

逢甲大學學生報告 ePaper

貼文媒體社群經營專案總結

Summary of Post Media Community Management Project

作者：張馨尹 郭恩綺 張薰方 陳映妤 黃鈺惠
謝宜諮 陳閔琪 陳若綺 曾怡臻

系級：行銷三甲

學號：D0838678 D0838711 D0838311 D0838368 D0838915

D0838400 D0740339 D0838134 D0883831

開課老師：何晉瑋老師

課程名稱：虛實通路與超媒體設計

開課系所：商學院

開課學年：110 學年度 第一學期

中文摘要

為宣傳逢甲大學舞台劇新戲—天河神水，經營「逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場」粉絲團。透過行銷五步驟，設定目標、鎖定受眾、規劃內容、製作內容行銷行事曆，並檢測每篇貼文的 KPI 指標。實施為期六週的發文排程，一週發出一篇文章，且每篇文的主題內容、發文形式都不盡相同。

針對六篇發文的內容做議題分析，檢視各篇貼文的成果以及改善建議。依每篇文的數據進行分析，計算出觸及率、曝光率、互動率和按讚數，並做成折線圖，呈現六週以來，每篇貼文的效益，加以探討其中的意義。

根據六週不同內容、形式的貼文，一一分析出其受眾的回饋、互動，發現受眾對於內容詼諧、富有話題性，或是與自己相關的資訊，較有可能對該貼文產生互動。因此在包裝與呈現方面，必須符合受眾的胃口，才有較多機會能夠得到迴響。



關鍵字：天河神水、互動率、按讚數、逢甲大學、逢甲大學舞台劇、曝光率、觸及率

Abstract

In order to promote the new stage drama of Fengjia University – Tianhe Shenshui, we operated the fan page of Fengjia University Cross-campus Cross-domain Music Stage Life Theater. Using the five steps of marketing, setting goals, targeting audiences, planning content, producing content marketing calendars, and testing the KPI indicators of each post. Implement a six-week publishing plan, publish one post a week, and the theme content and form of each post are different.

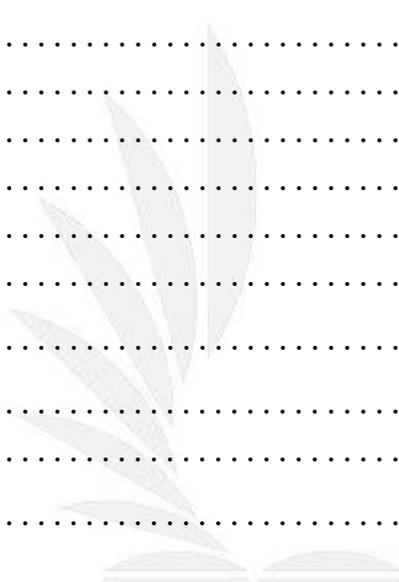
Conduct an issue analysis of the content of the six posts, review the results of each post and suggestions for improvement. Based on the data of each post, calculate the reach rate, exposure rate, interaction rate and number of likes, and a line chart is made to present the benefits of each post in the past six weeks and explore the significance.

According to the different content and forms of posts in the past six weeks, the feedback and interaction of our audiences were analyzed, and it was found that the audience was more likely to interact with the post for the content that was humorous, topical, or related to themselves. Therefore, in terms of packaging and presentation, it must meet the appetite of the audience in order to have more opportunities to get the echoes.

Keyword : Exposure rate, Engagement rate, Fengchia University, Fengchia University stage drama, number of likes, Reach rate, Tianhe Shenshui.

目 次

中文摘要及關鍵字.....	1
英文摘要及關鍵字.....	2
目次.....	3
圖目錄.....	4
表目錄.....	5
第一章 專案概述.....	6
第一節 專案重點.....	6
第二章 「虛實與超媒體」之系列議題分析.....	7
第一節 第一週貼文.....	7
第二節 第二週貼文.....	8
第三節 第三週貼文.....	9
第四節 第四週貼文.....	10
第五節 第五週貼文.....	11
第六節 第六週貼文.....	12
第三章 整體效益分析.....	13
第四章 總結.....	17
第五章 心得.....	18
第六章 參考文獻.....	21



圖目錄

圖 1 第一周發文	2
圖 2 第二周發文	3
圖 3 第三周發文	4
圖 4 第四周發文	5
圖 5 第五周發文	6
圖 6 第六周發文	7
圖 7 觸及率折線圖	9
圖 8 曝光率折線圖	10
圖 9 按讚數折線圖	11



表目錄

表 1 第一周貼文數據分析	2
表 2 第二周貼文數據分析	3
表 3 第三周貼文數據分析	4
表 4 第四周貼文數據分析	5
表 5 第五周貼文數據分析	6
表 6 第六周貼文數據分析	7



第一章 專案概述

本專案旨在透過虛實通路與超媒體的課程與逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場的結合，透過 FACEBOOK 粉絲專業的經營與其他線上或線下的多元通路的推廣方式來學習行銷策略以及虛實整合的實務課程。

第一節 專案重點

1. 增加逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場粉絲專頁追蹤人數
2. 提高逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場粉絲專頁文章觸及率
3. 優化逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場粉絲專頁文章內容
4. 透過內容行銷與社群推廣來提升逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場粉絲專業的品牌價值
5. 有效利用行銷策略推廣為未來該劇場演出資訊鋪墊

本專案透過行銷五步驟(1. 設定欲達成目標 2. 設計目標對象 3. 設計內容 4. 製作內容行銷行事曆 5. 檢測 KPI)來訂定該專案實施的行銷目標，在課堂上學習行銷基礎理論並透過每週於粉絲專頁發文實操理解通路規畫、社群經營以及內容行銷。最後將課程中所進行的各項行銷活動進行成效分析。

第二章 「虛實與超媒體」之系列議題分析

第一節 第一週貼文



圖 1 第一週貼文

觸及人數	觸及率	互動人數	互動率	曝光次數	曝光率	留言次數	分享次數	心情數
1554	78.92%	102	5.18%	1829	1.18%	9	11	82

表 1 第一週貼文數據分析

創作理念：

以復古風格的農民曆做發想，因為近幾年復古風潮的製圖逐漸流行，因此選擇它當這次的主題，並且我們特意挑選與美髮相關的金句，看似正經的句子，但實際是毫無內容及意義的話，引人會心一笑。

成果：

第一週以模仿日曆為主題，內容介紹逢甲藝術微學分課程，吸引對舞台劇表演和課程有興趣的學生觀看，也因為粉絲第一次接觸天河神水，所以對他的內容感到較新鮮，在留言區提問問題和小編互動的次數也比較高，因此其他數據也相對往後的幾週高很多。

改善建議：

發文時間應該配合微學分選課的日期，當時發文的時間，報名已經截止，因此對課程有興趣的人幫助不大，無法即時提供資訊，內容也可以選擇我們受眾感興趣的話題。

第二節 第二週貼文

逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場
 2021年11月25日 · 🌐

今天是感恩節🍂
 小編來跟大家介紹一下感恩節的習俗及特色吧
 親友團聚日...大家聚在一起看天河神水
 赦免火雞讓牠脫離宰殺的命運...帶著火雞一起看天河神水

在這個特別的日子裡
 小編也真心誠意的感謝大家關注我們🥰
 希望在往後的日子裡
 能持續支持我們的劇場
 周杰倫的晴天，都比不過和你聊天🥰
 感恩~💕
 #小編先去吃火雞了 #掰囉



圖 2 第二週貼文

觸及人數	觸及率	互動人數	互動率	曝光次數	曝光率	留言次數	分享次數	心情數
1150	58.4%	70	3.55%	1362	1.18%	6	9	55

表 2 第二週貼文數據分析

創作理念：

發文時間正好是感恩節期間，所以貼文發想是由節日和時事相關的圖片為主，而且現代人經常觀看梗圖或是迷因，因此我們想要藉由時事結合迷因梗圖的方式，用感恩節的火雞和課程照片當作製圖的元素，

成果：

第二週以製作梗圖結合節日為主題，配合感恩節的習俗及特色，但是台灣人沒有習慣慶祝感恩節，所以沒有對這週的內容產生共鳴，因此觸及率和互動人數都明顯降低。

改善建議：

雖然是以時事作為發文主題，但是應該慎選節日，盡量挑選大眾有興趣的節日，或是以比較熱門的時事來作為主題，文案方面以詼諧搞笑的口吻來吸引大家，並利用迷因梗圖引起大眾注意，增加標題或是對話集中重點。

第三節 第三週貼文

逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場

2021年12月2日 · 🌐

如果你進入天河神水的戲劇世界裡

你會是哪一個角色呢🤔

留言告訴我們吧👉

愛麗絲掉進樹洞開始她的夢遊仙境...

吳妍珠被吸進漫畫世界試圖改變姜哲的人生...

黃雨萱聽著歌穿越到平行時空改變過去和未來的命運...

你有沒有曾經幻想過自己哪天會穿越時空或是變成哪一個戲劇角色呢？

穿越後你最想做什麼呢🤔

快來留言與小編分享你天馬行空的想像力吧👉



圖 3 第三週貼文

觸及人數	觸及率	互動人數	互動率	曝光次數	曝光率	留言次數	分享次數	心情數
825	41.9%	95	4.82%	1028	1.25%	51	7	37

表 3 第三週貼文數據分析

創作理念：

經常在社群媒體上面看到類似的互動小遊戲，這週我們的目標是要提高互動率，因此選擇結合天河神水的角色，加上地點和行為，讓粉絲可以在下方留言區留言自己的角色在做什麼，透過留言區標註好友的方式使大家都能一同參與，藉此提高曝光度。

成果：

第三週的主題以天河神水角色融合小遊戲為主，觀眾對於小遊戲較感興趣，因此在底下留言互動的人數增加，與粉絲互動的機會提高許多，所以互動次數相較第二週更高，但是這週的觸及人數、曝光次數、按讚數都比前兩週低。

改善建議：

由於留言的粉絲都是屬於親朋好友，所以應該擴大推廣範圍，分享貼文到地區性社團，增加觸及和曝光，下次若要再做測驗性的發文，應改以簡易的小測驗為主，增加粉絲願意停留的次數。

第四節 第四週貼文

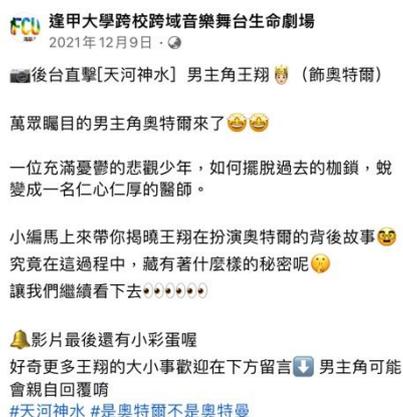


圖 4 第四週貼文



觸及人數	觸及率	互動人數	互動率	曝光次數	曝光率	留言次數	分享次數	心情數
776	39.41%	80	4.06%	1037	1.34%	20	7	53

表 4 第四週貼文數據分析

創作理念：

這週採訪影片是以演員作為採訪對象，會選擇王翔是因為他是該劇的男主角，採訪內容主要是他本人與角色之間產生的碰撞和火花，讓觀眾了解演員在幕後要付出的努力和了解奧特爾，在影片最後還加上一段王翔演唱流行歌曲的片段，相較採訪比較輕鬆有趣的內容，吸引觀眾看到最後。

成果：

第四週主題是採訪舞台劇演員王翔的影片，最後還有加碼唱歌的小彩蛋，但影片片長太長，開頭並沒有吸引觀眾的爆點，因此平均觀看分鐘數只有 10 秒，加上觀眾對於主角很陌生，產生的興趣不大，也影響了互動率。

改善建議：

縮短影片的長度，並且改變剪輯方式，在影片裡面加入特效或音效，開頭可以增加爆點和預告，或是簡單又好記的金句介紹主角出場，吸引大家看完影片。

第五節 第五週貼文

逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場
2021年12月16日 · 🌐

眾所期待的何晉璋老師來了👏
居然可以邀請到EMBA的執行長來接受我們的訪問
真是太感謝老師的寵幸了🥰🥰🥰
現在就讓我們來認識一下不一樣的瑋哥吧!!
偷偷告訴你們~
貼文的最後有彩蛋 別忘了看到最後喔👀
想知道更多有關瑋哥的秘密
歡迎在下面留言👏👏👏
幸運的話...說不定瑋哥會親自下凡來寵幸你呢🤪
#按讚留言加分享 #來認識一樣不一樣的瑋哥吧



圖 5 第五週貼文

觸及人數	觸及率	互動人數	互動率	曝光次數	曝光率	留言次數	分享次數	心情數
852	43.3%	143	7.26%	1149	1.35%	52	8	83

表 5 第五週貼文數據分析

創作理念：

這週採訪影片是以指導老師何晉璋老師作為採訪對象，這次的採訪問題是以談諧有趣的內容為主要風格，因為平時上課時的老師偏向嚴肅，所以我們希望透過這次的影片讓大家能看到老師的另一面，而且大家對老師比較熟悉，所以對我們的採訪比較有意願觀看。

成果：

第五週主題是採訪相關課程導師的影片，這週的主角是大家較熟悉的老師，所以互動人數增加很多，平均觀看分鐘數和按讚數也提高，但是觸及人數並沒有明顯提高。

改善建議：

可以增加和天河神水舞台劇相關的問題，並且多推廣這篇貼文，分享貼文連結到IG 限時動態、line 群組、區域性社團，讓更多人能看到此篇貼文，增加觸及人數。

第六節 第六週貼文

逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場
2021年12月23日 · 🌐

★音樂劇演唱技巧★

「盤旋在你看不見的高空裡，多的是你不知道的事~」

啊.....唱歌好難呀😞

不敢開口唱歌嗎？害怕唱歌沒有感情嗎？

你的救星-音樂劇演唱技巧通識課來了🤗🤗

這次難得採訪到通識課程的陳思照老師👍👍

來暢談課程內容及教學經歷👉👉

這堂課分為兩個班：

1.音樂劇的演唱技巧

2.彩排與公演

音樂劇演唱介於古典美聲及流行歌曲之間

課堂中會利用琴鍵幫你抓出準確的音調🎹

所以只要對音樂劇有興趣

就算不會唱歌也可以來上這堂課呦👉

#依照慣例還是要有彩蛋🎁

#聽聽奧特爾與大教士的訓練成果



文

圖
6
第
六
週
貼

觸及人數	觸及率	互動人數	互動率	曝光次數	曝光率	留言次數	分享次數	心情數
1514	76.89%	113	5.73%	1649	1.09%	33	14	66

表 6 第六週貼文數據分析

創作理念：

我們的這週採訪影片是舞台背後練習的成果，用花絮當作主題是想要稍微劇透一下舞台劇的內容，激起觀眾的好奇心，讓他們對正式演出有興趣，文案內容有舞台劇課程老師採訪的精華問答，讓大家能夠簡潔明瞭的看到採訪內容，

成果：

第六週的主題以介紹舞台劇課程練習的片段為主，影片內容是男主角和大教士唱歌，這週的影片不像上週訪問老師的影片有話題性，因此影片的觀看次數比較低，也因為內容和舞台劇相關，所以觸及人數比較多。

改善建議：

平均觀看分鐘數比上週更低，原因有可能是影片內容主題不夠有趣，往後可以增加豐富度，像是加入搞笑的旁白和轉場動畫，讓影片的結構更加完整。

第三章 整體效益分析

我們這組在這六週主要的發文類型為圖片系列和影片系列，前期以圖片為主，內容會比較貼近近期的生活和節日，像是感恩節和日曆，目的是為了吸引大眾關注此劇團，後期為了增加貼文豐富度而改以影片方式呈現，採訪內容也會依大眾好奇的角度下去訪問，以吸引大眾會因此而更深入想要了解劇團相關資訊。

一、小編互動活絡

小編的發文內容使用親切歡快的口吻，並且善用表情符號，不會使人看了乏味，同時小編也利用 hashtag 與粉絲產生互動，小編也會積極的回應每個人的留言，與粉絲有良好的連結互動。

二、每周貼文有明確的主題

每周貼文皆設了一個主題，第一周為微學分課程介紹，第二周則配合節慶，發了感恩節相關的文，第三周則為了與粉絲互動，設計了簡單的小測驗遊戲，第一週到第三周皆使用圖文的方式，從第四周開始，採用了影片、文的方式，並且每個禮拜都有不同的系列介紹，第四個禮拜為演員系列，第五個禮拜為指導老師系列，第六個禮拜則為課程系列，使整體發文看起來不會太雜亂無內容。

三、發文內容

發文內容簡短且有重點、不冗長，讓大家看貼文一目瞭然，得知我們想要傳達的訊息，內文善用時事、與節日結合，用貼近生活的方式，拉近與粉絲的距離，內容以輕鬆為主，例如第一周日曆中的假正經金句，總讓人會心一笑。

而根據粉絲專頁 OMP 的文章：「Facebook 專頁貼文的 3 個重要技巧」中寫道：發文的效益根據貼文的發布時間也會有不同的影響，睡前與午餐時間都是發文不錯的時間點，我們後半期改變了我們的發文時間，改為中午午餐時間發文，也有些許的成效，但回歸本身，最重要的還是貼文本身的內容所產生的價值如何足夠吸引人。

四、影片

採訪的問題有特別審過，不會讓被採訪者覺得不適，同時也加入了一些輕鬆談諧的問題讓影片整體不會太沉重，而背景音樂以輕快的節奏，讓採訪過程看起來不嚴肅，每部影片最後也都附有小彩蛋，讓觀看者有動力看到最後。

雖然影片時長不超過三分鐘也附有彩蛋，但粉絲觀看秒數不長，看不到最後的彩蛋就退出了，改善方式應再把時長縮短，或是增加內容豐富度，然後在影片開頭先放預告，抓住觀看者的視線。

五、宣傳成效

每周貼文每位組員透過自己的 Facebook 和 Instagram 帳號分享自社群平台，也會在留言區標註好友，但在六周發文下來看，並未能有效擴大推廣範圍，按讚留言的依舊以親朋好友及同儕為主，但在最後一周的推廣組貢獻，將貼文分享至台中大小事、西屯人大小事等地域性社團，使得觸及人數比起前幾周有明顯的增加，代表此方式是有成效的。

六、觸及率

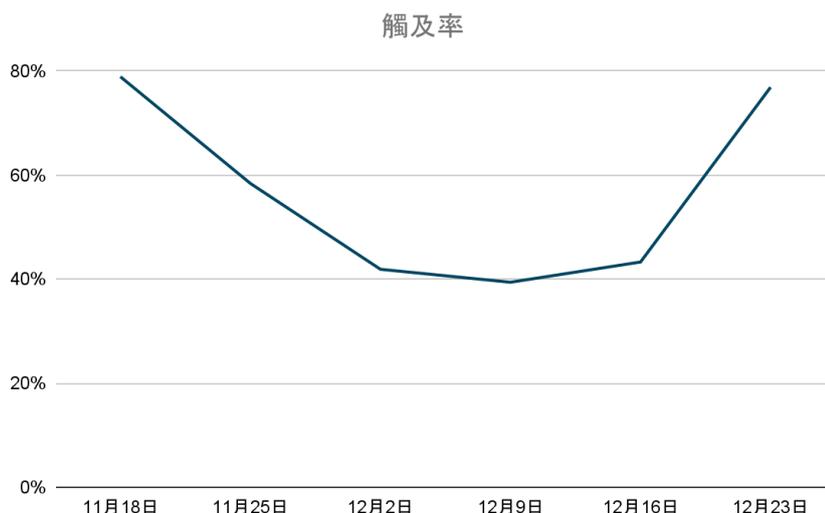


圖 7 觸及率折線圖

第一周發文因為是第一篇的關係，所以觸及人數較高，第二周搭配感恩節，內容貼近感恩節，觸及率相較第一篇略低，第三周與第四周則有些後繼無力，因此觸及率降低許多，第五周為老師系列，我們組採訪了同學們都熟悉的何晉瑋老師，觸及率也藉由如此略為提高，最後一周為課程系列，我們採訪了音樂劇演唱技巧的指導老師，同時也放上了演員們在老師教導後高歌一曲的影片，我們的組員也將第六周的貼文 po 到 FB 的社團裡，例如：西屯人大小事、台中人大小事等地域性社團.....

第三週內容為測驗遊戲，原本預計藉由此種方式提高互動，可能因粉絲不願多花時間在測驗上，導致觸及率比起上週降低了許多，下次若要再做測驗性的發文，應改以簡易的小測驗為主，增加粉絲願意停留的次數；第四週內容為採訪男主角，可能內容不是大眾有興趣的，且封面不夠吸引人，導致觸及率明顯降低，下次貼文應改善內容有趣度和封面的吸睛程度，以提高觸及率。

七、曝光率

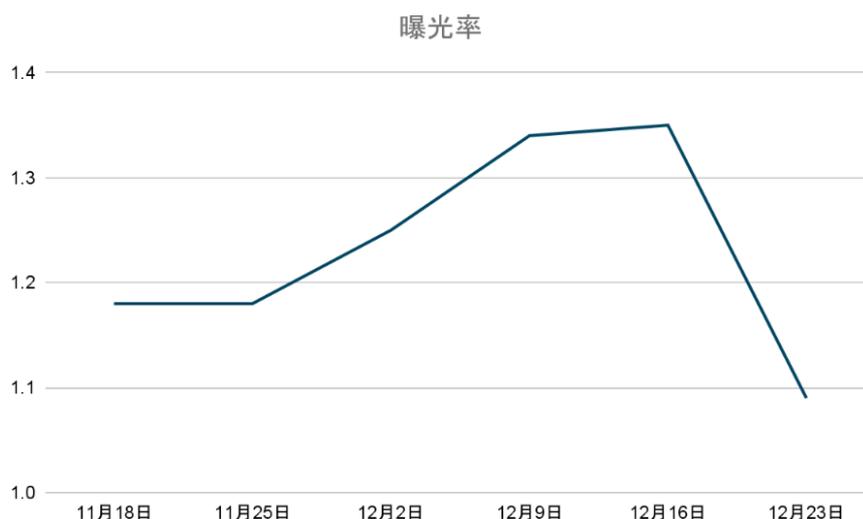


圖 8 曝光率折線圖

第一周與第二周的曝光率折線圖呈現水平，代表粉絲對於這兩篇貼文的重複觀看次數不高，原因可能是圖文較為單調乏味，缺乏趣味性，沒辦法留住粉絲的視線讓人一看再看，直到第三周有了正向的起伏，第三周貼文以測驗小遊戲為主，內容較為有趣且可產生互動性，透過留言區標註好友的方式使大家都能一同參與，藉此提高曝光度。第四周、第五周可以看到有提升更大幅度的曝光度，可能原因為影片內藏彩蛋，讓人會想要重複觀看，第五周為六篇貼文中曝光度最高的，第六周的曝光度驟降，主要為發文的時間較其他貼文來的短，導致觀看人數無法累計。

改善方法為可以多利用時事引起粉絲共鳴，並且將貼文分享至符合我們目標客群的社群媒體平台以增加曝光率。

八、按讚數



圖 9 按讚數折線圖

第一周我們的貼文使用了日曆為照片，藉此增加吸睛程度與特色，而該篇也獲得了不錯的迴響，因此按讚人數相對其他篇來的較高，而第五篇為老師系列的貼文，我們的採訪內容不以正經乏味的內容為風格走向，而是以輕鬆的問題帶出了何晉璋老師私底下風趣的一面，吸引認識何老師的人的關注，因此也成為了我們六篇貼文以來最高的按讚次數。

第三周的貼文以測驗小遊戲為主，出現了留言數比按讚數多的情況，由此可見，大家看到測驗的第一直覺都是直接留言並標註好友一起參與，而忽略了按讚，因此，此篇貼文的按讚次數相對其他貼文較低，改善方式為我們可以帶動大家，如果喜歡這個小測驗或覺得有趣，都可以幫我們按讚分享以增加互動人數。

第四章 總結

在這六週的貼文裡，從一開始的自製日曆圖、節日相關發文，到後期與課程相關的內容分享、老師介紹，以及關於演員的介紹，我們每週都整理出貼文的 KPI 數值，並針對較不足的部分，討論出改善的方案。雖然只有短短六週的時間，但我們已大致掌握受眾的喜好。

此次宣傳逢甲大學舞台劇的新戲——天河神水，舞台劇對於現在的大學生族群來說，可能較不那麼引人注意，所以我們結合了節日、測驗小遊戲，還有精彩彩蛋短片，增加受眾的互動程度，以及貼文的觸及率，加上每個組員的推廣分享，使我們的貼文可以讓更多人看見。根據以上的議題分析、整體效益分析可以得知，雖然中期的效益不如預期，但經過我們每週的分析探討，發現我們的受眾對於有趣詼諧的內容，還有與自己有關的資訊，較感興趣，像是課程老師的介紹影片，讓受眾看見老師私底下較活潑的一面，或是自己的朋友、同學出現在貼文中，引起他們想留言標注或者是與我們互動。到後期的貼文，掌握出以上的重點，明顯有達到我們預期的效益。可見掌握受眾的喜好，並且學習如何包裝行銷的內容是非常重要的。

在這生活步調愈加快速的時代，雖然人手一機，接觸到社群平台的機會大大增加，越來越多人會透過 Facebook、Instagram 或是 YouTube 宣傳資訊，但大多數人在瀏覽社群媒體時，幾乎只會特別去關注自己感興趣的資訊，或是讓人會心一笑的迷因或梗圖類內容。因此設計出可以讓人一眼就引起興趣的內容，較可以讓宣傳資訊有更高的曝光率、觸及率，以及更多的互動。透過此課程，從前期的目標設立，到中期的內容規劃，最後分析並討論問題，且加以改善，學習到在線上以及線下不同的宣傳方式，整合虛實通路的行銷方法。

第五章 心得

郭恩綺

這個學期，經由這六週的發文，深刻了解到成功經營一個粉絲專頁的艱辛，也了解到一篇貼文的誕生需要多多的精力和創思，考量到多多的因素，像是發文的內容如何第一眼吸引粉絲、推廣的管道甚至是影片長度等等，也學習到如何透過種種數據，審視貼文的成效，更深刻體會到在資訊量爆炸的世代裡，一個粉專要闖出一片天是需要多大的心力和運氣。很高興能夠參與這學期的課程，實際的去體驗經營一個粉絲專頁，更覺得非常幸運可以透過這個課程，深入逢甲劇團的練習日常，認識到了許多才華橫溢的同學們，希望透過這學期對劇團的推廣，能讓更多人看到這群這麼有才華的一群人，在舞台上發光發熱。

陳若綺

在這次專案裡我擔任小編的工作，要著墨於發文的內容、形式，試著去思考怎麼樣的內容才能吸引我們的受眾，但是有不能夠太過於大眾化、了無心意。發文後也要留意有沒有粉絲、受眾來留言，並定時去回覆，與他們互動。另外還要留意每篇貼文的效益分析，可以更清楚的知道我們必須改善的地方。經過這次專案後，真的很佩服在社群平台上看到的那些小編的創意！

黃鈺惠

隨著時代的推進，造成我們對於網路世界有著越來越嚴重的依賴，尤其是社群媒體更是每天與我們密不可分，因此行銷人更是不能放過這個向大家推廣自己的媒介，在日常生活中或許一天看到過的網路廣告以及推銷甚至有數十篇，而如何將這些內容更有效的達到吸引大眾眼球的成果就是這堂課的所學。我們在課程中有機會親自成為一位真正的網路行銷者，透過每個禮拜與組員的討論以及每個禮拜就會出爐的成果，和課堂上的自我檢討以及老師的意見講評都讓我們能夠快速的了解到一項方案的成敗出自於何種原因和必須要做到怎麼樣的改善得以達到下禮拜更好的觸及率，這些實際操作的經驗都是第一次因此難能可貴，而看著每個禮拜數據的改變去思考原因的過程也非常有趣。

曾怡臻

這次的專題跟以往很不一樣，有種更真實更有具體目標的感覺，甲班乙班每個組別每個禮拜的 po 文其實有些都蠻有創意的！甚至是看到會覺得很好笑很新鮮，這也代表這些文都是真的有吸引到我們學生的！像我們這組採訪老師您，那個彩蛋繞口令也是很新鮮很特別～！而且過程中真的是充滿歡笑很好玩！謝謝老師給我們這個體驗實體的當小編去發文推銷、互動以提高劇團知名度，還有給予我們很多忠肯的建議，讓我們能夠站在不同的角度思考，因為有些都是我們當初沒想到的，也幫助我們學習到如何去做出改善，最後希望我們每個禮拜的絞盡腦汁能幫助到劇團……

張薰方

在這堂課中，學到最多的是如何發文，內容要跟推廣目的是一致的，而且內容也要吸引人，所以經常需要結合時事，也讓我知道了原來小編的工作並不容易，其中有很多技巧和細節，過程中最印象深刻的應該是去採訪舞台劇演員和老師的時候，因為演員和老師們都很熱情開朗，所以過程很有趣，也更了解一齣戲劇背後要準備的事情很多，然後演員們演唱的實力也很棒，讓我很期待天河神水這齣戲的最終成果會怎麼樣呈現，經過一系列的發文，每個禮拜都是不同主題，也能看出觀眾喜歡的內容是哪些，這個經驗或許可以成為以後的養分，也是因為這堂課，我才關注到了其他不錯的舞台劇和藝文活動，然後很期待天河神水的演出，到時候也想要去看。

陳閔琪

這次專案的實務課程讓我深刻體驗到真正的行銷並非易事，在學校學到的內容有些理想化，只有實際去操作才能學習到精隨以及遇到挫折的即時改善。其中最讓我感動的是當我們對上週的成果進行分析，將能優化的部分修正，得到的新的成果比之前的數據都要好的時候，才真的有學以致用的感覺。比較可惜的是在這幾篇發文中，觸及率雖有增加，但是轉換率還是只有組員和友人在支撐，未來也會多加參考萬秀的行銷模式，來增進自己。在之後我也希望可以參與更多實務相關的課程，以銜接未來工作內容。

陳映好

經過這次的實作，發現要發出可以吸引大家留言轉發的文真的很困難，也都是認識的人去留言，有些充滿信心的發文，結果也不盡理想。但也在討論中學習到許多文案撰寫、如何引起話題互動、數據分析計算等等，是很寶貴的經驗。

謝宜諮

現在這個網路發達的時代，許多人只知道使用社交軟體來聯絡朋友，而我也不例外，但這堂課讓我學到如何經營一個粉絲專頁將貼文、影片推廣給更多人知道。這次組內職位是小編的我，透過每星期的貼文分析去思考怎麼讓下星期的流量增加以及觸及率提高。這期間想了很多方法，有成功達到目標，當然也有失敗的時候，不過每次上台報告，老師都會給予很好的建議，以及我們小組沒有發現的問題，讓我們下次的發文內容又更完善了一些。其實很多看似簡單的事情，認真做起來卻沒想像中容易，也因為這些經驗讓我更了解後台的運作，我也學習到很多。

張馨尹

這次的課程一開始想的內容其實跟現在所做的有些不太一樣，所以一開始不知從何下手，加上又是組長的角色，所以有些迷惘，但隨著時間的過去，好像從中也了解了原來經營社群是多麼的不容易，不但要想出吸引人的文案，還要思考如何能夠受到關注，甚至要出動親朋好友來幫忙這個課程，想先跟各方的親朋好友善心人士，說聲辛苦了，也謝謝組員們都配合，希望這些經驗能對未來有幫助，也謝謝老師提供了很多資訊關於發文的眉眉角角，是有收穫的。

參考文獻

OMP(2016)。Facebook 專頁貼文的 3 個重要技巧。2022.01.04 取自
<https://www.sosomarketing.com/facebook%E5%AE%A3%E5%82%B3/facebook%E8%B2%BC%E6%96%87%E6%8A%80%E5%B7%A7/>

