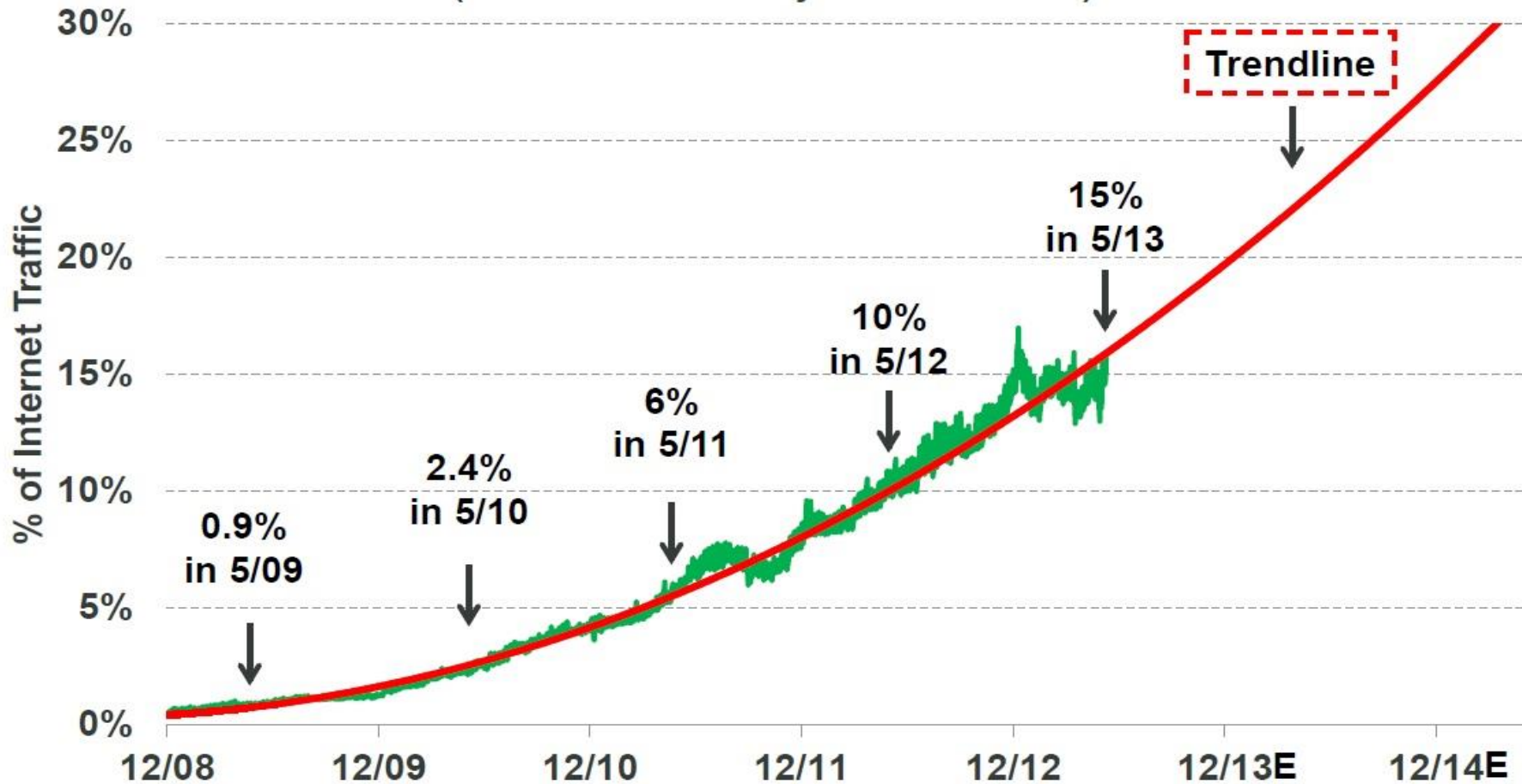


營銷 · 動起來

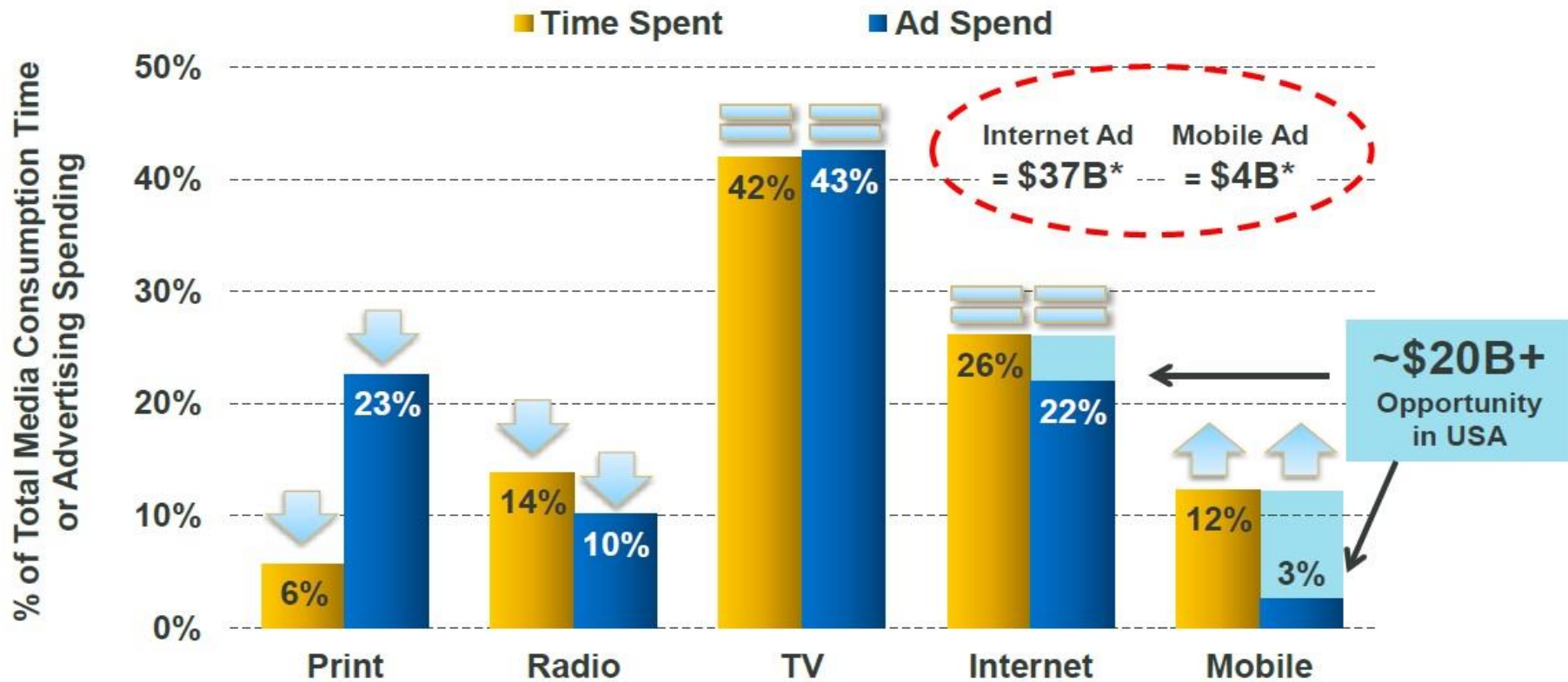


[數位時代 · 盧諭緯]

Global Mobile Traffic as % of Total Internet Traffic, 12/08 – 5/13
(with Trendline Projection to 5/15E)



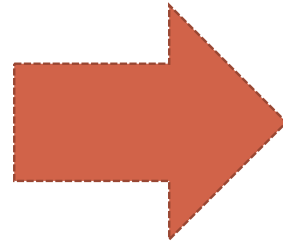
% of Time Spent in Media vs. % of Advertising Spending, USA 2012



B2B

B2C

B2E



Communicate

Content

Commerce

平台

- 1.轉換性
- 2.一致性
- 3.辨識性

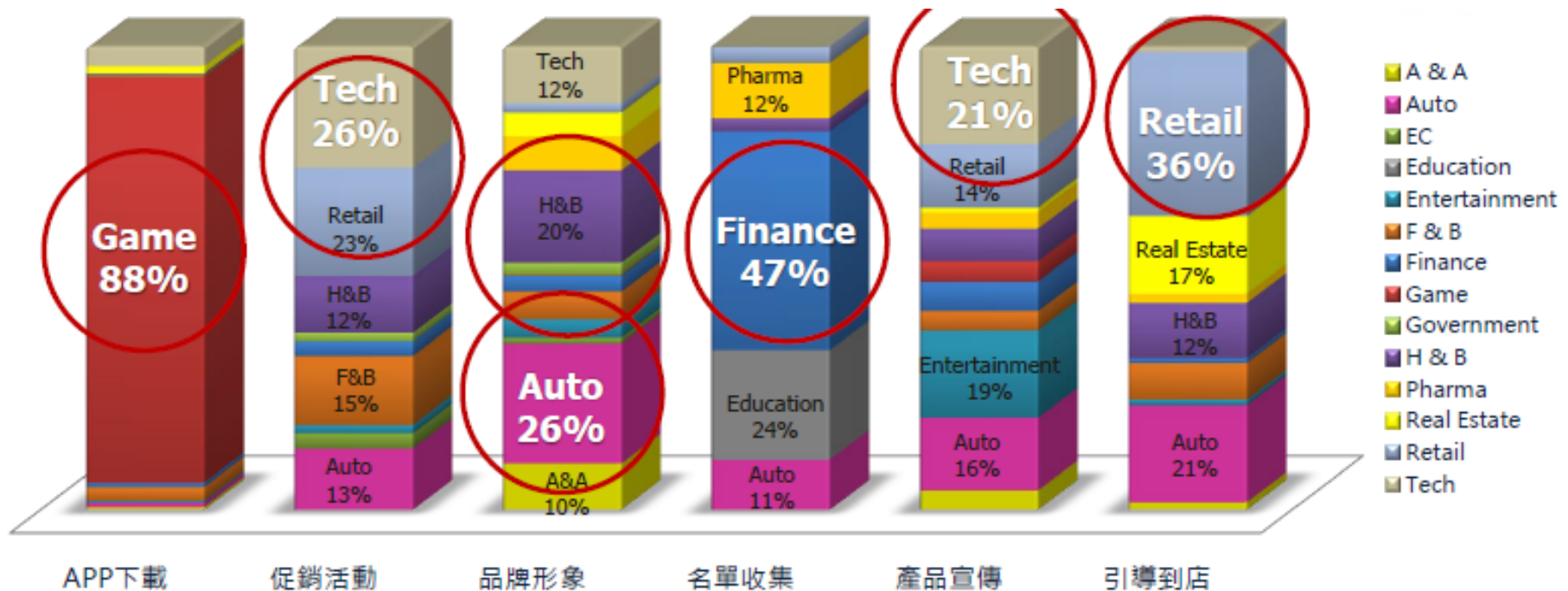
品牌力

社群

- 1.興趣點
- 2.互動性
- 3.利益圈

介面

- 1.易用性
- 2.表現性
- 3.目的性



區分六大主要宣傳目的，可看出各產業在行動行銷目的的區隔。

- APP下載以Game遊戲產業為主，對手遊業者來說，行動廣告宣傳為最直接促發行動的媒體。
- 促銷活動以Tech和Retail佔比最高，Tech主要以電信業和3C類產品居多。
- 品牌宣傳部分，Auto和H&B產業均重視品牌和影音溝通，透過行動族群觀看影音的習慣，擴大接觸族群。
- 名單收集的需求以Finance產業為主，主要是金融和保險類業者。
- 產品宣傳目的以Tech 3C類的產品活動佔比最多，其次是Entertainment的電影產業。
- Retail行銷目的主要透過LBS引導到店，而Auto部分也有預約賞車的需求。



~Thanks~