

「後疫情時代」的品牌增長策略

數碼化聯盟創會主席
香港大學經管學院客席助理教授
張天秀

2020年9月

作為企業家，在後疫情時代，我們需要考慮營銷上的哪些事情，以保持具競爭力的品牌增長？

疫情帶來營銷上的變化和反思

消費者購買
行為

線上線下的
營銷策略

品牌管理

消費者購買行為

我們必須意識到疫情發生後的變化



線上線下的營銷策略

營銷驅動 vs. 銷售驅動
觸及率和頻率

獲取，保留和刺激客戶
營銷投資回報

傳統電視廣告

戶外廣告

搜索引擎優化

關鍵字廣告

網站展示廣告

社交媒體推廣

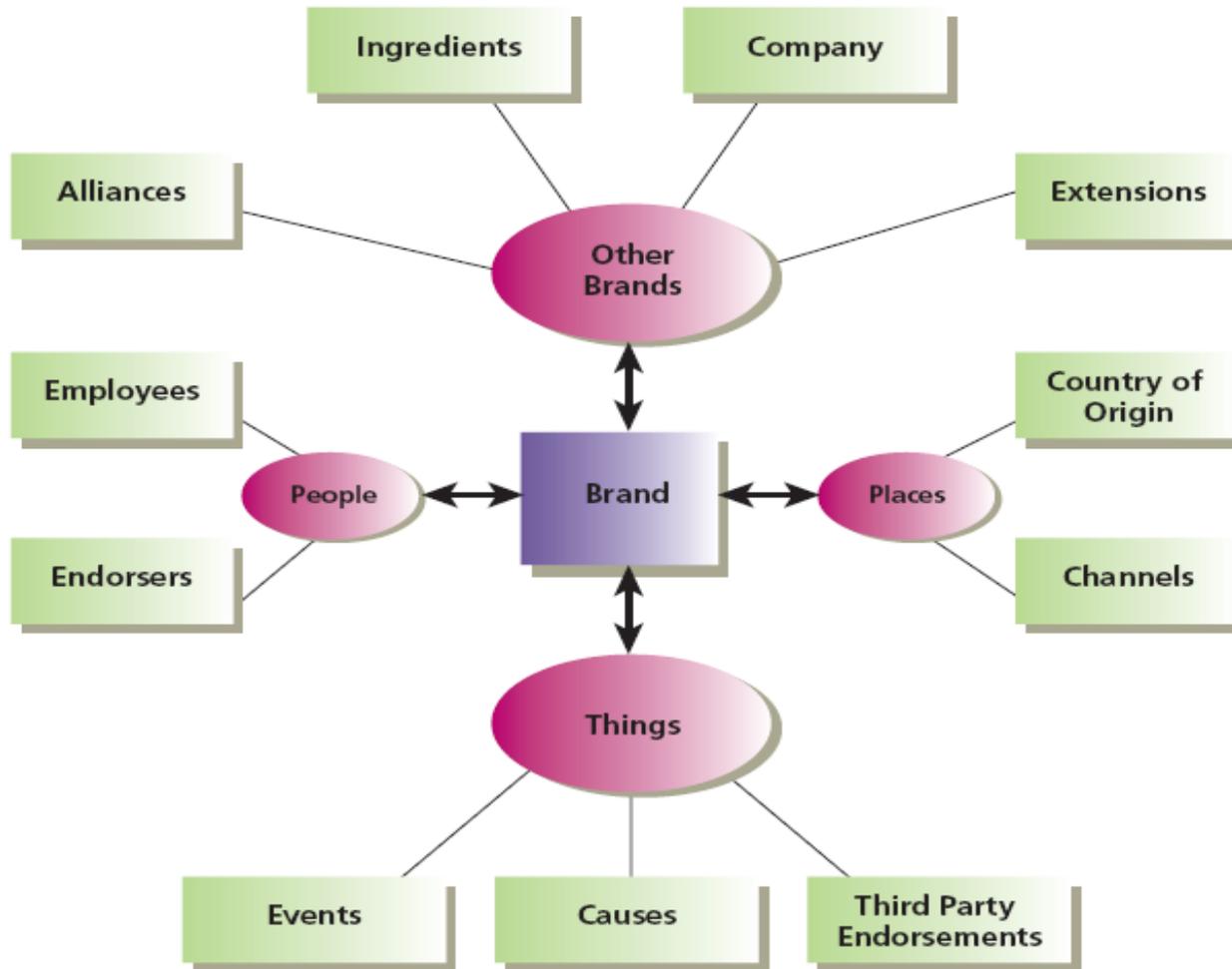
電子商務平台

移動營銷

電子郵件營銷

品牌管理

重塑高效益的品牌管理策略



End of Presentation