



## 適地性服務 商家新寵兒

2012-04-06 記者 林筱娟 文



智慧型手機日漸普及，隨時隨地都可以在Facebook上打卡，標示自己所在的地點，此功能吸引不少商家的注意，發展出新的行銷手法。走在大街小巷常會看到各個店家擺放「你打卡，我打折」的活動文宣，透過消費者打卡的行為，增加店家曝光率，並製造免費廣告。

其實早在Facebook於台灣新增打卡服務之前，國外已有其他app（手機軟體）公司推出打卡功能，並掀起一陣風潮，當地商家也抓緊機會，將這些app與行銷活動結合在一起。

## LBS 精確觸及目標對象

「適地性服務」（Location-Based service，簡稱LBS）是一種以位置為基礎的行動服務，早期主要應用於緊急救援或外勤工作上，隨著全球衛星定位系統（GPS）與行動網路的普及，LBS功能的應用範圍也越來越廣。在智慧型手機普及之前，LBS常用在發送簡訊給目標消費族群。如宜蘭縣政府曾藉由LBS功能偵測在雪山隧道附近的手機訊號，並發送「歡迎來到宜蘭」的歡迎簡訊；在春天吶喊活動期間，恆春警察局也曾藉此發送反毒品的簡訊，對墾丁地區的遊客進行宣導。

透過LBS進行行銷活動，能較精準地將訊息發送給目標對象，與一般平面與電視相比，LBS行銷的廣告費用也較小，且效果及時，因此LBS行銷是不少廣告主頻頻詢問的行銷方式。去（2011）年，知名運動品牌與台灣的電信公司合作，利用手機定位找出正位於台北市十個主要籃球場附近的青少年，並且發送NBA籃球大帝Lebron James台北行的消息。在定位與目標條件的相互配合下，此宣傳行動效果佳，該活動網站的點閱率也增加為平常的三倍。



NBA籃球大帝Lebron James去年八月來台，運動品牌公司透過LBS功能發送簡訊給青少年，

宣傳此活動。（圖片來源／痞客邦）

## Foursquare打卡賺優惠

除了簡訊廣告外，LBS行銷還包括藍芽推播、二維條碼等。但真正讓LBS行銷知名度大增的原因是智慧型手機的發明。有趣的app搭配手機本身的定位系統，吸引民眾的注意力，也提供廣告主

媒體歷屆廣告

### 推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

### 總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

### 本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

### 本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

### 本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡  
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界  
陳思章 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方  
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲  
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員  
張婷芳 / 人物

一個行銷的機會。

風行於美國、日本、大陸等許多國家的Foursquare，就是結合打卡與LBS行銷的app。使用者每到一個定點，打卡並發佈至網路後，即可看到哪些人也曾於同地點打卡。同時，Foursquare研發「計算遊戲點數並發放徽章」的系統，依據使用者每天打卡的次數，和在特定地點重複打卡等積分，頒發相對應的徽章。當使用者在某地點打卡所累積的積分，超越其他使用者後，便可在遊戲中成為該地的「市長（Mayor）」。

廣告主可以在Foursquare經營屬於自己的頁面（類似Facebook粉絲專頁），於其中發佈任務（Todo）給使用者，因此打卡次數是Foursquare的重要數據。有意在Foursquare上進行網路行銷的店家，會透過此平台提供誘因，促使消費者在店內打卡。英國比薩店為了鼓勵消費者親自到店面購買比薩，以節省公司在外送上的人力與時間成本，於2010年宣布，每週贈送一塊比薩給各分店在Foursquare上的市長。此外，只要消費者在店內打卡，且消費滿十英鎊，即可免費獲得一份副食。



英國比薩店曾與Foursquare合作，消費者只要在其店面打卡，  
都有機會得到優惠。（圖片來源／NYDailyNews）

## Facebook 台灣打卡浪潮

去年二月，Facebook在台灣推出新功能——地標（place），帶動國內打卡風氣，業者也隨著這個浪潮喊出「你打卡，我打折」的口號。

位於台北的Lounge餐廳China White，是開啟台灣Facebook打卡網路行銷活動的商家。China White老闆陳家祥平常就保持關注社群媒體消息的習慣，他表示：「我聽說Facebook的打卡功能要在台灣推出後，就決定要好好利用它。」因此服務一上線，China White立刻祭出「你打卡，我打折」的優惠活動，讓習慣打卡的顧客得到額外的優惠，而不習慣打卡的消費者，也會為了獲得這項折扣而打個卡。此活動除了增加China White的曝光率，也讓業績成長兩成，「讓原本不認識我們的潛在顧客，看到朋友的打卡和照片，就會認識我們，進而前來消費。」陳家祥說。

緊跟在China White之後，國內透過FB打卡功能進行行銷的業者也越來越多。如高雄金龍彩烘焙店於去年七月發起「打卡召集令」，消費滿定額的顧客，只要與金龍彩標誌或指定商品合照，並上傳至Facebook完成打卡，便可獲得額外的點心與優惠卷；連鎖飲料店舞茶道在今年二月推出類似活動，消費者只要於店家打卡，並購買指定飲料，即可得到折價10元的招待。



隨著智慧型手機的發明，國內店家紛紛將行銷活動運用在Facebook的打卡功能上。

(圖片來源/舞茶道、卦山燒、車庫服飾、金龍彩、China White官方網站，林筱娟後製)

## 全盤優惠 顧客與商家雙贏

根據經濟部技術處《科技化服務價值鏈研究與推動計畫》的統計，台灣去年約僅有16.6%的人持有智慧型手機，不少消費者因為沒有智慧型手機，而與各項優惠擦肩而過。

去年，Tizzy Bac樂團舉辦校園演唱會時，邀請歌迷在活動地點打卡並加上活動名稱，凡是完成這個動作的人，皆可免費入場。但為避免僅優待智慧型手機持有者，他們也表示，歌迷只要用手機或相機秀出Tizzy Bac最新專輯封面照片，也能進入演唱會會場。China White為了解決智慧型手機普及化程度不夠高，以致於活動效果不彰的問題，他們甚至還在店內準備iPad，方便消費者進行打卡。

智慧型手機的市占率漸漸提升，其功能與服務也日新月異，不管熱門app或打卡功能是否能持續抓住使用者的心，智慧型手機已成為一種趨勢，是商家發展行銷活動的新管道。店家在設計「你打卡，我打折」活動時，應設計配套措施，讓所有顧客都能享受折扣，同時幫助提升店家的知名度。



變化自如 幕後的聲音演員

資深配音員蔣篤慧，娓娓道來身為臺灣配音員的酸甜苦辣。

追本溯源 探究大地之聲



大地音樂製作人吳金黛，藉著音樂的力量，使聽者重新審視自我與土地之間的連結，並以尊重的態度看待生命。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by DODO v4.0