

生涯規劃專題演講

從傳統媒體到數位廣告  
創造有趣內容才是王道

張亦尚

Essun





# PART

# 01

## 關於我的職涯

廣告系 畢業 9 年後，我們都在做些什麼



奇奇怪怪的職業路徑

# 要確定欸工作

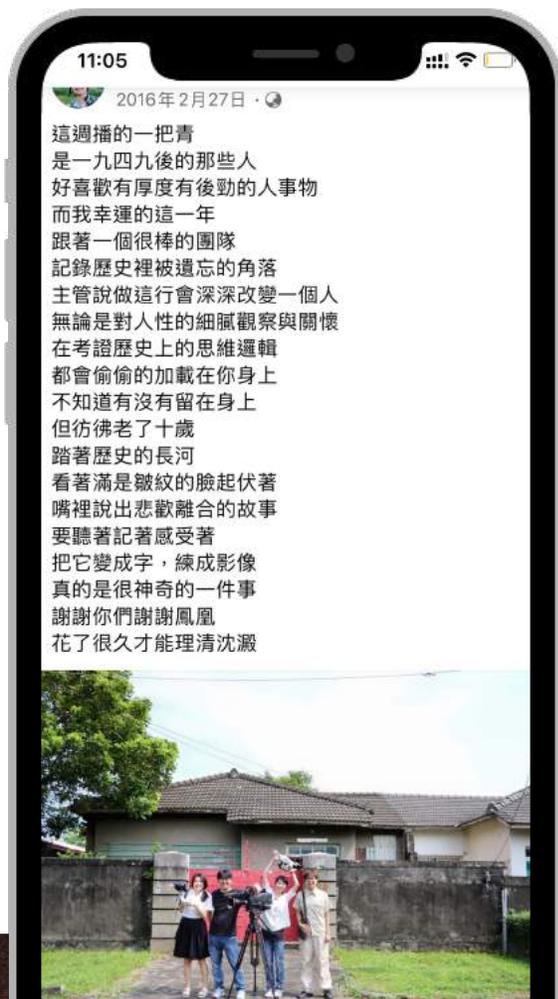
想做旅遊記者的文青  
為什麼做了廣告？

- 做過紀錄片編輯，去認識歷史和土地
- 做過廣告企劃，幫客戶做品牌內容發想
- 最後去賣數位廣告，流量和商業模式分享

# 喜歡歷史和人文，所以去訪問和記錄發生過的事

你看過巨流河，或聽過太平輪嗎？

## # 眷村真的是很神奇的存在



## # 那些熱心的長輩們



## # 紀錄片編輯和臨演





全台最大規模  
左營海軍眷村

# 想知道自己多能熬，所以我去中國做廣告？

到底多大多蓬勃，只想自己去看看

## # 舉辦各種奇怪的活動



## # 去了解消費者的生活



## # 分享參與的作品



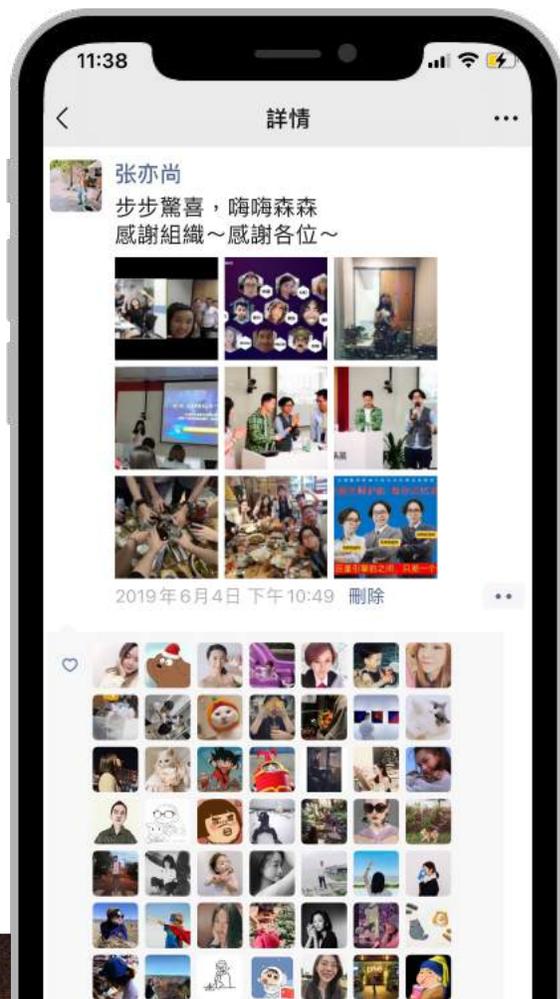


趕到半夜的提案  
爆肝頭腦風暴

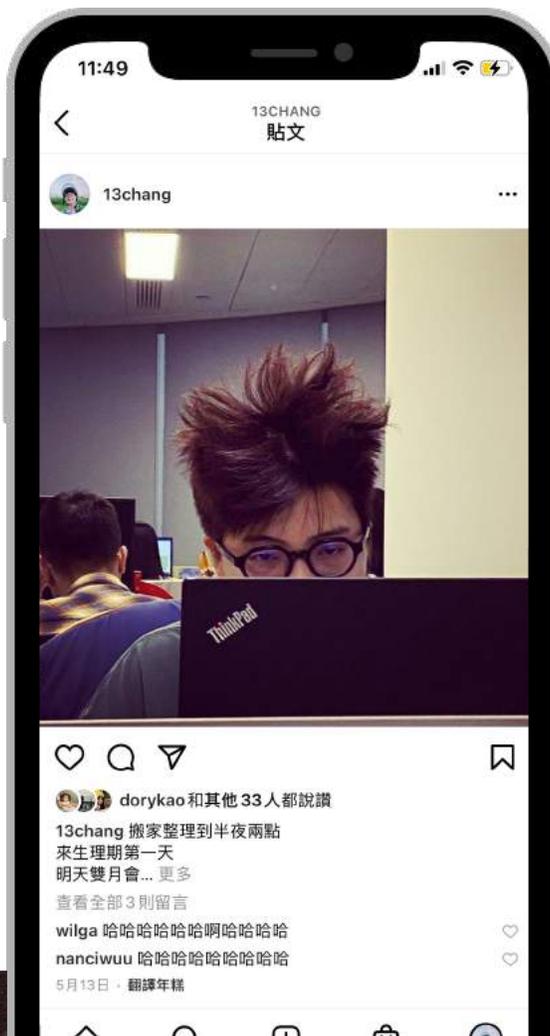
# 你玩過抖音嗎，我後來去了抖音做廣告？

中國的內容媒體與電商，真的比我想的大得多

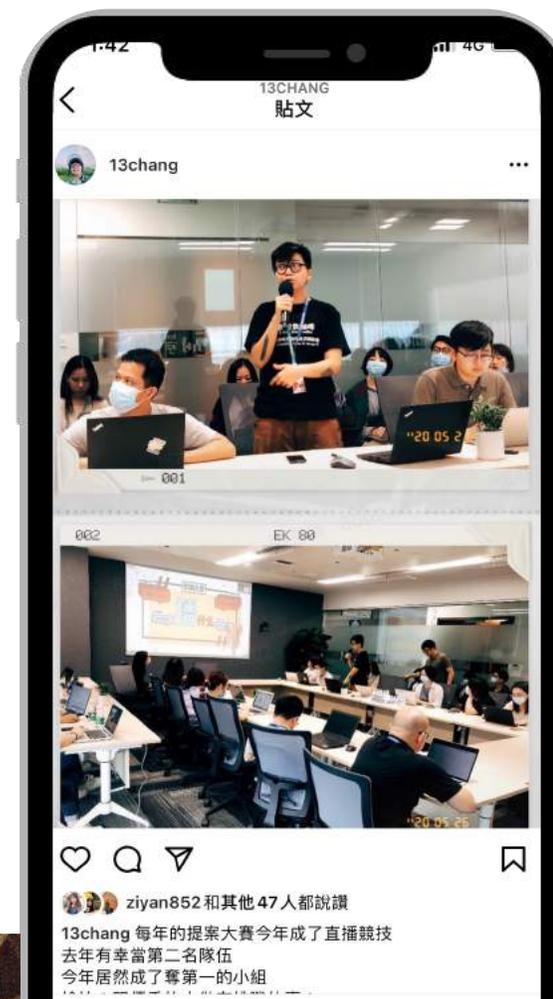
## # 習慣各種場合的提案



## # 社畜的的自嘲



## # 提案直播比賽





大家好  
這是抖音的要錢團

# 學姊的職業生涯

畢業的時候最想做有趣內容，最後發現優質內容的難度跟稀缺，最後走上了俗氣的廣告



2013 年  
廣告三甲班會  
同學們現在...





PART

02

關於廣告思考

變化太快了吧！

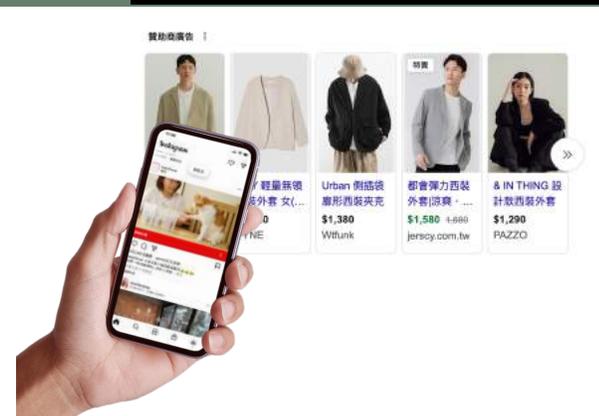


## 2013 年的廣告

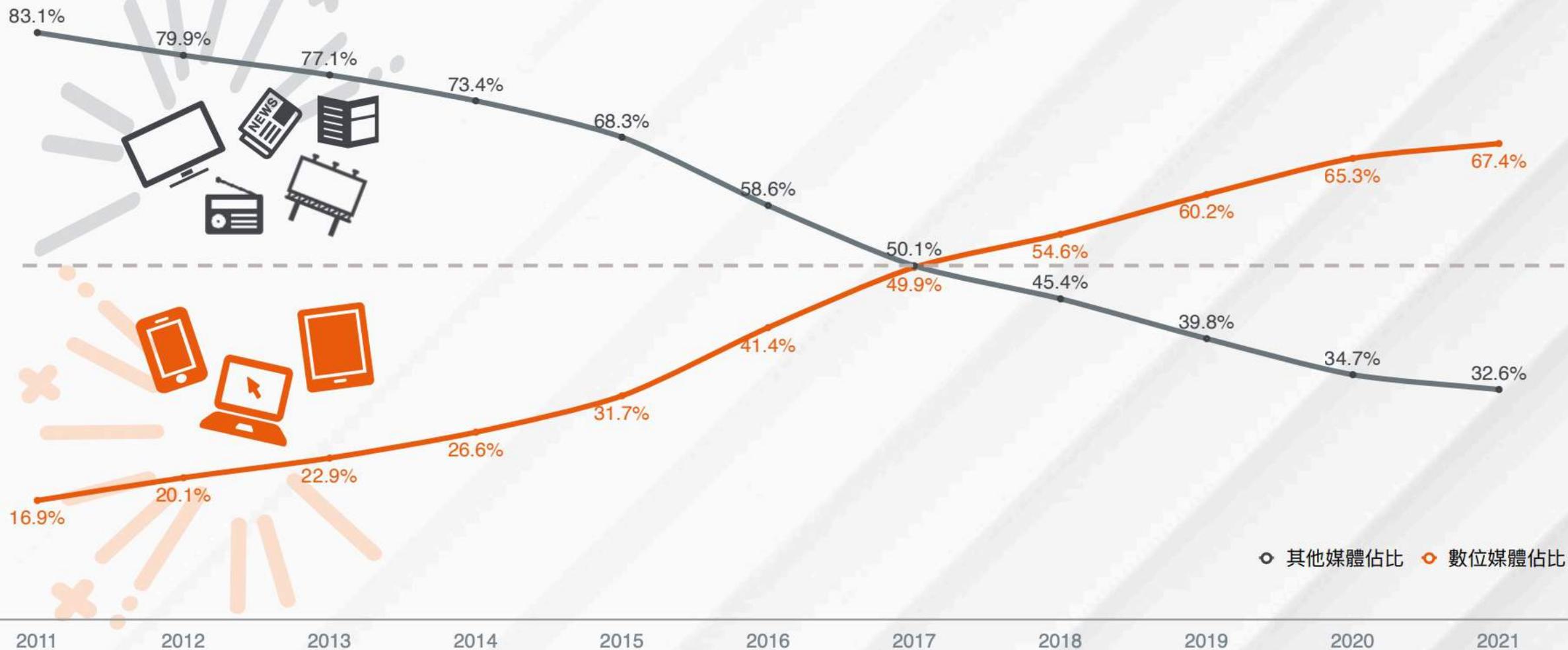
奧美是一個聖殿，龔大中是偶像  
▶IKEA媽媽的充電需要一間好臥房

## 2023 年的廣告

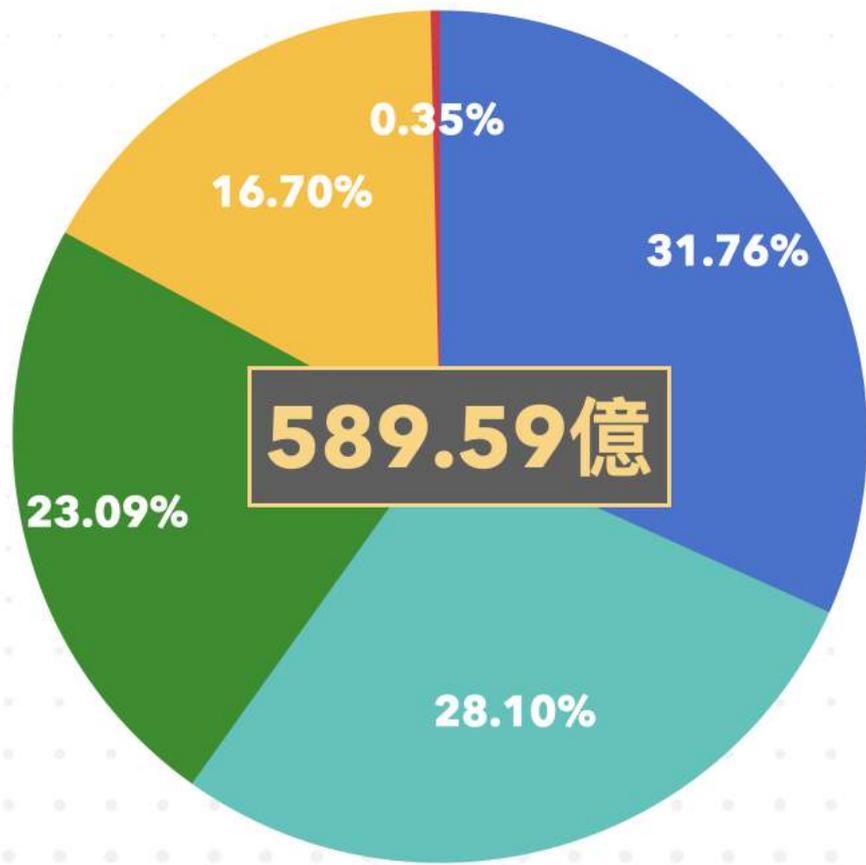
打開電子設備，你再搜索看影片  
▶隨時隨地都可以被廣告打到



# 2011~2021 數位vs非數位廣告量佔比變化



# 2022年台灣數位廣告量類型狀況



展示型 **187.24億**

成長率 4.1%

影音廣告 **165.67億**

成長率 12.5%

關鍵字廣告 **136.12億**

成長率 4.5%

內容口碑 **98.48億**

成長率 16.1%

內容置入：30.27億  
網紅直播：59.95億  
口碑操作：8.26億

其他 **2.08億**

成長率 8%

1,915萬

台灣用戶數



綜合社交平台，多為品牌主的流量基本盤

台灣最多人使用的社群媒體



貼文廣告：粉專挑選優質貼文

產品目錄廣告：商品自動變成廣告

• 影片貼文



• 圖片貼文



• 輪播貼文



• 多圖貼文



• 單圖



• 輪播



• 精選集



廣告版位：圖文/產品/影音等多元內容形式，皆可再製成為Facebook廣告素材

874萬

台灣用戶數



美學社交內容，利用 K O L 打造風格品味

年輕人分享生活的風格媒體

貼文 & 限時動態

KOLx 品牌業配

◦ 影音貼文



◦ 圖片貼文



◦ 精選輯貼文



◦ 限時動態



◦ 品牌牽手



◦ 限動連結



廣告版位：圖文/產品/影音等多元內容形式，相似Facebook版位能做通投。

86.55%

台灣搜尋引擎  
市占率



全球最大搜尋引擎，搜尋廣告鞏固品牌力

網民們每日必用的搜尋工具



搜尋廣告 / 最高成效廣告

多媒體 / 再行銷



搜尋廣告  
Search Ads



動態搜尋廣告  
Dynamic Search Ads



最高成效廣告  
Google Pmax Ads



多媒體聯播網廣告  
Google Display Network



動態再行銷廣告  
Dynamic Remarketing Ads

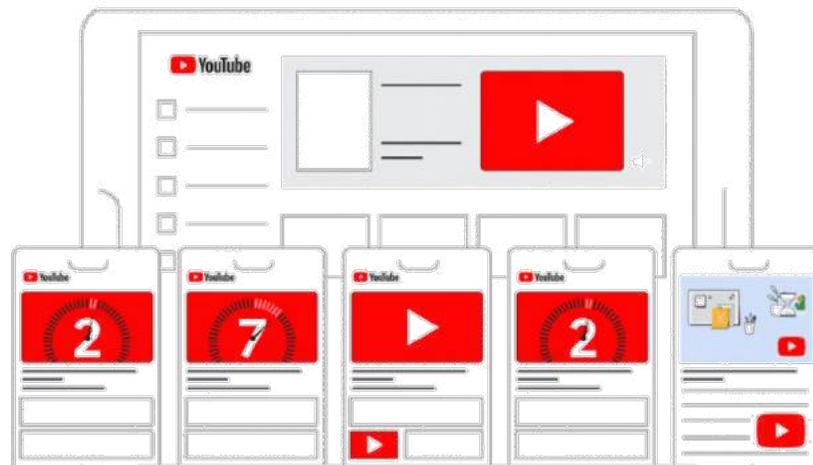
廣告版位：Google 搜尋聯播網、Google 最高成效、Google 多媒體聯播。

2,000萬  
MAU月活躍用戶



影音價值最大化，創造需求 + 品牌教育

台灣人黏最久的影音媒體



可略過的串流內廣告

串場廣告

不可略過的串流內廣告

串流外廣告

動態內影片廣告

刊頭廣告

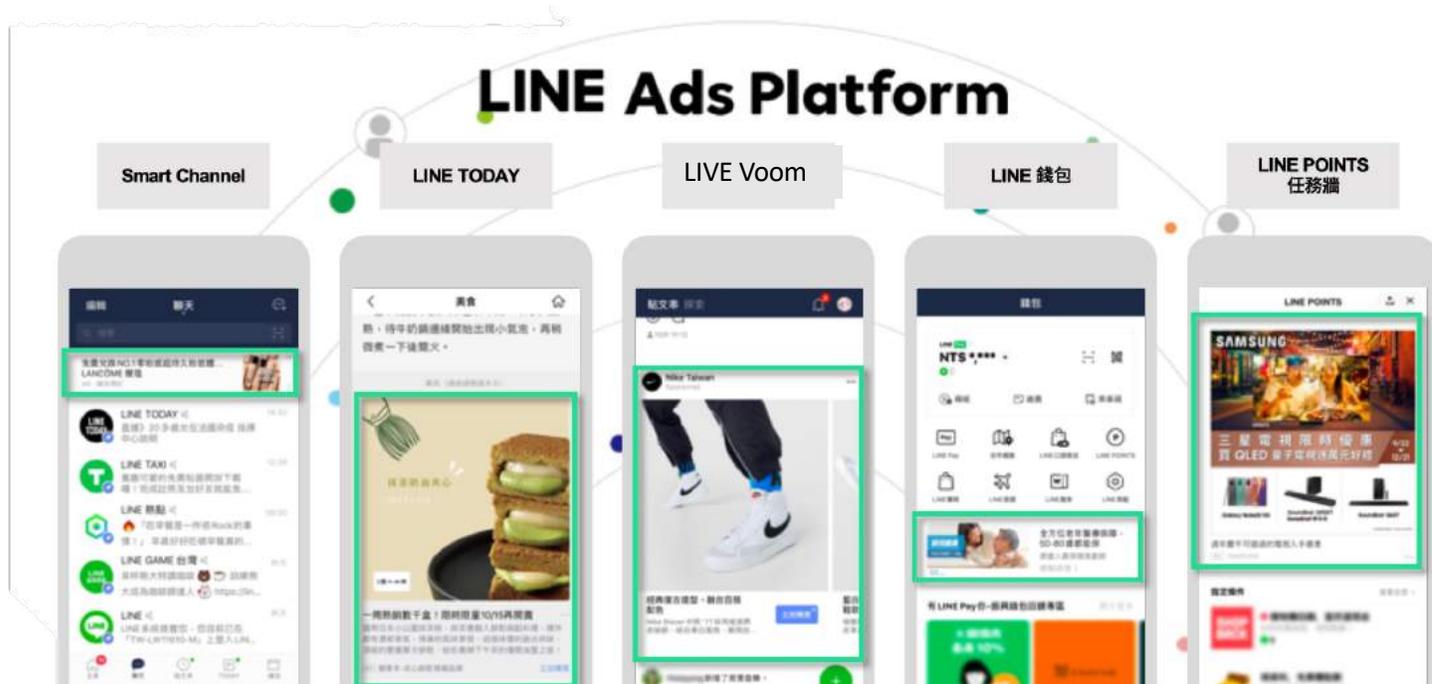
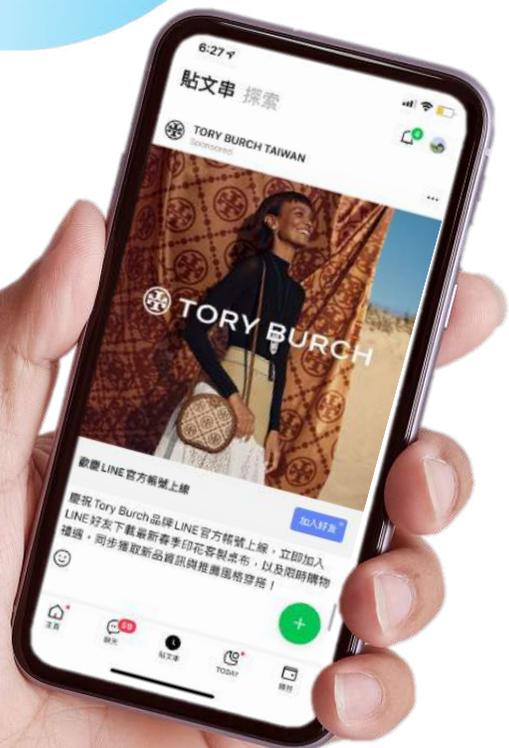
Youtuber網紅業配影音內容

廣告版位：以影音廣告為主，在Google體系下仍有搜索廣告相關版位。

2,100萬  
MAU月活躍用戶



# 品牌粉絲深度經營，深入消費者生活圈 台灣覆蓋最廣社交通訊軟體



廣告版位：Smart Channel ( LINE 聊天列表上方個人化訊息推播 )、LINE TODAY、LINE POINTS 任務牆、LINE VOOM、LINE 錢包頁等

1,700萬

不重複月訪客



做年輕族群滲透認知，激起產品討論度與口碑

台灣最大的匿名社群平台

類開箱話題活動

線下結合校園

Dcard官方IP影音

- 贊助活動 • 體驗箱/開箱大使 • 校際競賽 • 校園實體活動
- 植入影音IP • 全站活動曝光



廣告版位：以上內容話題/影音專案皆配有站內成效廣告，客製化討論

- Dcard調查局
- Dcard報報
- Dcard尋奇
- 卡友面對面

# 思考 1



“

越是流量時代下，優質內容越稀缺

做一個**有趣之於還有料的創作者**

”

# 思考 2



“

十年以前，我就讀廣告系時  
後來做的**工作好像還沒出現...**

”



PART

03

關於大學建議是..

好奇的人才會足夠有趣

『不必擔心你所念的科系有沒有用，因為你不會知道的。然而我有百分  
百信心告訴你：一定有用。就跟閱讀一樣，任何知識都能給你帶來新的  
激盪，它一定會對你產生作用，只是你不知道它會在哪個時間點、以什  
麼方式對你有用』

## 沒有劇本的未來，才能活得最像自己

### 李惠貞

出生宜蘭眷村，在台北長大。輔大大傳系廣告組畢。廣告界磨練兩年後，進入一生熱愛的出版業，超過二十年。曾任版權、企劃、編輯，經手書籍曾獲金鼎獎、博客來年度之最、中國時報開卷週報美好生活書獎、誠品年度推薦最佳藝術書系。擔任寫手著作有柯錫杰《心的視界》、幾米《故事的開始》、菩薩寺《朝一座生命的山》。2011-2017擔任《Shopping Design》總編輯，企畫主題包括「理想的咖啡館」、「旅行的意義」、「文字的勝負」等，並於2012年開始策畫每年12月舉辦的「台灣設計BEST 100」。2016金鼎獎雜誌類個人獎最佳主編。

2017年告別上班族生涯，發起「獨角獸計畫」，以創意方式推廣閱讀，擁有超過三百名獨角獸家族夥伴。經常參與閱讀、書店相關講座及邀稿，及以閱讀、企畫、設計為主題之演講。





大學科系不該是生財工具  
而是讓你們擁有更廣闊的機會去開發人格特質

大學時代真的時間很多～

## 1. 使盡吸收資源給你的經驗和人脈

課程書籍、系學會社團、交換機會、多交朋友



大學真的空間很大～

## 2. 在你想嘗試的領域試錯

各種媒體實習、喜歡的產業去打工、練習表達無論文字、攝影、拍影片

大學真正要學的人格養成!!!

## 3. 了解自己與社交

多去看展覽、聽演唱會、還有一定要去談戀愛！拜託！

無性戀你就自學課程與自愛

# 在你有熱忱的事物上持續關注，不要怕



無論你喜歡什麼！

旅遊、舞蹈、電影、  
打遊戲、看動漫



把喜歡的事物

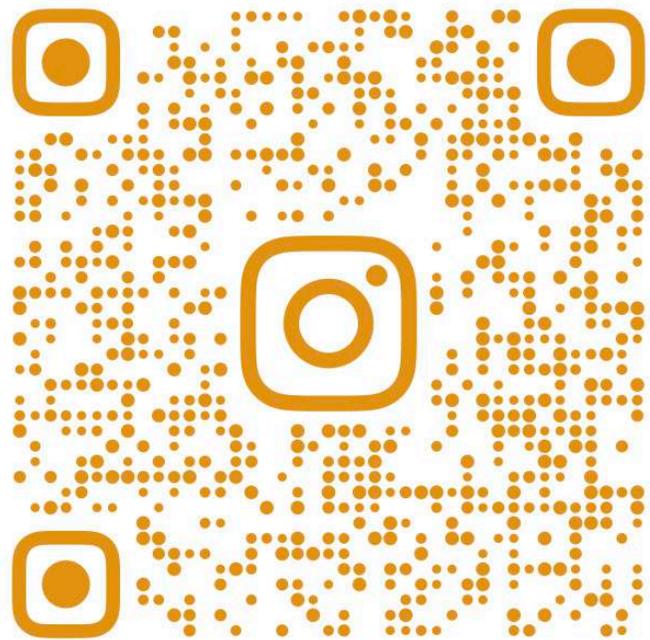
變成自己的第二能力



廣告人應該是  
熱情分享自己關注的事物  
祝福你們的大學旅程好玩充實



張 亦 尚



13CHANG



張亦尚



扫描二维码，在小红书找到我

生涯規劃專題演講

從傳統媒體到數位廣告  
創造有趣內容才是王道

張亦尚

Essun

