

## Viscovery the truth - 看見真實

題目：2015年下半年，如何利用數位行銷工具為Viscovery開發新市場(客群)？

### 一. 企劃名稱與對象

1.1 企劃名稱 企劃名稱：Viscovery the truth - 看見真實

1.2 提案對象：Viscovery

1.3 提案人：oorangee76@gmail.com 張悠然

### 二. 提案對象說明

2.1 產品及客群現況描述：

Viscovery從2008年創立至今，為目前國內新興行動辨識技術的開發商，提供B2B 多重模式之移動商務解決方案，其專業核心服務項目為影像辨識(image recognition)技術，而主要服務項目也包括架設網站系統，提供網站維護、功能擴充等營運服務，並另外提供開發手機App應用；Viscovery目前主要的客群著重於一般企業以及政府公部門，例如Amyway, 讀冊網、屈臣氏等等。此外，根據報導，創意引晴今年發展的重點除提供影像辨識API，讓合作夥伴受益外，更欲串接攝影和相機裝置，包括Gopro、無人機等等，解決影像資料無法搜尋的困擾(2015/3/24, 數位時代)。

2.2 既有市場行銷策略分析：

-Viscovery 4P分析

<p><b>產品Product/Service/Technology</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 產品特點:提供影像辨識(image recognition)技術，對於未來電子商務、平面、數位行銷帶來更多創造與可能性。</li> <li>- 產品優勢: 相較於其他影像辨識公司之技術，Viscovery能夠: 1.更精準 - 一對一的精準辨識提供零差錯的辨識效果 2.更直覺 - 不論對於開發商或使用者，視覺辨識都是相當簡單易懂的功能 3.更強大 - 專利開發離線辨識技術，提供市場上最快的辨識速度(0.2sec&lt;) (轉自Viscovery官網)</li> </ul>	<p><b>價格Price</b></p> <p>定價方式:依合作方式不同而定，採</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 一次性技術授權費用</li> <li>- 營運費用</li> <li>- 導購抽成</li> </ul>
<p><b>通路Place/Channel</b></p> <p>網站/E-mail寄送提供合作機會管道</p>	<p><b>推廣Promotion</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.社群行銷(Facebook, Twitter, Weibo, LinkedIn, Pinterest)</li> <li>2.公關行銷</li> <li>3.YOUTUBE影片行銷</li> </ol>

### -市場分析

根據MarketsandMarkets - Business Research，影像辨識市場在2019年將成長至250億美金產值，因此，目前各大跨國企業已經紛紛著手投入影像辨識研究，例如Google併購Jetpac、Yahoo收購IQ Enginee、高通併購 Kooaba、樂天投資 ViSenze等等影像辨識新創公司。

目前令消費者耳熟能詳的影像辨識技術，則為Amazon購物App所專屬的功能Flow；消費者只要拍下實體書籍的圖像或條碼，Flow功能即可辨識並提供Amazon消費者評價與比價，更可進一步在Amazon下單購買。

而目前各國新創公司以及學術單位也都積極投入影像辨識技術研發；例如: ViSenze是於新加坡創立的影像辨識公司，過去曾為新加坡大學研究團隊，並於去年得到樂天投資3500萬美元。Slyce則為一間多倫多影像辨識的新創公司，目前與影像辨識相關的主要App為Pounce，可藉由手機鏡頭拍攝商品，提供消費者欲購買之商品資訊以及相似產品資訊。



flow  
powered by amazon

Amazon購物App提供消費者Flow功能，只要使用手機相機鏡頭對準欲購買之書籍，即可運用影像辨識技術，找出消費者欲購買書籍的價格與評價，甚至可直接下標購物。此App推出後甚至影響北美零售業之銷售狀況。

Slyce運用影像辨識技術開發Pounce app；只要是喜歡的物品，在Pounce使用相機拍下來，就可以找到心儀的商品以及圖案相似的商品。將相似的產品表列之功能，更能夠增大消費者多樣化選擇與購買的機會。



## - 影像辨識新創競爭市場比較:

公司	創立地區	影像辨識產品	社群行銷	資金挹注
<b>Visenze</b>	新加坡	ViSearch	Facebook, Twitter, LinkedIn, G+	Rakuten投資
<b>Slyce</b>	多倫多	Pounce	Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn,	2014年獲得1000萬融資
<b>Viscovery</b>	新加坡,台灣	TAAZE	Facebook, Twitter, Weibo, LinkedIn, Pinterest	2015年3月A輪獲得500萬美元

### 三. 行銷企劃說明

#### 3.1 企業概況與問題描述

近年來在業界中，B2B公司也逐漸採取搏來客行銷(Inbound Marketing)，相較於以往拉客(Outbound Marketing)的行銷宣傳，搏來客行銷(Inbound Marketing)透過線上創作、出版以及更新、優化與社交媒體推廣，增加企業曝光機會，並使消費者對企業產品或服務產生興趣，主動找尋上門的一種行銷模式(2010,吳政達)。B2B公司近年來更是致力於社群網路行銷，雖尚無研究指出社群行銷能夠直接為B2B公司帶來更多收益，然而社群行銷的經營確實可為B2B企業帶來更多消費者的關注；著名例子為Maersk海運公司運用八種不同的社群平台，成功拉近與消費者間之距離。

目前創意引睛的行銷宣傳採用搏來客行銷模式，著重於官網Blog、社群行銷經營，例如LinkedIn、Facebook；並另外在Youtube頻道上，推出介紹影片。另外，藉由參加世界各地創新競賽與盛會，創意引睛得以運用公關宣傳的傳播效力，獲得台灣創新業界與企業界的關注，例如去年參與「創富中國」獲得亞軍、AWS獲得一等獎，使各地網路媒體(ETToday,數位時代等等網路媒體)相繼報導此殊榮。

就整體行銷規劃上，目前創意引睛已利用社群網路行銷以及公關宣傳手法來行銷自己，如何更加深入規劃未來的數位行銷企劃、提升企業形象並締造更多合作夥伴機會，將是接下來創意引睛需悉心研究的規劃。

#### 3.2 企劃目的與目標

本提案企劃目的與目標分為**短程**與**長程**目標：

短程目標欲使客戶(企業主)對於創意引睛專業服務項目的內容與優點更加了解，並使其產生興趣與合作意願。

長程目標則為開發淺在客戶市場、與企業端建立合作關係，並提升企業端對創意引睛的品牌形象好感度。

### 四. 數位行銷策略與方法

#### 4.1 Viscovery the truth策略主軸分析

本企劃案將以「對品牌與技術深度了解」、「建立雙向溝通」、「提升企業品牌形象」、「開發潛在客群」為策略主軸，企圖讓消費者看見最真實的創意引睛、了解創意引睛技術所帶給客戶的真實體驗，並延伸舊有創意引睛在社群網路與數位行銷上的行銷企劃，執行具體行銷方案。

#### 4.2 具體行動方案與執行項目

##### 方案一、Webinar：

Webinar一詞源於seminar，藉由線上會議視訊系統方式，舉辦演講、研討會、工作坊等等，Webinar的核心概念為互動(interactive)元素，即便是線上研討會，觀眾仍可藉由互動平台與講者互相交流；而目前國內有舉辦過Webinar的公司例如獲紅衫資本 600 萬美元投資的Appier。

本數位行銷方案欲藉由線上Webinar的研討會，讓消費者與企業主更加熟悉創意引睛目前影像辨識的技術，並讓其了解影像辨識能夠解決的問題與其能夠為企業帶來的利基；再者，運用Webinar的宣傳效果，提升消費者對於創意引睛的品牌關注度。



##### 方案二、優化社群網路內容行銷：

根據調查(2014,CMI)發現，美國 B2B 行銷有轉向 LinkedIn 發展的趨勢，行銷新聞發布遠比其他社群媒體網站更頻繁，LinkedIn更已被譽為商業界最流行之社群平台。而目前台灣最大社群平台仍然為Facebook，因此方案二主要針對Facebook與LinkedIn，加強社群網路傳播，提升國內外消費者與創意引睛的溝通、互動性。此外，有鑒於其他影像辨識公司在宣傳影片精緻度上的規劃(例如Slyce)，方案二也欲優化YOUTUBE宣傳影片品質，藉由高品質動態影片宣傳，讓消費者更容易了解Viscovery的技術。

## 4.3 數位行銷工具運用方法

### 方案一、Webinar：

定期規劃舉辦系列Webinar講座，在Webinar前於官網、社群平台提供講座資訊，並衡量效益購買與影像辨識Webinar相關關鍵字廣告，提升Webinar開播的曝光度，讓有興趣的企業主或消費者能夠一同參與線上研討會。

### 方案二、社群網路內容行銷：

- Facebook粉絲專頁經營: 每日更新相關影像辨識、B2B、新創公司新聞資訊等等，或者公司內部活動，讓創意引晴更加貼近大眾，並提高與Facebook網友互動率(貼文下的留言處密切與網友互動)

- LinkedIn公司專業經營: 定期更新與Viscovery相關新聞、媒體報導，並加強LinkedIn互動性(貼文下的留言處密切與網友互動)

- Youtube宣傳影片: 投入資金拍攝影像辨識宣傳影片



## 五. 總結

### 5.1 成本效益估算

#### -預算:

方案	預算細項	費用
Webinar	每期講者與內容準備	50000
	Webinar設備維護, 更新	50000
	關鍵字購買	200000
社群網路內容行銷	優化影片費用	150000
	社群平台維護與優化費用	50000
		Total 500000

#### -預期效益:

1. Facebook粉絲專頁按讚人數提升至5000粉絲人數
2. Youtube點閱率(包含Webinar)提升50%
3. 提升企業詢問度50%

## 六. 參考資料

郭芝榕(2015,3月25日)創意引晴雙喜臨門！推拍照搜尋雲端服務，獲A輪融資500萬美元,數位時代

酷哥康sir(2015,2月18日)最有效的 B2B 社群網絡，LinkedIn榮登榜首,SmartM

Josh Horwitz(2015,3,24)Taiwan image recognition startup Viscovery nets \$5M in funding, TECHINASIA

魏君頤(2015,3月24日)拍照搜索雲Viscovery獲A輪融資500萬美元,DIGITIMES

Rohan Salgarkar(2015,3,18)Global image recognition market expected to reach \$25.65 billion by 2018, WhaTech

Stephen Shankland(2014,8,18)Google acquires image-recognition startup Jetpac,CNET

Darrell Etherington(2014,3,4)Image Recognition Startup Slyce Raises \$10.75M To Be The Amazon Flow For Everyone Else, Techcrunch

Nicel Jane Avellana(2014,2,19)Rakuten Ventures leads \$3.5M Series A round for Singapore-based ViSenze,VENTURE CAPITAL POST

Claire BeDeII (2013,3,25)How Maersk Line Container Shipping Turned B2B Social Media on Its Head,sproutso-cial

許凱玲((2011,11月4日))Amazon推出擴增實境購物App「Flow」，搶實體商店生意,數位時代

吳政達(2010,3月25日)博來客行銷,五四互動行銷有限公司