

店家學習數位教材

節慶致勝行銷：開拓曝光 + 話題製造

LINE for Business 用 LINE 做生意！

LINE

前言

節慶檔期是全年最重要的關鍵時刻
不僅能讓店家創造營收高峰
更能增加品牌被更多顧客認識的機會
從提前佈局、檔期中引流、檔期後的持續經營
都是店家拓展商機的重要關鍵

- 檔期開始前我能怎麼準備？
- 行銷活動要怎麼找到適合的切角？

打造完整行銷途徑，讓節慶檔期效益最大化！

特別感謝

第三屆特優店家

**U&S 叔叔與妹妹、貓師傅整体院
PRAUS 柏爾舒、旅悅國際青年旅館、台客棧滷味**

第二屆特優店家

夏帕義大利麵、久違石頭火鍋、蟬說、鱸好家

提供本次教材案例

一分鐘帶你看教材重點

策略一

檔期前備戰

建立曝光基礎
先引流再導流

策略二

檔期間執行

創造話題
推動顧客轉單

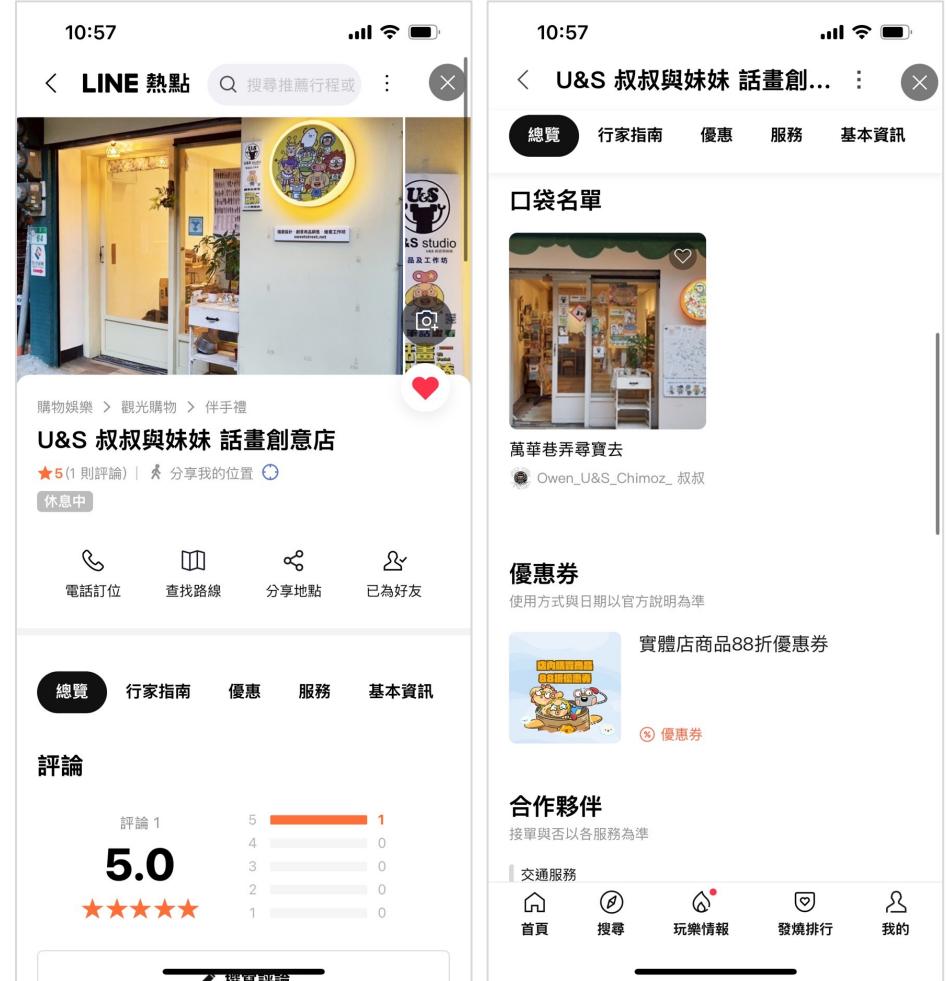
讓品牌先被看見，後成為顧客首選

如何被看見 1： 善用實體店優勢，創造新客源

LINE熱點

U&S 叔叔與妹妹

- 結合節慶出遊商機，精準接觸周遭顧客，有效引導實際到店消費
- 串接官方帳號，搭配優惠券使用，新客曝光機會提升，舊客再次關注訊息，提高顧客黏著度，讓每一次的曝光都能增加轉換率



如何被看見 2： 拓增曝光、預約管道，抓緊精準客群

LINE旅遊

貓師傅整体院

- **搶占顧客注意力，搭配檔期主題活動專區，獲得自然流量也更容易抓住顧客眼球，吸引顧客上門體驗**
- **鎖定關注旅遊議題的客群，可同時觸及本地住戶外地旅客，扣連城市與品牌關聯性，使旅客未來再訪也能成為回頭客**



如何被看見 3： 成為消費者某個時節的必需品

LINE禮物

PRAUS 柏爾舒

- 連續假期就是出遊熱門季節，推出旅行、出遊適合產品，輕鬆成為客戶「帶你走」的原因
- 聖誕、過年交換禮物與伴手禮不可少，符合預算或主題的包裝、組合，更能成為購物清單的必買品項



如何被看見：主題練習時間

先了解自己的品牌

思考品牌的下一步

- 品牌有實體店面嗎？
- 服務能否變成一種體驗？
- 產品能否創造使用情境？
- 註冊 LINE 熱點 了嗎？
- 和 LINE 官方帳號、優惠內容串連了嗎？
- 嘗試在行銷內容中用體驗包裝我的服務
- 嘗試在產品包裝創新，或在行銷包裝創新

創造話題熱度，提升轉換率

如何創造話題 1： 跟緊節慶話題，圖文並茂最吸睛

圖文 / 多頁訊息

LINE VOOM

旅悅國際青年旅館

- 與時事 / 節慶直接契合的發文主題或圖像，增添品牌的生
活感，更能帶動消費者點擊興致
- 推出期間限定活動服務或包裝，有助於檔期間消費者衝動購
物或送禮需求的銷售
- 品牌吉祥物、寵物店長換裝，吸睛度爆表



更多節慶發文實例



搭著農曆年生肖、好運等關鍵字
或青少年放暑假的話題
推出對應優惠內容吸睛兼導購



推出聖誕檔期套餐
並將菜單變成宣傳素材
搭配美味餐點圖片吸引客戶回訪



參與聖誕檔期熱門市集
並針對該活動發放優惠與宣傳
吸引客人前往及消費



搭上中秋烤肉時事
推出對應肉盤方案
提供消費者除了烤肉外的其他選擇

如何創造話題 2： 跟風時事話題，事半功倍

圖文訊息

蟬說

- 注意社群上關注的話題，運用在自己的貼文中。
(例如：花季、走春、派對、年貨大街、運動賽事等)
- 互動、分享式主題發文，讓顧客更有參與感。
(例如：MBTI、心理測驗、年度回顧)



更多時事發文實例



搭配暑假出遊話題
推出冰品、親子、消暑等方案
對應好看的多圖發文吸引力大增



在運動賽事正夯的時期
搭配揪團應援、挺身支持的內容
更容易獲得消費者共鳴進而轉換



將 MBTI 等熱門心理測驗
置入發文主題
更容易讓消費者主動點擊了解



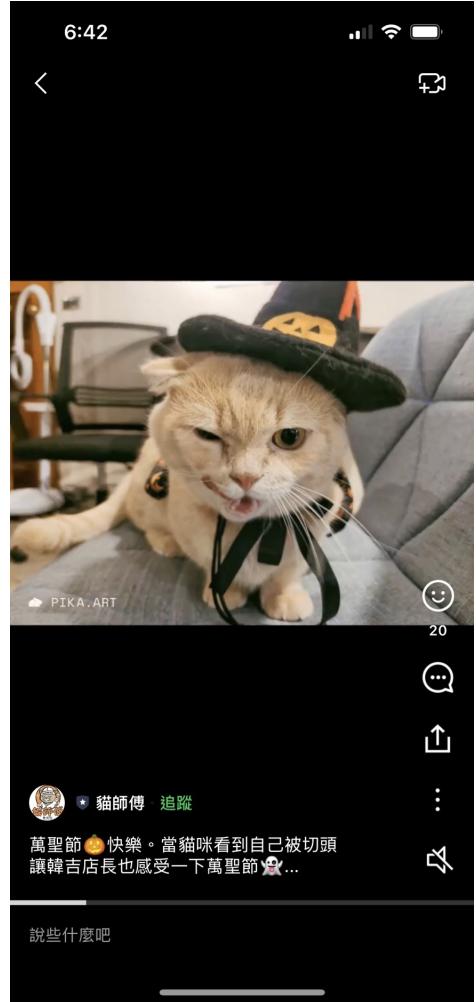
年度轉換常見的過年回顧
也適用於品牌發文
將年度大事與粉絲回顧拉近彼此距離

如何創造話題 3： 創意影片結合服務，流量自然來

LINE VOOM

貓師傅整体院

- 短影音網網比平面更能吸引注意
(影音 > 圖片 > 純文字)
- 寵物入境、趣味比喻、生動教學、時事結合，都能提升影片可看性，也更容易無形中置入產品或品牌訊息，或更近一步將導購連結提升轉換



如何製造話題：主題練習時間

選定檔期，分析檔期重點

有哪些應用切角

- 跨年、情人節
 - 農曆年
 - 其他節慶或連假
- 交換禮物：
 - 禮物推薦：喜好 / 價位 / 趣味主題
 - 年度回顧：
 - 品牌自己的產品、活動、獲獎分享
 - 期間限定：
 - 旅行必備、伴手禮必買、寒暑假強打等
 - 圖片、影片：
 - 產品/服務說明、吉祥物亮相、客戶反饋

教材重點整理

策略一

檔期前備戰
建立曝光基礎
先引流再導流

- 拓展管道
 - LINE熱點
 - LINE旅遊
 - LINE禮物

策略二

檔期間執行
創造話題
推動顧客轉單

- 選擇主推節日或檔期
- 針對該節日延伸規劃品牌適合的「主題」、「互動或共鳴形式」
- 多使用符合主題的圖片與影片發文



- 適當搭配廣告傳散
更廣、效果加倍

LINE for Business

用 LINE 做 生 意