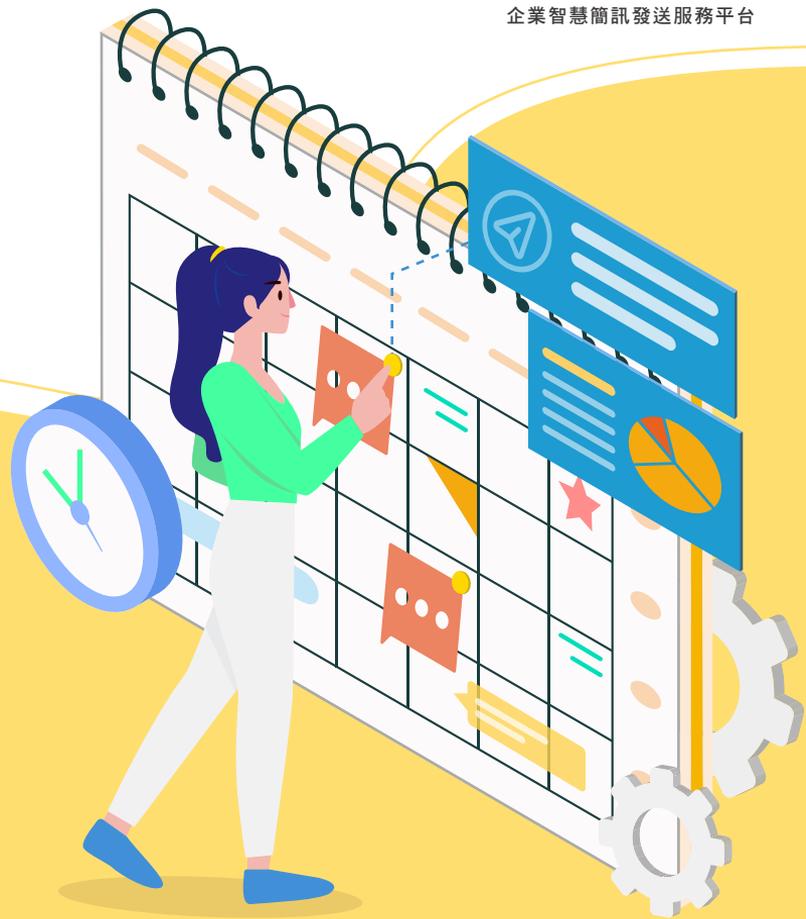


2022年簡訊白皮書

節慶簡訊行銷 攻略

互動資通市場調研中心



目錄

前言 02

目錄 03

1 Chapter 「直接經濟」，你跟上了嗎？ 2022行銷趨勢綜覽

- 品牌為何紛紛走向「直接經濟」 04
- 當「直接經濟」成爲市場主流，如何因應 05
- 引領網購新趨勢 社群電商正夯 06

2 Chapter 檔期行銷，跟上節慶話題！

- 節慶檔期：掌握話題創造業績 07
- 簡訊應用：小螺絲大功臣 08

3 Chapter 案例分享

- 眼球吸金術：MMS圖文訊息 09
- Data Mining精準行銷，業績輕鬆達標 10
- LBS動態廣播，讓消費者自動找上門 11
- 簡訊串接應用，打造友善線上購物體驗 12

4 Chapter EVERY8D 業績成長的最佳助攻員

- 廠商好評推薦 13
- 爲什麼大家都選擇EVERY8D 14



前言

近年，消費型態快速改變，如何將現有資源的效益極大化，是所有行銷人努力的目標。

我們長期觀察發現，想吸引消費者眼球、爭取認同，最省力的方式莫過於搭上節慶檔期便車，透過話題與消費者的需求產生連結，借力使力創造業績。

去年首度推出簡訊行銷白皮書，引起各界熱烈回響，因此，互動資通市場調研中心在數個月籌畫下，再度推出「2022年簡訊白皮書：節慶簡訊行銷攻略」，不僅彙整最新的行銷趨勢，並分享在各種節慶活動中，如何善用簡訊吸引人流、拓展商機。

期望這份白皮書能為你在節慶檔期帶來銷售佳績。

品牌為何紛紛走向 **直接經濟**

近幾年被視為當紅的行銷趨勢「直接面對消費者」(D2C或DTC，Direct To Consumer)商業模式，形成了「直接經濟」。

事實上，D2C並非新的概念，有些品牌早已透過直銷、會員制、訂閱制等方式，將販售商品給客戶，早期媒體資源有限、通路與宣傳成本過高，這樣的經營模式難普及化。

直接經濟興起的六大原因

- 網路及智慧型行動裝置普及
- 消費數據不易取得，難以分析應用
- 通路與電商平台抽成高、限制多
- 疫情顛覆零售法則，帶來破壞式創新
- 社群媒體讓傳播成本與門檻降低
- 凝聚人群與直播導購的社群電商正夯

參考資料：

1. D2C Marketing Trends Roundup，eMarketer & Inside Intelligence，202108
2. 改寫零售佈局 D2C品牌如何直達消費者的心？動腦雜誌第534期，2020年10月



當 **直接經濟** 成為市場主流，如何因應

想發展D2C商業模式，你可以這樣做：

- 實體或虛擬快閃店測試市場水溫
- 建制並經營自有通路或電商平台
- 經營自媒體社群(例：FB、LINE、IG)
- 推出會員制或訂閱制

D2C經營有什麼優勢

- 第一手取得消費者行為數據
- 增加品牌好感與忠誠度
- 與消費者直接互動
- 傳遞正面口碑
- 創造好的顧客體驗

參考資料：

1. D2C Marketing Trends Roundup · eMarketer & Inside Intelligence · 202108
2. 改寫零售佈局 D2C品牌如何直達消費者的心？動腦雜誌第534期，2020年10月



提醒：

D2C對消費者來說，可能只是消費旅程中眾多接觸管道之一，建議品牌仍然要多元通路發展，讓消費者從線上到線下有一致的消費體驗，才能掌握商機及贏得消費者的注目與信任。

引領網購新趨勢 社群電商正夯

顧問業者Accenture預估，社群電商的銷售總額至2025年時將增加到1.2兆美元，遠高於2021年的4,920億美元。這股趨勢主要受Z世代、千禧世代推動，屆時這群人花在社群電商的支出額，預計將占全球的62%。

社群電商是將「電子商務」與具有交流性質的「社群」結合，消費者可以在社群平台上完成消費行為，進而分享心得、推薦商品，形成口碑影響。

因此，網路購物行為不再以傳統的電商平台為中心，而是社群平台上的每個人。

為什麼你該提前佈局社群電商

- 高黏著度、互動性高
- 擴散性強、傳播快
- 導購力強、高轉換

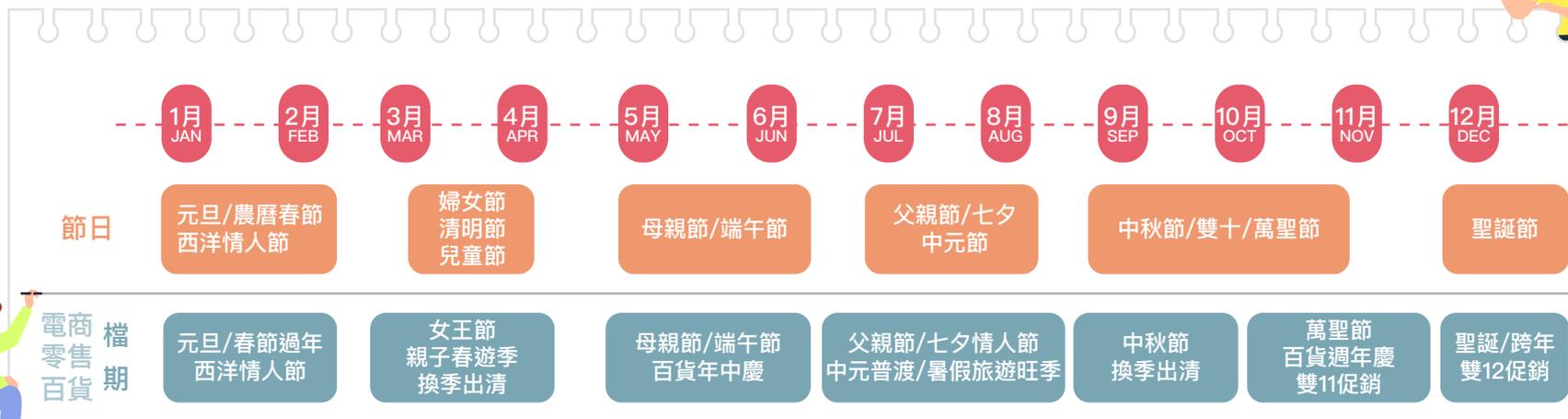




節慶檔期：掌握話題創造業績

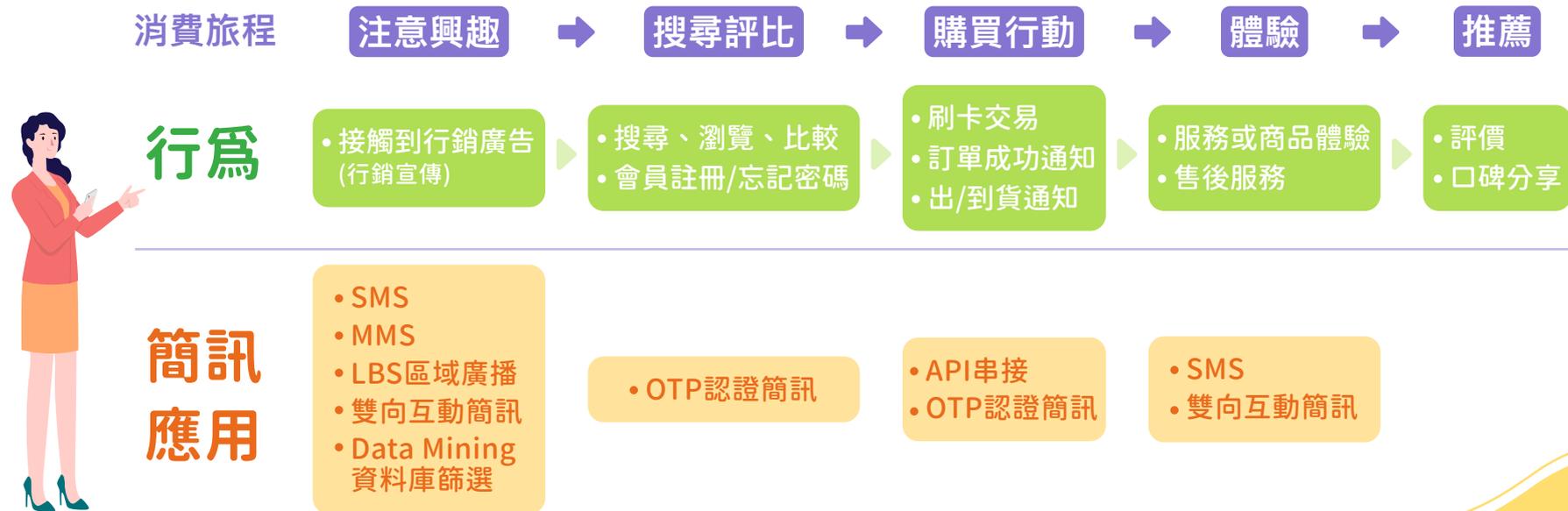
對於各大品牌、零售百貨而言，年度檔期規劃是一件很重要的事情。從年初到年末，台灣幾乎每個月都有節日可以慶祝，甚至近年電商「造節」趨勢熱潮，從雙11、雙12到618年中慶等，就是要營造月月購物狂歡的氛圍！

身為行銷人只要能提前策劃，掌握話題營造熱度，銷售就會事半功倍。



簡訊應用：小螺絲大功臣

簡訊看似不起眼，卻在整個消費旅程中扮演了關鍵角色，從前期行銷曝光，到會員註冊、交易下單，最後貨物到達消費者手中，簡訊可說是環環扣緊了每個流程。



眼球吸金術： MMS圖文訊息

上半年從38女王節(婦女節)到母親節檔期，可說是美妝保養品牌的重頭戲，各個品牌商都使出渾身解數，想獲得消費者的青睞。

某美妝保養品牌，以電商平台為主要銷售通路，平時利用簡訊服務經營會員關係，例如會員點數提醒、生日優惠、新品上市與當月主打商品，並針對不同客戶提供個人化參數簡訊。因產品特性與節慶檔期的行銷需求，最常運用活潑的MMS圖文訊息，設定好吸睛的主題與圖片、加上豐富文案，立馬吸引消費者下單購買，每次業績都能成長約10%以上。



簡單 4 步驟

觀看影片

輕鬆完成一則圖文並茂的MMS簡訊



Data Mining 精準行銷 業績輕鬆達標

逢節過年、訪親拜友，不免俗要帶上伴手禮，而保健食品是送禮的熱門選項！

某保健食品品牌，平時除了使用SMS文字簡訊維繫客戶，發送生日禮、優惠等訊息。在週年慶、特殊節日等重要活動時，也會運用Data Mining簡訊，鎖定特定受眾行銷宣傳，近期推廣葉黃素保健，即鎖定「25-50歲、性別不拘」、「近一年有購買保健食品、3C產品」的目標受眾，發送簡訊，大幅增加到官網瀏覽消費的意願。



LBS動態廣播 讓消費者自動找上門

每年百貨週年慶最重要的指標：來客數。有了來客量，銷售人員才有機會大展身手，成功讓消費者掏錢買單。

知名汽車品牌在大型百貨設櫃，近期舉辦開幕活動，運用LBS動態廣播簡訊，鎖定「林口三井」「30-50歲男性」發送250份精美禮品，消費者憑該簡訊至櫃位兌換，於11點發送簡訊，不到4小時便已全數兌換完畢，成功吸引大量來客數，讓更多消費者知道他們櫃位開幕。



簡訊串接應用 打造友善線上購物體驗

在地老字號運動零售通路，全台擁有多間門市，近年開始積極發展電商平台，為了打造消費者友善的線上購物體驗，有簡訊串接的需求，像是會員註冊/忘記密碼的OTP認證簡訊，以及出/到貨通知的API串接需求等等，在導入穩定及高品質的簡訊服務後，大幅提升消費體驗！再搭配每個月的活動行銷簡訊20萬封，半年來會員回購率提升30%。



OTP認證簡訊

觀看影片

你需要更快、穩定、又便宜的發送平台



廠商好評推薦



戶外用品零售

因網路商城有簡訊串接需求，在測試各家簡訊系統後EVERY8D穩定性較高。



補教業

公司有大量MMS圖文訊息需求，EVERY8D將SMS跟MMS整合在同一平台，可以自行發送，使用上更有彈性。



百貨業

EVERY8D與四大電信合作，簡訊發送成本較低，且可透過EXCEL大量發送簡訊，大幅節省人力成本。



軟體系統商

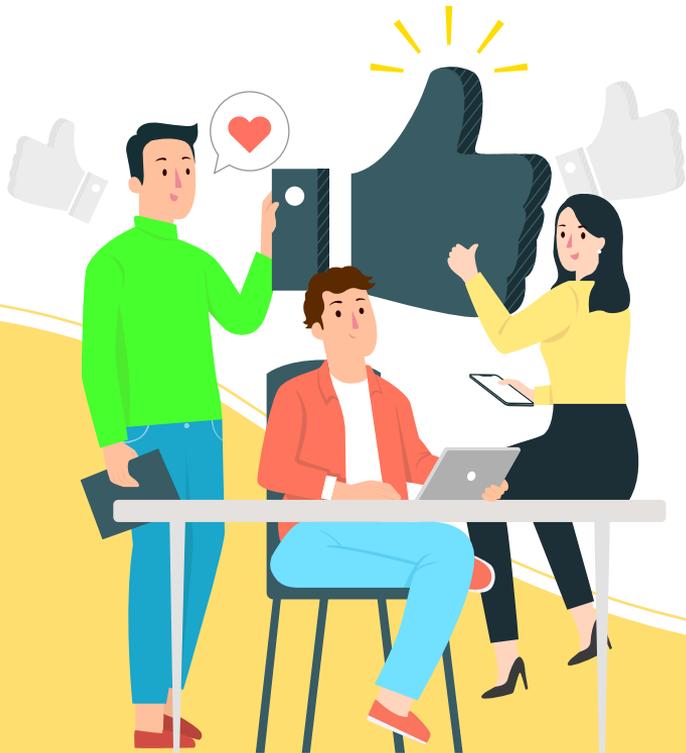
主要為有簡訊需求的客戶串接簡訊平台，因EVERY8D系統效能強大且高穩定，還可彈性客製不同需求。



美妝零售

因有發送MMS圖文訊息的行銷需求，EVERY8D可以自行發送較有彈性。

為什麼大家都選擇 **EVERY3D**



- **4大電信串接，傳輸快成功率高**

業界第一完成4大電信系統串接的簡訊平台，簡訊發送效能、速度、成功率最佳。

- **雙通道平台，大量發送不塞車**

採雙通道(Dual-Gateway)設計，避免瞬間大量簡訊發送導致延遲，可自動進行流量調整，維持最高服務效能。

- **叢集式系統，相互備援高穩定**

系統模組採叢集(Cluster)設計，可相互備援並平衡負載，每小時平均發送達120萬則簡訊，可同時容納3,000人以上用戶。



還等什麼!

開始發送你的簡訊吧!

EVERY8D
make communication better
企業智慧簡訊發送服務平台

台灣最大互動的企業簡訊互動平台，擁有獨家專利，技術領先，為台灣微軟指定合作夥伴，與四大電信互為備援。累積超過40萬企業帳戶夥伴，發送超過100億則企業簡訊，深獲台灣百大企業、銀行及政府機關信賴。

互動資通 *Teamplus
Technology*

企業客戶免付費電話：0800-618-688

客服專線：02-8913-1559 ext 166

客服信箱：service@every8d.com.tw



EVERY8D
官方網站



EVERY8D
FB粉絲專頁

如果對簡訊相關應用有任何疑問或需求，請與我們聯絡!

Copyright ©2022 互動資通 All rights reserved

本白皮書之內容及圖片均受著作權法之保護。未經允許，任何人不得以任何形式重製、轉載、傳輸或其他任何商業用途之行為。如有轉載或引用，請與我們聯繫，並註明出處【互動資通市場調研中心】。