



電子廣告與社交媒體新世代

傳統與網上廣告究竟有何結構性差別？

什麼內容才最能吸引粉絲互動？一張疑似平平無奇的聲明放到社交媒體，為什麼卻釀成更嚴重的反彈？「呢LIKE」又能為品牌帶來什麼效益？

這些問題都源於社交媒體及新世代網上廣告的急促變化。究竟當中有什麼竅妙拆解，令你能夠避免釀成公關災難，同時快人一步更有效觸及市場上的目標群眾？

工作坊內容

1. 了解新媒體與傳統媒體的分別
2. 了解Facebook真正的運作竅妙
3. 如何製作適合品牌的內容
4. 常犯錯誤與個案分享
5. 問答環節

日期：2017年7月20日

時間：下午3:00 - 下午5:30

地點：銅鑼灣禮頓道33-35號
第一商業大廈10樓

對象：管理品牌不同社交媒體的
管理層和執行者

費用：港幣400元正 (會員)
港幣450元正 (非會員)

導師：胡康濬 先生 (Daniel)

Daniel 為創意代理廣告商MEology的創辦人，透過利用電子媒體渠道建立以消費者為中心的內容策略。過去不少成功及紅極一時的Facebook粉絲專頁，包括嘉士伯，Jolly Shandy 及 POPA Channel等，皆由 Daniel 負責及參與。他除了為不同規模的客戶拓展社交媒體平台及電子市務外，還經常發表關於社交媒體應用的演講。

按此報名

