

## 研擬評估目標

### 提升行銷成效的七大步驟

如要確保行銷策略顧及各個層面，就必須針對客戶流程的每個環節制定明確且可確實評估的目標。建立明確且可確實評估的業務目標後，接下來就必須規劃、執行和評估相關的行銷廣告活動。請參考以下七大步驟，確保你採取的做法正確有效。

1. 分別為客戶流程的各個階段選擇一個行銷目標。
2. 針對各個客群研擬媒體組合策略。
3. 決定最合適的評估工具來計算投資報酬率。
4. 訂定可以透過工具評估的目標數字。
5. 記錄評估結果。
6. 將各媒體管道的指標變化與先前的評估資料 (或業界基準資料) 做比較。
7. 針對各項結果判定應採取的行動。

### 完整範例

請參閱以下完整範例，瞭解這個架構的大致樣貌。當然你的規劃內容會有所不同，不過這個範例應能讓你概略瞭解相關做法。

客戶 流程	業務目標	工具	媒體組合	目標數字	結果	指標變化	行動
打響 知名度	品牌意識	品牌提升	影片廣告 社交媒體	+10%	+12%	影片觀看次數 ↑ 參與度 ↓	使用更多影片 測試廣告素材
影響購物決定	品牌好感度	品牌提升	影片廣告 多媒體廣告 搜尋廣告	+5%	+4%	完成率 ↓ 小型轉換 ↑ 小型轉換 ↑	縮短影片長度 不變 增加搜尋關鍵字
提升 購買意願	廣告投資報酬率	歸因分析 行銷組合分析	影片廣告 多媒體廣告 搜尋廣告	\$1.12 美元 (廣告投資報酬率)	\$1 美元 (廣告投資報酬率)	轉換率 ↓ 轉換率 ↑ 轉換率 ↓	加強行動號召 使用「目標對象」功能 調整出價 A/B 版本測試
提高 忠誠度	效期價值	效期價值分析	電子郵件 再行銷	\$1100 美元	\$450 美元	開啟率 轉換率 ↓	A/B 版本測試