

# 社群行銷摸不透？Starbucks 在 Facebook、Twitter 上這樣做！

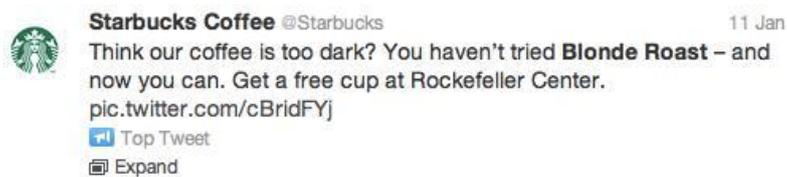
社群媒體已經是行銷的必要手段，但社群行銷百百種，該怎麼做最受消費者青睞？說到社群行銷，就不能不提到忠實信徒 Starbucks。舉凡 Facebook、Twitter、Google+ 和 Instagram，Starbucks 都沒有缺席過。在擬定你的社群行銷策略前，不妨參考電子商務顧問公司 Econsultancy 分享的 Starbucks 幾項有趣又成功的社群行銷策略。



## Facebook + Twitter 推廣新產品

2011 年，Starbucks 為了促銷新推出的黃金烘焙豆咖啡開發出 Facebook APP，讓消費者透過程式獲得新產品資訊、享用免費的黃金烘焙咖啡，並傳送電子卡片給朋友。Starbucks 也在 Twitter 上宣傳這項活動（圖一），並透過文章將消費者導引到 Facebook 網頁。

圖一：Starbucks 在 Twitter 上介紹黃金烘焙豆咖啡資訊

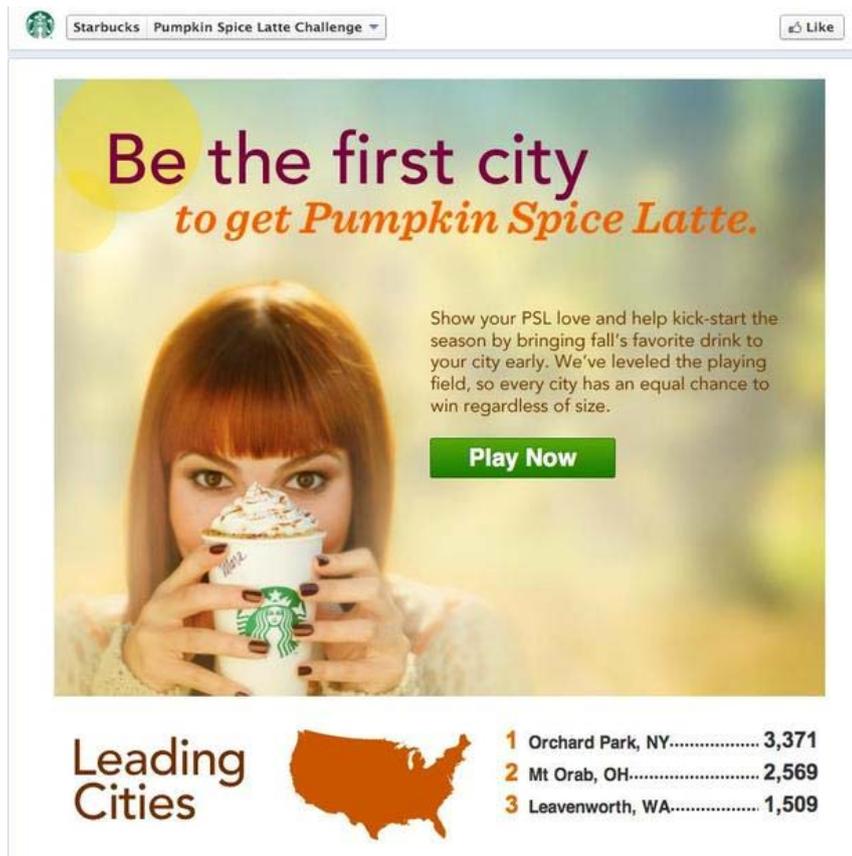


圖片來源：Econsultancy

## 季節限定、任務促銷 雙管齊下

南瓜拿鐵是 Starbucks 秋季限定的產品。季節性的供應令消費者感到物以稀為貴，使得南瓜拿鐵更具吸引力，尤其是就愛這一味的星迷們。Starbucks 深知這個道理，於是在 Facebook 上推出「為自己城市喝采」的活動（圖二）。粉絲只要在 Facebook 上投票給自己的城市或完成其他任務，勝出的城市就能優先享受到 Starbucks 的季節性產品南瓜拿鐵。

圖二：搶先喝南瓜拿鐵的任務促銷



Starbucks Pumpkin Spice Latte Challenge Like

**Be the first city**  
to get *Pumpkin Spice Latte*.

Show your PSL love and help kick-start the season by bringing fall's favorite drink to your city early. We've leveled the playing field, so every city has an equal chance to win regardless of size.

**Play Now**

**Leading Cities**

1 Orchard Park, NY.....	3,371
2 Mt Orab, OH.....	2,569
3 Leavenworth, WA.....	1,509

圖片來源：blog.atlasandelia.com

## Twitter 送禮券幫消費者傳情並取得使用者資料

2013 年 10 月，Starbucks 推出贈送五美元咖啡禮券的促銷活動（圖三）。消費者只要登入 Starbucks 帳號，輸入信用卡號碼，再於 Twitter 上發布@tweetacoffee 給受禮者，Starbucks 就會傳送五美元的電子折價券給你的朋友。對方可以把禮券列印出來或在手機上秀給櫃檯人員，就能換取咖啡。這項活動大為成功。研究機構 Keyhole 調查發現，短短兩個月內，就有 27,000 人用 Twitter 換咖啡，而且超過三成的人買了不只一張折價券，換算下來，Starbucks 進帳了 18 萬美元。更重要的是，Starbucks 因此取得了 54,000 名顧客的 Twitter 帳號、手機 ID 與顧客 ID 等資訊。

圖三：用 Twitter 送咖啡禮券給朋友



圖片來源：Starbucks

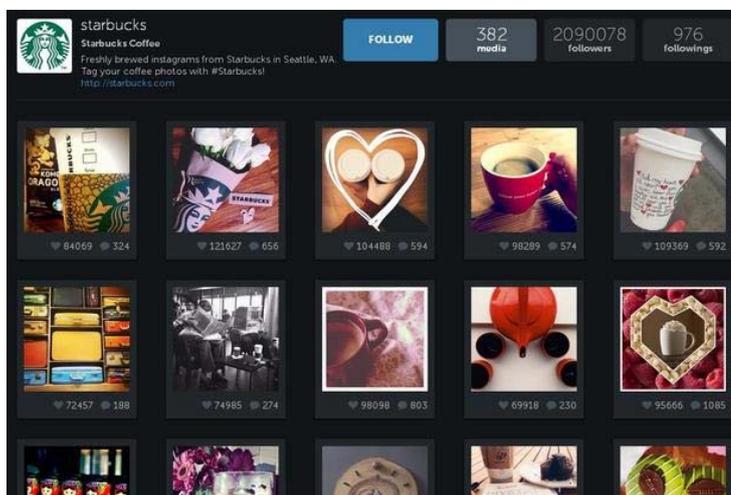
### 呼應時事的廣告與主題標籤

Starbucks 對於主題標籤的使用也相當熱衷。除了 Facebook 上用 #TreatReceipt 主題標籤來宣傳「上午買咖啡，下午享優惠」的活動，Starbucks 還善用其他標籤，將觸角深入到消費者討論串中。例如 2013 年初，大風雪 Nemo 襲擊美國，沒多久，Facebook 和推特就出現在寒冬中握著熱咖啡的 Starbucks 廣告。Starbucks 更利用 #Nemo 與 #blizzard 等標籤，讓品牌與產品跟消費者生活緊密相扣。

### 用幕後群像拉近與消費者的距離

當競爭對手努力用主題標籤攻佔 Instagram 版面時，Starbucks 卻選擇無聲勝有聲，單純分享公司內部的有趣圖片與各地消費者的照片（圖四）。藉由摻入「人」的元素，Starbucks 成功提高品牌的親和力。

圖四：在 Instagram 上與消費者分享日常生活中的有趣照片

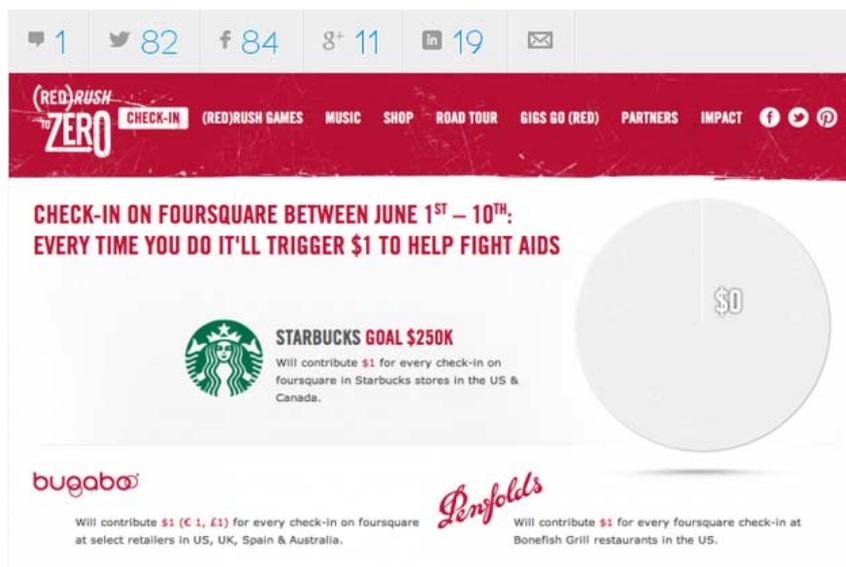


圖片來源：statigr.am/starbucks

## 與社群媒體攜手做慈善

Starbucks 也善用社群媒體強化企業的社會責任形象。2012 年，Starbucks 與 Foursquare 合作推動抗愛滋的慈善活動（圖五）。從 6 月 1 日到 10 日，消費者只要到美加任一間 Starbucks，並在 Foursquare 上打卡，Starbucks 就會捐 1 美元，直到捐出 25 萬美元為止。

圖五：Starbucks、Foursquare 與(RED)的抗愛滋慈善活動



資料來源：Digitaltrends

Starbucks 的不僅將行銷內容準確地打到目標客群，還善用產品特性創造話題，再廣為運用社群媒體的傳播渠道，全面滲透到消費者的生活中。多變的行銷手法讓消費者自然而然接受品牌與促銷，如果你正為品牌的行銷手法苦惱，也許 Starbucks 是很好的參考指標。

資料來源：SmartM

<http://www.bnext.com.tw/article/view/id/31194>