

網路行銷 MKP

知識與技能規範	子項	細項
1. 行銷概念	1.1 行銷基本概念 4P	1.1.1 行銷的意義 1.1.2 行銷 4P 1.1.3 行銷 4C
	1.2 行銷策略規劃(STP)	1.2.1 市場區隔 1.2.2 選擇目標市場 1.2.3 定位 1.2.4 4P 策略規劃
	1.3 品牌行銷	1.3.1 何謂品牌 1.3.2 品牌權益 1.3.3 建立品牌的基石
2. 網路市場與消費者	2.1 網路行銷的基本概念	2.1.1 網路行銷的意義 2.1.2 網路行銷運作模式
	2.2 網路行銷趨勢	2.2.1 網際網路的起源與沿革 2.2.2 WEB 2.0 及其影響 2.2.3 SOCIAL MEDIA 的影響 2.2.4 網路市場規模 2.2.5 網路未來發展
	2.3 消費者特性	2.3.1 消費者分析 2.3.2 網路人口調查 2.3.3 網路人口生活型態

3. 網路行銷規劃	3.1 網站規劃	3.1.1 網站優使性(Usability):(包括網站架構、使用者介面、使用者心理學、網站視覺及動線設計) 3.1.2 會員管理 3.1.3 關鍵字優化 3.1.4 其他(如:無障礙網頁設計)
	3.2 網路活動	3.2.1 網路活動的類型 (徵文、有獎徵答、心理測驗、遊戲...) 3.2.2 活動流程與操作手法
	3.3 社群及部落格(blog)行銷	3.3.1 社群的意義及目的(分眾、小眾) 3.3.2 知名社群的特色 3.3.3 部落格規劃與維運 3.3.4 部落格活動 3.3.5 部落格宣傳 3.3.6 如何進行社群行銷(BBS、論壇、微網誌、YouTube...)
	3.4 病毒式行銷(viral marketing)	3.4.1 何謂病毒式行銷 3.4.2 操作手法(含 e-mail marketing)
	3.5 口碑行銷(word of mouth)	3.5.1 何謂口碑行銷 3.5.2 操作手法 (故事行銷、達人行銷)
	3.6 網路廣告	3.6.1 網路媒體分析(廣告登載的通路分析) 3.6.2 網路廣告類型(影音廣告、橫幅廣告、文字廣告、EDM、電子報廣告...)
	3.7 關鍵字廣告	3.7.1 關鍵字廣告種類 3.7.2 關鍵字廣告操作模式
	3.8 其他廣告模式:	3.8.1 話題行銷

		<p>3.8.2 狀態廣告</p> <p>3.8.3 置入式廣告</p> <p>3.8.4 遊戲行銷 (心理測驗、game…)</p> <p>3.8.5 行動行銷 (Mobile 行銷…)</p>
4. 網路行銷成效分析	4.1 網站成效測量與結果分析	<p>4.1.1 網站成效測量指標(瀏覽人次、停留時間、點選分析…)</p> <p>4.1.2 如何保障網站經營成效</p>
	4.2 網路活動成效測量與結果分析	<p>4.2.1 網路活動成效測量指標(瀏覽人次、活動參加人次、加入會員數、傳銷率、行銷 funnel)</p> <p>4.2.2 如何提昇網路活動成效</p>
	4.3 網路廣告成效測量與結果分析	<p>4.3.1 網路廣告成效測量指標(CPM 每千次曝光成本、CPC 每次點選成本、CTR 點選率、CPL 名單取得成本…)</p> <p>4.3.2 如何加強網路廣告成效</p>
	4.4 社群經營成效測量與結果分析	<p>4.4.1 社群經營成效測量媒體指標(會員人數、重複到訪率、貼文數、回應…)</p> <p>4.4.2 如何進行社群經營</p>
5. 顧客模式分析與資料庫行銷	5.1 顧客模式分析	<p>5.1.1 何謂顧客模式分析</p> <p>5.1.2 如何評估顧客價值</p>
	5.2 資料庫行銷	<p>5.2.1 以顧客為中心的資料庫建置模式</p> <p>5.2.2 客戶資料的正確性與維護與運用</p> <p>5.2.3 何謂精準行銷</p>