課程心得

很高興這禮拜可以聽到UrCosme的執行長來跟我們做演講，分享中提到了許多有關行銷的觀念以及他們是如何去因應網路行銷與社群平台這一塊的興起，還有消費者行為改變的趨勢。下面是我認為比較重要的幾個點：首先是主動性搜尋V.S.被動性搜尋，除了在於消費者行為不同之外，跟不同產業之間的獲利性有相當大的關係。主動式策略像是社群行銷、口碑行銷、話題行銷…等等；被動式策略則像是SEO、關鍵字廣告，看似兩種完全不同的策略，卻又可以透過口碑行銷串連起來，希望可以吸引更多潛在需求的消費者，進一步導入主動性的策略來促成成功的交易，所以企業在擬定行銷策略的時候，絕對不是單一的採取主動或是被動，而是將兩種策略互相搭配。再來就是針對目標的客群(消費者)給予他們所需要的內容，另外傳統的供應鏈導向模式也轉變成為需求鏈導向，多以消費者的需求為出發點，口碑變成影響消費的關鍵，以我自己為例子，在買商品的時候都會先上網查查看評價，或是挑選餐廳的時候也會看一下評價，其實這都是口碑行銷所產生的效應。最後，執行長也提到在實體店面中列出TOP5的商品，可以減少顧客選擇的障礙，這也是透過大數據的資料分析而來，對於像我這種有選擇障礙的人，真是非常實惠，也知道了原來擺在架子上最上面的商品，不一定都是最熱銷才放在最上面，而是店家跟廠商可能有利潤之間的協議，才決定商品的位置。我想聽完分享之後，不管是針對行銷方面的知識或是實際的操作過程，都有更進一步地認識！