



# 社群、網紅，網路經營 該如何選擇？

# 社群電商是**全球經濟趨勢**

在**2010**年、那個還只是iPhone 4的年代，**Facebook**創辦人馬克·**祖克柏**Mark

**Zuckerberg**就曾表示：「如果要我預測，**社群電商 ( Social Commerce )** 將會是**下一個爆炸性成長的領域。**」

10年過去，Facebook持續朝電商邁進，在2020年提供了Facebook Shop一站式的購物服務；旗下的IG也已在2019年推出購物按鈕功能 ( Checkout )

社群媒體在布建購物的體驗上動作頻頻，因為根據《MarketWatch》的報導，直至**2024年社群電商**

的全球市場規模將上看**2.05兆美元** ( 約61.5兆新台幣 ) 年複合成長率達31%。

## 全年規模上看 800 億，家樂福即便虧損也要做！ 實體零售轉戰網路銷售成績一次看

2020 年疫情帶來的長期社交管制重擊實體門市營運，與此相對的則是同期間快速成長的線上銷售金額。因此，實體零售通路紛紛大舉跨入網路銷售或是強化線上通路投注資源，著手開設購物網站與自建APP、運用開店平台與線上社群團購，以及聯手外送平台推出門市宅配等多元方案，希望能夠大幅拉高網路銷售金額，提升線上通路營收貢獻度。

線上通路的高速成長加上疫情的推波助瀾，帶動 2020 前三季台灣實體零售業「網路銷售額」與去年同期相較大幅攀升 22%，全年規模有望創下超過新台幣 800 億元的新高紀錄。不僅如此，在「電商產業」及「實體零售業網路銷售」雙劍合擊下，2020 年 Q2 台灣整體零售業的網路銷售滲透率站上 8.93%，同樣成為歷史新高點。

# 社群經營，粉絲經營

- 先懂什麼是社群，用什麼方式？
- 你的社群受眾目標是誰？
- 先經營？還是先推銷？
- 是要發廢文？還是以產品文為主？

# 網紅變現的途徑

- 內容創作為主

- 賣產品為主

- 粉絲的打賞

→ 還有你想不到的.....

# 社群自媒體主要收入

以自媒體當正職的人僅佔5-10%左右，其餘皆為兼職經營：

- 1.邀稿+活動推廣
- 2.廣告抽成
- 3.軟性文章
- 4.導購售賣
- 5.粉絲團行銷、直接銷售

# 您現在的網路經營是哪一種層級？

