

財團法人中華民國傳媒稽核認證會

(The Audit Bureau of Certification, ROC ; 簡稱 ABC)

FIPP 總裁 Chris Llewellyn 給雜誌媒體業的 Top10 趨勢 (下)

§趨勢 no.6

用創意的方式說故事，能塑造你的影響力！

數位內容當道，「創意力」成爲現在企業中最有價值的資產！

透過創意包裝，內容能聚集更大的發音量；有了更大的音量，願意關注你進而追蹤你的人就越多，如此將能更有效率地創造銷售。於是，所有聰明的企業都非常樂意看到他們的品牌訊息能被正面評價後廣大分享，”被分享”可創造出企業的內部競爭力，塑造企業的影響力，帶領企業勝出市場。

Creativity as a business asset

“The value of creativity, now, is the highest it has ever been. **When you're more creative you get more share of voice, you get more share of funnel and that follows through to more sales.** These companies (Cannes Lions winners), they want to be ground breaking, they want to be shareable. It creates competition internally, and we've found this is infectious. Winning is infectious.”

Rob Dembitz, Cannes Lions

Rotman Management @RotmanMgmtMag · Oct 15
"Creativity is the most valuable asset in business right now." - @robdembitz
#FIPPCongress We agree! rotman.utoronto.ca/leadersdigest

§趨勢 no.7

跨界的商業模式已改變，
甚至是.....還存在嗎？

過去，內容產業強調的是跨界的商業模式，然而如今這種模式已全然改變。它變得不再以品牌為主導、以平面為主體、以「媒體商」為主流的形式。

反之，新的商業模式要考量的是何為最簡單的路徑？並且，內容與商業模式為主導，不再是品牌而是數位優先的概念，議題改由「受眾」主導，開拓多元的收益管道比以往更加重要！

§趨勢 no.8

垂直整合：開拓全方位市場的商業機會

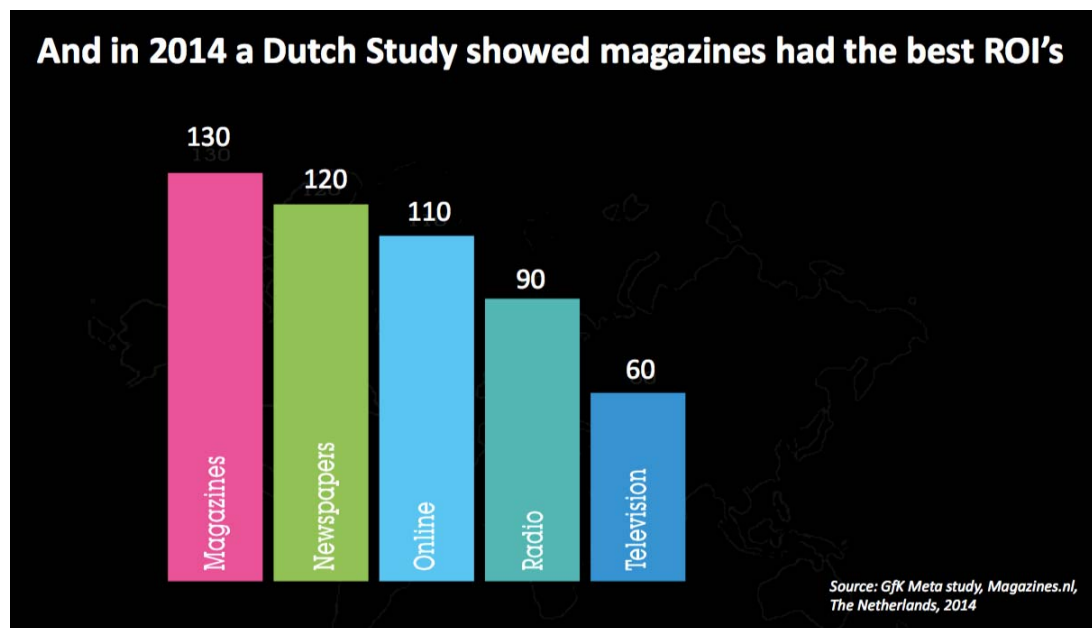
我們可以看到婚禮企劃業，正不斷地在內容創造上透過垂直整合的方式，開拓全方位的商機。婚企內容從「擁抱新娘旅程(owning the bridal journey)」的概念出發，把成為新娘所需要的周邊元素，如：婚禮企劃工具、婚禮場地、婚禮用品、婚戒、親友食宿服務、社群互動等事件內容，全數串接於媒體通路上以文字、圖片、影音等形式將婚禮完整建構全生態的浪漫氣氛，讓即使還沒結婚的閱聽眾，也輕鬆地浸盈在滿滿的婚禮世界裡頭。



§趨勢 no.9

平面媒體的重要價值：收集點子和信任效率

Martin Sorrell 指出：「雜誌與報紙，在效率上值得更多的信任。」在我們超過 150 調查案例中發現，有 61% 的訪談案例會從雜誌上收集、擷取好的點子；並且，平面出版媒體相較於數位擁有更高的信任、效率也較好之外，平面媒體的廣告投資報酬率較高的特質，已分別在英國與荷蘭研究中被證實，成為內容產業另一項值得參考的指標。



§趨勢 no.10

人潮，就是錢潮。

進入數位世代之後，品牌和讀者的對話方式、參與形式都改變了。2 億多的讀者、每月 4 千萬的 email、3 千萬的 Twitter 追蹤者、1.9 千萬的臉書用戶按讚、行動手機 6 千多萬的單一訪客、網站 8.6 千萬的單一訪客瀏覽、App 2.5 千萬的下載次數...，橫跨 60 個品牌平均每年與讀者的互動次數達到 25 億次，每秒就有 8~10 次的互動。

現在與消費者產生連結的管道，比過去要來的多；我們也將需要用新的工具、方法衡量這種對話方式，更真實反應整個內容產業範疇。

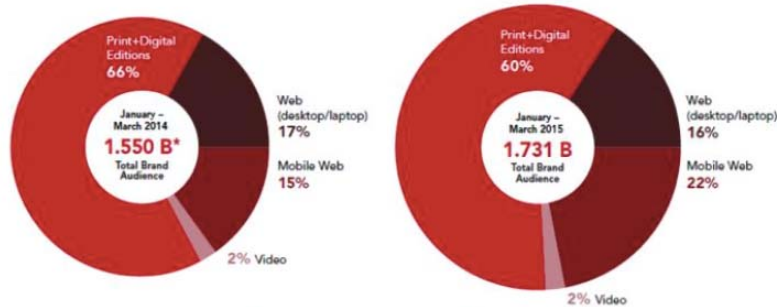
要做到 360°，最重要的就是要將消費者需求視為「唯一通用且可互相比較」的貨幣。Duncan Edwards, Hearst 國際雜誌公司認為「雜誌平面出版實際上需要的 360° 的情境量測，才能如實反映我們的曝光範疇。」平面、網站（桌機/筆電/行動裝置版）、影片、社群...都是與讀者的接觸點。依據數位出版這個特質，廣

告業務的角色須演化為解決客戶銷售問題的整合窗口，從客戶的行銷議題詮釋曝光需求。

Consumer demand is the only common and comparable currency.

First Quarter 2015

Magazine Media 360° Audience Mix Average Monthly Performance



Audience Growth* +10.2%

FIPP.com | @FIPPworld

