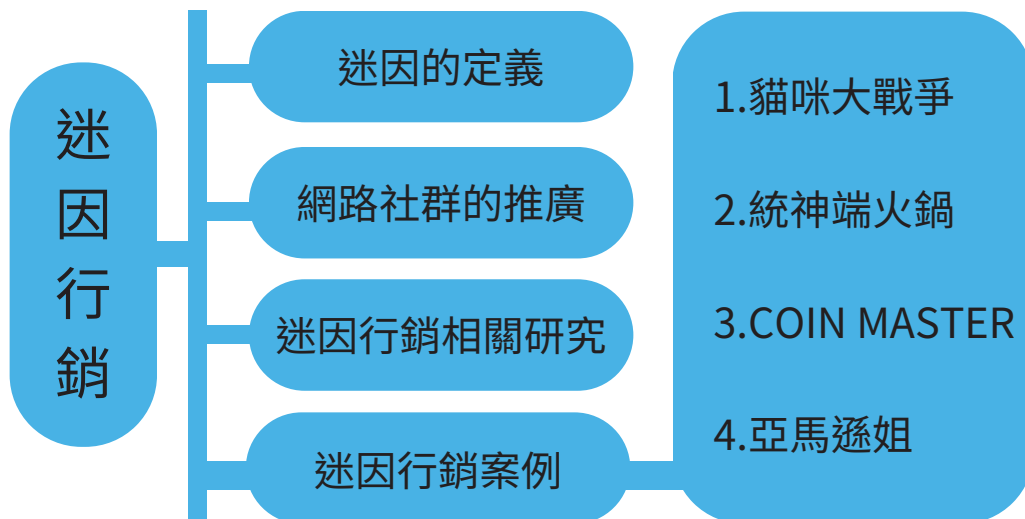


作品簡介

新世代行銷-迷因

本研究旨在探討如何運用迷因行銷與社群力量實現1+1大於二的行銷成效，先以文獻探討分析迷因的定義、網路社群的推廣、迷因行銷相關研究和迷因行銷案例，而本組案例選擇**貓咪大戰爭**，**統神端火鍋**，**COIN MASTER**，**亞馬遜姐**，最後再以網路問卷調查受訪者對迷因行銷的消費行為與滿意度，並透過研究結論提出具體建議。



本組根據文獻探討、問卷調查提出下列三點建議：

- 一、利用迷因行銷抓住客群
- 二、迷因廣告增加產品推廣
- 三、增加迷因廣告多樣性