



*Integrated Marketing Communication
Theory and Practice*

整合行銷傳播

理論與實務



王全裕◎著



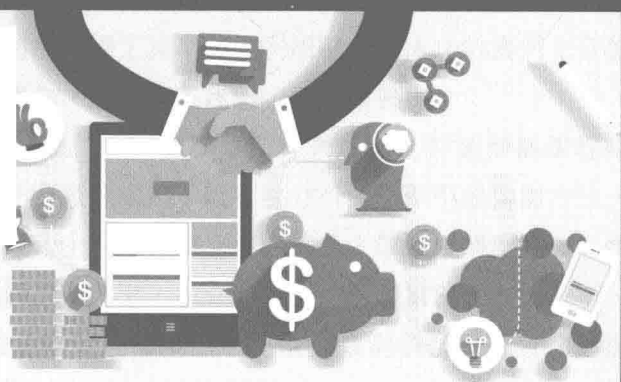
行銷叢書



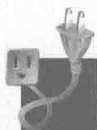
*Integrated Marketing Communication
Theory and Practice*

整合行銷傳播

理論與實務



王全裕◎著



行銷叢書

行銷叢書 5

整合行銷傳播理論與實務

作 者 / 王全裕

出版者 / 揚智文化事業股份有限公司

發行人 / 葉忠賢

總編輯 / 閻富萍

特約執編 / 鄭美珠

地 址 / 新北市深坑區北深路三段 260 號 8 樓

電 話 / (02)8662-6826

傳 真 / (02)2664-7633

網 址 / <http://www.ycrc.com.tw>

E-mail / service@ycrc.com.tw

印 刷 / 鼎易印刷事業股份有限公司

I S B N / 978-986-298-203-7

初版一刷 / 2015 年 11 月

定 價 / 新台幣 380 元

本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

整合行銷傳播理論與實務 / 王全裕著. -- 初
版. -- 新北市：揚智文化, 2015.11
面；公分. -- (行銷叢書；5)

ISBN 978-986-298-203-7(平裝)

1.行銷傳播 2.行銷案例 3.溝通技巧

496

104021067



具，俾利研讀者全方位的瞭解，在不同行業的傳播工具，何者最有利於行銷作為。當眾多的傳播工具提供給行銷人員時，應該考量的是效果還是花費的金錢？如是仁智互見，但事倍而功半的行銷傳播，亦不適用當前競爭激烈的商業行為。疊床架屋的行銷工具，總是讓人無所適從，因此，本書彙整十三個實際案例，藉由案例索引的傳播技巧，來加強理論與實務結合的應用。此外，筆者以多年業界行銷實務的工作經驗，深切瞭解諸多行業實際操作的要訣和模式，故得以深入而淺出的敘述整合行銷傳播的要義和操作的技巧。

本書內容以下列模式貫穿全文：

整合行銷傳播IMC（Integrated Marketing Communication）= 品牌（Brand）+ 企業識別系統（Corporate Identity System）+ 公關（Public Relations）+ 廣告（Advertisement）+ 促銷（Sales Promotion）+ 直效行銷（Direct Marketing）+ 事件行銷（Event），並涵蓋下列產業案例：

1. 電子商務產業——以阿里巴巴為例。
2. 時尚精品產業——以昇恆昌為例。
3. 家居量販產業——以IKEA為例。
4. 文化創意產業——以誠品書局為例。
5. 健康飲料產業——以紅牛Red Bull為例。
6. 風尚飲食產業——以星巴克Starbucks為例。
7. 航空科技產業——以長榮航空為例。
8. 通訊科技產業——以Apple為例。
9. 零售通路產業——以全聯福利中心為例。
10. 便利商店產業——以統一超商為例。
11. 運動行銷產業——以義大犀牛為例。
12. 非營利產業——以金門迎城隍——浯島宗教文化觀光季為例。
13. 政治行銷產業——以2014台北市市長選舉為例。



感謝國立金門大學師生和摯愛家人的鞭策與鼓勵，更感謝在編輯過程中，付出心力的門生故舊：黃暘宸、郭哲源、彭心妮、郭翊輕等使本書能順利付梓印行。也感謝為本書奉獻心力的好朋友王進清夥伴。此外，學海無涯，以筆者才學不揣淺陋，倉促付印，疏漏難免，尚祈先進賢達惠予指正，當不勝感激。

謹此

王全裕 謹識

目 錄

序 i

Chapter 1	整合行銷傳播定義、理論與核心概念	1
	一、整合行銷傳播定義	2
	二、整合行銷傳播理論	6
	三、整合行銷傳播學術領域四種主要的學派	8
	四、整合行銷傳播的重要概念	9
	五、整合行銷傳播的發展	12
	六、整合行銷傳播的爭議	13
Chapter 2	整合行銷傳播執行說明與應用模式策略	17
	一、整合行銷傳播執行說明	18
	二、整合行銷傳播應用模式策略	24
	三、結論	27
Chapter 3	與整合行銷傳播相關的傳播工具	31
	一、整合行銷傳播之傳播工具介紹	32
	二、整合行銷傳播之衡量構面	34



Chapter 4	電子商務產業——以阿里巴巴為例	39
	一、緒論	40
	二、CIS	40
	三、促銷	42
	四、廣告	43
	五、公關	48
	六、事件行銷	50
	七、結論	51
Chapter 5	時尚精品產業——以昇恆昌為例	53
	一、緒論	54
	二、CIS	54
	三、公關	57
	四、廣告	59
	五、事件行銷	60
	六、多角化經營	62
	七、異業結盟	63
	八、結論	66
Chapter 6	家居量販產業——以IKEA為例	69
	一、緒論	70
	二、CIS	71
	三、公關	74
	四、廣告	76
	五、品牌	79
	六、SWOT分析	81
	七、結論	82

Chapter 7	文化創意產業——以誠品書店為例	83
一、緒論		84
二、CIS		85
三、促銷		89
四、公關		92
五、異業結盟		94
六、事件行銷		96
七、結論		98
Chapter 8	健康飲料產業——以紅牛Red Bull為例	99
一、緒論		100
二、廣告（CF為例）		101
三、公關		103
四、運動行銷		109
五、事件行銷		112
六、結論		114
Chapter 9	風尚飲食產業——以星巴克Starbucks為例	117
一、緒論		118
二、CIS		119
三、促銷		122
四、公關		128
五、廣告（CF為例）		130
六、異業結盟		131
七、結論		132



Chapter 10	航空科技產業——以長榮航空為例	135
	一、緒論	136
	二、CIS	137
	三、促銷	139
	四、廣告	141
	五、公關	142
	六、直效行銷	144
	七、事件行銷	147
	八、異業結盟	148
	九、結論	149
Chapter 11	通訊科技產業——以Apple為例	151
	一、緒論	152
	二、CIS	152
	三、廣告	154
	四、促銷	155
	五、公關	159
	六、品牌	161
	七、SWOT分析	163
	八、結論	163
Chapter 12	零售通路產業——以全聯福利中心為例	165
	一、緒論	166
	二、企業理念	166
	三、廣告	168
	四、公益	170

五、直效行銷	174
六、異業結盟	178
七、SWOT分析	180
八、結論	180
Chapter 13 便利商店產業——以統一超商為例	183
一、緒論	184
二、CIS	185
三、促銷	187
四、公關	189
五、事件行銷	194
六、SWOT分析	196
七、結論	197
Chapter 14 運動行銷產業——以義大犀牛為例	199
一、緒論	200
二、CIS	201
三、執行方案	203
四、直效行銷	206
五、公關	208
六、事件行銷	209
七、異業結盟	210
八、結論	211



Chapter 15 非營利產業——以金門迎城隍—浯島宗教文化觀光季為例 213

一、緒論	214
二、廣告	215
三、直效行銷	216
四、事件行銷	220
五、金門迎城隍相關產品	228
六、結論	230

Chapter 16 政治行銷產業——以2014台北市市長選舉為例 231

一、緒論	232
二、PIS分析	235
三、環境分析	241
四、選戰工具	245
五、民調	251
六、競選公關公司	256
七、國民黨分析敗選原因	257
八、未來選戰傳播工具	258
九、結論	260

參考文獻 263

圖表目錄

- 圖1-1 整合行銷傳播的實施階級 5
- 圖2-1 Burnett與Moriarty之整合行銷傳播模式 25
- 圖2-2 整合行銷傳播的過程 27
- 圖16-1 柯文哲與連勝文團隊運用的不同行銷工具示意 247
- 表1-1 整合行銷傳播的學術整理 6
- 表3-1 傳播工具功能比較 33
- 表3-2 整合行銷傳播定義重點及概念 34
- 表3-3 「整合行銷傳播」博碩士論文檢索系統相關論文一覽表 35
- 表6-1 IKEA SWOT分析 81
- 表9-1 星巴克2015各門市咖啡講座整理 130
- 表10-1 夏季線上旅展限定經濟艙優惠航線 140
- 表10-2 早鳥專案優惠航線 141
- 表10-3 長榮航空會員卡制度及優惠 144
- 表10-4 花旗銀行長榮航空聯名卡優惠 148
- 表11-1 2015 Apple特購日部分商品優惠 156
- 表11-2 Apple SWOT分析 163
- 表12-1 全聯SWOT分析 181
- 表13-1 統一社福會公益活動統計表 190
- 表13-2 千禧之愛健康基金會活動 193
- 表13-3 集點活動整理(2005~2010) 195
- 表13-4 統一超商SWOT分析 196
- 表14-1 義大犀牛主場票價 205
- 表16-1 競爭者分析——柯文哲與連勝文比較 239
- 表16-2 直轄市時期公民直選台北市長一覽表 242
- 表16-3 TVBS民調中心2006年台北市長選舉歷次民調結果 243
- 表16-4 2006年第4屆台北市長選舉結果 243
- 表16-5 台北市長選舉的藍綠基本盤 244



表16-6	2014年選舉中的主要民調	252
表16-7	選前10天重要資料整理	255
表16-8	連勝文與柯文哲的熱門度變化	256

圖片目錄

- 阿里巴巴標誌 41
- 天貓「雙十一」廣告分鏡 44
- 「雙十一」搶購祕笈廣告分鏡 44
- 台灣淘寶網貞子篇分鏡 45
- 淘寶網廣告位置價位1 46
- 淘寶網廣告位置價位2 47
- 昇恆昌Logo 56
- 昇恆昌之顧客意見卡投入箱 59
- 昇恆昌簡介目錄 60
- 昇恆昌金湖廣場 61
- 金湖大飯店 62
- 金湖飯店簡介 63
- 台新銀行昇恆昌聯名卡申請書 64
- 昇恆昌聯名卡海報 66
- IKEA敦北店 70
- 適用單人生活（約八坪）的家具擺設組合 72
- IKEA Logo 73
- IKEA回家真好電視廣告分鏡 76
- IKEA 2015型錄1 77
- IKEA 2015型錄2 78
- IKEA 2015四月號雜誌 78
- 誠品Logo 86
- 閱讀點亮城市 87
- 世界啤酒飲品大全——新書分享暨品飲會 88
- 滿千送百——限時閱讀樂 89
- 誠品舉辦購物節均五折起活動 90
- 時報閱讀大賞的參展書籍 91
- 誠品後花園市集活動 96



Red Bull遺囑篇分鏡	102
Red Bull農場篇分鏡	102
Red Bull河馬篇分鏡	103
Red Bull官網的問與答	106
Red Bull官網的首頁	108
Red Bull F1車隊	110
Red Bull Air Race特技飛行	111
Red Bull Dirt Conquers極限越野賽山車賽	112
Felix Baumgartner從太空跳下	113
2015 Red Bull音樂學院網頁	114
星巴克保安門市室內裝潢圖	119
星巴克Logo	120
星巴克VIA即溶咖啡	122
星巴克掛耳式咖啡	123
星冰樂Happy Hour好友分享活動	124
隨行卡專屬回饋活動	127
長榮航空標誌	138
EVA Air I SEE YOU分鏡	141
EVA Air粉絲專頁活動	146
Hello Kitty機	147
The new MacBook——Reveal分鏡	154
The new MacBook——Design分鏡	155
燦坤Apple優惠	157
Apple世界愛滋病日文宣	160
Studio A門市	161
Studio A門市內部	162
全聯福利中心門市	167
活動廣告1	169
活動廣告2	170
基金會海報	173
全聯聯名卡優惠	175



全聯7月份DM	176
全聯DM內容1	177
全聯DM內容2	178
中信卡優惠	179
統一企業Logo	186
統一超商優惠套餐組合	188
City Café第二杯半價	189
為八仙塵爆傷者加油！捐款步驟	191
集點活動海報	196
義大犀牛隊徽	203
義大犀牛紀念球	204
義大犀牛會員卡	208
金門迎城隍授證海報	215
金門迎城隍燈籠	216
金門迎城隍手冊	217
金門迎城隍建議行程	218
金門迎城隍路線圖	219
金門迎城隍335週年紀念	220
金門迎城隍蜈蚣座盛況	222
金門迎城隍民俗活動表演	225
獅王爭霸戰活動照片1	226
獅王爭霸戰活動照片2	226
金門迎城隍遶境活動1	227
金門迎城隍遶境活動3	227
金門迎城隍遶境活動2	227
金門城隍廟	228
2015金門迎城隍酒	229