



x Vpon

大數據推動數位轉型

多元市場拓展策略
傳統地方產業升級跨國領導品牌



傳統食品產業面臨的困難

採用傳統行銷，不僅效率低且易造成成本浪費



不易評估活動成效



耗時



難以取得顧客回饋



高成本



與顧客互動少

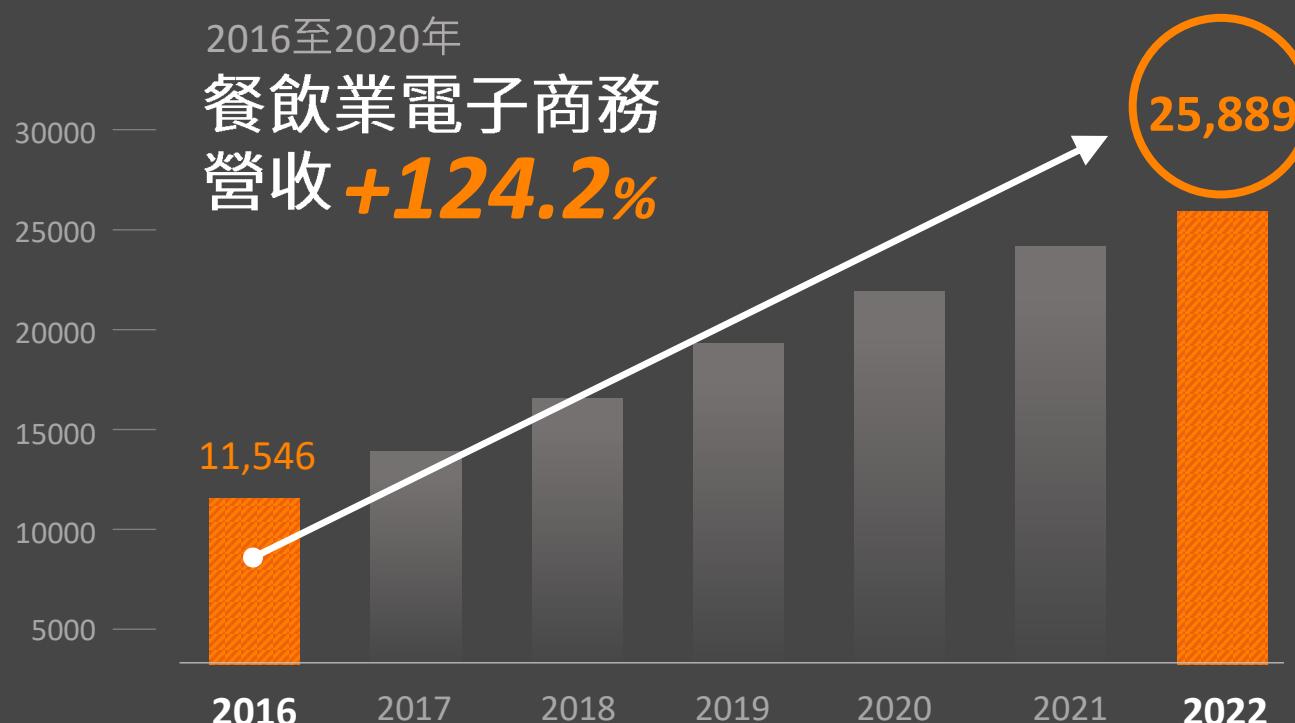
導致資源浪費和低效率

食品產業邁向數位化

餐飲業數位轉型趨勢

餐飲業電子商務預測營收

2016至2020年
**餐飲業電子商務
營收 +124.2%**



在疫情衝擊下，數位轉型成為幫助傳統產業維持成長動能的關鍵解決方案和趨勢，其三大優勢為：

1. 降低研發成本
2. 優化長期策略規劃
3. 在競爭日益激烈的餐飲業維持市佔率

營收：以百萬美元為單位

案例背景

李錦記為一家香港傳統食品公司，以豐富多樣的中式和亞洲調味料，
享有「醬料王國」的美名。

成立於1888年，李錦記以豐富多元的產品品項優勢持續拓展全球業務，目前在香港、中國大陸等亞太地區國家和其他地區國家皆設有據點，銷售遍布世界五大洲100多個國家和地區。

我們的客戶深具遠見，不選擇傳統行銷管道，而是希望透過Vpon威朋的數據專業和技術來提升市佔率，並推動數位轉型以維持在市場上的競爭力和領導地位。



目標 + 策略

為達成拓展區域市場的目標

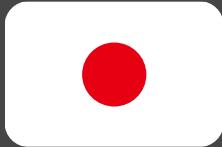
李錦記如何有效觸及並開發潛在
消費者來拓展跨區業務？

目標 + 策略

為達成拓展區域市場的目標
 X Vpon
李錦記如何有效觸及並開發潛在
李錦記與數據專家Vpon威朋合作
消費者未拓廣跨區業務?
運用數據在不同市場發展多元行銷策略

因地制宜的差異策略

李錦記在日本與新加坡市場實施差異策略



了解並區隔出潛在消費者來
增加品牌在市場上的認知度
和能見度

打開李錦記在
新市場能見度

區域市場拓展



開發新的潛在消費族群
來擴大市場滲透率

主動挖掘更多
潛在客群來拓展市場



日本市場

以數據強化消費者溝通策略
增加李錦記在新市場能見度



跨足不同國家市場所面臨的挑戰

日本市場

如何打入日本市場？



缺乏品牌知名度

新市場新客群

新產品在日本缺乏品牌知名度。

用數據佈局新市場和挖掘潛在消費者輪廓。

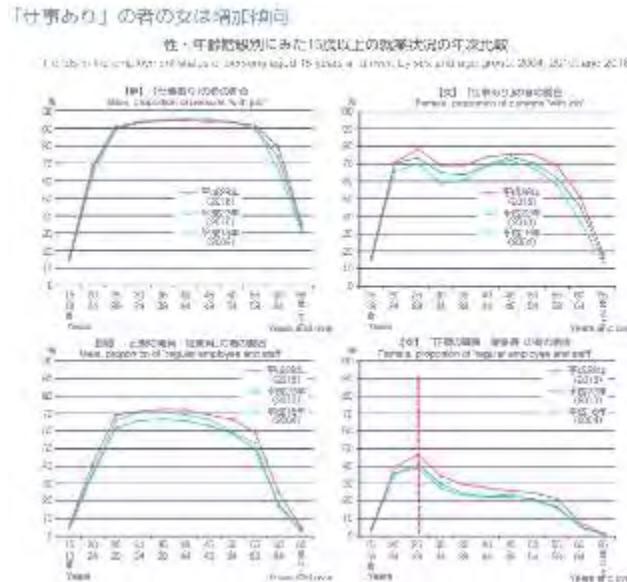
目標

幫助李錦記
打進全新市場

開發新的潛在目標族群

利用數據拓展新客群

IV 世帯員の就業



原本的目標客群 留住

小孩就讀國高中的40到60歲女性

開發

新目標客群

在新冠疫情後重視健康和頻繁使用網路
年齡介於25-29歲間的年輕家庭主婦

根據資料顯示，25-29歲後，日本女性多卸下「一般上班族」身分，轉為全職家庭主婦者。由於其打理三餐使用到調味料的機會高，成為李錦記極具潛力的新目標客群。

透過數據觸及新客群

多維度數據分析，描繪出潛在消費者輪廓

數據分析

多維度數據分析



市場洞察

潛在消費者輪廓

Vpon威朋數據專業

擴大投放

Lookalike模型



年輕家庭/情侶



男性顧客



Lookalike
擴大人群



Lookalike
擴大人群

潛在 TA

潛在 TA

潛在 TA

潛在 TA

潛在 TA

根據數據洞察來推動第二波行銷活動

為李錦記量身設計一系列創意行銷活動來溝通市場



以年輕家庭和情侶為主題來引起目標顧客共鳴、
喚起需求



將男性也列入潛在客群



強調李錦記產品的主要特色「無味精」、「安心美味」、「下飯」



以「年底的忙碌爸媽」為主題主打慶
祝過年的季節性需求



新加坡市場

透過數據開發年輕潛在客群
提升市佔率



跨足不同國家市場所面臨的挑戰

新加坡市場



1.

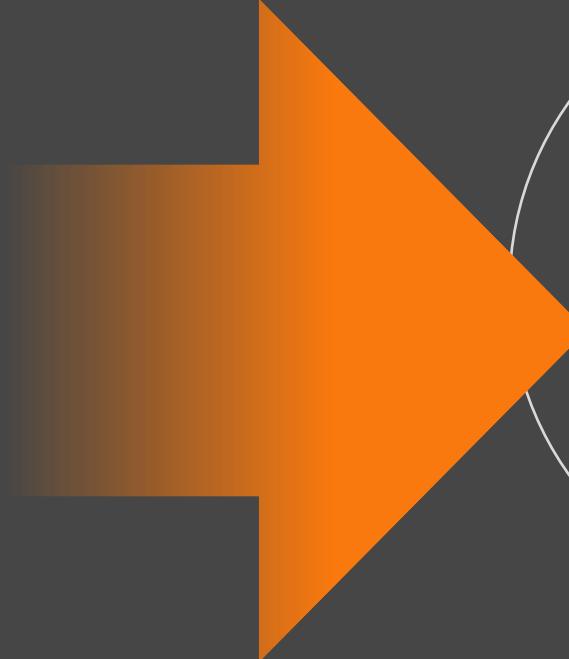
傳統行銷手法失效

在新加坡已有高品牌知名度，但傳統行銷手法已無法觸及新的年輕客群。

2.

進行數位轉型

透過數據分析，用更精準有效的方式，接觸潛在年輕客群，創造更高的觸及率。



累積過往活動數據、優化再行銷！

威朋挖掘出觀看過李錦記行銷廣告的消費族群，利用獨家DMP數據庫分析並描繪出消費者輪廓

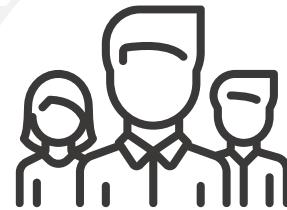


- 對曾點擊觀看李錦記廣告的手機用戶進行廣告再投放
- 排除廣告出現三次以上但未曾點擊觀看的不重複受眾

打破框架-挖掘新的潛在客群

主要目標

主要潛在客群



年輕族群

22到35歲的年輕受眾



重視健康者

關心健康相關資訊的
受眾



外國僑民

許多對李錦記產品有
興趣的受眾為外國人

給予相關行銷活動次重要度
次要潛在客群

中國移民

烹飪愛好者

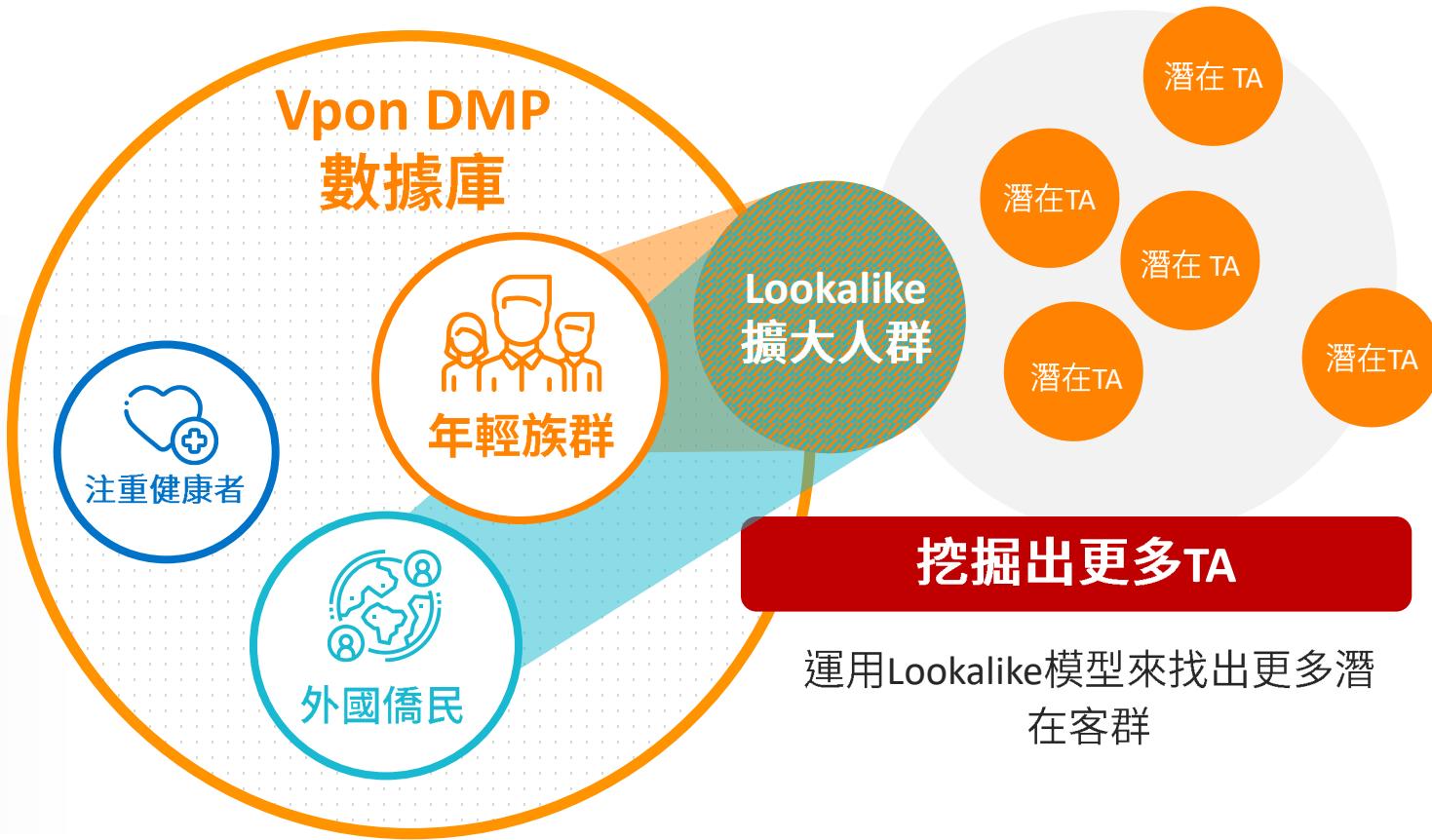
現代父母

Lookalike擴大人群

透過Vpon威朋DMP數據庫找出與原有客群擁有相似標籤的類似受眾，對其投放廣告

觀察與分析

透過Vpon DMP數據庫進行多維度分析，觀察、定義並細分受眾



數據活用

以數據分析為核心，更直接有效地溝通潛在消費者

多元廣告投放



根據目標顧客的興趣偏好調整廣告內容，
增強品牌印象

擴大平台投放

掌握目標顧客在不同平台的行為，來進行策略規劃和效用最大化

- Vpon聯播網
- Google
- Network
- Facebook
- Yahoo
- 其他...

Vpon 威朋

facebook yahoo!

Google Ads

靈活運用各大平台，並將產出的數據
做為後續廣告優化的依據

數據成效



每月官網
流量提升
300%

15秒影音廣告的
完整觀看率高達

98%



烹飪愛好
者



現代父母

成功提升在年輕族群間的品牌
知名度**千禧世代和X世代**



Recap

數據是推動有效數位行銷的關鍵



數據是推動有效數位行銷的關鍵

掌握數據命脈
成為市場贏家



利用數據有效分配預算及資源，實現高
成本效益和多元行銷



分析消費者洞察來了解不同市場的潛在
消費者輪廓、優化溝通



使用並累積數據洞察，來快速回應市場
變化和拓展地區業務

從地方品牌升級為跨國領導品牌！

必須加速數位轉型！

最大化數據價值、實現數位轉型

與數據專家Vpon威朋合作
帶您掌握數據

採用以數據為核心的數位行銷而非傳統
行銷，來實現並優化行銷策略

掌握不同文化市場

掌握跨國差異
讓您更容易拓展市場

打造數位藍圖是推動未來發展的關鍵
發展因地制宜的靈活行銷策略，來因
應不同市場的挑戰。



合作夥伴

partnership@vpon.com

廣告主

sales.global@vpon.com

其他合作

marketing@vpon.com

Facebook



LinkedIn



www.vpon.com