



# 流量策略 (第一版)

11.03.2021



# 序

你好，我係 ivan so, HDcourse 的 digital consultant, 這個「流量策略」ebook 係多得各位 digital marketing 界別的朋友提供他們/她們寶貴的經驗。

這是第一版，如果你或你的朋友都有興趣，可以聯絡我 [ivan@hdcourse.com](mailto:ivan@hdcourse.com)，會出不同的版本。

「流量策略」ebook 的目的是令各位對位獲取流量的朋友可以多一個途徑學習，希望藉着分享及互相學習從而提升大家的 digital marketing 知識。

共勉之

Ivan so

## 目錄 (排名根據內容提供者的日期)

- Desmond Chow
- Peter Ho
- Horry Ip
- Stanley Yim
- Ken Mak
- Andy 叔
- Jeffrey Cheng
- Dennis Ma
- Ben Cheng
- 尹思哲
- Jazz Wai
- Rudi Leung
- Lorentz Yeung
- Clarissa Leung
- Yuki
- Deric Wong
- Jonathan Sin
- Benjamin Tin
- Eric Kwok
- Bernie Wong
- Manos Mui
- Ivan So



Desmond Chow  
Pioneer & Onkyo Marketing Asia Limited  
descychow@gmail.com  
<https://www.pioneeronkyoasia.com>

## 1. 假如公司有實體店

登記 My Google Business 是很好的增加來自 Google Keyword Query 和 Map Query 流量的方法, 而且只要在搜尋中輸入了公司店名, Google Search Result 一定會放在第一位或在右邊欄, 還可以顯示相片、最新消息、優惠券、產品資料、評價等資訊。但要留意, 有可能店舖的資料被其他目錄式網站或由 Google 自行外登記, 如你是東主, 最好搶回該店 Google My Business 的擁有權, 才可分享更多來自你公司的商店資訊。

## 2. 網店增加流量法

除自行做 SEO 優化, 也可加入門檻低而本身 SEO 做得不錯的 Marketplace, 利用 Marketplace 的流量引流至你的網店。其中一個例子是 Price.com.hk 的網店 Marketplace, 加入服務費相對平, 而它們經常做大型宣傳和 SEM, 本身 SEO 也做得好, 你可放置部分熱賣或快閃優惠 產品, 當中加入你自己的網店資訊, 引流客人至你的公司網店。



Peter Ho  
T-SHIRT.COM.HK Limited  
peter@t-shirt.com.hk  
<https://t-shirt.com.hk/>

## Youtube 產品影片

所有產品展示、簡介及推廣片段，應該放入相關的 產品鏈結於 Description 內，雖然並不會增加 Black Link 的分數，但這些 youtube 影片放在其他的網站宣傳或有訪客透過 youtube 搜尋你的相關產品資料時，當他們在 youtube 看產品影片及想了解你的產品時，這個鏈結便可帶來免費的流量。先以制作簡單的影片，只需一些簡單的工具 e.g. 手機、手機架、轉盤。

其實都有一定的效能。一套影片 30 秒，如果訪客在你的網站看留多 30 秒，那已值回票價。

以下是我們制裁的底成本影片

<https://www.youtube.com/watch?v=laZEL0cl0is>



Horry Ip  
Skinla Aesthetics Consultant Limited  
skinlahk@gmail.com  
www.skinlahk.com

登記Google Business並不定更新內容: 首先要推介是 Google business, 無論懂不懂電腦的都可以輕易操作, 只需在網上登記, 然後用 Google 確實你的營業地址, 就可以輕鬆登記, 加上你可以把你的貨物或服務放上此平台, 以作宣傳。

這平台有show個好處: 首先當客戶在你公司附近使用 google 地圖搜尋相關服務關鍵字就會顯示了你公司, 其次是當他們用網頁搜尋到你公司服務時, 你公司的宣傳會在一個比普通網頁更重要嘅頭版位置, 是一個吸引客戶的好方法。

網站目標介紹產品每頁都是歷久不衰, 內容相關而詳盡是網站最重要。我除了內容外並沒有做其他 SEO 的方法, 都已經得到"美容儀器代理"、"醫美儀器代理"等搜尋首頁位置。

網頁設計成可協助現有的生意, 始終 Google 排名都是 Google 的決定, 並沒有甚麼可保證。本身網站在協助你介紹自己生意有正面作用就已經 值得花時間寫詳細內容。現在客戶詢問產品資料、培訓方法及市場資訊我也是 Send 相關公司網頁, 這同時也幫助了網站獲得免費流量。



Stanley Yim  
Sales Manager / Diamond HK Co.  
stanley@m2-diamond.com  
www.diamonddhk.com

我的行業會不停做展覽，其中會有很多人問我拎咁片，以前會比實體咁片，現在我會比whatsapp, 下面我會send 埋條website link 比佢。

尤其係大陸客戶，我會比wechat 佢掃，佢問我有冇catalogue, 我之後打算拍youtube/blog 做catalogue, 佢就會久唔久上去我網站。



Ken MAK  
MM文化傳播  
master@yokaka.com  
www.yokaka.com

如何增加在線流量：

- 1) 以內容創作成微影片 (content > story telling)
- 2) 參與及研究比賽

詳細可行技巧：

專注故事創作及短片比賽

策略一) 以專題應用內容, 透過短片故事, 吸引新舊訪客使用及停留於網站內。

透過一集式或系列式影片, 以故事傳播資訊, 成為學習知識的平台。

視覺材料的信息涉畫面及聲音, 資訊量高於文字, 意味著聲畫素材聯乘營銷, 具一定吸引觀眾注意力, 並大大提升網站訪問機遇。



策略二) 參與及研究比賽；這類活動，屬間接、曲線方式導引訪客流。比賽平台匯聚特定專題 內容與資訊，同時比賽具創造良性競爭及社交氣氛，從而在 brainstorm (頭腦風暴) 與同行人才交流過程中，可快速了解及獲得特定主題資訊，同時較易 產生引起讀者共鳴的創意點子。

主辦機構比賽平台，現時普遍聯乘社交媒體進行回合機制或各項獎項活動； 從中可快速連結同行業界專材，快速及相對有效、精準地找出話題或關注的談論 內容，透過延伸內容行為，有效為同行者的潛在訪客，導引至網站，帶來具價值的流量。

結合案例研究：

以<http://www.yokaka.com> 作例子。該站4-5年，累積入圍/獲得超過三十多項微電影獎項。

階段一)

- 切入點以影片比賽為初段目標，製作影片參賽，透過文案編寫及故事創作，成為練習門路。
- 實踐如何將想法寫下並有效執行，了解如何降低成本，提升 產業鏈溝通技巧，解決常見問題及建立創新改善方案，同時累積製片經驗。
- 作品透過比賽平台，在社交媒體各項回合機制，提升品牌曝光機率，

階段二)

- 如比賽入圍，或獲取獎項，在官網中及自己網站中展示。成為具價 值的網站品牌推薦。
- 持續參與及進行以上活動

### 階段三)

- 累積製作經驗、文案編寫、創作心得、常見問題，作品與獎項等；整合在網站裡。
- 改善以上微型品牌促進回圈鏈細節。

### Ad hoc 潮流甜品式內容：

遇上具有趣社會議題，以快速簡易地做簡單片，回應日常生活，成為小型宣傳素材。如能正確地運用「社會認同」同理心，可以使該素材自然地迅速傳播，無需強逼、過分用力地推廣。這屬網絡媒體普遍的「創新擴散」方式。

### 本案以「塞爆列車」影片做例子

當時本人「手痕」，以朋友 WHATSAPP Group 發來的相片，整合DJ森美的VO，作二次創作，原只是轉給朋友互相娛樂，短短2小時後，獲多間傳媒機構及網媒轉載發佈！按當時粗暴目測，48小時內，超過100萬人睇過條片。

相關截圖：<http://yokaka.com/hkmtr1016/>

塞爆列車 @YouTube：<https://youtu.be/ZyILnbawo7c>



Andy 叔  
點止學嘢  
info@learnmore.com.hk  
learnmore.com.hk

## 三段式巨浪SEO策略 – 0 成本7天內吸8800新流量

我這個SEO技巧叫做「三段式巨浪SEO策略」，是我基於一般常用的SEO技巧上，建立的一套SEO進階手法。

我會談談這個SEO技術的具體操作方法，希望可以幫到想進行網上營銷的人。

在這個資訊科技發達的年代，差不多人人做交易前也會search一下Google。

你可以幻想一下，市場就好似一個海洋，每時每刻也有好多人都找尋資料，有些關鍵字比較少人去尋找，但有些時間，大家又會一齊去搜尋某一個關鍵字，這種在同一個時間，短則係幾天、長則甚至幾個月時間的「集體搜尋」行為，便會形成一個超級大的「搜尋巨浪」。

而我們要做的是，就是要密切留意市場上這些在「搜尋巨浪」的形成，趁它們還未到達浪頂時，盡快製作一個迎接這個搜尋巨浪的登陸頁，同時爭取收集客戶聯絡資料，或者吸引客戶主動聯絡你。

這些搜尋巨浪每天也在形成，但往往很多商家也忽略這個重點，損失了大量的生意機會。

「三段式巨浪SEO策略」的方法如下，以下三個步驟也非常重要，我會在下文介紹相關的工具：

1. 密切留意你行業內客戶搜尋關鍵字的趨勢
2. 及時地製作網頁做SEO friendly 的登陸頁
3. 透過改良UserInterface, 收集客戶資料、或者吸引他們跟你留下連繫，例如 WhatsApp, Facebook

<https://www.visiongo.hsbc.com.hk/zh-HK/article/seo-strategy-hong-kong>



Jeffrey Cheng  
Ooosh Tech Lab  
jeffrey@ooshtechlab.com  
www.ooshtechlab.com

作為Coworking Space, 客戶最關注的是地理位置。

我們發現大部份客戶會先於Google Search搜尋理想區域 + 「coworking space」為keyword, 然後再到Google Maps認清地點。

有見及此, 我們決定把Google My Business Profile optimised到極致, 並提供誘因令既有客戶留下客觀評語, 提升profile質素, 藉此於google maps capture所有搜尋同區coworking space的受眾, 提升曝光率及網站流量。



Dennis Ma  
Hobbigame.com  
asunadennisma@gmail.com  
<https://hobbigame.com>

對於ACG (Anime、Comics、Games) 類型內容而言，要為相關網站增加流量，第一時間想到關鍵字 (Keywords)、於社交媒體 (Social Media) 開 post，但近年的經驗告知自己，這兩招說易行難，而且一天比一天難！

關鍵字 (Keywords) 研究是其中之一，以遊戲類型內容計，大作就是關鍵字來源之一，亦代表了肯製作有關內容 (新聞、評測甚至攻略專區)，就有一定機會讓外間透過搜尋到自己。

但與此同時正因為是大作，意味著不止自己的網站會以它們製作內容，不少中文遊戲網站也會做相同或相近的內容。所以單憑大作的相關內容，實際上不容易獲得更多流量。

因此我們的處理方法是仍然照做相關的大作報導，但盡力開設專區。後者確實花不少時間，而且為求令訪客再次回來，用戶體驗 (UX) 是必須要考慮，因此在專區的頁面，有需要用到表格 (Table)。

對於有編寫網頁經驗的朋友，一定清楚若要製作相容於流動裝置的表格實在不易，但是良好的 UX，對於鼓勵訪客停留更長時間以至招攬「回頭客」，起了十分重要的作用。

按此觀看表格實例

攻略短片是有幫助(產品介紹亦然，不少網上商店均深明此理)，但謹記是於網站內嵌YouTube播放器而非跳出去YouTube官網/app。

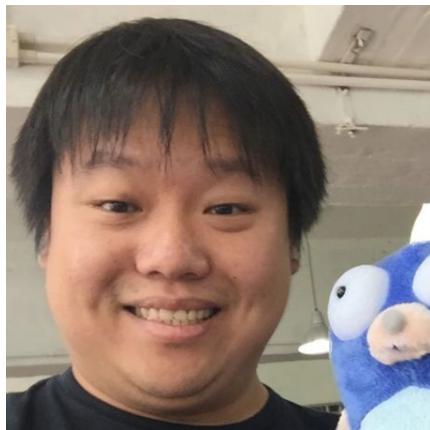
另外如有時間，盡量開直播(清談節目或玩遊戲示範)，令觀眾不時記得自己的網站。

另一個增加ACG類網站的方法是網站的夥伴協調，推出一些特別內容，例如玩具「開箱文」。

這些由代理商專程送到的樣品，很多時是本網站獨家報導或可以優先見街。

此外有一類遊戲/動漫在香港極冷門，但潛在玩家卻十分多，這就是「乙女遊戲(即女追男戀愛模擬)」。當然這類遊戲本人要交予網站的 Partner處理.....但想講的重點是與上述開箱文近乎相同：獨家或冷門類型內容，反而更容易吸引訪客，有助帶動流量。

嘗試總結一下：內容與關鍵字仍然是重點，但要考慮一下 UX問題。另外發掘/爭取獨家及/或冷門題材，這樣有機會在旺季期間，與其他同類型網站撞個正著，減低自己的曝光率，影響了網站的流量。



Ben Cheng  
Oursky  
bencheng@oursky.com  
<https://oursky.com>

製作一些小型免費的線上工具，讓潛在客戶認識你的品牌服務。

例如我們公司的其中一種主要客源是 Developers / Designers / IT managers, 我們開發了兩個簡單的工具：  
[makeappicon.com](https://makeappicon.com) / [mockuphone.com](https://mockuphone.com), 配合簡單的 SEO, 每天帶來大概 2000 - 6000 人次流量。





尹思哲

House Journalist Limited

wanszezit@gmail.com

patreon.com/wanszezit

一般的內容行銷，離不開分享經驗，定期去撰寫博文。

其實，互聯網像個大圖書館，本來已不極多 內容。

與其由零開始，不如去專注挑選、簡化冗長的原始 內容，撮出最重要的200-300字，再於自己的社交媒體分享。



Jazz Wai  
Mato Global  
jazz@matoglobal.com  
www.matoglobal.com

## NRC Online Marketing System 流量策略

這是名單收集+商品銷售的組合操作，在遊覽者下載名單磁鐵後會即時提供優惠價格的商品，在 2019 年粗略統計名單轉換大約 20%，商品銷售成功約 15%

### 名單收集頁的流量的操作

#### 1. 建立觸及陌生人廣告

廣告目的主要是引起用戶的鏈接點擊，直接把他們導入網站的名單收集頁，並且在名單頁裡面提供幫助他們的資訊 內容，而廣告本身的設定會排除曾經進入網頁的用戶

#### 2. 建立再行銷廣告

這個廣告只對曾經遊覽名單頁但是又沒有進行轉換的用戶顯示，最好是使用不同的廣告 內容顯示給用戶，一來避免用戶有廣告疲勞，二來可以持續曝光給指定用戶對自己品牌加深印象

### 3. Google 關鍵字廣告

幫名單頁購買相關的關鍵字，通常每 1 個月會更新更多關鍵字進去擴大被搜尋的範圍，以及使用 YouTube 做 Re-targeting

### 4. 關鍵字優化

為主要標題『NRC 網絡行銷系統』做簡單的關鍵字優化，例如在標題 H1 註明關鍵字、圖片的 Alt Text 也會放關鍵字、Meta Description 和網址也會注入關鍵字

### 5. 電郵的發送

每當有新的電郵訂閱者(訂閱部落格文章更新的)都會自動發送一封鼓勵對方遊覽名單收集頁以便展開自動銷售

### 小結：

對於流量(用戶遊覽網站資訊)，廣泛獲得流量的媒介有付費廣告投放、附和用戶自行搜尋(SEO)、以及商戶直接推送訊息(電郵)，在整個網路行銷裡這 3 個部分都是無法避免的

以某水果公司的手機來說，儘管他們的 SEO 已經做得很強，他們仍然有投放網絡廣告還有不斷收集用戶的電郵名單做跟進

然而，我們公司比人家小呢，這 3 個部分的流量沒有不做的道理



Rudi Leung  
Hungry Digital  
rudi.leung@hungrydigital.com  
<https://www.hungrydigital.com/>

我公司的網站，沒有登廣告，我主要靠 內容營銷來增加網站流量。

內容有兩種，第一種是公司的案例分享；

第二種是公司在媒體的曝光，我會把有關報導的網頁連結，放在我公司網站News的部分。

內容營銷最重要一點，除了要定期上載可提供長尾效應的內容，每一篇內容的Thumbnail，其實都很重要，因為，當訪客把你的某篇內容在社交網站分享時，除了有利於 SEO的標題，Thumbnail就是最直接影響流量的關鍵之一。

Thumbnail除了要構圖吸引，圖片的比例也需要講究，要做得一絲不苟。



Lorentz Yeung  
El Arte Design and Marketing  
lorentzyeung@elartedm.com  
<https://elartedm.com>

作為一個數據分析師，我當然認為最有效嘅增加流量方法，是要利用人工智能AI或者科學化數據方式去獲得。我用科學嘅方法配合marketing，我覺得現今最有效嘅方法之一就是內容營銷。

根據Content Marketing Institute和MarketingProfs進行的B2B內容營銷2019研究，最成功的B2B內容營銷人員中，有93%表示他們的公司「極端地/非常地」致力於內容營銷。而且，有70%的內容營銷人員表示，他們的內容營銷每年都在進步，並變得更加成功。

好了知道了目的，跟著要討論的，便是方法。即是如何去做。

我們之前便曾經使用使用Python 爬蟲的方法，找出各大網站或者討論區上最多讀者瀏覽和回應的文章，再配合AI分析。這樣做的方法有幾個原因：

1. 找出效果最佳和效果欠佳的內容
2. 獲取新鮮的內容，和創意
3. 調整自己的內容策略

用這個方法找出來的題目和內容，最能夠吸引讀者，也能夠使他們長時間停留你的網頁網頁。講了那麼多，看看結果吧，這張圖片是我們用這個方法幫客人出網站增加流量。其實效果相當顯著。



Clarissa Leung  
clarissaleung1212@gmail.com

## 旅遊業實戰經驗：捉緊顧客旅程的每個接觸點

旅遊是一個特別的行業，很多時候人們腦海中都已有想法，然後到網上搜尋。因此，關鍵字搜尋佔了數碼營銷策略很大比重，當然還要配合其他數碼營銷工具才能成功。

我們在開始任何營銷活動前，必定會依照顧客旅程 (Customer Journey) 來規劃，而每一個接觸點都是引入流量的好機會。

首先是知曉 (Awareness)，我們先設定潛在客戶或受眾的角色，繼而利用社交媒體廣告、網上廣告及關鍵字廣告吸引受眾到網頁瀏覽。而線下所有推廣宣傳，無論是地鐵燈箱廣告、報章雜誌、產品小冊子等，都加上二維碼 (QR Code)，引領潛在客戶到達網頁瀏覽。

其次是吸引(Interest), 當受眾抵達網頁後, 下一步就是要爭取較長的停留時間。我們持續更新網站及改善網站SEO, 例如:使用搜尋量大的關鍵字、H1標題、圖片Alt tag等。還有, 建立不同主題的分頁, 製造有價值的內容, 增加停留時間。

第三步是考慮(Consideration), 這步就是將潛在客戶轉換成真客戶的重要一環。利用再行銷的方法, 配合當時的優惠, 推送廣告予曾經到達網頁的潛在客戶, 提醒優惠就到期, 要盡快付款進行銷售。

第四步是購買(Purchase), 客戶到網站或到線下實體店提交訂單, 購買他們需要的產品。最後一步是建立忠誠客戶(Loyalty), 透過電子郵件行銷, 定期向客戶提供有價值的內容, 既為網站帶來流量, 同時提升品牌價值。

總結, 透過數據分析, 以「小改動, 大改善」的原則, 不斷優化每個接觸點, 為網站引入流量之餘, 亦提升用戶體驗, 才能吸引客戶消費及轉換成忠誠客戶。在幾年間, 利用上述的方法, 為公司網站帶來十多倍的流量增長, 而營業額亦是每年上升。



YUKI

每日來點SEO

sihyu84927@gmail.com

<https://yukilaiblog.com/>

1. 號召SEO【入門】免費讀書會，成立相關 FB社團/LINE社群  
[https://www.facebook.com/groups/427895931958448/requests/?hoist\\_pending\\_member\\_ids\\_suggested\\_order=10001862165890](https://www.facebook.com/groups/427895931958448/requests/?hoist_pending_member_ids_suggested_order=10001862165890)

2. 並把相關活動放置 Accupass  
<https://www.accupass.com/?area=north> 和  
<https://eatgether.com/>

3. 找尋各大專院校校友請他們協助放上 Accupass和FB社團廣告連結、另外找尋相關的網頁或是行銷型社團 (像是六角學院, 去詢問負責人是否能放上相關讀書會連結 )

4. 在社團內挑戰日更、進行導讀  
(訓練自己和了解社團成員偏向哪一個主題 )





Deric Wong  
LOCUS-T  
deric.wong@locus-t.com.my  
locus-t.com.my

来自马来西亚。

我们活在网络的时代，吸引流量离不开即拥有和还没拥有两个层面。

既拥有要看回自己现在所有客户的资料，整理自己的数据采集然后通过各个网通管道接触客户；

还没拥有就需要局部通过搜索引擎夸大自己的市场份额率，付费和SEO是基本功。

最后整合两方面的数据结构，慢慢了解自己的市场需求和客户产生粘性。



Jonathan Sin  
Hungry Limited  
[jonathansin.kc@gmail.com](mailto:jonathansin.kc@gmail.com)  
<https://hungryLimited.com>

如果你的營銷資訊對地區用戶有幫助，可以試試將那些資訊與及你自己網站的連結。

分享到 Google 地圖及同類型的資訊網站當中，這樣會帶給你流量上很大的驚喜。



Benjamin Tin  
Gianthouse  
benjamin@gianthouse.io  
<https://gianthouse.io>

我們由一群熟悉數碼科技的開發員和設計師組成，客戶包括大型企業如利豐、香港科技大學，以及初創公司 Unwire 等。

近年網絡行銷的迅速發展令搜尋引擎最佳化 (SEO) 的重要性日益提高，自然流量成為商家的必爭之地。

搜索通常是流量的主要來源，透過了解搜索引擎的運作模式可以提升你的網站在搜索引擎結果中的排名，更高的搜索結果排名會大幅增加網頁的流量。

而我們可以透過改善以下 Google 搜尋引擎的三大標準來提升你業務的網頁流量：

## 1. 關鍵字

大多數用戶使用關鍵字搜索所需的網站內容，透過深入的關鍵字研究可讓您了解將潛在客戶吸引到您的網站的關鍵字，由此提升點擊機會及網站流量。

## 2. 反向鏈接

反向鏈接是指由其他網站建立指向你的網站的連結，而該網站越具公信力會令你的網站的公信力提升，從而提升網站在搜尋引擎中的排名。

## 3. 網站結構

網站結構會搜尋引擎對於該網站的排名，所以良好的網站架構如 HTML設定、網站速度、UI/UX 設計等都會大大影響你的網站排名。



Eric Kwok  
我不懂Digital  
eric@idontknowdigital.com  
<https://idontknowdigital.com>

我增加流量的方法分了兩個階段。

在我網站成立初間，主要是用 Facebook page 及廣告把流量帶進網站內。

但因付費廣告長遠都會是對公司有一定的壓力，所以在成立後的一年便開始研究 SEO 流量及 Email 流量。

把網站上的流量分散，不再偏向於單一渠道的流量。

現在我已把所有付費廣告停止，九成的流量來源都是來自 SEO。

而我使用的方法是透過篇寫文章來赫增加引流至網站。

最初我的文章因沒有 SEO 基礎概念下篇寫，所以是上不到 Google 的頭 5 頁。

我把我網站(Wordpress)的Plug-in更換, 另外再換了 Server, 讓網站速度提升。

再把文章內容加入高搜尋量的 Keyword, 再大篇幅編寫這內容, 讓 Google 相信我這文章跟 Keyword 是相關。

我並會尋找市場高流量同時少競爭的關鍵字編寫, 這樣相對較易出現在第一頁。例子 KW [IG廣告費用]  
<https://idontknowdigital.com/blog/2020/04/05/5instagram/>

另外, 我亦會於 Handline & description 加入最重要的 Keyword。

最後就是 Backlink, 自然變人分享的 backline 當然是最好, 但同時會找不同的 do follow website 分享一小部分的文章, 再把另一半內容引入我的網站觀看。

最後, 我會把我的文章再以電郵傳送到我地 member list, 及 linkedin 上分享再引入流量。



Bernie Wong  
Founder, Social Stand  
bernie@social-stand.com  
<https://social-stand.com>

不同社交媒體平台如 MeWe, Club House 興起, 網民鬧 Facebook, Whatsapp 移民潮, 觸動到品牌和 Marketer 的神經思考是否要捨棄原本的社交媒體平台, 跟大隊走。

網民社交媒體習慣是否真正轉變還待觀察, 要谷流量吸眼球, 作為數碼廣告人也總會有一兩花招。

但真正值得改變的是那些以 Facebook, Instagram, Youtube 等平台為內容策略全部的, 以為將所有內容在社交媒體平台發放再打廣告, 連到銷售平台網店就做好。

其實好的內容不應只放人家的平台上, 既然最花力氣的內容都做好了, 就在公司網站和網店上加一個內容專欄 Blog, 真正建立自己的 Own Media, 賺取社交媒體的流量之餘也賺 SEO 而來的搜尋流量!



Manos Mui  
成長黑客 / KnightCreative  
info@knightcreative.com.hk  
ManosMui.com

現時營商環境加上社交媒體泛濫，在媒體下大力渲染下，老闆往往都希望多平台發展，用最大嘅接觸面去增加流量，結果得不償失。因為初創者/中小企老闆永遠都是有10個煲得9個蓋，顧得頭來，顧唔到腳。建議剛剛開始網絡營銷：第一步挑選單一合適平台，根據不同社交媒體平台特性及人口特質作為流量的入口，引流到網站。第二步：建置網站。不用太過擔心網站的功能及字體大小，用最基本的原則：清晰就可以了。在這部分要開始建立基本的SEO設置，因為在後期會為網站帶來額外的流量。第三步：經營社交媒體。在萬事俱備，只欠流量情況下，努力經營社交媒體再加上廣告投放，會為你的網站帶來一定的流量，在這階段優化內容、廣告設置及網站流程，可以改善營業額的成長曲線，當你找到專屬的回報率，就可以開始增加流量，倍化營業額。

曾經用以上方法幫助數個零售品牌倍化營業額，其中一間更可10倍化，打造行業第一的地位。





ivan so  
digital consultant, HDcourse  
ivan@hdcourse.com  
www.hdcourse.com

我的流量策略是利用不同的渠道去創造價值，從而提升電郵訂閱，提升流量的溫度。我每星期會拍兩條短片，然後上傳到YouTube、Facebook、LinkedIn，用來提升接觸機率。

跟着我會請人將我的YouTube廣東話版本編寫成書面語，從而創造了blog文章，來獲取SEO流量。

將YouTube短片轉換成MP3，然後上傳到Apple/Google podcast，獲取少量的流量。再將文章及YouTube短片連結分享到其他社交媒體如MeWe，以及利用YouTube截圖上傳到Instagram、Pinterest及Google my business。

最後會不定期舉行webinar及clubhouse，從而提升接觸面。其實最初創造的內容只有一條短片，再將一條短片變做不同的格式，發放到10個以上的頻道，從而提升用戶接觸率。

有一些頻道如Facebook有大量的用戶，但競爭性相對強，所以我不會只着重於單一頻道，我會開拓其他頻道如Podcast，雖然用戶相對較少但沒有太大的競爭。

最後當用戶知道我的名字及品牌的時候，亦會去到Google搜尋，再到我的網站瀏覽，然後我會於網站中引導用戶訂閱電郵，作為每星期發放訊息給他們的一個主動渠道，作為我整個流量策略的一個藍圖。

完