



Kiki Chen

陳琦琦

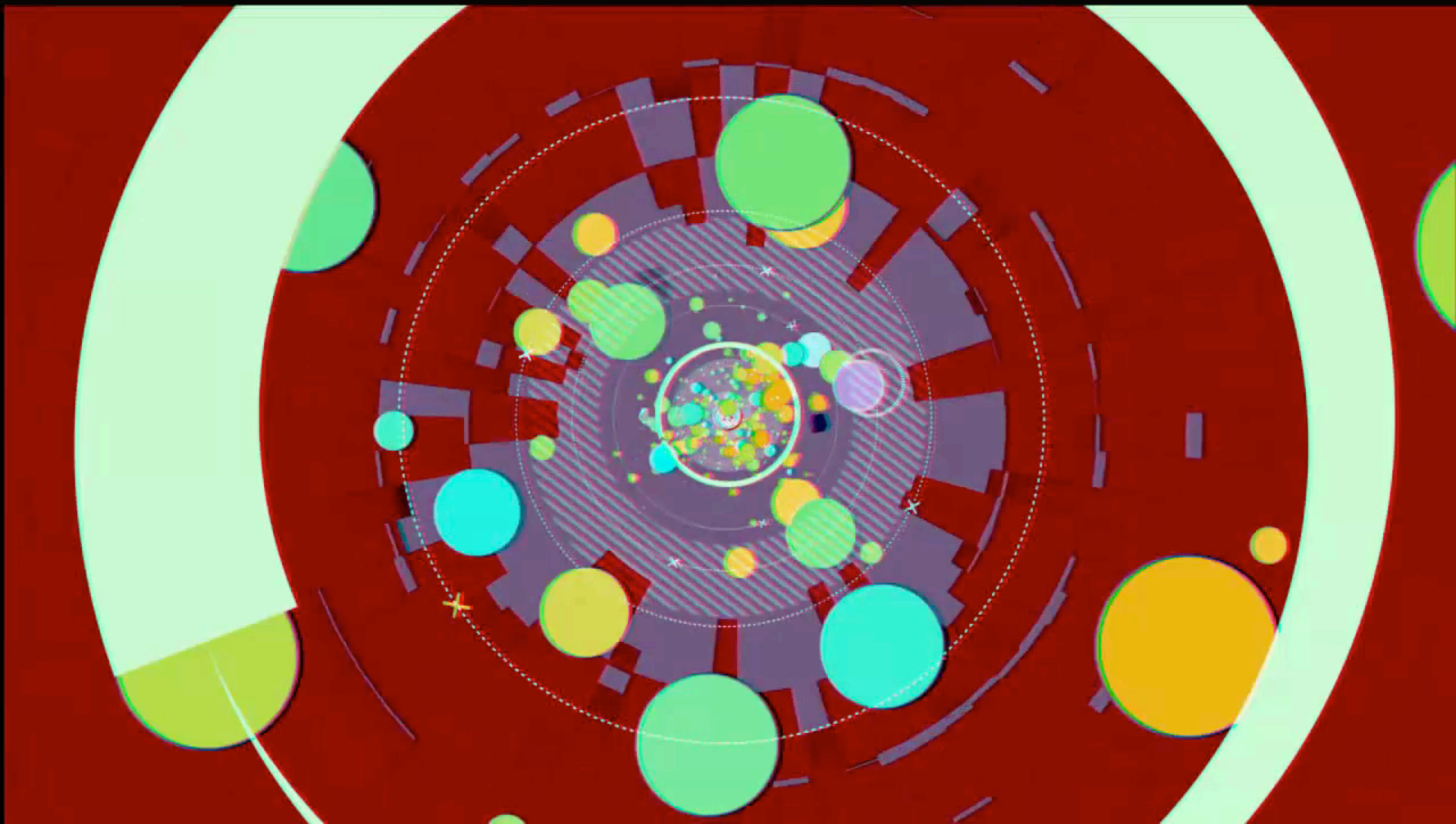
mediland 米蘭營銷共同創辦人

超過16年的數位行銷創意人。
多年服務客戶包括TOYOTA、LEXUS、
HEINEKEN、NIKE。
道地台北人。元氣地球人。
現正攻讀政大EMBA文科資創組。



About Medialand

米蘭公司簡介



Leading Clients and Brands

CHINA

 顺丰速运	
	
	
	

TAIWAN



Digital 360° integration

From campaign to social, we integrated all digital platforms to enhance the effectiveness.

整合式數位行銷服務	數位媒體廣告 購買與操作	數位平台系統建置
<ul style="list-style-type: none">● 品牌行銷顧問● 市場/消費者分析● 傳播策略規劃● 全傳播廣告創意● 行銷活動(Campaign)策動與執行● 虛實整合活動(Event)執行● 顧客關係管理(CRM)● 粉絲社群/會員經營	<ul style="list-style-type: none">● 市場研究(Research)● 媒體企劃(Planning)● 媒體採購(Buying)● 關鍵字廣告購買(SEM)● 社群媒體操作(Social)● 廣告監控(Monitor)● 成效分析(Analysis)	<ul style="list-style-type: none">● 網站建置/網頁設計(Web Design)● 手機 APP 製作● 跨螢裝置多媒體製作● 資料庫系統建置● 後端管理系統設計● 人機互動程式設計(UX / Interactive)● 資料採礦數據分析(Data Mining)

2003~2012 金手指共入圍 89 項，得獎 50 項

2009 微軟數位廣告獎

2010 Yahoo! Asia Big idea Chair

最佳豐富多媒體網路廣告內頁大獎：魅力突出，海尼根觸感新裝

2010 時報華文廣告金像獎

公共服務別廣告影片銅獎：經濟部智慧財產局影印機篇

2011 Yahoo! Asia Big idea Chair

大賞首獎：Doritos Late Night Campaign

最佳互動網路廣告首獎：KFC Angry Dollar

2011 4A Yahoo 創意獎

最佳網路行銷創意獎佳作：Old! Oh! Oh! Project

最佳手機創新運用形式獎佳作：海尼根 Fun Share APP

2011 第四屆金投賞

網站設計類金獎：你願意拿什麼來交換海尼根

前臺廣告類提名獎：你願意拿什麼來交換海尼根

網站設計類提名獎：Giordano Hi MV

2012 4A Yahoo 創意獎

最佳互動網路活動獎金獎：海尼根OPEN YOUR WORLD 100%派對

最佳互動網路活動獎銀獎：Yahoo!奇摩 首頁人生

最佳互動廣告獎銅獎：Lexus GS Banner

最佳網路創新運用形式獎佳作：Toyota 2012 台北車展 電力持久賽

最佳網路病毒行銷創意獎佳作：海尼根 Fun Share 聖誕節

最佳網路創新運用形式獎佳作：Lexus Hybrid Power

最佳手機創新運用形式獎佳作：海尼根適量飲酒 精采由你掌握

2012 第五屆金投賞

創意服務前臺廣告金獎：Lexus All New GS

創意服務網站設計銀獎：Fiesta R u kiDdiNg mE?

媒介服務社會化媒體行銷銀獎：Lexus Hybrid Power

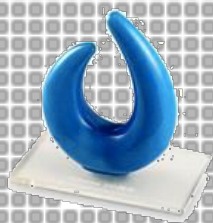
2012 數位時代社群行銷獎

社群應用程式獎：海尼根 Fun Share 聖誕節

社群網路行銷獎：海尼根OPEN YOUR WORLD 100%派對

2012 Yahoo! Asia Big idea Chair

大賞 Merit：海尼根OPEN YOUR WORLD 100%派對



FWA



同名新人

夜電





Work Hard

拼命工作



medialand







PRODUCER
CLIENT SERVICE

MEDIA
CONTENT

STRATEGIC

ACCOUNT

PLAN

ANALYTIC

CONNECTIVE
THINKING

CREATIVE

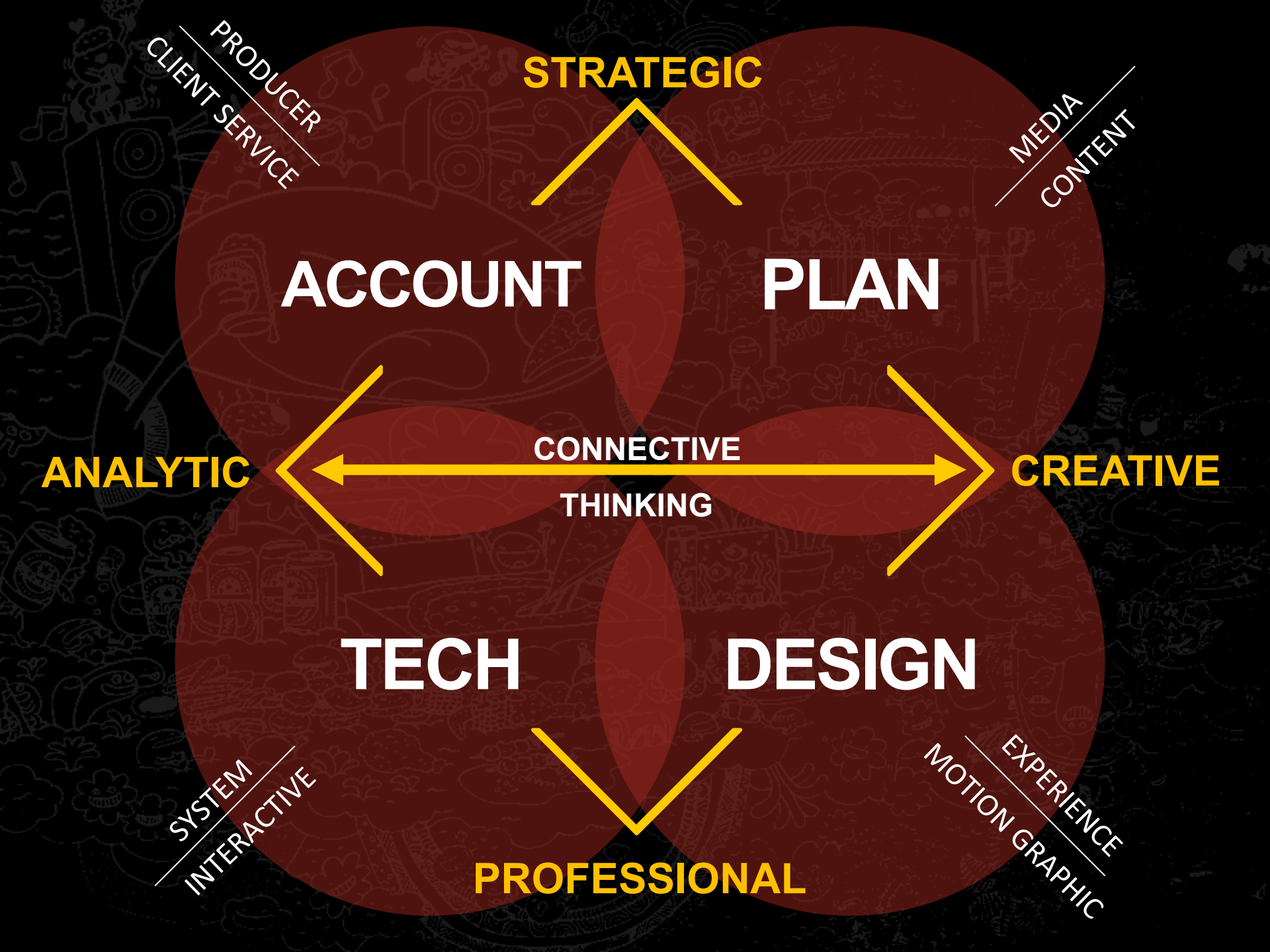
TECH

DESIGN

SYSTEM
INTERACTIVE

EXPERIENCE
MOTION GRAPHIC

PROFESSIONAL





米蘭人的每天、每天

<https://www.facebook.com/hashtag/medialand1001>



Play Hard

用力生活









Surprise Me!



Advertising, and Everything in Between. 廣告與非廣告之間
透過科技連結的共感力體驗行銷

Sorry NO

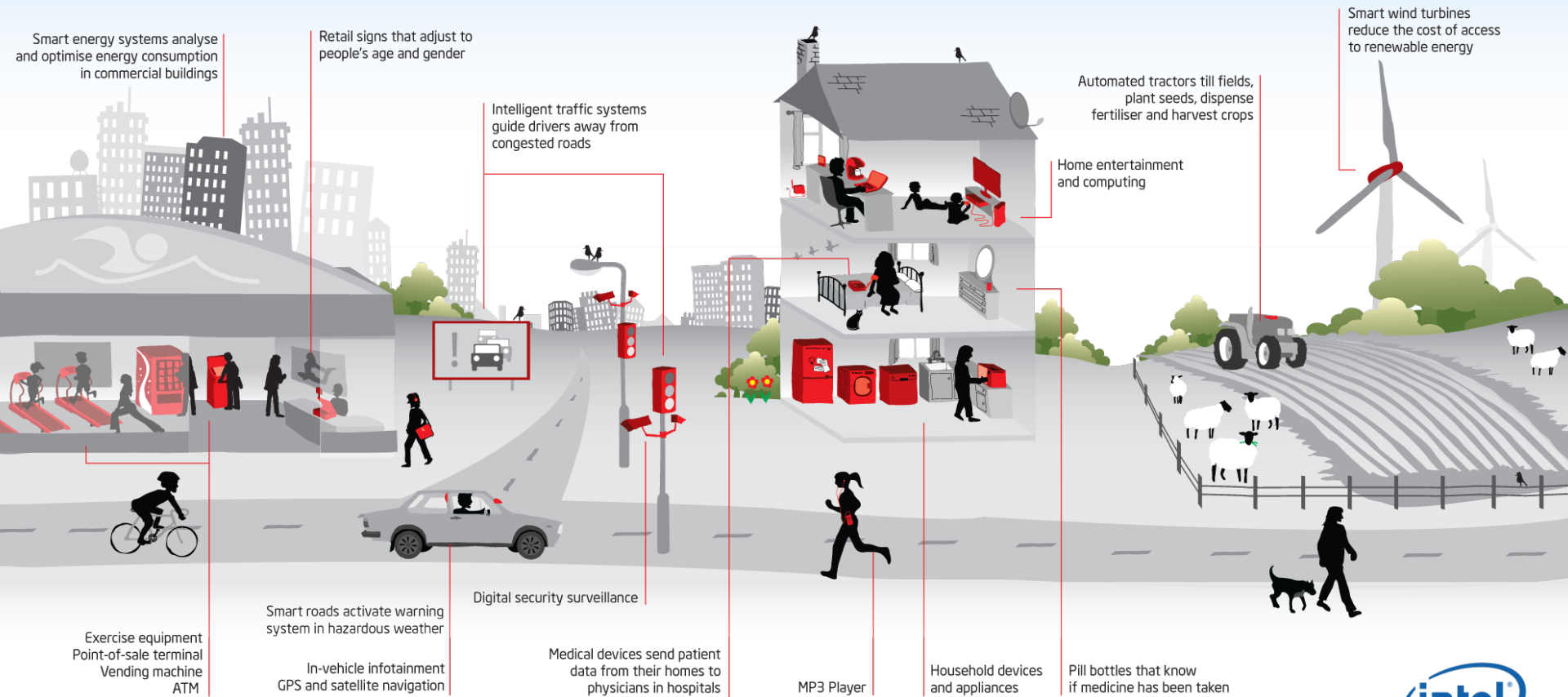
INTERNET Today

CLOUD / DEVICE



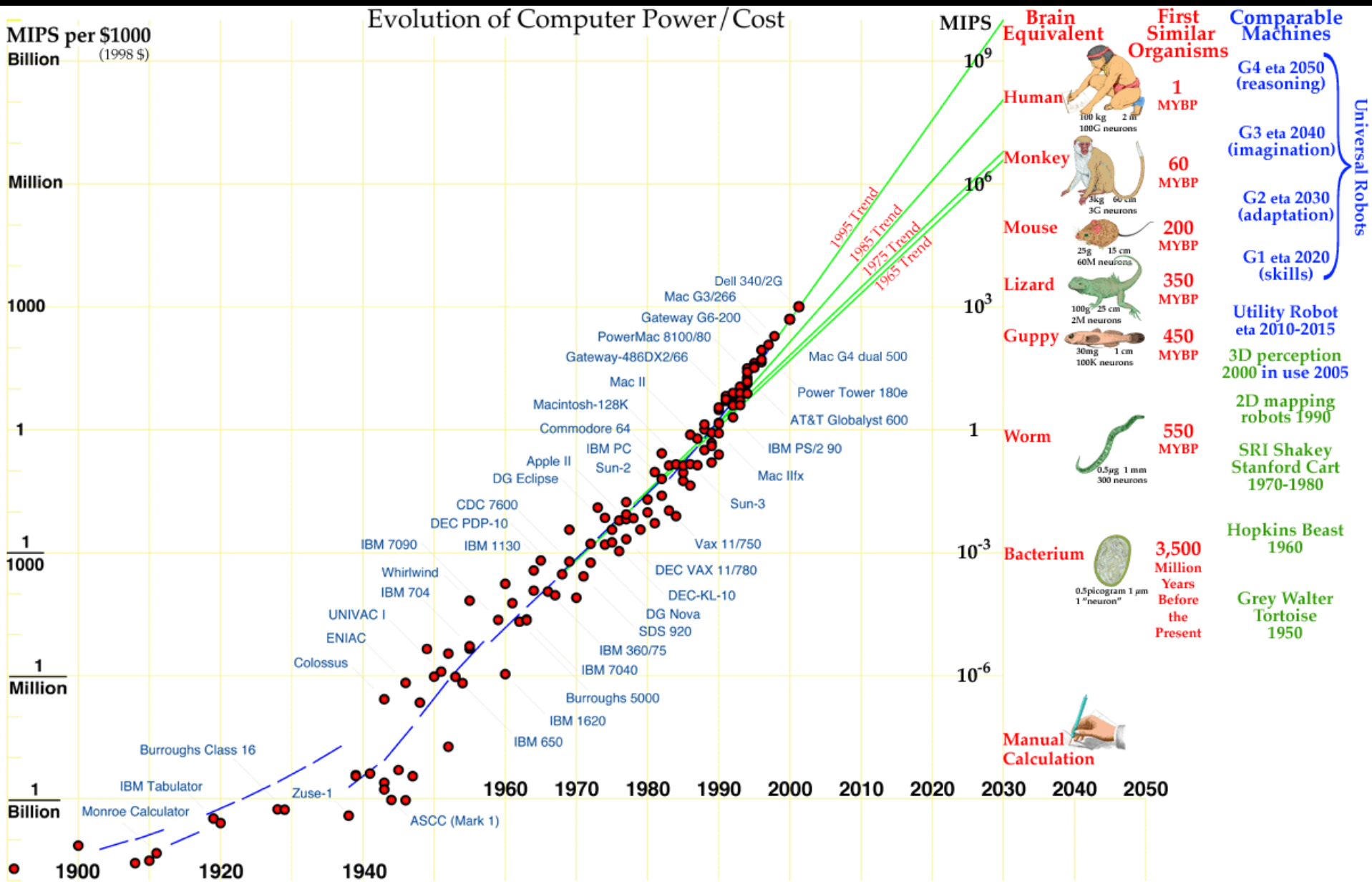
It's a Smart World

Invisible yet ubiquitous, small but mighty, unnoticed but life changing. Forty years ago the microprocessor was born, beginning the quiet but profound process which has radically reshaped our lives. Today, thanks to the microprocessor, we live in a smart world, can do smart things and make smart choices. We don't see them, but these tiny embedded computers shape our world to a remarkable degree. From the cars we drive and tractors that till the fields, to the fresh food delivered to our shops, billboards that advertise and machines that help us stay fit - they're the invisible brains that power our daily being. Long live the smart life.



LIFE IN 2030

摩爾定律：到2050年電腦等於全人類頭腦運算速度 人工智慧時代來臨，人腦跟不上電腦的速度



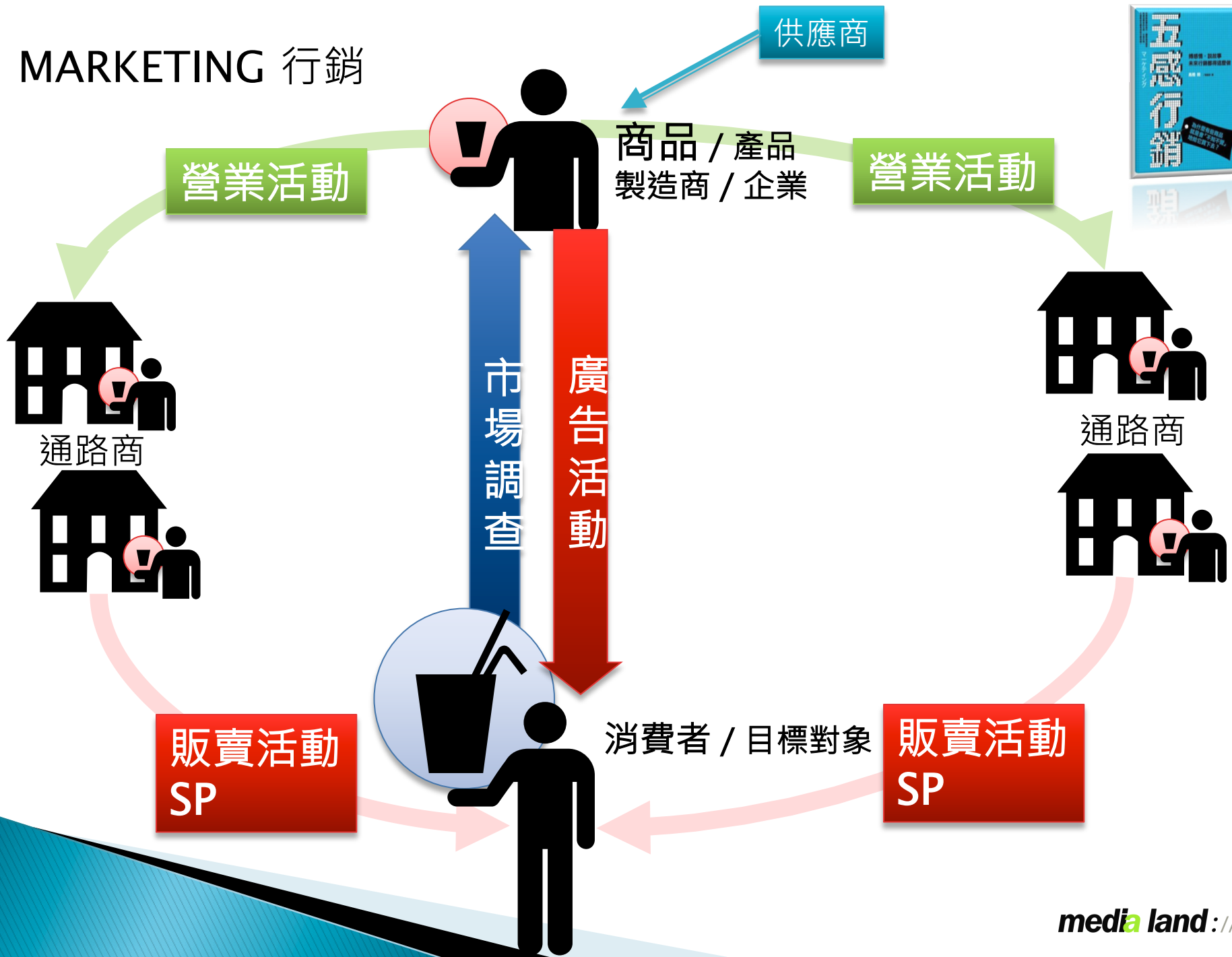
行銷??

Marketing

「行銷是 創造、溝通 與 傳送價值 給客戶，及 經營顧客關係，
以便讓 組織與其利益關係人 受益的一種 組織功能 與 程序」

AMA(American Marketing Association) 2004年行銷定義

MARKETING 行銷

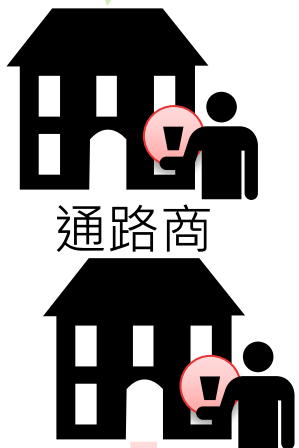


供應商

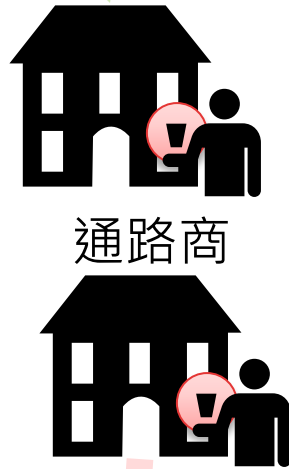
營業活動

商品 / 產品
製造商 / 企業

營業活動



通路商



通路商

市場調查

廣告活動



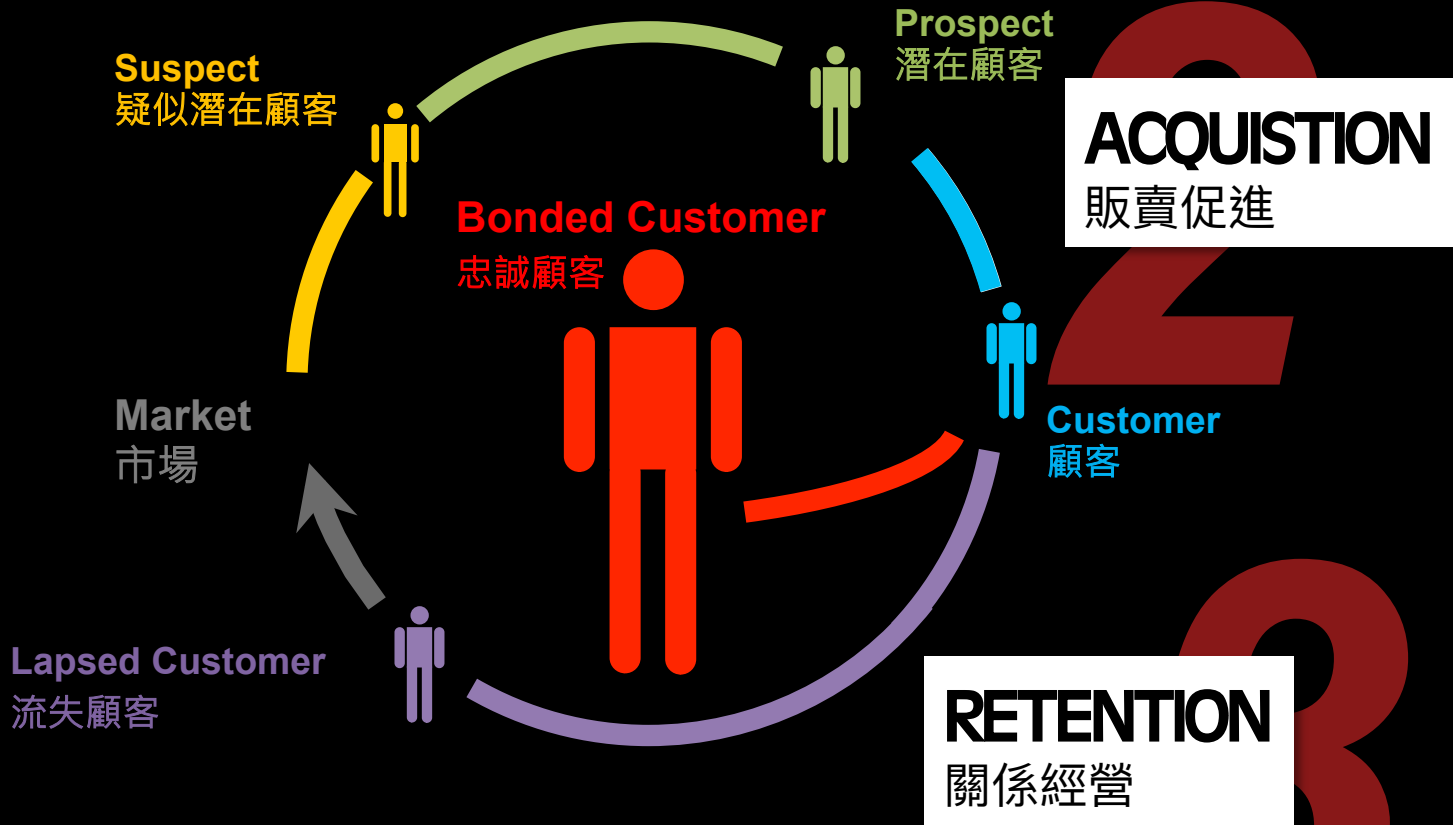
消費者 / 目標對象

販賣活動
SP

販賣活動
SP

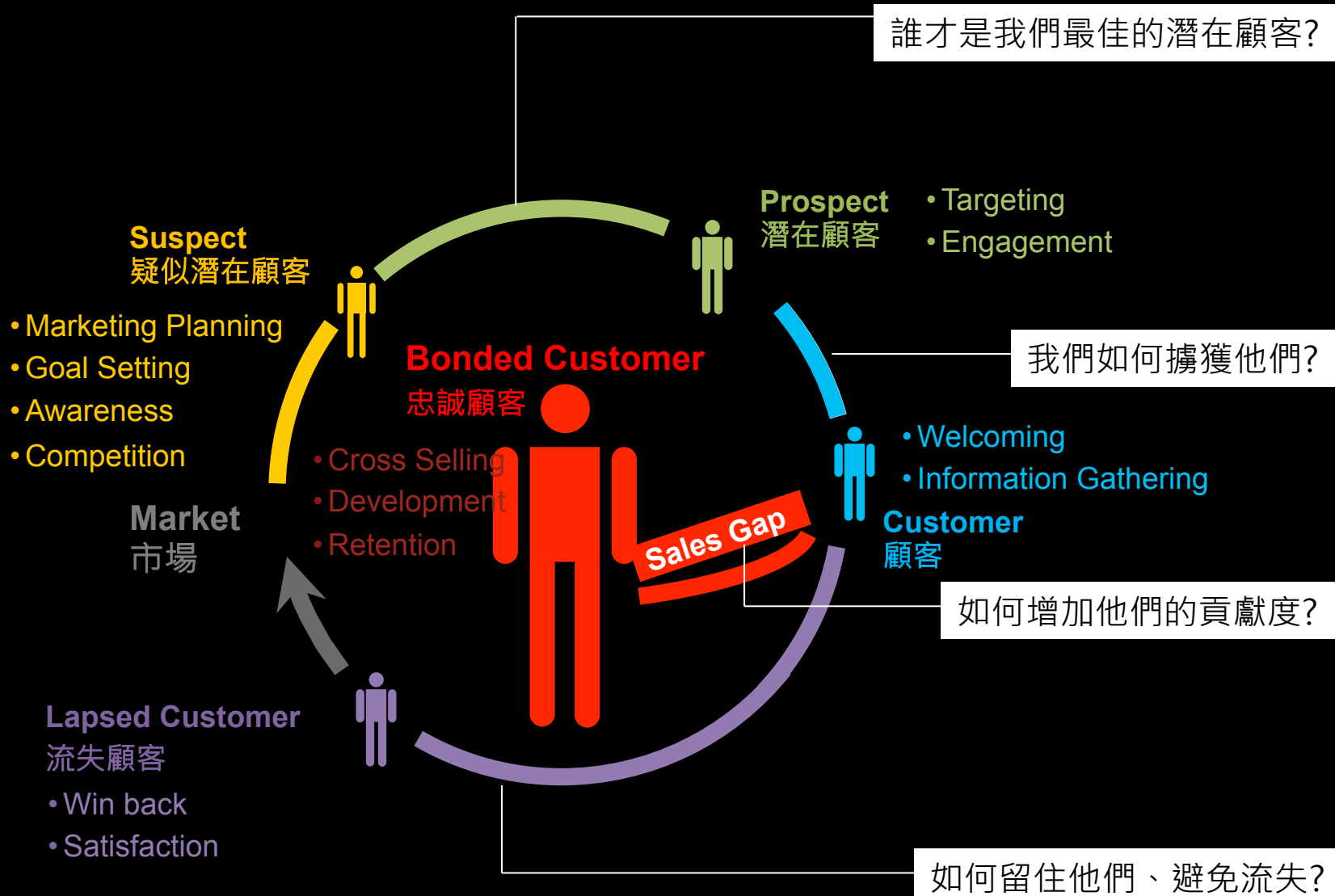
MKT CAMPAIGNS

行銷活動發動



CUSTOMER LIFECYCLE

顧客生命週期



CUSTOMER LIFECYCLE

顧客生命週期



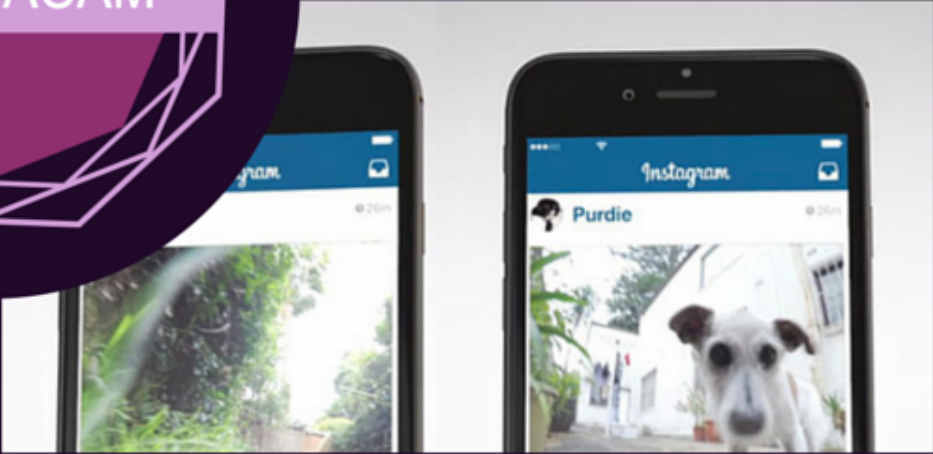


<https://youtu.be/2FEAL7Wceoo>



<https://www.lookwhatwedid.co/poptopiadongle/>







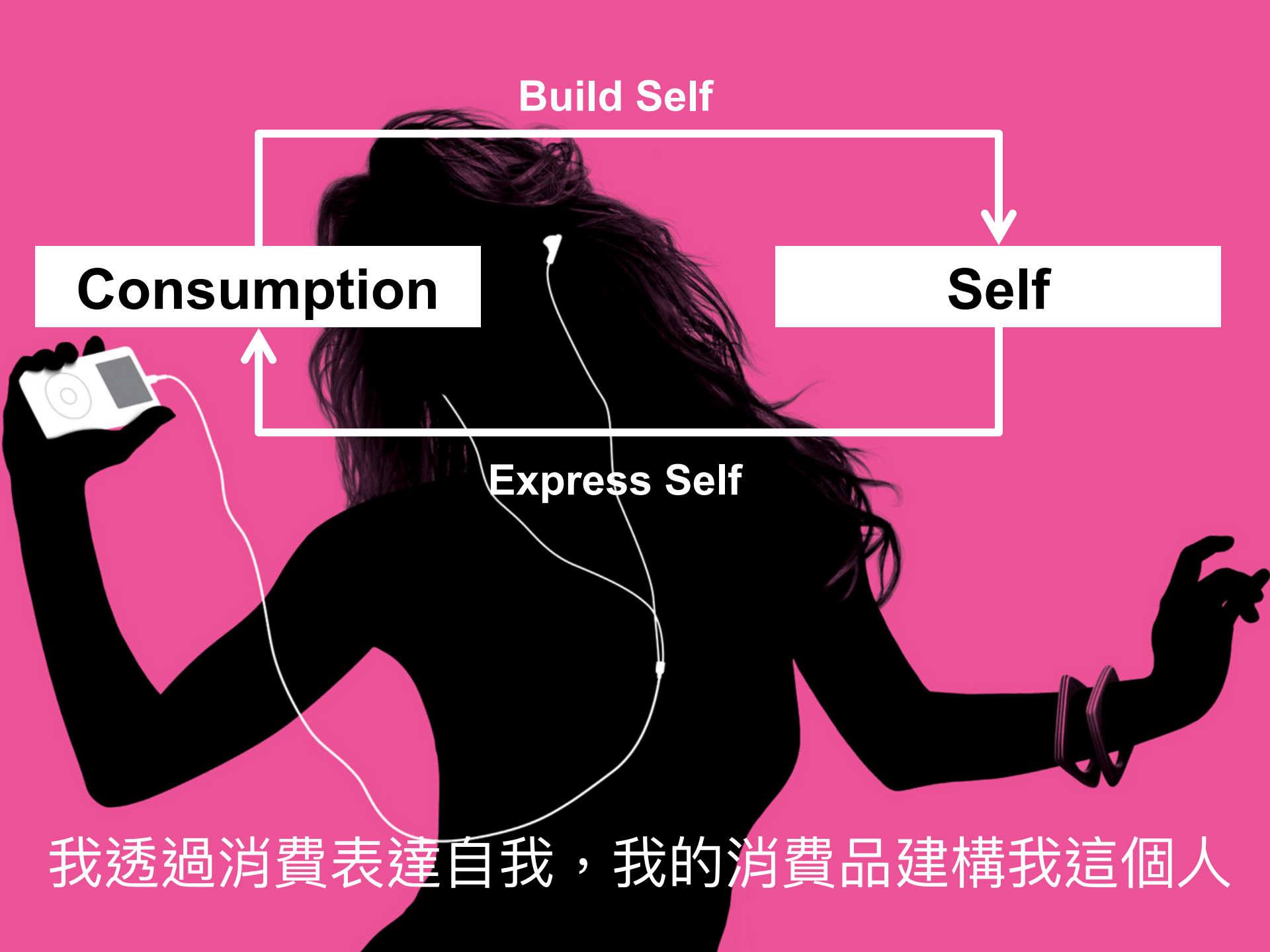
<https://youtu.be/pWofshPDFMA>

Marketing DNA

廣度



深度



Build Self

Consumption

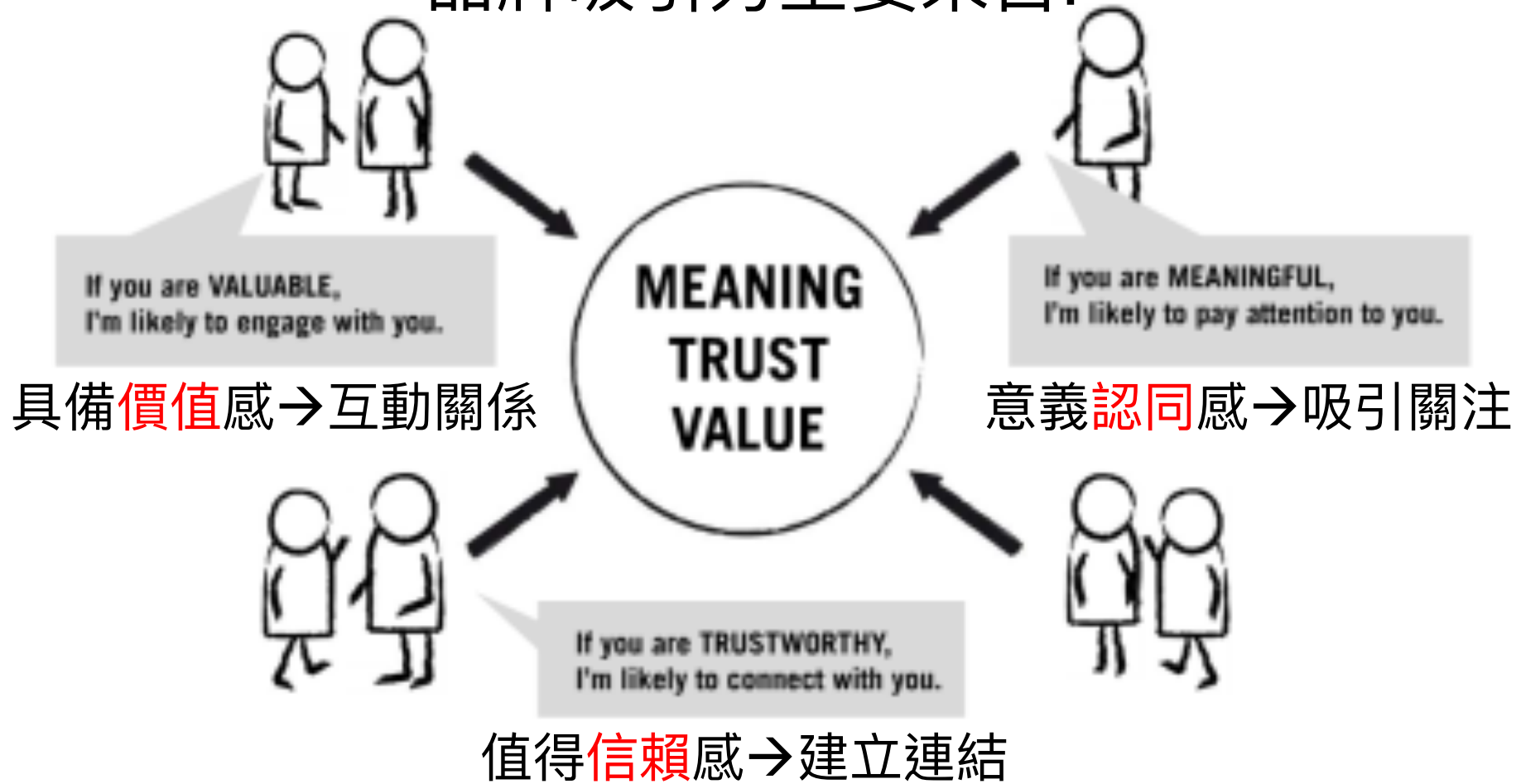
Self

Express Self

我透過消費表達自我，我的消費品建構我這個人

BRAND GRAVITATION IS MAINLY DRIVEN BY:

品牌吸引力主要來自:



If I **Tell** you, You forget.

If I **Show** you, You remember.

If I let you **Experience** it,
You Understand !

Campaign

行銷活動

vs.

Playground

遊樂場

Disney's
DESKTOP
STOP

Toy
STORY
2

TS2 ©Disney/Pixar. All Rights Reserved
©TS Disney. All Rights Reserved

 Disney.com



Slinky Dog
Zigzag
Spin

What_題目、講、玩、體驗、感覺、體會...?

Whoooo_目標對象、參與者、關係人有誰?

Where_地點、媒體、接觸點、環境如何?

When_時間點、時機、長短期?

Why_原因? 至少問3次why!

How_流程、形式、方法、佈局、包裝...?

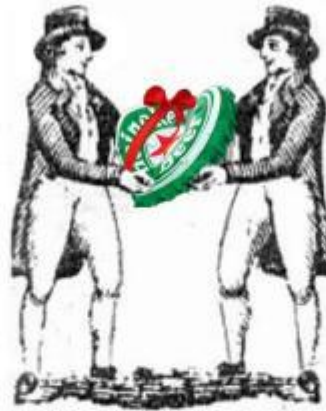
2010



魅力突出 就是要海尼根

Idea

沒有什麼比海尼根更有魅力



交換

Exchange

ATL (TVCF/OOH/Print)

關鍵字搜尋 (SEO/SEM)

海尼根官網



海尼根魅力交換運動

交換
故事



再發酵

HNK Fans

海尼根Facebook粉絲專頁

海尼根會員電子報

Potential

邀請名人參與活動

Facebook鄉民話題操作

魅力交換影片病毒操作

Digital Media

入口

新聞

社群

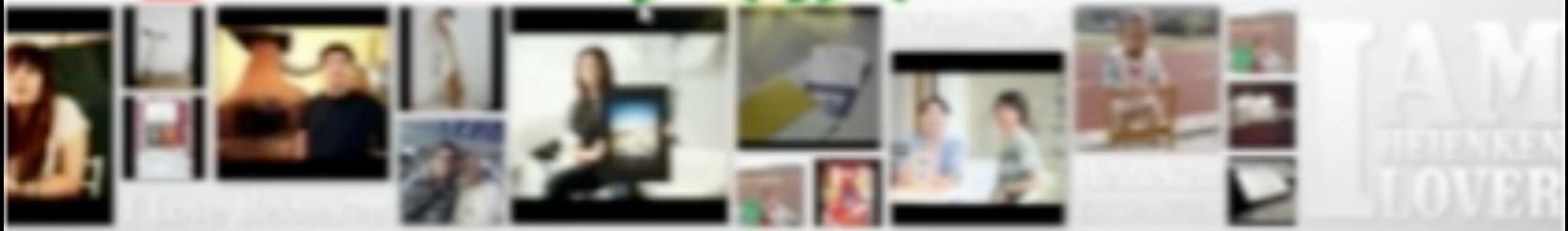
影音

拍賣

攝影

執著海尼根

魅力交換



TAM
HEINIKEN
LOVER

未 成 年 評

活動首頁
交換物件一覽展示

個案介紹影片：<https://youtu.be/V5V2OyHtUxA>



Heineken 即刻交換 魅力萬眾

他 決定將收藏多年的玩具 她 精心製成日夜相伴的飾品
每個人開始和心愛的東西斷絕關係 只因他們...就是愛海尼根！
而你 願意用什麼來交換海尼根？

海尼根魅力★瓶
全酒量 200ml

上機交換 送禮專家
選擇你常用最具魅力價值的物品來交換海尼根魅力之星。
上傳照片或影片，即選取交換物品的魅力之處。

酒酣汁酒 魅力專家
每週由海尼根選出40名交換物品最有魅力的網友
入選名單將於每週一公佈。

魅力交換
活動期間共選出200名得獎者，即可獲得全年度海尼根魅力之星之獎
活動中從即日起至9月30日截止，請海尼根魅力之星速速來與海尼根交換！

未 成 年 請 勿 飲 酒

<http://exchange.heineken.com.tw/>



義氣相挺的熱血T恤



史丹利 / 名人部落客

無意間在沖繩看到超好看的T-SHIRT, 老闆那裡只有唯一的一件也難得立刻取下來與我交換, 這件有義氣相挺的T-SHIRT, 我要拿來跟海尼根做交換!

紀念夢想歲月的手工吉他



Jason / 房仲資訊處主管

我退伍後買的第一把Paul Reed Smith的電吉他, 當時七萬五, 是我所有的積蓄, 我開始負責家計的最後一個任性, 它帶我在每年春天到座滿的音樂節或, 那兩年, 是我距離夢想最近的時候, 青春與責任的分界, 現在看著它, 我會想起Right Club裡的對白: 'we were used by television to believe that we'd be millionaires and never gods and rock stars but we won't. And we're learning that fast', 我要用這把代表夢想的手工吉他與海尼根交換。

拿命來換的十圈風車



RCO / 設計師

我大愛海尼根了, 所以我決定冒著門到鎖、樓到斷、腳受傷的風險來用十圈風車與海尼根做交換! 魅力壓倒性啦!

荷蘭公主的派對遊輪制服



瑞士蟹 / 作家

第一位不是荷蘭人的荷蘭公主, 在2個月內精通荷蘭文, 同時對新移民的幫助不遺餘力, 我願意拿見到荷蘭公主的遊輪制服與海尼根交換魅力壓倒!

手繪吧台設計圖



深白色二人組 / 歌手

在東京的居酒屋中引燃想要擁有吧台的想, 因此在影片中設計了夢想中的設計稿, 如今這個夢想實現了, 這幅珍貴的手繪吧台設計稿我要拿來跟海尼根交換魅力壓倒!

戀人新生活主義



蘇厚克也 / 攝影總監

戀人新生活主義這組照片代表著我攝影生涯的轉捩點, 正式從業於轉為職業的攝影師, 這套對我意義重大的照片, 我要拿來跟海尼根做交換!

網站LOGO被交換



Nownews新聞報導

數百名網友反應，目睹NOWnews LOGO瞬間不見
網站LOGO失竊! 犯人竟是自家站長

今早NOWnews 客服接獲數百名網友反應，指出目睹網站LOGO瞬間消失，NOWnews客服人員立即進行調查，隨後自家站長坦承將網站LOGO拿去交換...

FB FANSPAGE

海尼根對應說法



Heineken 海尼根 連Mobile01小惡魔也被站長拿來交換海尼根?(有圖有真相!!)

本日特感謝MSN、PCHOME、Pixnet、Nownews、IMTV站長的執著厚愛，將自家一日網站內容拿來交換海尼根！

另有DC View版主提供站內精選照片、無名小站持眾多正妹照進行交換！



Aug 25, 2010 3:15pm

Length: 0:30



August 25 at 3:15pm · Comment · Like · Share



張亮亮, Veronika Wu, 李凱C and 26 others like this.



Dafen Emma 哇嗚!!!剛剛看到yahoo首頁也在交換了!!!

August 25 at 9:43pm · Like · Flag



李凱C 昨天也有看到這個<http://www.nownews.com/2010/08/24/91-2639320.htm> 很有趣!!

August 25 at 11:03pm · Like · Flag

Write a comment...



Heineken 海尼根 感謝網友熱情參與【魅力交換】活動，今日上線立即收到nownews站長與imt站長拿網站一日Logo交換魅力星瓶，執著又瘋狂的舉動令人印象深刻!



August 24 at 3:06pm · Comment · Like · Share



謝一踢, Jeff Wu, Chang-Chu Kuo and 44 others like this.

Write a comment...

YOUTUBE

交換故事展示



★Heineken 執著海尼根·魅力交換★ 訂閱 上傳 HeinekenExchange 的頻道

搜尋上傳影片 新增日期 | 觀看次數最多 | 評分最高影片

- | | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|
|  <p>精工製的荷蘭公主派對
舞輪舞星
觀看次數: 288
1月以前</p> |  <p>海尼根魅力交換·史丹
利派氣相辦的熱血T
觀看次數: 330
1月以前</p> |  <p>家手揮白色的手繪吧自
設計圖
觀看次數: 208
1月以前</p> |  <p>Jason紀念夢想歲月的
手工吉他
觀看次數: 213
1月以前</p> |  <p>家裏的痛徹心翻 Mini
Cooper
觀看次數: 220
1月以前</p> |  <p>JKO拿命交換的十區風
車
觀看次數: 167
1月以前</p> |
|  <p>觀看次數: 174
1月以前</p> |  <p>觀看次數: 191
1月以前</p> |  <p>觀看次數: 133
1月以前</p> |  <p>觀看次數: 11,945
1月以前</p> |  <p>觀看次數: 9,685
1月以前</p> |  <p>觀看次數: 191
1月以前</p> |
|  <p>觀看次數: 220
1月以前</p> |  <p>觀看次數: 174
1月以前</p> |  <p>觀看次數: 133
1月以前</p> |  <p>觀看次數: 133
1月以前</p> |  <p>觀看次數: 133
1月以前</p> |  <p>觀看次數: 133
1月以前</p> |

HeinekenExchange
訂閱
新增為好友 | 封鎖使用者 |
發送訊息

頻道觀看次數: 23,884
上傳影片觀看次數總計: 23,911



珍藏23年的正妹初吻，公開交換？

北市知名大學的校花，為了力挺心愛的海尼根品牌，決定公開交換珍藏22年的寶貴初吻。沒有交過男友的她獻出初吻並不覺得後悔，但同校里同學聽到該消息無不心痛震驚...



驚爆！型男國手以假髮交換限量品

記者獲報民眾驚見王姓奧運國手禿著頭走進運動場！王姓國手一派輕鬆的說，隱瞞了好幾年，但決定豁出去是因為昨天他把假髮拿去交換了... [\[more\]](#)



變心潮起，換男人怒訴：

[小編專題] 是什麼樣的誘人魅力，能讓男人甘願脫手舊愛，奮而投奔新歡懷抱，據心理學者研究，會造成性格轉變風



世界級網球國手，為愛捨棄冠軍獎盃！

連續勇奪兩座世界冠軍的中華網球選手，昨日風光返台，在記者採訪時竟公開坦承想將冠軍獎盃拿去交換最心愛的... [\[more\]](#)

參與活動卻未入圍的某位網友很氣憤在FB開社團，請求大家評評理。



為什麼不能用
30年的初吻換海尼根!

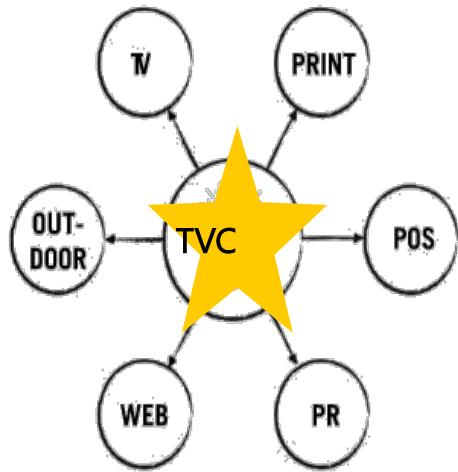
客訴+互助

讓兌換不到的網友集中宣洩。
也可交流分享換物訣竅、互相支援。

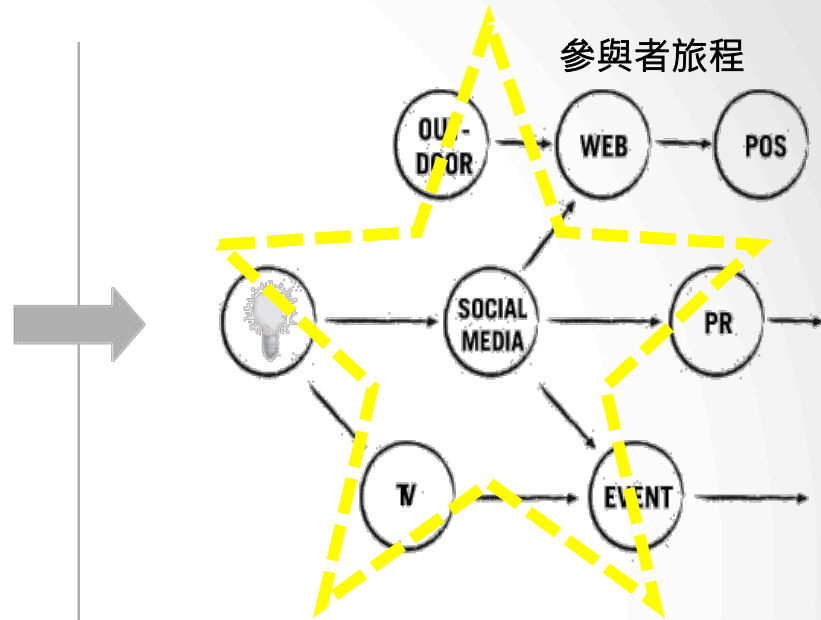


以鄉民角度製作『請不要把我拿去換海尼根 ><』紀念T恤、下載貼紙、具有Pattern的手機APP...等等，讓網友當做趣味話題分享傳遞。





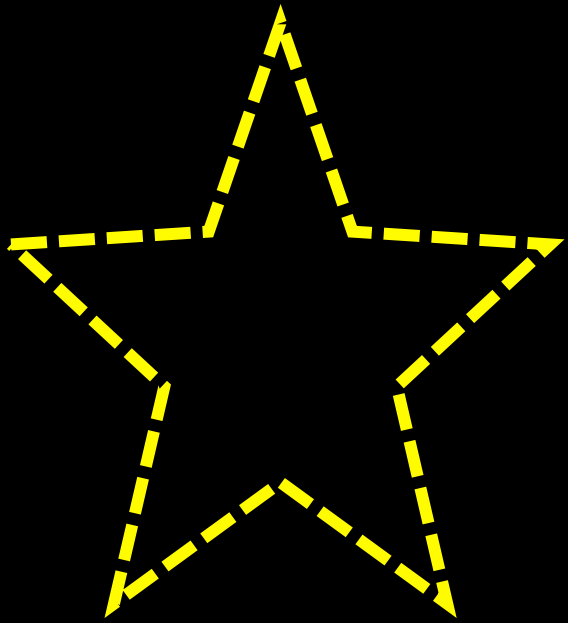
Integrated Marketing Comm.



Cross Media Comm.

讓各平台/媒體發揮所長、各司其職
合體時又能創造更廣闊/深刻體驗。

Let each platform do what it does best and work on its own terms,
but should also add something to the larger experience.



沒有什麼比海尼根更有魅力
你願意拿什麼來交換海尼根？

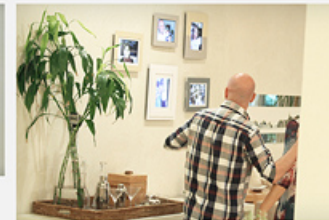
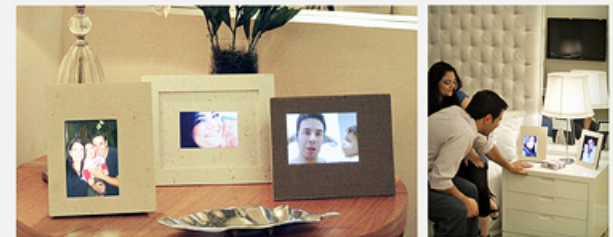
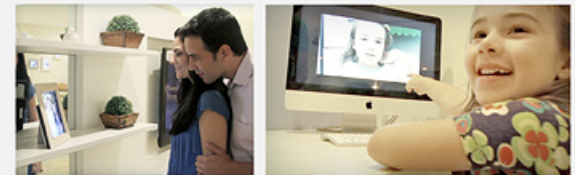
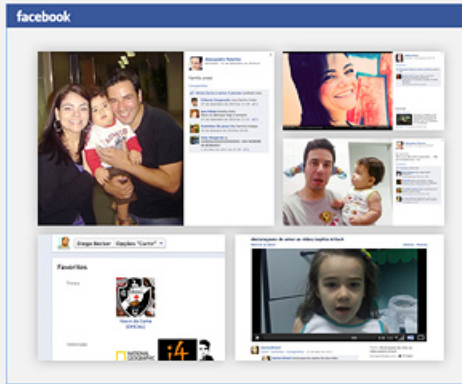
海尼根魅力交換運動
就是要海尼根

People's Facebook profiles were used to feed digital screens in the decorated model apartment for a unique buying experience.

THE SOCIAL HOME TOUR

FONT VIEILLE
VIVER BEM É UMA ARTE

CARVALHO
HOSKEN S/A
carvalhohosken.com.br



the challenge

Carvalho Hosken, one of the biggest construction companies in Brazil, launched its new high value venture based on a tailor made concept. But in Real State market, "made for you" is a common speech repeated to exhaustion by every brand. That's what brought us a challenge: promoting a real tailor made product and avoiding the image of a false promise.

the solution

We created The Social Home Tour. To schedule a visit to the model apartment, visitors had to use their Facebook login. That guaranteed us access to their profile information, which we transformed into ingredients for a unique experience. The apartment was then automatically customized for each visit. By the end of the tour visitors also received a phone call with a special discount, and the experience could be shared on Facebook.

the results

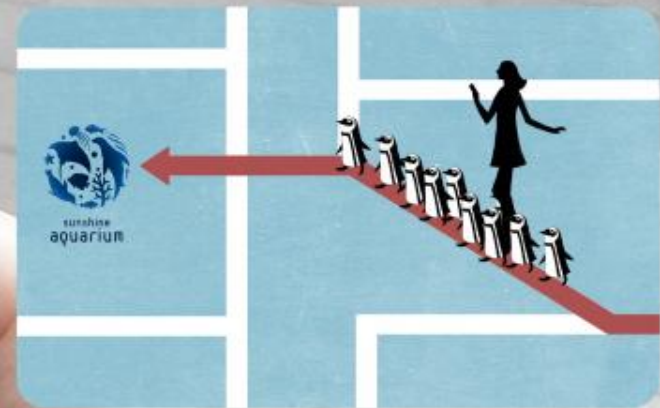
Using technology and Facebook, we introduced visitors to their future homes already filled by their emotional memories. During the period the tour took place, 28% of the visits resulted in purchases (three times the usual rate); 43% of the visitors shared their experience on Facebook; and the goal was achieved in a special manner: demonstrating it was actually tailor made for each one of them.

In the real estate market every brand tries to sell a house that is perfect for you.

GPS PENGUINS NAVIGATE YOU



INSTINCT MEETS
MOBILE TECHNOLOGY



CAME FROM
ALL OVER JAPAN

CHALLENGE Tokyo has thousands of distractions—so many that the 35-year-old Sunshine Aquarium fell off the radar. Even worse, the Aquarium is almost a kilometer from the nearest train station. We had to find a way to attract more visitors to the Aquarium and make sure they could find it.

IDEA Get penguins to bring people to the Aquarium. We designed an augmented reality GPS system featuring penguins that lead the way to the Aquarium. Our GPS penguins walk like real penguins. It was a world first: motion capture technology applied to penguins. Humans are instinctively attracted to cute animals. All anyone with a mobile phone has to do is follow the penguins. They lead straight to the Aquarium. It's so entertaining that all other distractions go unnoticed.

RESULT Aquarium attendance increased over the previous month despite no change in exhibition content. People spent on average 9+ minutes playing with the App. 32% of users opened it 7+ times. 93% of users recommended it to friends/families. Penguins brought not only people, but also smiles.



270,000 DISTRACTIONS



35-YEAR-OLD AQUARIUM



GPS PENGUIN



MOTION CAPTURED PENGUIN



SUPER REAL



152% INCREASE



BROUGHT SMILES, TOO



This app proved it scientifically





HEINEKEN BROUWERIJ

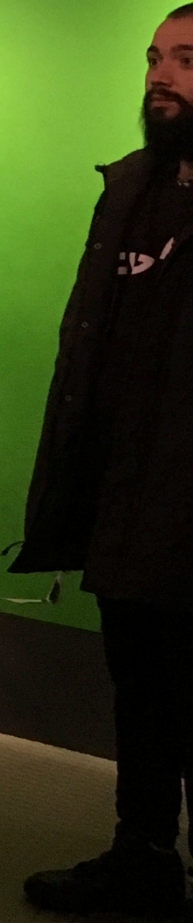
Heineken

I VISITED
THE
HEINEKEN
EXPERIENCE

EXPERIENCE



Heineken
**KARAOKE
STAGE**







Cheer Chen

陳綺貞

陳綺貞 台灣知名創作歌手

Creative + Technology

創意科技
就是你的魔法



Coldplay UP & UP <https://youtu.be/BPNTC7uZYrl>

透過科技連結 的 共感力體驗行銷

- 無論什麼時候，當一家公司有意識地「以服務為舞台」、「以商品為道具」，使消費者融入其中，「體驗」就出現了。
- 農產品是可加工的，商品是有形的，服務是無形的，而體驗是難忘的。
- 當消費者購買體驗時，他就是在享受企業所提供的一連串身歷其境的體驗。
- 單純強調產品特性與品質的行銷時代已過，抓住顧客經驗感受與情感，才能創造出觸動人心的品牌。
- 「體驗行銷」正是強調顧客感受的品牌操作手法。

謝謝大家！

歡迎問題與討論