

2018年的社群行銷

社群行銷已是銳不可擋的趨勢，除了專注於平台，更要優化內容推陳出新。2018年若想從中脫穎而出，這4大趨勢絕不能錯過。

近年來，社群平台間的競爭可以說是越來越激烈，想要在行銷領域嶄露頭角，除了擬定適當的策略外，掌握趨勢也是關鍵。網路時代來臨拉近了消費者與品牌，社群平台就此成為行銷人的戰場，各大網站動作頻頻，YouTube新增聊天室功能、臉書推出原生影音平台「Facebook Watch」，不同於以往單方面推播訊息，如今更強調加強消費者與品牌間的互動，藉此建立品牌忠誠度，使影響力行銷奏效。

想要在2018年社群行銷中脫穎而出，4大趨勢絕不能錯過：

1.使用聊天機器人，全天候服務、回應更即時

聊天機器人（Chatbot）可以說是電商發展的趨勢之一，Facebook、LINE及許多企業皆爭相開發這項服務，透過聊天機器人，企業可以更快地回覆消費者，縮減因等待而流失的客戶。現今，聊天機器人被廣泛運用於24小時的客服回應，全天候待命為線上消費者解決問題，對於欲縮減人力成本企業來說，非但快速方便，服務時也不需要支付額外費用，省錢之餘又能改善客服，使得聊天機器人應用逐漸普及，也是為何Facebook Messenger如此受歡迎的原因之一。社群平台黏著度高，全天候服務刻不容緩。快速地回覆將為顧客帶來更優質的消費體驗，進而增加購買意願，隨著人們停留在社群平台的時間越來越多，更大的商機正在產生，社群客服的靈活度不容忽視。

2.PC版本不夠看，專注行動社群已成趨勢

拜科技所賜，人們花更長時間投注於行動裝置，藉由手機觀看影片、交流資訊已漸漸成為主流。社群平台Instagram與Snapchat就是以行動版本為主的例子，用戶多透過手機進行瀏覽，雖然Instagram也提供網頁版服務，但整體來說，使用人數仍佔極少數。此外，據ADWEEK報導，Facebook有超過八成的廣告收入來自手機，且仍持續成長，因此，如何專注於行動版本的推出及優化，已是企業需面臨的課題。要從行動帶來有效轉換，專注介面版本還不夠，善用行動呼籲功能（Call-to-Action）也是消費行為的關鍵要素。行動呼籲功能最主要的作用是將瀏覽者引導至「導引內容頁」，使網頁瀏覽者轉化為消費者並完成消費。舉例來說，許多商家會透過Instagram限

時動態陳列新產品的圖文資訊，而消費者在瀏覽後可以點選「查看更多」進入店鋪做選購，如此一來，不知不覺中便達成導購，帶來有效轉換。

3.不同社群平台受眾不同，缺一不可

依據產品訴求對象選擇合適的社群平台，社群行銷才能發揮最大成效。Facebook、Instagram和Snapchat等各大社群平台，雖功能大同小異，但實際上卻各有千秋，由於用戶組成十分多元，觸及受眾也不盡相同。

平台用戶樣貌不同，少一處經營可能就少一塊客群。美國網路行銷公司 Falcon Marketing 的 CEO Yosef Adelman 觀察到在美國，Snapchat 是最受年輕人歡迎的社群軟體；Instagram 用戶多以千禧世代為主；更有趣的是，Facebook 用戶的平均年齡則比其他兩者來的高，這也代表有更多長輩開始使用臉書。因此，做行銷前應當再三思考，根據目標受眾的不同，挑選與之相符的平台進行投放，或者隨平台差異做出內容上的調整並多方嘗試。

4.做好內容行銷，善用影音是關鍵

影音素材除了可以增加內容的豐富度外，同時還能引起討論、製造話題，是時下最流行的內容行銷策略之一。未來，想將行銷做好做滿，不能只依靠社群，更要從內容下手，比起文字，人們往往更喜歡看到圖像或影片，善用「影音」素材，將平面廣告文案轉換成有趣的行銷短片，不只吸睛，更能事半功倍。

社群平台對影片的支持，使得影音內容行銷水漲船高。Facebook 影音廣告的推出成功吸引企業主們投入，藉由臉書推波助瀾，品牌的曝光度也隨即增加，為兩方創造雙贏局面，另一方面，Instagram 和 Snapchat 不讓臉書專美於前，也都有類似的功能，除讓用戶可以自由發布影音內容外，對於企業而言，無疑是為品牌帶來顯著效益的好機會。