其他術語則不包含在此清單內。另外，作者決定屬於特殊小眾產業的行銷詞彙，例如西班牙裔行銷，或是千禧年營銷等同樣不會被列入討論，否則討論會永遠講不完！

行銷名詞清單的要件

此清單包含了所有在行銷方面符合策略制定，溝通管道，營銷風格，營銷結構的名詞，以及其他廣義並被廣泛使用的行銷名詞。每個名詞都會有一個簡短的說明以及連結，讓你更方便地查找名詞相關詳細定義。

歐斯瑞針對此篇文章挑出其中的78個精華行銷詞彙，另搭配同義詞，反義詞，以及行銷冷知識等共131個名詞，搭配淺顯易懂的行銷範例，讓你一次了解所有的行銷知識！

Account-Based Marketing (ABM) 以帳戶為基礎的行銷

主打將越多商品銷售給單一客戶，而非將單一商品銷售給最多消費者的目標行銷。公司以個人或有潛力的消費者（單一個體）為目標，以個體客戶，主帳戶群為基礎的行銷模式。

行銷範例：IT產業，如HP, Progress Software 等

更多請參考：

http://en.wikipedia.org/wiki/Account-based_marketing

Affiliate Marketing 結盟營銷

支付分支機構（如第三平台，公司/個人推薦）等將客戶轉至你的網站。（加盟服務）如：“邀請你的朋友加入會員即可獲得購物金折抵！”

類同義詞：Multi-level Marketing 多層次營銷，多採金字塔式的營銷方式，常見于直銷手法裡。

行銷範例2: 國內知名文創網站 Pinkoi

行銷範例3: 國外線上結盟營銷搜尋網：

<http://www.affiliatescout.com/>

Analytical Marketing 市場分析行銷

將每日營銷，客戶資料，商品資料等做數據化分析，並在其中找出熱銷模式，客戶喜好，討論話題等等轉換對應之營銷策略，成功吸引消費者。

行銷策略：借由分析網站頁面瀏覽量，停留時間，消費者查詢

詞彙等等，轉發次數等等找出客戶興趣，針對性營銷。

行銷範例：美國版的全國電子BestBuy, 于1997年後成功設立市場分析營銷模式。

類同義詞：Left-Brain Marketing 左腦（理性式）行銷



Article Marketing 文章行銷

撰寫相關文章來行銷商品/服務。

行銷範例：部落客之“葉佩文”

B2B(Business) Marketing 企業對企業行銷

企業對企業的行銷模式，透過提供公司內部商品資料庫，大盤商的優惠價格，以及相關激勵制度（如結盟營銷）來與企業客戶做緊密結合。

行銷範例：汽車零件製造商針對其下游廠商建制網站販售零件（輪胎，後照鏡，烤漆）等。

類同義詞：Industrial Marketing 廠商行銷，針對大盤商的行銷

副詞：Entrepreneurial Marketing 創業家行銷，針對創業新興公司，新通路進行相關行銷

B2C(Consumer) Marketing 商家對消費者行銷

企業對消費者的行銷模式，為一般最常見的行銷管道，也就是所謂的商業零售。

行銷範例：Yahoo拍賣商家對消費者，平價美妝網購等等。

行銷冷知識2. 認識藍海策略的

Expeditionary Marketing
冒險式行銷

冒險式行銷為設法建立公司產業新方向的一種行銷方式。通常見於創興產業。

行銷案例：蘋果電腦在2000年前被大眾認為是電腦公司，然而



於後來10年間他們所冒險發明的創新裝置iPod(2001), iPhone(2007), iPad(2010) 讓全公司發展到了一個全新市場。並為蘋果電腦帶來超乎想像的收益

于冒險式行銷下面建立的行銷手法如**Guerilla Marketing 游擊式行銷**，也是用於創興產業中，用高討論率的行銷手法，以低預算達到行銷效果。

上述兩者皆在**Non-traditional Marketing 非傳統行銷**範疇。

**B2P (Person) Marketing 商家對個人行銷**

為B2C的再細分行銷形式。針對個體的生活，興趣，團體等進行客製化行銷。行銷範例：客製化的EDM, 提供特定客戶所需資訊（如文章，影片教學等）

Behavioral Marketing 行為行銷

針對消費者在網絡上的行為進行分析營銷。

行銷範例：消費者於平價服飾網購連續購買了兩次“連身裙”，商家此時可針對連身裙以及其相關配件，價格區間相同等...條件，並針對此消費者做行銷。

Brand Marketing 品牌行銷

加強品牌形象，提升品牌知名度，使用行銷來加強消費者對於品牌的忠誠度。標語，口號，活動，週邊商品等等都是品牌行銷的一部份

行銷範例：蘋果迷，迪士尼，星巴克等等

Interbrand 2014 全球前100大品牌：

<http://www.bestglobalbrands.com/2014/ranking/>

Buzz Marketing 蜂鳴行銷

俗稱口頭宣傳營銷，即人與人之間的口耳相傳，做口碑。大部分的口頭宣傳營銷為自然營銷。

行銷範例：粉絲團，PTT，網絡平台的賣家評價等

類同義詞：**Word to Mouth Marketing** 口耳相傳行銷

類同義詞：**Undercover Marketing** 臥底營銷

類同義詞：**Stealth Marketing** 隱形行銷

Call Center Marketing 電話客服行銷

利用客戶來電客服系統的同時針對客戶的問題提供幫助，處理外，藉機進行行銷的服務。

行銷範例：客服中心，國外Zopim 線上客服系統

Campus Marketing 校園行銷

主行銷對象為學生，大專生，或是校園行政人員等。針對其興趣，科系，需求，生活等提出相關優惠。

行銷範例：電影院持學生證購票買一送一

Catalog Marketing 目錄行銷

此針對寄發相關商品目錄，電子目錄給消費者的行銷方式。

類同義詞：Newsletter Marketing 電子報/目錄行銷

行銷範例：電子報內的推薦商品，最新商品等

行銷範例2: 九乘九文具購物網之季節性目錄

行銷範例3: IKEA 型錄APP, 詳見 http://www.ikea.com/ms/zh_TW/virtual_catalogue/online_catalogues.html

Cause Marketing 公益營銷

指企業結合非營利組織（如基金會，公益團體等）進行相關活動，創造一種“正向文化”，讓消費者有“購買還可行善”的想法，借此達到行銷的方式。

行銷範例：如新NuSkin 的受飢兒滋養計劃，NTC計劃

行銷範例2: 7-11統一超商買東西隨手捐發票

Celebrity Marketing 名人行銷

讓名人成為企業形象主導人，為你的產品背書，強調良好的使用體驗等，吸引消費者購買。

行銷範例：陶晶瑩代言momo購物

行銷範例2: LeBron James 聯名Nike籃球鞋款

Nike & LeBron聯名鞋款網頁：

http://www.nike.com/tw/zh_tw/c/basketball/lebron-james

行銷冷知識3. 認識Black-hat Marketing 一黑帽行銷



行銷界的罪犯：黑帽行銷為使用不正當或不道德的手段欺騙搜尋引擎來達到高排名以及高點擊率的效果。

由於搜尋引擎隨時在更新相關防護規則，相關使用黑帽手法的網域含被永久禁用的風險，故此手法被許多行銷專家譴責，並強烈不建議使用。



Channel Marketing 廠商通路行銷

公司/工廠針對不同的廠商通路分別執行行銷並給予通路商特別優惠與資訊，常見的廠商通路有：大盤商，代理商，店家，常見的行銷方式以B2B為主。

行銷範例：Google針對代理廣告商提供相關廣告帳戶優惠

Closed Loop Marketing 閉環式行銷

為一種行銷的計算方式，根據ROI投資報酬率來計算長期銷售，並因此制定相關行銷方案。相關使用的工具有：CRM(客戶管理系統)，UI&UX消費者最適介面設計等

行銷範例：客戶A製作了一個購物網站並發現主消費者群為行動裝置使用者，公司內部提供兩種方案解決：製作手機APP,或將網站轉換成響應式介面 (Responsive Design), 行銷團隊計算兩方案之ROI投資報酬率後，決定使用響應式設計，並順利提升網站下單量。

Cloud Marketing 雲端行銷

使用雲端軟體技術Software-as-a-Service (SAAS)來進行開發，讓使用者在雲端可直接使用其產品或服務，達到行銷功能。

行銷範例：Adobe 雲端服務系統，Windows Office 雲端服務

你應該知道的Community

Marketing 社群行銷小訣竅

社群媒體行銷的管道多樣化，Twitter、Facebook、Google+ Instagram、Pinterest 等都相當熱門，我們深知社群的傳播力，可以將廣告廣泛地分享出去，卻不容易讓人覺得受干擾，以下提供相關小訣竅：

- 社群永遠放置一或數個連結回到您的網站



- 填寫有效的公司資訊，如電話，email，公司營業時間，地址等
- 有效的利用訪客參訪記錄去追蹤客戶，藉由個人檔案了解他們的喜好，進行分眾行銷
- 強調互動，可主動出擊回復客戶問題，點擊客戶檔案連結，回應相關主題等
- 禮貌請求服務過的客戶在社群上給予連結，可提供商業上的範例參考或評論等有效資源。
- 發表獨特（非抄襲，轉載）的文章，影片，以及評論。



Cooperative Marketing 企業聯合行銷

企業聯名行銷手法，常見于共同開發的產品，服務，以及聯名品牌等等。

行銷範例：7-11與Hello Kitty 限量聯名紀念商品

行銷範例2: Line 與消方塊遊戲Birzzle app 聯名推出新產品

類同義詞：Cross-Marketing 聯合行銷

Communal Marketing 社區行銷

與社區，社群，大眾服務做結合，藉由消費者的參與，回饋，以及活動的舉辦，讓消費者建立品牌連結，進而達到口耳相傳，建立品牌形象，根據消費者回饋調整的相關行銷方式。

行銷範例：魔戒電影導演Peter Jackson 于三部曲的修改中讓忠實的魔戒讀者議論，並產生廣泛的討論，一些相關評論以及相對應的再製版本於坊間流傳，不僅讓更多人進了電影院觀看電影（成功收益），更順利地達到行銷效果。

Community Marketing 社群行銷

藉由建立社群，粉絲團，線上討論區等來做行銷。為現今網路行銷最熱門的方式。

針對社群媒體的生命週期，stratechery.com 2013 年的文章The Social/ Communications Map中有精闢的解釋，或參考科技橘報的翻譯文章連結：

<http://buzzorange.com/techorange/2013/11/27/the-social-communication-map/>

Computational Marketing 計算行銷

針對大數據來分析行銷的一種模式，通常用在大型公司以及網路行銷上面。使用數據計算分析行銷俱有以下優點：

- 可針對數據優化廣告
- 可針對社群以及消費者行為優化行銷
- 可節省成本

- 可建立自動的市場行銷模式
- 得知有效的消費者資訊
- 可同時擁有多平台的分析

行銷範例：廣告商在建立廣告之初進行Google 與Bing 的點擊率 (CTR) 比較，用於廣告平台分析。

類同義詞：Data Marketing數據行銷， Database Marketing數據庫行銷， Data-driven Marketing 數據導向行銷

Content Marketing 內容行銷

針對網站內容進行優化，創建有效且吸引消費者的文章，資料，規格，商品資訊，公司形象等。

行銷範例：Infographic 製作，參考歐斯瑞網站資訊圖表頁面：

<http://www.astralweb.com.tw/infographic/>

Contextual Marketing 情境式行銷



情境式行銷廣泛地被網路以及行動裝置消費者使用。原理為針對網路消費者，行動裝置消費行為裏，針對訪客的特定資訊（如IP位置，可得知地理資訊；自什麼平台轉到此網站，點擊什麼廣告等）來提供不同的網站內容以及廣告進行針對性行銷。

行銷範例：歐斯瑞有限公司提供的Abandoned Cart 廢棄購物車系統，即針對已加入購物車卻未完成結帳動作的消費者/會員執行再行銷Remarketing.

前十大最佳聊天APP, 你都有了嗎?



智慧型手機的興起, 造就了聊天軟體的風行, 讓我們來看看2014年前十大聊天APP, 更重要的是, 他們都是免費的!

1. Whats App

2. Viber
3. WeChat
4. Line
5. Kakao Talk
6. Kik
7. Tango
8. Nimbuzz
9. Hike
10. MessageMe

(資料來源：eastday.com)

astralweb
歐斯瑞有限公司

Conversational Marketing 對話式行銷

與傳統式行銷Traditional Marketing不同, 對話式行銷著重在用“消費者慣用的語言”以及“消費者慣用的管道”來與潛在客戶做宣傳與行銷。于現今的市場行銷來看, 手機App, 社群平台, 討論區, 甚至是熱門部落格等都成為宣傳的新興管道。與消費者溝通的模式亦從原本的單向轉為雙向, 甚至多向。

行銷範例: 抓住消費者重度使用聊天APP的習慣, 在聊天APP內設置企業帳號, 定期發送優惠訊息, 甚至將聊天APP當作客服中心, 替客戶解決問題。聊天APP的貼圖亦可成為吸引消費者的誘因...一舉多得!

Conversion (rate) Marketing 著重轉換行銷

網站訪客流量多不代表成交量高, 如何將匆匆過客留住成為客戶增加轉換率, 是商家們極為重視的區塊。

利用大數據分析, WebMaster Tool 網站管理員工具, 以及A/B轉換率測試等提升網路行銷以及SEO優化, 達到精準行銷的效果。

行銷範例: 歐斯瑞有限公司針對其客戶Total Watch Repair 於五年內致力於CRO轉換率優化, 于2014年達到銷售成長近300%



Conversion Content Marketing 著重轉換內容行銷

為內容行銷Content Marketing與著重轉換行銷Conversion Marketing的結合，旨在藉由轉換不同的網站內容，排序，以及視覺上的設計等等來測試流量轉換，訂單轉換，表單填寫轉換，會員轉換率等等...是否能提升的一種行銷方式。

行銷範例：歐斯瑞有限公司針對其客戶Total Watch Repair 於五年內致力於CRO轉換率優化，並提供季節性的網站改版，數據分析，記錄等等，于2014年達到銷售成長近300%

Corporate Marketing 企業行銷

以企業走向，形象為導向的行銷方式，主要在企業俱有完整產品鏈的情況下採用

行銷範例：Lays 樂事洋芋片按季節性推出新口味，試吃比賽，結合品牌形象配合廣告達到行銷效果。新口味的推廣不是重點，重點為讓大眾消費者加深品牌印象。

Culture Marketing 文化行銷

以文化主流為輔進行的品牌行銷。讓消費者認同並購買產品。青少年文化，亞洲文化，主流文化，次文化等等根據消費族群的不同，可個別針對進行相關行銷。

行銷範例1：飛柔洗髮精廣告強調柔順的女性之美，符合亞洲文化對於女性美的要求。

行銷範例2：逢年過節的養生禮品廣告，強調中華文化敬老尊賢，孝順長輩的要求。

副詞：Diversity Marketing 多元文化行銷，即針對不同的文化觀眾群個別行銷

副詞2：Multi-cultural Marketing 多重文化行銷

Digital Marketing 數位行銷

針對網路，電子通路如電視，廣播等行銷方式的統稱。主要以網路為主。

行銷冷知識4. Controversial

Marketing 爭議性行銷範例

檢閱行銷的歷史，我們不難看到一些行銷手法過於“偏激”而導致爭議。無論行銷公司是有意或無心，廣告或手法的本身即因為爭議性造成廣泛討論，某種程度來說為順利達到了行銷效果，然而對於公司甚至是品牌的形象來說則通常是毀譽參半。

09年台灣網路遊戲<殺Online>製作了一組廣告系列，僱用當年電玩遊戲助理主持郭書瑤擔任女主角，該廣告以強烈的身體性暗示動作與清涼的服飾在當時造成了一股風潮，社會對其廣告物化女性的部分多抱持負面評價。

因為《殺很大》廣告受到一定回響，「殺很大」亦從廣告用語變成台灣的流行日常用語。受此影響，以「很大」的後綴詞語及語言符號亦在台灣普遍流行，例如「震很大」、「摸很大」、「醜很大」、「博很大」、「貪很大」及「賣很大」等等，連新聞預報將「沙塵暴來襲」也使用「沙很大」當作標題。台灣政論家南方朔甚至於2009年4月推論，

2009年的關鍵詞必然是源於

《殺很大》的「○很大」；因為該詞把台灣當今每件事情一定會弄成誇張離譜之極致的做法，很貼切的顯露出來。(Wikipedia)

在行銷方面，此廣告帶來了一股“性暗示”風潮，其後各遊戲廠商效法，據稱亦帶來了一定程度上的收益。

astralweb
歐斯瑞有限公司

Direct Marketing 直效行銷

不經由第三方傳統廣告媒體，如電視，廣播，或報章雜誌等通路進行行銷，而是直接對可確定位置的消費者行銷（店面，網際網路商家），常見的行銷方式有面對面溝通，電子郵件，或郵寄目錄。藉由經常性的直接行銷來與客戶建立長期關係

行銷範例：航空公司針對長途飛行的旅客提供VIP優惠或機票折扣。

相關的副名詞1：Direct Responsive Marketing 直效回覆型行銷，行銷手法用來刺激消費者立即回覆廣告活動相關訊息。

行銷範例：“立即播打這支電話享有半價優惠！“，

“優惠只到今天！“，“立即回覆此封郵件即可抽獎！”

相關的副名詞2：Door to Door Marketing 門對門行銷

相關的副名詞3：Field Marketing 現場行銷，同門對門行銷，兩者皆為業務登門拜訪之行銷方式。

相關的副名詞4：Street Marketing 街頭行銷

Disruptive Marketing 顛覆性行銷

藉由建立新規則，新科技，新制度，以及低價格來達到破壞，顛覆舊有市場，強調差異化，取代舊有規則的行銷方式。即所謂的“藍海策略”。

行銷案例：卡帶到i-Tunes 線上音樂播放器的興起（技術創新）

行銷案例：台灣某電視台之長壽劇脫序的情節，成功吸引觀眾目光（規則創新）

Drip Marketing 滴灌式行銷

將商品以及公司資訊一點一點灌輸給客戶，使客戶逐漸產生興趣的行銷手法。此行銷手法通常以時間表，購物流程，或消費者行為來當作計算單位，在不同的時間釋出不同的訊息吸引消費者，此行銷手法也通常為自動（預先安排好）的。

行銷案例：消費者購物後發送訂購確認通知信，內含下次訂購之優惠卷（並附上時間限制）。

Ethical Marketing 道德行銷



道德感也可以行銷？道德行銷就是利用一些常用的道德準則，社會規範等來行銷在這些準則下產生的商品。

行銷案例：房屋仲介主打孝親房，優質學區。

行銷案例₂：環保相關商品，服務

副詞：Green Marketing 綠色行銷，即主張提倡環保意識的行銷

Event Marketing 活動行銷

策劃活動如展覽，會議，研討會，園遊會，路跑等等並藉由相關商品，Logo展示，主辦夥伴，展場佈置等達到行銷效果。

行銷案例：台新金控主辦台灣區彩色路跑馬拉松The Color Run。 <http://thecolorrun.tw/about-us>

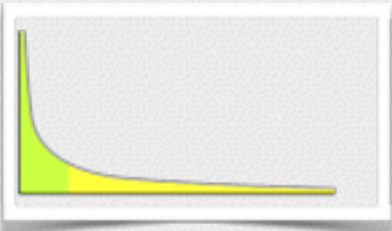
類同義詞：Trade show Marketing 展場行銷

Experiential Marketing 體驗行銷

通過看 (See)、聽 (Hear)、用 (Use)、參與 (Participate) 的手段，充分刺激和調動消費者的感官 (Sense)、情感 (Feel)、思考 (Think)、行動 (Act)、關聯 (Relate) 等感性因素和理性因素，重新定義、設計的一種

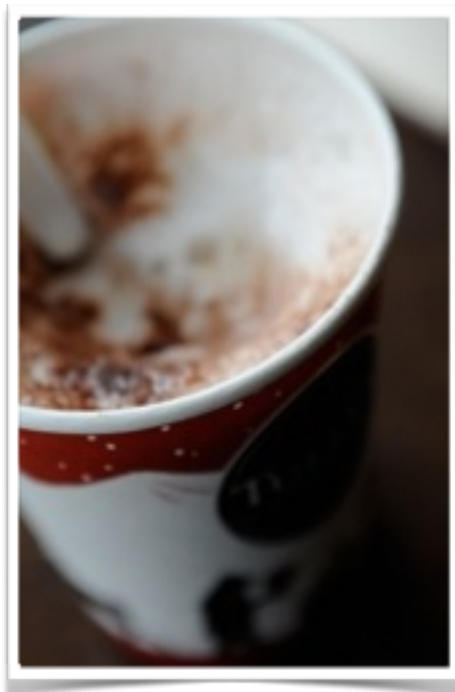
行銷冷知識5. 認識Long Tail

Marketing 一長尾行銷



長尾效應 (Long-tail) 在2004年美國線上雜誌Wired的一篇文章上引起廣泛討論。其理論在於網路世代的興起，商家們應該拋開傳統產業行銷著重于前20%熱銷商品的概念，而將行銷適當分配給其餘80%“長尾巴”低穩定銷量的商品上。此行銷模式被應用在線上零售平台如amazon.com, yahoo.com 等，案例如Amazon上面有將近過半成交的訂單來自于“冷門”物件。其相關因素我們可歸功于網路時代，資訊流通快速的時代下，人們傾向在Web上找尋一般商店可能找不到的，俱有獨特性，以及富個人意義的商品。

思考方式的營銷方法。這種思考方式突破傳統上“理性消費者”的假設，認為消費者消費時是理性與感性兼具的，消費者在消費前、消費中和消費後的體驗才是購買行為與品牌經營的關鍵。
(MBA智庫百科)



行銷範例：當咖啡被當成“貨物”販賣時，一磅賣300元；當咖啡被包裝為商品時，一杯就可以賣25元；當其加入了服務，在咖啡店中販賣，一杯最少要35~100元；但如能讓顧客體驗咖啡的香醇與生活方式，一杯就可以賣到150元甚至好幾百元 (MBA)

Facebook Marketing 臉書行銷

借由熱門社群平台Facebook來進行的行銷手段。

行銷範例：粉絲團，公司專頁，臉書投票，臉書活動舉辦

Geomarketing 地利行銷

針對消費者，商家，目標群眾的地理位置進行分析，製定行銷策略，以及計劃相關當地的行銷活動。

行銷範例：法國萊雅副品牌理膚寶水針對台灣區消費者的皮膚狀況策劃“敏弱肌女孩”行銷活動。

行銷冷知識6. 認識科學式行銷

Neuromarketing 神經營銷學

隨著科技的進步，行銷專家將行銷方法研究動到了自然科學工具上。利用MRI磁共振造影等技術來掃描人腦看到相對廣告，標語，以及圖像時所產生的變化，藉以制定有效的行銷方案。

Roger Dooley 科學式行銷專家利用知名HSThe Habit Loop (制約迴圈，老鼠聽到聲響便有食物吃，藉以養成老鼠聽到聲響便有動作的習慣。) 以電玩來做範例，在電玩遊戲中，玩家重複執行相同的動作（闖關），並得到升級或金幣，裝備等相關獎勵回饋，玩家長期停留在此循環中，並渴望得到更多獎勵，並願意花費更多金額來購買遊戲內商品。

這就是獎勵式行銷的基底概念，讓你的客戶不只有一個良好的購物體驗，而是讓他們不斷地再多個購物體驗中得到類似“獎勵”的自我肯定價值，並與你的公司和產品產生連結，就是一個成功的行銷方式。

行銷方式千百種，如上，**分析有效的資料數據，並根據數字來提供行銷策略 (Scientific**

Marketing 科學式行銷) 已被認定為最有基礎理論，最易成功的行銷方式，看到這，你有任何新的行銷想法了嗎？

Global Marketing 全球化行銷

找出產品與消費者的共通性，進行全球化行銷，使用于全球化公司，讓世界各地的分公司整合媒體資源，設定經營策略與市場定位，來消除地域限制並建立一致的品牌形象。

行銷範例：全球運送服務DHL, Fedex, 麥當勞, 可口可樂

Horizontal Marketing 橫向行銷

針對不同的族群，產業，目標群眾，創建類似但不完全相似的行銷文案來個別行銷。

行銷範例：購物網站針對年輕女性，結婚婦女，以及老年人發送規格相同但商品不同的電子型錄，並提供相同優惠折價卷

反義詞：Vertical Marketing 縱向行銷

Inbound Marketing 對內性行銷

以增建豐富的內容或會員中心的資源來吸引消費者/會員進行搜索，使用，來建立信任度，以此為基礎延續使用商家的相關服務，購買商品。

行銷範例：歐斯瑞有限公司的Youtube分享平台，教學文章支援

<http://www.astralweb.com.tw/resource/>

類同義詞：Pull Marketing 拉式營銷（拉近潛在客戶，讓消費者主動搜尋你的相關訊息）

反義詞：Outbound Marketing 對外式行銷，

又稱Push Marketing 推式行銷，主動提供制式化的廣告，廠商目錄，推銷電話cold call (telemarketing 電話營銷)，cold emails 等...較不易讓消費者認可產品訊息。

Influence(r) Marketing 影響者行銷

針對市場內幾個具有影響力的人行銷，並藉由其影響力建立產品信賴感，讓普羅大眾能夠快速地接受商品。常見的手法有名人推薦，專業雜誌介紹等等。

行銷範例：首映會後的專業影評，通常會影響票房結果。

Informational Marketing 資訊行銷

廠商，商家提供有用的，具教學（寓教於樂）意義的內容給消費者，建立品牌權威形象，並以此當作重點行銷

行銷範例：某化妝品牌提供正確的護膚步驟，或咖啡豆批發商提供不同種類咖啡豆適合的烘培方式等。

In-game Marketing 遊戲內行銷



在遊戲中置入的行銷資訊。

行銷範例：Google Play 裡下載的免費遊戲APP所跳出的廣告訊息。

行銷範例：知名電玩遊戲201K籃球競技內如實提供相關球員訊息以及熱愛的相關運動品牌等。

In-store Marketing 店鋪行銷

針對當地店鋪的位置所進行的行銷優惠

行銷範例：Rain Gutter Pros 為一家南加州販賣並安裝屋頂排水設施的廠商，根據客戶性質，特別針對南加州地區的部分提供相關資訊以及行銷優惠。

行銷範例2: 國外知名當地商家搜尋評論網yelp.com

Integrated Marketing 整合營銷

“關注消費者走向”的一種統整行銷方式，將所有商品或服務有關的訊息來源加以管理，統整。不管是一般的廣告訊息，與客戶的溝通，促銷，公共關係，社群，購買流程，技術，財務，資源開發等等取得一個一致性的信息來進行總體傳播，達到明確，一致的行銷效果。

行銷範例：BMW 2014 12月推出My BMW Story 活動，讓消費者可在社群網站上貼下車款心得故事。另12月份在各大電視台積極播送影像廣告，配上全車系優惠，買就送行車記錄器等促銷訊息，搭配財務分期專案，保險專案等。結合預約賞車活動，以BMW與生活品質結合的概念進行整合行銷，吸引消費者參與。

Interactive Marketing 互動式行銷

與潛在的購買者進行互動達到行銷效果。

行銷範例：線上客服，社群互動，展場內Showgirl 展示等相關活動等。

Internal Marketing 內部行銷

對自己的員工以及同事進行行銷。主要好處有強化公司理念，提升員工認可度，並創造品牌與個人的聯結。

行銷範例：UPS 國際貨運公司按節慶贈送員工相關辦公室用品，如記事本，手帳，簽字筆等，上面印著UPS的標語以及Logo。

International Marketing 國際行銷

以Globalization 全球化為前提的行銷方式，主張行銷手法不侷限于當地，相同的優惠，促銷模式，或是廣告可跨國展示。國際行銷也可用在兩企業聯手超越地理位置來做的行銷活動。

行銷範例：Coca-Cola可口可樂在全球統一推出無糖系列。

類同義詞：Global Marketing 全球行銷

行銷小訣竅：Google Adwords 到底怎麼計費？

* 歐斯瑞有限公司為全台少數通過Google Adwords認證的合作夥伴。

Google 搜尋引擎，互聯網，以及相關合作夥伴等囊括了百分之九十的網路市場，其推出的廣告加值Google Adwords服務

(屬Search Engine Marketing 搜尋引擎行銷) 的需求隨之大增，亦是商家著重的行銷服務之一。然而Adwords的系統機制複雜，到底怎麼計費，怎麼評估成效？以下介紹幾種Google Adwords最常見的計算方式：

- CPC單次點擊出價：曝光不需支付任何費用，以點擊次數計價。以增加網站流量為主要的行銷目標
- CPM千次曝光出價：曝光一千次算一次費用，以大量曝光，宣傳為主要行銷目標。
- CPA單次轉換出價：針對轉換率(成功訂單，成功表單填寫)等計價，以增加轉換率為主要行銷目標。

若有任何其他Google Adwords問題，歡迎來電洽詢！



Keyword Marketing 關鍵字行銷

針對商品，產業，服務的相關關鍵字調查並進行讓關鍵字產生品牌連結，為網路的SEO (Search Engine Optimization) 關鍵字優化的主要服務。

行銷範例：Google Keyword Partner 歐斯瑞Astral Web 在台灣提供的站內SEO, 站外SEO 服務

<http://www.astralweb.com.tw/seo/>



Local Marketing 在地行銷

某商家服務會有地理位置的限制，在地化政策限制，或優先考量，針對地理位置的考量執行的行銷稱為在地行銷。

行銷範例：美國通用汽車GMC全球最大的汽車製造商，其分公司在德國則將品牌名稱改為Opel歐寶，帶有親切德國名字來做策略行銷。

類同義詞 Local SEO (在地SEO), 相關資訊請參照以下連結：

<http://www.astralweb.com.tw/local-seo/>

Loyalty Marketing 忠實者行銷

在市場區隔上，針對品牌或商品俱有一定忠誠度的消費者(回購至少一次以上)所做的行銷方式。在網路上最常見于會員等級制度，以及優惠積點制度等。

何謂Responsive Design

RWD 響應式設計?

你知道台灣網站平均有超過60%的使用者利用行動裝置（手機、平板）購物嗎？由於行動裝置的螢幕大小和電腦有落差，為了讓使用者瀏覽方便、操作便利，響應式網頁設計可以自動調整版面，適應任何螢幕大小；用不同型號的手機、平板電腦瀏覽圖片、文字時，網站不會超出版面，功能選單配置也能符合螢幕的介面，做出與電腦網站不同的設計，讓使用者於一個版面就能進行點選

行動商務(Mobile Commerce)的崛起，要打入行動市場，勢必要在行動裝置下點功夫；尤其購物網站，特別注重簡單即時的訂購方式，響應式網頁設計能加強行動裝置在購物流程的便利性，讓消費者不論是在電腦、手機或是平板電腦都能輕鬆訂購商品！

該行銷概念通常搭配相關激勵制度，如

Affiliate Program (2)結盟制度

Referral Marketing 推薦行銷來招攬新會員/ 購買者

Multi-level Marketing 多層次行銷，一個拉一個，一個拉多個的行銷手法

Mobile Marketing 行動裝置行銷



鑑於行動裝置使用者逐年增加，針對這些消費族群對於行動裝置的使用習慣來改善購物界面以及相關行銷手法稱為行動裝置行銷。

符合行動裝置的瀏覽介面：APP, RWD Responsive Design (響應式設計)

行銷範例：台北市咖啡廳打卡按👍拿優惠

Multichannel Marketing 多管道行銷

採“多管齊下”的行銷手法，利用各種行銷管道來將產品資訊傳遞到客戶端，屬於整合行銷。

Niche Marketing 利基行銷

指企業在已有的市場絕對優勢下基於完善相關服務所提供的行銷方向。相關方式有專業化經營，品牌意識的灌輸等等。

行銷範例：律師事務所的法律諮詢，並針對財經，刑事等部門設置專業諮詢部門，並打造“知名事務所”的形象加深客戶信賴度。

行銷範例二：企業打造了針對飯店管理所提供的客戶管理系統，並針對飯店業行銷相關軟體。

類同義詞：Vertical Marketing 縱向行銷，針對單一市場或產業提供的完善服務，並以此服務為主打行銷。

Personalize Marketing 個人化行銷

針對特定客戶的行銷方式，主要為鎖定該客戶意向，將客戶與其他客戶做出區分，並與其互動，針對客戶的特定需求給予相關服務，資訊，優惠等等。

行銷範例：直銷路上銷售，帶回公司進行相關產品試用行程等，此特定的行銷方式又可認定為Out-of Home Marketing 公共場合行銷

類同義詞：One-to-One Marketing 一對一行銷

Online Marketing 網路行銷

概述針對在網際網路上的行銷手法。

類同義詞：Web Marketing, Internet Marketing, New Media Marketing.

Performance Marketing 表現評估行銷

又稱作Performance-based Advertising. 指消費者只有在評估所購買的商品或服務具有相關成效，達到標準後才付款的模式。

行銷範例：Google Adwords 付費廣告中的CPM, CPC模式

Permission Marketing 准許行銷

由行銷專家Seth Godin提出的一個新理論，主張在資訊爆炸的時代，過多且不需要的行銷資訊會造成消費者反感，故行銷策略需考慮“消費者允許程度”來適時的提供資訊以及相關優惠。

行銷範例：Opt-in Email 選擇性的訂閱電子報功能。

什麼是廢棄購物車Abandon Cart?

Abandon Cart 廢棄購物車為一種追蹤並創造回流客源的模組，應用在Magento, Wordpress, 以及其他購物網站上。

其運作的原理為，會員A將商品B加入購物車後，未完成結帳動作即離開。模組根據創建的規則于購物未完成後的X時間內發送產品相關資訊，優惠卷，或其他等等促銷訊息來提醒消費者回去完成訂單動作。

反義詞：Interruption Marketing 干擾行銷，網站干擾式的pop-up 彈跳式視窗，強迫觀賞完畢的影片行銷等。

Persuasion Marketing 說服行銷

為利用消費者心理學提供有效的行銷方式潛意識“說服”客戶購買商品或使用服務。在網際網路的世界，說服行銷則可利用在網頁介面的設計方式，著重在購買過程內什麼樣的資訊以及介面會促使消費者在瀏覽網站時根據已經計劃好的網站流程完成購買。

行銷範例：SEO 搜尋引擎優化服務。根據消費者心理學研究指出，消費者在瀏覽搜尋網站的資訊時不會點擊超過三個搜尋頁面。另外有百分之九十的點擊發生在第一搜尋頁面。由此可知將您的網頁放在關鍵字排名的第一頁對行銷來講有很大的幫助

Point-of-Sale Marketing 結帳前行銷

意指在顧客完成結帳前的最後一次激勵購買的行銷方式。

行銷範例：網路購物車頁面的加價購功能，超市收銀台前的一些小型商品，雜誌等。

Post-Click Marketing 點擊後行銷

主張消費者因為廣告等產生興趣點擊後的登入頁面的設計，是一個讓消費者停留在網站/繼續瀏覽/產生購買欲望的重要因素。

行銷範例：商家使用Google付費廣告建制了一則“情人節玫瑰花特價”的廣告，消費者進行點擊後進到了網路花店的首頁並看見各種花卉的販售。消費者進到首頁後，點擊了各式花卉—玫瑰花專區—特價專區—進行購買：以上的方式利用點擊後行銷的概念改善如下：

正確的方式為：商家使用Google付費廣告建制了一則“情人節玫瑰花特價”的廣告，消費者進行點擊後進到了玫瑰花特價專區的頁面，點選想要的優惠並立即進行購買。此方式大大的減少消費者因找不到正確資訊而離開網頁的比例，即增加訂單轉換率，減少廣告支出。

PPC Marketing 點擊行銷

PPC (Pay-Per Click) 點擊行銷為吸引消費者點擊相關資訊（網站廣告，社群，評論點擊）等收集資訊，增加流量，以及增加人氣等相關行銷方式。

行銷範例：臉書的點擊按讚，Yahoo, Bing, Google 等平台的廣告點擊增加流量等

Product Marketing 商品行銷

泛指針對商品的行銷。

行銷範例：Coca Cola 針對新產品無糖可樂的行銷策略。

Promotional Marketing 促銷行銷

泛指所有以促銷商品，提升品牌形象為導向的行銷方式。

Proximity Marketing 就近市場行銷

又稱作Hyperlocal Marketing，意指使用電信通訊等技術送出行銷訊息到行動裝置。讓在商家附近的消費者可以得知商家資訊。

行銷範例：Store Locator 電子地圖，Ikea 全球連鎖傢俱工廠針對台灣地區所提供的優惠卷等等。

Real Time Marketing 實時營銷

實時營銷是指根據特定消費者當前的個性需要，為其提供商品或服務，該商品或服務在被消費過程中可自動收集顧客信息，分析、瞭解消費者的偏好和習慣，自動調整產品或服務功能，實時地適應消費者變化著的需要。

實時營銷是營銷概念系統內涵的發展，它與現代營銷的相同之處在於“以消費者為中心，以消費者需要為出發點，以消費者滿足為終點”；它們的不同之處在於實時營銷對消費者“需要”概念進行了新的定義：既包括當前需要，又包括未來發展變化的需要。因此，實時營銷中的“消費者需要”是一種“動態需要”概念。（MBA智庫百科）

什麼是資訊圖表Infographic?

Infographic就是資訊+圖表的結合，現代人接收的資訊過多，難以消化吸收，因此將複雜冗長的文字資訊，整合分析後製成圖表，加上精簡的文字敘述，就變成淺顯易懂的資訊圖表 (Infographic)。

資訊圖表的優點眾多，應用時機廣泛，除了公司內部製作報表、對外進行簡報都相當有用外，對網路行銷也有極大幫助。舉例來說，商家在舉辦活動時可將報名流程、活動資訊等，用活潑的圖像設計製成資訊圖表，一來可吸引大眾目光，引起話題；二來可精簡冗長的文字，方便大眾閱覽。

Astral Web擅用Infographic資訊圖表替客戶進行網路行銷，以活潑有趣的方式引導大眾，增加商家知名度。

行銷範例：人工智慧，產品智能化等等。

Relationship Marketing 關係行銷

泛指與客戶建立良好長期關係為基礎的行銷。

Remarketing 再行銷

為提高網站轉換率，掌握目標客戶，吸引那些造訪過網站的人，再次回訪的行銷手法。

再行銷有許多種方式，最常見的就是將廣告顯現於目標客群的瀏覽網頁，適時引起注意，引導他們再次進入網站。假設今天有人進入A網站，挑了兩樣商品於購物車，未完成結帳便離開網站；再行銷可以標記這位客戶，讓他在瀏覽網頁(需有支援廣告的網站)時，時時顯示A網站廣告，吸引他再次造訪網站，提升完成訂單的機會。

行銷範例：Astral Web為再行銷(Remarketing)專家，能幫助您鎖定目標客群，並可依網站性質篩選客群，例如：性別、年齡、興趣等。如果今天有間女性服飾網站，專售20-30歲女性的衣物配件，進行再行銷時即可設定女性、20-30歲的條件，吸引她們前來網站進行購物。

Reply Marketing 回覆行銷

泛指針對客戶發送個人化訊息，或誘使客戶發送類似訊息給商家以創建立即的利益(訂單)或開始建立良好的關係。

行銷範例：電子廣告“現在就播打電話”，“立即行動”等相關按鈕以及行銷訊息。

Personal Marketing 個人行銷

指單一個體行銷自己的策略。例：Youtube 個人電視台

Service Marketing 服務行銷

泛指著重客戶服務(售後服務，持續性的優化服務，行銷服務)等的行銷策略。

行銷冷知識7. 認識LGBT

Marketing 一同性族群行銷



將行銷對象主力放在Lesbian (女同性戀) , Gay (男同性戀) , Bisexual (雙性戀) , 以及 Transgender (變性人) 團體的行銷策略, 簡稱LGBT

Marketing. 隨著時代的變遷, LGBT 團體在1980年代不再被抵制並蔚為風潮, 相對應的行銷手法也油然而生。

相對應的詞彙以及行銷案例如 Pink Money(粉紅色的金錢) 指同性族群消費力, 以及09年百事可樂推出主打同性市場的廣告等, 都再再的顯現日益茁壯的同性團體以及其不可小覷的消費力。

(<http://youtu.be/tIG0kB9IOxo>)

Social Marketing 社會行銷

針對消費者的行為進行社會改造的行銷方式。

行銷範例：由於工業化造成的污染，近年產品以及品牌主打環保，零污染概念，在很大的程度上改變了消費者對於產品選擇的方向，更創造了一種生活態度。其餘如樂活，養生等相關概念，在行銷層面上也都是品牌與消費者互動產生社會影響。

Social Media Marketing 社群行銷

利用社群平台，如Facebook, Google+, Instagram 來進行行銷活動，廣告，優惠等宣傳。

可用的行銷手法：Viral Marketing 病毒式營銷，針對已有的社群平台來傳播一個想法概念，或活動，達到行銷效果。

Technical Marketing 科宅行銷

針對科技宅男，工程師等技術性人員，或對科學科技新知有興趣的相關人員所進行的行銷。強調產品優勢，以及其科學前瞻性，技術討論等，激發相關產業人員的興趣。

科宅行銷主力為闡述產品特性，獨特設計及其科技元素的實踐
科宅行銷亦解釋為任何利用現代科技來行銷的相關行銷策略。

行銷範例：Apple 年度新產品發表會。

Test-driven Marketing 測試行銷

以測試不同策略來做相關對比的行銷方式

行銷範例：A/B Testing

Time Marketing 時間行銷

以研究什麼時機下應該釋出或促銷產品的行銷策略。

行銷範例：聖誕節企劃，新年產品企劃等

資料來源：

from chiefmartec.com

Molly Chung 編輯參考/翻譯

User Generate Marketing 使用者生成行銷

消費者，顧客等自行生成的市場需求（趨勢），往往成為商品的主打行銷策略。

行銷範例：臉書自2005年起至今，由於使用者的需求並成為一種社會趨勢，使用者與親朋好友介紹並達到行銷效果，如今臉書成為全球第一大的社群平台。

Video Marketing 影片行銷

顧名思義，以影片來行銷的行銷策略。

行銷範例：Youtube.



Youth Marketing 青年行銷

針對青少年所進行的行銷手法。