

奧美實習報告

Social Team Intern

1

傳播四 賴冠伶 Lyndia

Ogilvy One

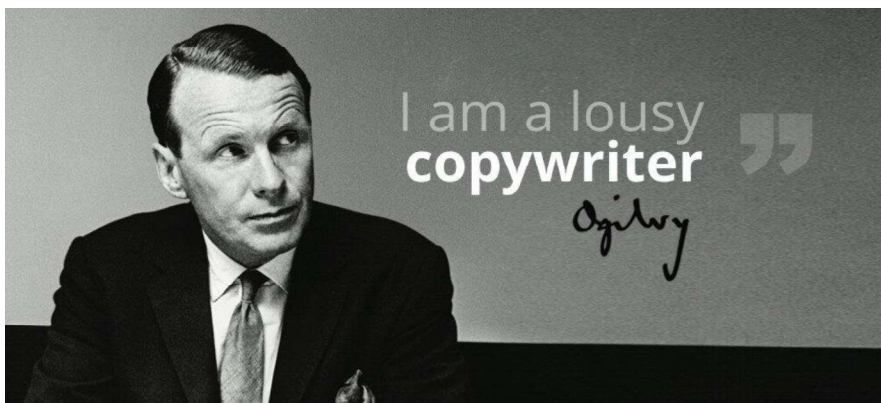
- 01 奧美廣告簡介
- 02 實習內容概述
- 03 實習心得
- 04 給學弟妹的建議

AGENDA

01

奧美廣告簡介

- 奧美於 1948 年由 **David Ogilvy** 創立，是全球最大整合行銷傳播公司之一，目前隸屬於 WPP 集團。
- 台灣奧美的前身是國泰建業廣告，在 1981 年引進奧美的作業訓練與文化。
- 1985 年成立台灣奧美廣告。至今擁有 500 多名員工。

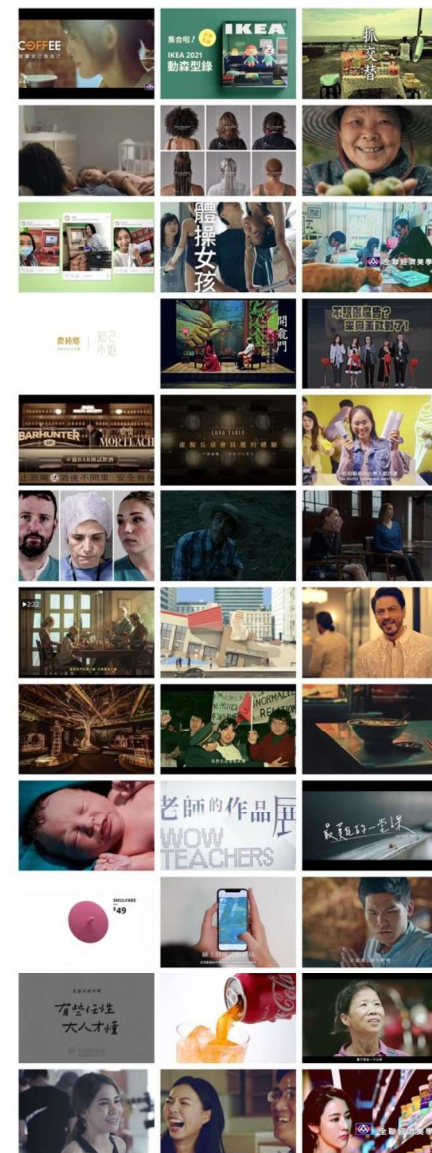
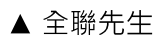


▲ 1948 年由 David Ogilvy 創立



▲ 1985 年，由宋秩銘與莊淑芬共同成立台灣奧美廣告

奧美是客戶的品牌管家，我們擅長用作品說話。但「人」才是成就這一切的根本。



02

實習內容概述

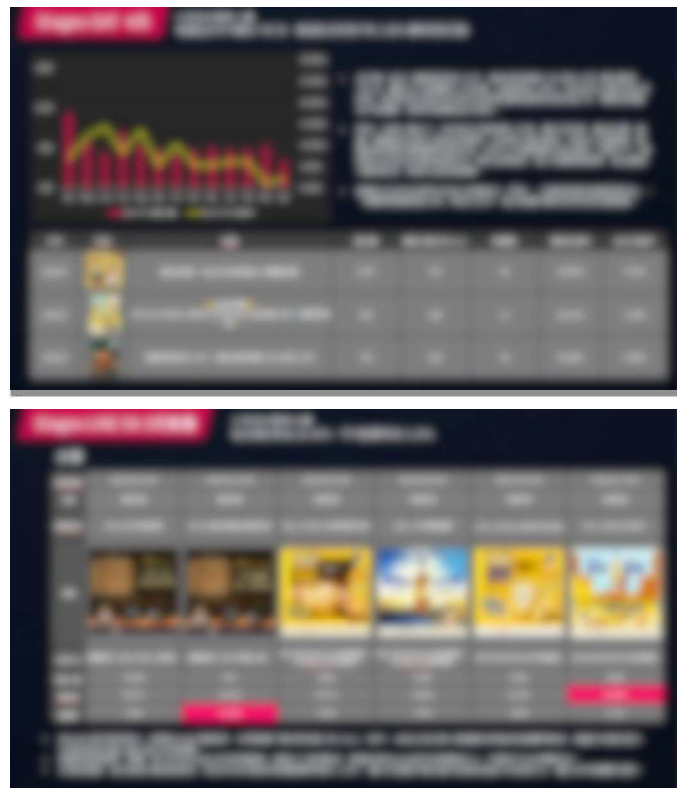


02

實習內容概述

一、月報與結案報告製作

協助製作 LINE 推播月報，負責分析每篇推播的開封率、點擊率等關鍵數據指標，整理並視覺化帝亞吉歐會員的互動與推播資料，並提出 data 背後的 insight，歸納原因與提出可行的優化建議與未來操作方向。



▲ VIP 操作頁面優化提案

02

實習內容概述

二、LINE OAP 企劃

參與帝亞吉歐官方帳號的推播內容規劃，協助思考不同主題與活動的推播策略及受眾設定。從中學習到如何結合品牌調性與用戶行為設計更精準的數位溝通內容。



02

實習內容概述

三、LINE CRM 提案

從使用者體驗的角度切入，分析其會員頁面的操作流線與版面設計，並提出優化建議。在導流活動規劃方面，提出新一期的好友導流活動企劃案。此案主打「邀請好友集點換好禮」機制，結合 LINE 官方帳號的集點模組與品牌贈品策略，提升現有會員的推薦動機。



▲ VIP 操作頁面優化提案

■ 任務續活動

| 活動目的

- 參考WYW，以遊戲、MGM的機制，導流更多好友與非好友成為會員。
- 增進用戶與品牌互動機會，提高會員黏著度。

| 活動機制 基礎version

- IDEA 1 保守版
 - ① 任務一：完成填寫會員資訊。(已成為會員的用戶自動完成程序，完成後獲得點數 1 點)
 - ② 任務二：邀請三位好友成為會員。(完成後獲得點數 9 點)
 - ③ 任務三：在活動期限內完成購買任一酒款。(點數加倍送，僅限一瓶)
 - ④ FINISH
- IDEA 2 連續簽到版
 - ① 任務一：邀請三位好友成為會員。(完成後獲得點數 9 點)
 - ② 任務二：連續簽到七天。(每一天獲得點數 1 點)
 - ③ 任務三：在活動期限內完成購買任一酒款。(點數加倍送，僅限一瓶)
 - ④ FINISH

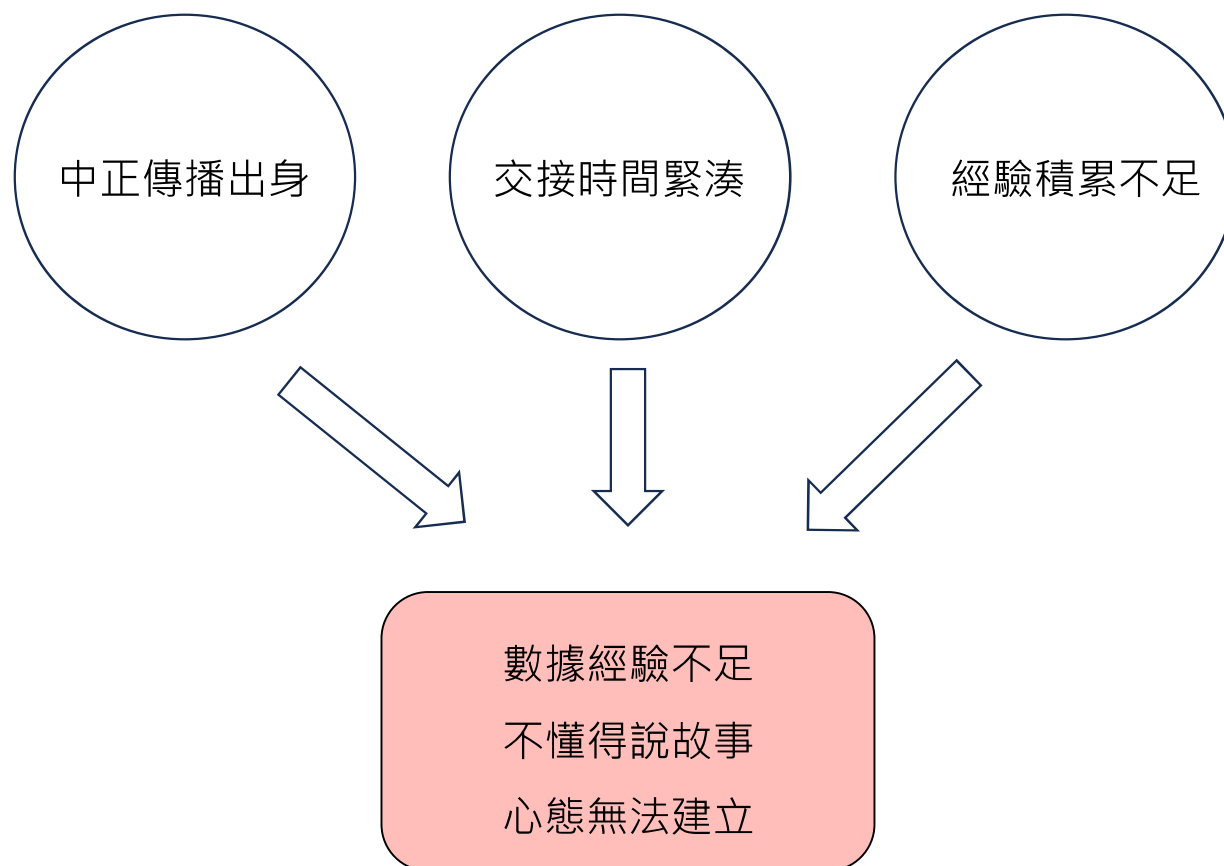
DIAGEO

▲ VIP 好友導流企劃

03

實習心得

Difficulties



03

實習心得

How I overcome ?

數據經驗不足



自學 Excel 進階使用技巧

不懂得說故事



大量研究過往月報 insight

心態無法建立



學習「與數據對話」

03

實習心得

Changes ✨

原本的我	在奧美後
創意為王	重視邏輯策略與數據依據
爛數學、報表零經驗	給 insight、驗證假設
害怕與挫折	更具自信



數據敏銳度
與洞察力



行銷策略意識



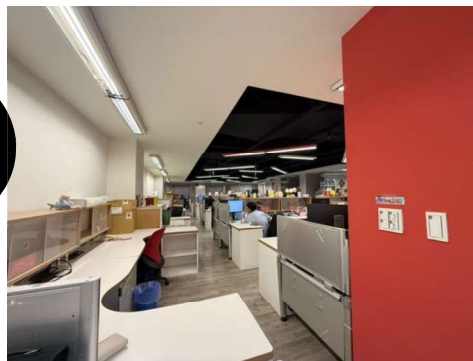
用戶視角思維



提案架構能力



▲ 可愛的同事



▲ 開放式辦公室



▲ 專屬小名牌

04

給學弟妹 的建議

求職階段 ■ 隨時準備好自己。（機會是留給準備好的人是真的）

確認入職 ■ 針對 JD 內容，做功課與事前準備。

針對奧美 ■ 英文不一定要商業專業，但一定要夠生活。# 晶晶體 # Attitude
■ 練習準確地表達想法。

Ogilvy One

Creating Impactful Relationship **by Design**