

111 學年度第 36 屆國貿模擬商品展 數位行銷競賽實施辦法

111.05.05 國際貿易系 110 學年度國貿模擬商品展協調會會議通過

第一條

壹、執行項目：網站建置、創意廣告拍攝、網路行銷專案執行、跨境銷售

貳、執行期間：112 年 4 月 10 日至 112 年 5 月 19 日止

競賽作品繳交時間：112 年 5 月 26 日

競賽評分日期：112 年 5 月 26 日至 112 年 6 月 2 日止

參、實施對象：本系(科)四技部二年級同學及五專部四年級同學。

肆、競賽獎項：取前三名頒發獎金及獎狀乙紙，佳作三名頒發獎狀乙紙。

第一名獎金 2,000 元、第二名獎金 1,500 元、第三名獎金 1,000 元。

伍、上線期間：112 年 4 月 10 日中午 12 點起開放校內外師生及民眾上網瀏覽並使用線上支付工具預購產品，消費者亦可使用行動工具購買及付款，網站營運原則至 5 月 12 日晚上 11 點 59 分，依各組實際營運情況得延長，以配合後續校外競賽、產學合作、或專題實作。

陸、運作方式：

一、透過中文網站將商品展之產品供台灣本地消費者上網瀏覽與訂購，並可利用網路行銷工具與潛在顧客進行互動。運用 O2O (Online To Offline) 模式，藉由線上行銷、資訊傳播、及線上購買，帶動線下（非網路上的）經營、參與、和線下消費，也把線下實體展場活動的訊息推播給網際網路使用者。例如：凡於網站預購或利用 QR Code 下載電子折價券，均可在賣場上獲得折價；凡於活動現場打卡分享參觀照片即可獲得線上購物折扣代碼。展出單位亦可利用網路活動及媒體廣告進行推廣，以提升品牌知名度，增加未來商機。

二、透過外文網站將商品展之產品供國外買主上網瀏覽與詢價，運用關鍵字優化及網路影片工具，提昇品牌及產品之國際知名度，增加未來商機。

柒、網站內容：（應包含以下之項目）

一、商品主題之 LOGO 圖示及字樣(請以第 36 屆致理國貿商品展 x 各組主題字樣標註)。

二、連結至商品展首頁（<https://itshow36.tradefair.tw/>）之超連結或 QR Code。

三、請運用 WIX 平台或自行設計可連結至下列各項目之網站：

- (一)商展入口
- (二)品牌介紹
- (三)流行趨勢（名人代言或媒體報導）
- (四)產品櫥窗（廣告影片播放）
- (五)促銷方案（可提供折價券或樣品試用）
- (七)客服信箱與 FAQ
- (八)線上訂購（可使用平台購物車或 google 表單搭配線上支付工具）
- (九)外文介面（英語/日語/西語等至少一種）
- (十)返回首頁

四、其餘未列出之項目可自由發揮

捌、網路行銷：

一、應用 Facebook 虛擬社群平台設立各組粉絲專頁，將商店產品介紹、廣告文宣、多媒體影片等匯入至該專頁，以進行實質網路行銷活動。

二、可使用 Facebook 或 Instagram 應用程式、廣告增加曝光度，亦可購買 google 或 Facebook 廣告，但禁用非正當軟體或虛擬(假)帳號衝人氣。可搭配 YouTube、LINE、blog...等各項網路行銷工具協助提升 Facebook 粉絲專頁的曝光度，但若遭檢舉為垃圾訊息則會扣分。

三、各組須將承辦單位相關負責人員加為 Facebook 粉絲專頁管理員，以利計算成績。網路人氣自即日起計算至 112 年 5 月 12 日止

第二條

壹、評分項目與方式：

一、網站建置（30%）評審標準：

- 1.主題內容 (30%)：資訊的豐富性、適當性、正確性、及時性。
- 2.介面設計 (20%)：操作簡易度、支援跨平台作業系統/瀏覽器，至少中、英文版本。
- 3.媒體創意 (20%)：照片及畫面色彩設計、媒體或創意與主題融合度。
- 4.交易機制 (15%)：金流付款及物流選擇機能的完善性、便利性。

5.搜尋優化 (15%)：符合 SEO 搜尋引擎優化之原則(範圍涵蓋 Google 搜尋引擎/關鍵字排名、Google 網站排名/曝光率/點擊率，及網站流量/跳出率/停留時間/流量來源等重要面向)

二、30-60 秒廣告 (20%) 評審標準：

- 1.內容完整性(30%)：產品訊息的傳遞是否完整(觀眾看完知不知道廣告要賣甚麼?)
- 2.表現創意性(30%)：廣告影片表現的方式是否有創意，讓觀眾留下印象？
- 3.廣告觸動性(20%)：廣告是否真的能觸動消費者購買的意願，或讓消費者有感動？
- 4.廣告國際化(20%)：廣告具多語種配音版本(影片應採至少中、英文 2 種以上語種配音及字幕)

三、網路人氣 (15%) 評審標準：

- (1) 管理者貼文數(30%)：10 則以上開始計分，30 則即為滿分，貼文不可重複
- (2) 粉絲頁的按讚數目(30 %)：累積粉絲數 1000 人即為滿分
- (3) 內容瀏覽次數(20 %)：貼文點擊次數
- (4) 內容回應(20 %)：留言及分享次數

四、網路行銷效益分析與成果呈現 (35%) 評審標準：

將網路當成媒體平台，運用至少 2 種網路行銷媒介形式（包含 Facebook 或 Instagram 類似網站建立粉絲專頁、舉辦網路活動、網路圖像式動畫廣告、關鍵字廣告、電子報、EDM 等），以完整的創意行銷手法，吸引目標族群的興趣及參與，達成行銷目的。各組須將數位行銷活動的過程和結果(包含網站營運轉換率、廣告瀏覽率、SEO 成效、網路金流支付工具使用情形、網路社群如 Facebook 粉絲專頁等的經營績效分析)製作成 30 頁以內簡報檔、錄製 5-7 分鐘的 EverCam 簡報影音檔(mp4)，並將簡報檔及影音檔於

112/5/19，17:00 點前繳交至系辦公室。評分重點如下：

- (1) 數位行銷內容呈現與執行流程(40%)：主題的呈現與行銷目標清楚合理，且執行的流程明確而完整
- (2) 市場評估與成本效益分析(40 %)：須涵蓋市場可行性評估(含市場現況與未來需求推估)，及成本效益分析(含 O2O 活動收支/網路商店轉換率:即成交筆數與金額/搜尋引擎排名提升情形)

- (3) 多媒體成果發表呈現與創意(20 %)：影音表達的流暢度/內容呈現的整體性
須與主題相襯，多媒體設計應具吸引力/呈現方式有創意

數位行銷競賽總評分標準與相關說明

評分項目(比例)	評分重點	評分說明	細部比例
網站建置 (30%)	主題內容	資訊的豐富性、適當性、正確性、及時性	30%
	介面設計	操作簡易度、支援跨平台作業系統/瀏覽器、多國語言	20 %
	媒體創意	照片及畫面色彩設計、媒體或創意與主題融合度	20 %
	交易機制	金流付款及物流選擇機能的完善性、便利性	15%
	搜尋優化	符合 SEO 搜尋引擎優化之原則(範圍涵蓋 Google 搜尋引擎/關鍵字排名、Google 網站排名/曝光率/點擊率，及網站流量/跳出率/停留時間/流量來源等重要面向)	15%
30-60 秒廣告 (20%)	內容完整性	產品訊息的傳遞是否完整(觀眾看完知不知道廣告要賣甚麼?)	30%
	表現創意性	廣告影片表現的方式是否有創意，讓觀眾留下印象?	30 %
	廣告觸動性	廣告是否真的能觸動消費者購買的意願，或讓消費者有感動?	20 %
	廣告國際化	廣告具多語種配音版本(影片應採至少中、英文 2 種以上語種配音及字幕)	20 %
網路人氣 (15%)	管理者貼文數	10 則以上開始計分，30 則即為滿分，貼文不可重複	30%
	粉絲頁的按讚數目	累積粉絲數 1000 人即為滿分	30 %
	內容瀏覽次數	貼文點擊次數	20 %
	內容回應	留言及分享次數	20 %
網路行銷效益 分析與成果呈現-簡報影片 (35%)	數位行銷內容 呈現與執行流程	1.主題的呈現與行銷目標清楚合理	40%
		2.執行的流程明確而完整	
	市場評估與成本 效益分析	1.市場可行性評估(含市場現況與未來需求推估)	40%
		2.成本效益分析(含 O2O 活動收支/網路商店流量與轉換率/搜尋引擎排名提升情形)	
	多媒體成果發 表呈現與創意	1.影音表達的流暢度/內容呈現的整體性與主題相襯	20%
		2.多媒體設計是否具吸引力/呈現方式有創意	

註：本次競賽將以「序位法」為優先，「分數」為輔。由評選委員就各評選項目分別評分後予以加總，評選委員依受評選廠商之總分，由高至低分別排序為 1、2、3、...等序位；合計每位評選委員所給予個別廠商之評選序位，最低者為優勝，次低者為次優勝，依此類推，若序位相同時，則以配分最高之評選項目得分總和較高者為優勝，得分仍相同者並列同一名次。比賽成績經評選委員會議確認無誤後，當場宣布結果。

參、其他注意事項：

- 一、所有參賽作品恕不退還，主辦單位擁有修改、重製之權力。
- 二、如有發現未尊重著作權法或違反相關法令時得取消參賽資格。
- 三、視評分結果，主辦單位保留 1-2 名彈性給獎及獎金分配之權力。
- 四、榮獲前三名組別學生經推薦應參加全國性相關競賽。