

國際影音串流平台

數位社群及聯播網國際行銷 請購案
需求規格書

中華民國 111 年 12 月

壹、專案說明

一、專案名稱

本專案名稱為「國際影音串流平台數位社群及聯播網國際行銷請購案」(以下簡稱本專案)。

二、專案目標

因應國際行銷推廣目的，數位社群及聯播網目前為國際影音串流平台之重要內容行銷平台。並藉由此數位社群媒體傳播，將國際影音平台之優質深度內容，吸引國際閱聽眾關注。故在整體規劃中將此數位渠道規劃其中。

三、專案範圍

得標廠商需規劃並執行數位廣告露出，以加強本專案於國際曝光推廣。廣告投放需於數位廣告通路 Youtube、Facebook、Instagram 及 Taboola 以上四項。

四、專案時程

- (一) 本專案所有廣告 (Youtube、Facebook、Instagram 及 Taboola) 投放期間至少 100 天以上。

(二) 需於 112 年 5 月 20 日前，完成本專案之所有指定項目。

五、 專案預算範圍

(一) 本專案採購金額為新臺幣 800 萬元。

(二) 廠商於投標時，應提供「投標廠商報價單」合理說明。

貳、 專案需求

一、 需求規格

(一) 廣告成效目標

1. Youtube：需達到觀看次數至少 1,600,000 次。
2. Facebook：需達到曝光次數至少 5,800,000 次，互動次數至少 5,300 次。
3. Instagram：需達到曝光次數至少 800,000 次，互動次數至少 6,700 次。
4. Taboola：需達到點擊數至少 397,000 次。
5. 以上所有廣告成效目標需全部達成。

(二) 廣告素材製作

得標廠商需配合宣傳波段，製作用於 Facebook 廣告之主視覺素材 8 則 (尺寸：1080x1080 px)，以及提供英文文字貼文 (字數需至少 200 字)。以上圖文內容皆需製作前與平台單位確認，方可製作。

Facebook 廣告之主視覺素材 (包含視覺素材及文字) 之前四篇素材需於 112 年 2 月 29 日前交付完成，剩餘四篇則於 112 年 4 月 30 日前完成。

參、規範及服務

一、規範

(一) 廣告投放規則：

1. 數位廣告投放區域指定為美國及相關歐美國家 (同時投放多國)，本平台擁有審核把關及更改投放國家之權利。
2. 所有數位廣告素材 (圖片貼文及影片) 將由平台單位指定，以電子郵件聯絡確認為憑證依據，方可執行廣告投放。
3. 廣告投遞時間與設定細項，如受眾、興趣、年齡、裝置及國家地區等，廣告投放前皆需以電子郵件聯絡確認給平台單位審核確認後，方可執行。
4. 數位廣告平台 Youtube、Facebook、Instagram 及

Taboola，於廣告投放前完成廣告後台開設並提供廣告後台檢視權限（透明帳戶）給平台單位承辦人員。

5. 得標廠商需在執行時間完成 Youtube (TaiwanPlus、TaiwanPlus News、TaiwanPlusOne、Taiwan Talks 及 TaiwanPlus Livestream) 至少 60 則廣告投放、Facebook/Instagram (TaiwanPlus、TaiwanPlus News) 至少 50 則廣告投放、Taboola 至少 15 則廣告投放。
6. Facebook/Instagram 廣告 (TaiwanPlus、TaiwanPlus News)，依照成效目標曝光及互動，需分開素材與預算投放。若同素材皆須投遞曝光及互動，需與平台單位確認，方可執行。
7. 數位廣告平台 Youtube、Facebook、Instagram 及 Taboola，需提供廣告權限給平台單位，作為數位串接數據使用。

(二) 數位行銷廣告報表提交：

1. 日報表：廠商應於廣告投放後次日下午二點前（如遇假日則順延至次一工作日提供）提供投放當日各電子媒體網路廣告投放報表予平台。報表須含每日點擊總次數、每日曝光總次

數、每日點擊率及各項總計或均值；上述報表應填寫於平台指定之雲端報表提交。

2. 月報表：廠商應於廣告投放後次月第一個工作日下午二點前，提供月報表（112年5月份報表須於當月月底最後一個工作日前提送），月報表須含投放於載具之畫面、廣告受眾分析、使用者使用裝置占比分析、每日每次點擊成本、每日點擊總次數、每日曝光總次數、每日點擊率、上述活動期間各項總計或均值、檢討與建議等；上述月報表應以電子郵件提交。
3. 臨時報表：經本平台通知後，廠商應配合於雙方協商之時限內以電子郵件提供所需數據或報表。

（三） 驗收方式：

1. 本專案採書面審查（以書面資料）驗收。
2. 廠商應於本案履約完成（112年5月20日前），翌日起7日曆天內（以電子信件寄送時間為準），提供結案報告電子檔至平台指定電子信箱及雲端存取。結案報告內容，須包含各項電子媒體網路刊播證明、網路廣告曝光數、互動數、觀看數、點擊數（含證明）、廣告數據評估分析（包含國家地

區、年齡性別、裝置、興趣等)、廣告後台實際截圖等相關
統計資料、檢討與建議等項目。