

FCU



ePaper

逢甲大學學生報告 ePaper

亞衣宜家縫紉機行銷企劃

Yayi, Co., Ltd

作者：簡宣婷、李澤豪、杜家偉、陳信毅、陳楚軒、丁偉育、張育瑋、
齋藤太陽

系級：行銷學系

學號：D0510201、D0529061、D0529027、D0429220、D0527973、
D0538081、D0537390、D0570512

開課老師：何晉瑋 副教授

課程名稱：虛實通路與超媒體設計

開課系所：行銷學系

開課學年：106 學年度 第 2 學期

中文摘要

本次課程的合作業者為亞衣宜家股份有限公司，亞衣宜家股份有限公司主力發展拼布週邊商品以及販售縫紉機等相關活動，近年亦有意開拓新的市場，例如手工皂及蜂蜜，這次我們以縫紉機為中心，把公司的品牌精神推廣出去，以增加公司在市場上的知名度。在一個全新的定位下，我們為亞衣宜家建立了一個名為「縫緣」的粉絲專頁，希望能夠透過這個粉絲專頁，把每個閱聽眾跟亞衣宜家跟世界牽起一條緣份，藉著每個禮拜的文章、影片、相關活動，以集結合不同平台如 YOUTUBE、DCARD 等，把所有喜愛手工作品的人集結起來。我們規劃了一系列四週的議題與活動，其中包括介紹亞衣宜家的品牌形象，母親節當天舉辦縫紉機體驗活動，以及到不同社交媒體進行推廣，增加亞衣宜家的市場曝光度，並在每個星期進行效益分析，反省每週的貼文是否能吸引目標客群目光並製成話題。經過四週以來經營粉絲專頁的結果，我們發現難以掌握到目標客群的目光，把吸引他們進來，透過幾週以來的接觸及分析，我們改變了推廣的方向，把目標客群的年齡層稍微降低，在最後一週，我們透過一些在痞客邦的教學文章以及一些中年族群的人喜歡的抖音，幫助我們以最快的方法增加曝光率。因此我們發現增加與目標族群的溝通互動，真正了解他們的需求，才能夠吸引他們的目光，把他們轉換成我們的顧客，讓他們得到好的體驗，他們才會真心真意的分享給身邊的朋友，才能夠達到推廣品牌的效果。

關鍵字： 亞衣宜家、縫紉機、縫緣、粉絲專頁、YOUTUBE、DCARD、痞客邦、抖音

Abstract

This class is collaborating with the entrepreneur – Yayi, Co., Ltd., Yayi, Co., Ltd is maintain the activity as developing patchwork merchandise, selling sewing machine, etc. In recent years, it also has intended to extend the new market, such as handmade soap and honey. This time we are going around the sewing machine and promote the brand spirit to enhance popularity of the company. In a brand-new position, we create a fans page on Facebook, named “Sewing the Fade" for the company, we hoped to engage the fade with every audiences to Yayi, Co. Ltd. and the world by this fans page, and gather up every people who are interesting in handcraft by the weekly posts, videos, etc. We planned a series issues and activities of 4 weeks to promote, increase company’ s exposure, furthermore analysis the effectiveness every week and self-reflection on the weekly posts that can or cannot be attract to our target audience’ s view and make them a topic of communicate. To the result of operate fans page in after 4 weeks, we found that it is difficult to catch our target audience’ s sight and attract. Through the few weeks contact and analysis, we have changed the promote direction, we decrease a little bit age of our target audience. In the last week, we used the teaching article on PixNet and TikTok which the apps that some of the middle-aged ethnic group like, to help us increase the exposure as fast as possible. Because of this, we discover to extend the communicate with target audience, truly understand their needs, so that can attract them, and transform them to our customers, letting them to have a great experience. So, they will share to their friends sincerely, and reach the consequent of brand promote.

**Keyword : Yayi, Co., Ltd., Yayi, Co 、 sewing machine 、 Sewing the
Fade 、 FB 、 YOUTUBE 、 DCARD 、 PIXNET 、 TIK TOK**

目 次

壹. 專案概述.....	p5
貳. 任務與通路規劃.....	p6
參. 「虛實與超媒體」之系列議題分析.....	p7~32
肆. 整體效益分析.....	p33
伍. 總結.....	p34
陸. 心得.....	p35~36



圖片目錄

1. 圖 1、2	p8
2. 圖 3、4	p9
3. 圖 5	p10
4. 圖 6	p11
5. 圖 7	p12
6. 圖 8、9	p13
7. 圖 10	p14
8. 圖 11	p15
9. 圖 12、13	p16
10. 圖 14	p17
11. 圖 15、16	p18
12. 圖 17	p19
13. 圖 18、19	p20
14. 圖 20	p21
15. 圖 21、22	p22
16. 圖 23、24	p23
17. 圖 25	p24
18. 圖 26	p25
19. 圖 27、28	p26
20. 圖 29	p27
21. 圖 30、31	p28
22. 圖 32	p29
23. 圖 33、34	p30
24. 圖 35	p31
25. 圖 36	p32

表格目錄

1. 表 1	p6
2. 表 2	p7
3. 表 3	p33

壹. 專案概述

一. 亞衣宜家貿易有限公司

亞衣宜家貿易有限公司代理販售縫紉機，也販售許多拼布及手作商品，一直以來公司以提供顧客好品質商品為目標，也希望幫助更多弱勢者找到工作，同時設立手作教室，讓對此有熱忱的民眾夠夠來上課並學習。

二. 專案目標

此次亞衣宜家貿易有限公司的洪老師受到此次課程和老師的邀請，成為我們的合作企業。

現今大眾大多都有使用網際網路的習慣，我們可以透過網路上不同的平台得到許多不同的消息，虛實平台在現今是不可或缺取得資訊的管道，因此此次課程本組主要以縫紉機推廣為主，我們希望將現今大眾較少接觸的縫紉機，推廣給一班大眾，以簡單縫輕鬆做的概念，讓大眾都明白縫紉機的好處，藉此我們以「縫緣」創立臉書粉絲專頁，並以喜歡縫紉手作為目標客群，推出一系列與品牌相關虛擬貼文及實體活動，希望透過虛實的整合，提高品牌的知名度。

整體發文重點有以下幾項:

- 1.用縫緣作為粉專名稱，希望可以以縫紉機和大家結緣。
- 2.FB 粉專發文以縫紉教學以及使用心得為主，輔以心理測驗等創造連接點。
- 3.親自體驗後的感受，給客群真實的感覺。
- 4.文章都會配上醒目的圖片或是影片。

貳. 任務與通路規劃

一. 專案工作分配

編輯管理	簡宣婷
聯絡	張育瑋
文案	李澤豪
文案	丁偉育
活動企劃	杜家偉
活動企劃	陳楚軒
影片拍攝剪輯	陳信毅
影片拍攝	齋藤太陽

表 1.

二. 通路規畫

FB、Dcard、痞克邦(部落格)、Youtube、抖音

1. Facebook: 使用 FB 創立粉絲專頁，並且成為所有平台最終的匯集地。
2. Dcard: 多數閱聽眾為學生，擴大目標客群。
3. 痞克邦: 分享使用經驗，介紹亞衣宜家的縫紉機，以及學習體驗後的心得。
4. YouTube: 發影片，活動影片透過 YouTube 讓更多人看到。
5. 抖音: 以簡短的影片，來製造話題。

三. 溝通對象與「點」:

目標客群: 喜歡手作、縫紉的人，對縫紉機有興趣的人

目標閱聽眾: 喜歡手作縫紉，剛開始學習者

參.「虛實與超媒體」之系列議題分析

一. 系列議題

時間	貼文內容	效益(讚/分享/觸及人數)
5/8	體驗活動回顧影片	32/24/557
5/11	母親節活動	48/5/616
5/15	店家介紹	28/21/717
5/18	縫紉機心理測驗	23/24/669
5/22	舊衣新生命-我的超強 日本朋友	20/26/1086
5/25	布筆袋教學	14/14/903
5/29	1. 超強日本朋友 2. 超強日本朋友登場	15/14/334 17/15/408
6/1	1. 縫紉機的悸動 2. 動畫教學	69/8/438 46/10/367

表 2.

(一)活動一:縫紉機體驗活動

1. 發文時間:5/8
2. FB 發文:

體驗活動回顧影片:

我們在 4/27 在逢甲大學舉辦一個縫紉機體驗活動，縫紉機在以前是個幾乎家家戶戶都有的工具，但現今大多家庭都沒有縫紉機了，因此我們希望讓更多人知道縫紉機，所以我們在校園中放了一台縫紉機，邀請路過的師長同學及民眾來體驗看看，並進行側拍。

5/8 的 FB 貼文即是我們在 4/27 的舉辦活動的回顧影片，我們藉由 FB 和 YOUTUBE 這兩個平台，讓更多人知道我們所舉辦的活動，進而讓目標閱聽眾對於縫紉機有初步的了解。

亞衣宜家縫紉機行銷企劃



圖 1.



圖 2.

3.效益:

(1)FB:

1. 按讚次數:32 個
2. 分享次數:24 次
3. 觸及人數:557 人



圖 3.

(2)YOUTUBE:

1.觀看人數:82 次



圖 4.

4.改善建議:

(1)影片的內容過於格式化，讓人難以融入其中，應該邀請更活潑的路人參與，獲得他們更真實的反應。

(2)活動的內容可以設計得更有互動性，如以縫紉機在布上創作圖案，讓過路人接龍，看最後會出現什麼樣的作品，提高活動的有趣程度及可玩性，也較能吸引民眾，捕捉真實反應。

(二)活動二:母親節活動-縫紉機心願樹

1. 發文時間;5/11

2. FB 發文:

母親節活動-縫紉機心願樹

配合母親節，我們在 5/11 在勤美綠園道舉辦實體活動-縫紉機心願樹，邀請路過的民眾，將自己的心願寫在卡片上，就有機會被抽中，我們將會用縫紉機將他們的心願完成。現場與粉絲專頁同步舉辦。



圖 5.



圖 6.

3. 效益

(1)FB

1. 按讚人數:48 個
2. 分享次數:5 次
3. 觸及人數:616 人



圖 7.

4. 改善建議:

(1)當天人潮不多，我們應該事前做場勘，瞭解舉辦地點時間的人潮。

(2)在上一篇文章就應該先提到今天活動的時間地點和內容，讓民眾提早知道資訊。

(三)活動三:店家介紹

1. 發文時間:5/15

2. FB 發文:

店家介紹，好的創作人，需要有良好的工具輔助，好的商品，也需要有良好的店面陳設，亞衣宜家不只有專業的縫紉機，也有實體店面讓大家能蒞臨現場選購。介紹店家位置所在，讓有興趣購買縫紉機以及與縫紉相關的商品，能夠找到店家選購。



圖 8.



圖 9.

3. 效益:
(1)FB

- 1.按讚人數:28 個
- 2.分享次數:21 次
- 3.觸及人數:717 人



圖 10.

4.改善建議:

(1)過於格式化的文章，難以吸引目標客群的目光，應該採用問答方式和目標客群作互動。

(2)文章中可以更清楚的提出實體店面能夠做到的服務內容。

(四)活動四:縫紉機心理測驗

1. 發文時間:5/18
2. FB 發文:

現今很多人都喜歡在線上做心理測驗，因此我們根據觀察也編製了縫紉機心理測驗，增加和粉絲的互動。粉絲留言自己的答案，我們便會將答案私訊給他們。

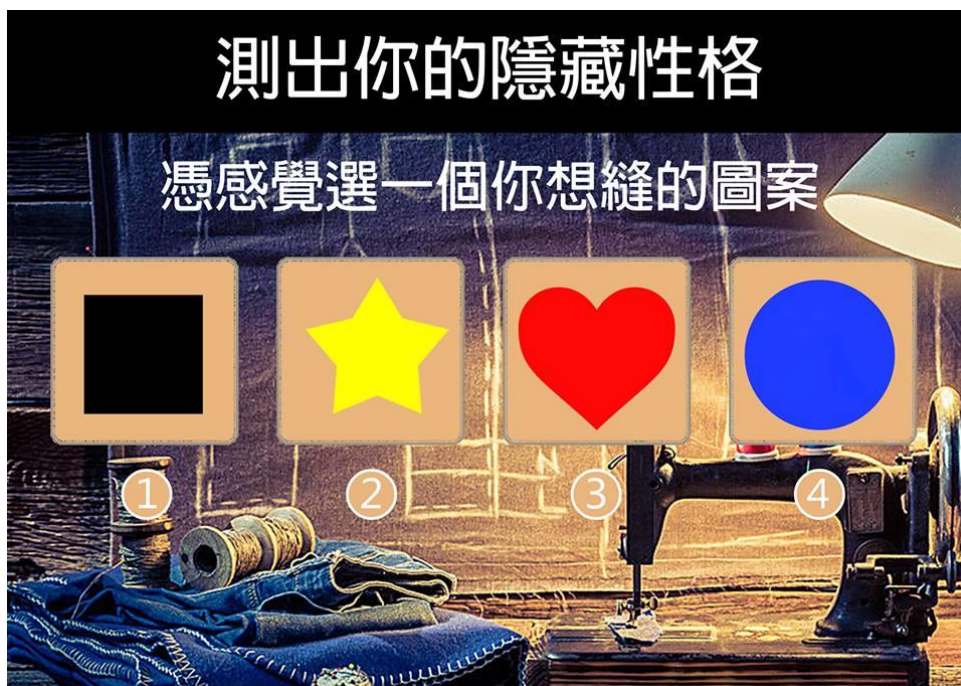


圖 11.

答案:

- (1) 正方形:你平常處理事物的理性多餘感性，除非思考週全否則絕不輕易行動，受傷時你總是把自己包裝得很好，有時不妨停下腳步，讓自己放鬆一點。能將平時所需的小工具收納好的小物包十分適合你。
- (2) 星星形:你是一位充滿創意的人，平常想法很多，對事情也很有自己的主見與看法，喜歡挑戰新事物，對想要的事物會充滿熱誠並勇往直前。能實現創意完成專屬作品的縫紉機十分適合你。
- (3) 愛心型：你是一位溫柔又有愛心的人，平常十分關心身邊的親朋好友，生活上有時會對小事情太過在意，但是這份細心體貼也讓你能夠擁有許多能交心的朋友。可愛又浪漫的拼布包十分適合你。
- (4) 圓形:你是一個親和力十足的人，平時散發一種溫暖的磁場，很多人都會想親近你一些，或是想把心事告訴你，具有傾聽與接納的特質。有著大空間，能夠容納各種物品的的帆布袋十分適合你。



圖 12.

3. 效益

(1)FB

1. 按讚人數:23 個
2. 分享次數:24 次
3. 觸及人數:669 人
4. 留言則數:16 則



圖 13

4.改善建議:

(1)這類型的互動性文章須要多一點人的參與，可以在文章中請粉絲們 tag 好友一同來參加，增加曝光程度跟熱絡度。

(2)推廣不足，應該更多分享在不同群體，讓更多人在粉絲專頁留言

(五)活動五:舊衣服新生命

1. 發文時間:5/22

2. FB 貼文:

每個人都有舊衣服，快來看看如何把舊衣再利用吧！

用自己的雙手把用不到的衣物變成實用且時尚的袋子！

利用舊衣服做成實用的環保袋，並用學生角度撰寫日誌在 Dcard 上面做曝光，貼近學生族群，並為接下來的教學系列「我的超強日本朋友」鋪梗。



圖 14.

3. 效益

(1)FB

1. 按讚人數:20 個
2. 分享次數:26 次
3. 觸及人數:1088 人

亞衣宜家縫紉機行銷企劃



圖 15.

(2)DCARD:

(1)愛心數:68 個

(2)留言數:3 則



圖 16.

4. 改善建議:

- (1) 推廣的平台 dcard 有年齡的限制，比較年長的人並不知道這個平台，應該在不同平台同時發佈這篇文章。
- (2) 文章中提到舊衣搖身一變為實用的袋子，有勾起閱聽眾好奇心，可以利用這點為之後的貼文鋪梗，如分享破多少解鎖過程教學之類的小活動。

(六)活動六:布筆袋教學

1. 發文時間:5/25

2. FB 發文:

經過上一篇文章的分享，發現 DCARD 手作版回想比預期好，因此我們再次邀請班上的日本同學再次教導我們別樣作品，這次我們請他拍攝了一部日語教學影片，然後再次在 DCARD 上發文。



圖 17.

3. 效益

(1)FB:

1. 按讚人數:14 個
2. 分享次數:14 次
3. 觸及人數:903 人

亞衣宜家縫紉機行銷企劃



圖 18.

(2) YOUTUBE:

1. 觀看人數: 175 人



圖 19.

(3) DCARD:

- (1) 愛心數: 286 個
- (2) 留言數: 9 則



圖 20.

4. 改善建議:

(1)能夠作出互動的都是學生，難以和不同年齡層的人作出互動，因此也應該發佈到不同平台。

(七)活動七:我的超強日本朋友

1. 發文時間:5/29

2. FB 貼文:

在上週我們邀請日本的同學作為我們的主角，這次我們同樣邀請他作為我們主角，不過這次展現的平台是在痞客邦 PIXNET，我們以心得的方式來做分享，透過不同平台來推廣我們亞衣宜家的縫紉機，讓大家知道縫紉機是個輕鬆縫簡單做的產品。



圖 21.

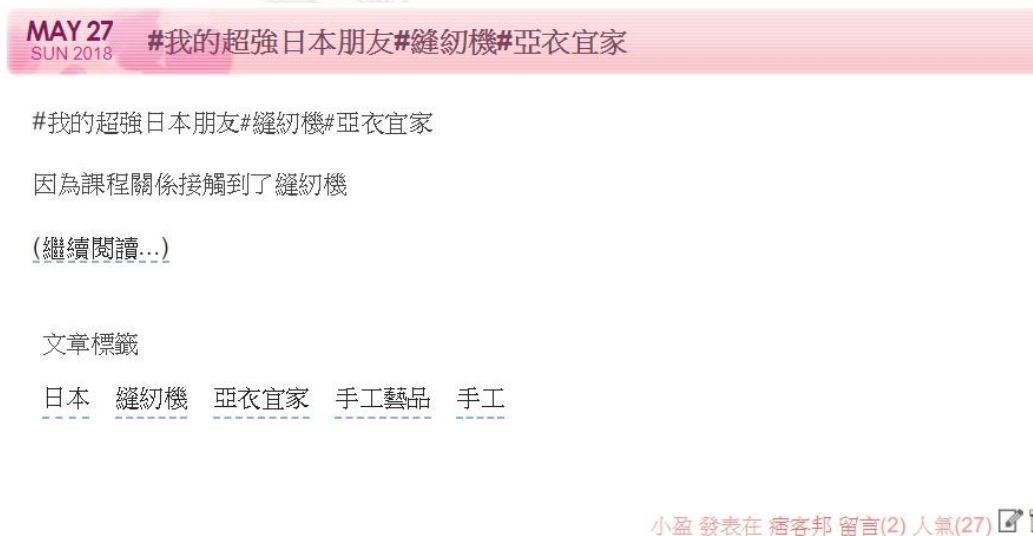


圖 22.

3. 效益:

1.FB

- (1) 按讚次數:15 個
- (2) 分享次數:14 次
- (3) 觸及人數:334 人



圖 23.

2. 痞克邦:

- (1) 人氣:27
- (2) 留言數:2 則

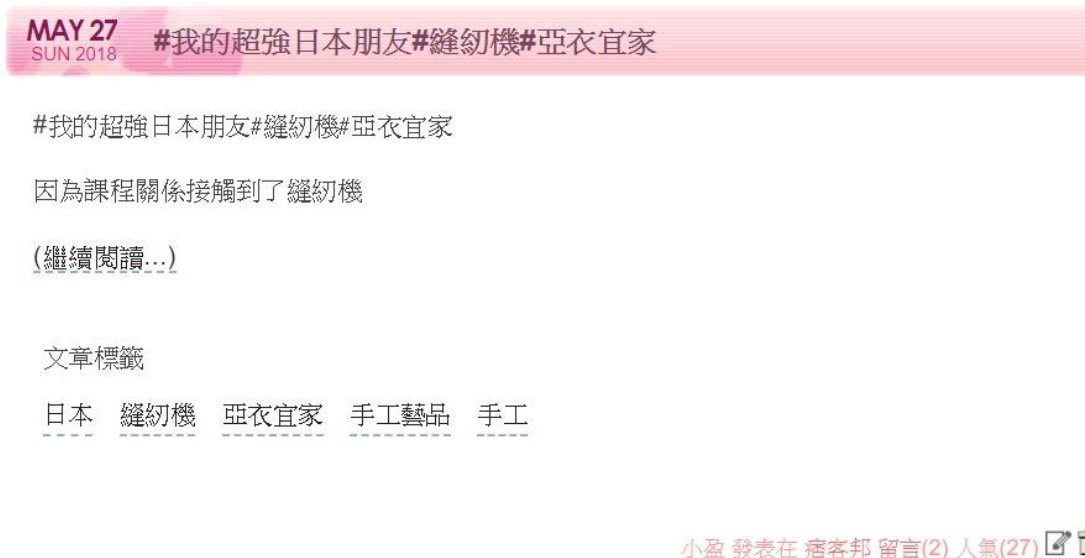


圖 24.

4. 改善建議:

- (1) 比較沒有品牌精神所帶出的溫暖感覺

(2) 利用不同平台增加曝光，但新的內容不多，曾有看過教學的人無法再被內容吸引，會降低關注度。

(八)活動八:我的超強日本朋友登場-抱枕抖音版

1. 發文時間:5/29

2. FB 發文:

我的超強日本朋友，快來看看今天他帶來什麼作品，萌萌可愛反轉魅力大爆發，製作抱枕新作品，並結合目前流行的製片 APP 抖音，利用年輕化的短片，製造耳目一新的效果，利用可愛反轉的影片風格拉近與閱聽眾的距離。



圖 25.

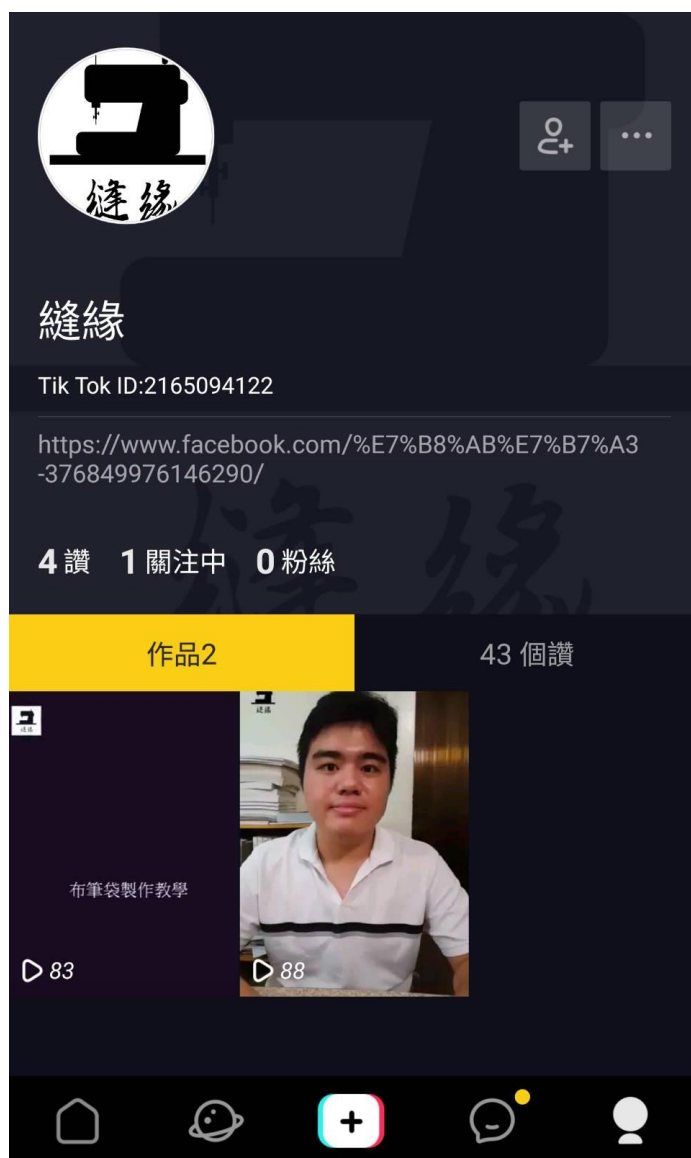


圖 26.

3. 效益

(1)FB:

1. 按讚人數:17 個
2. 分享次數:15 次
3. 觸及人數:408 人



圖 27.

(4) 抖音:

1. 觀看次數: 88 次



圖 28.

4. 改善建議:

1. 抱枕在影片中出現時間不長，文章中也沒有其他作品的介紹或照片，較為可惜。
2. 抖音的主要定位為中國年輕人，難以和我們的目標客群有關連

(九)活動九:母親的縫紉機

1. 發文時間:6/1
2. FB 發文:

縫紉機總是帶給人們溫暖的感覺，當看到縫紉機就會連想到母親。以日誌的形式，於痞客邦紀錄下縫紉機與母親的連結。並放上母親的優秀拼布作品，帶動閱聽眾想跟著一起創作的心情。



圖 29.

MAY 30 WED 2018 #超強媽咪#手工藝品#縫紉

最近迷上了使用縫紉機

上篇文章提到我的母親很會使用縫紉機

(繼續閱讀...)

文章標籤

[手工藝品](#) [母親](#) [縫紉機](#) [亞衣宜家](#)

小盈 發表在 痞客邦 留言(1) 人氣(60)

圖 30.

3. 效益

(1)FB:

1. 按讚人數:70 個
2. 分享次數:9 次
3. 觸及人數:438 人



圖 31.

(2)痞客邦:

- 1.人氣:60
- 2.留言數:1 則

MAY 30
WED 2018 #超強媽咪#手工藝品#縫紉

最近迷上了使用縫紉機

上篇文章提到我的母親很會使用縫紉機

(繼續閱讀...)

文章標籤

[手工藝品](#) [母親](#) [縫紉機](#) [亞衣宜家](#)



小盈 發表在 痞客邦 留言(1) 人氣(60)  

圖 32.

4. 改善建議:

1. 放上優秀的拼布作品之外，再加上一點教學或使用上的小訣竅會更有吸引力。

(十)活動十:布筆袋教學(插畫抖音版)

1. 發文時間:6/1
2. FB 發文:

布筆袋教學圖畫抖音板來了!!!大家來試著做看看吧~

將之前頗受好評的布筆袋教學以插畫的形式結合抖音 APP，以不同的風格增加曝光，打向更多族群。同時利用極短片的特性吸引目光，讓因短片而有興趣的閱聽眾去尋找之前的教學影片。

亞衣宜家縫紉機行銷企劃

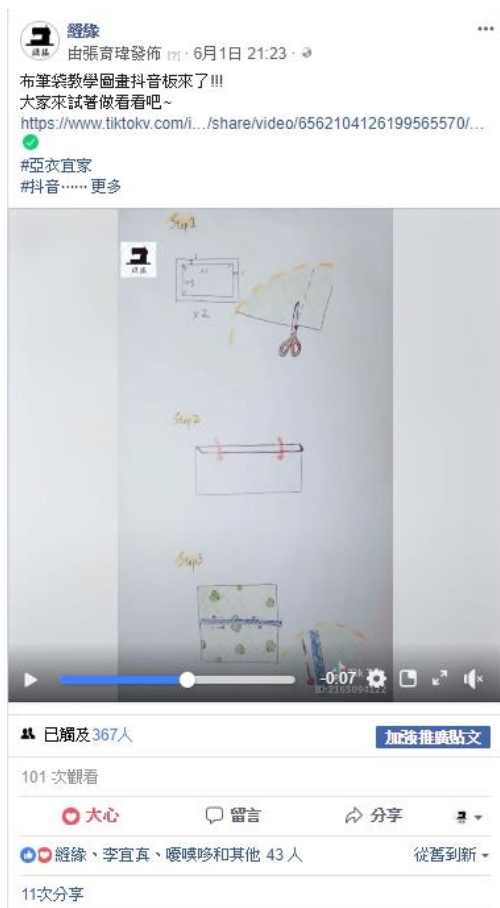


圖 33.



圖 34.



3. 效益:

(1)FB

1. 按讚人數:46 個
2. 分享次數:11 次
3. 觸及人數:367 人
4. 觀看次數:101 次



圖 35.

(2)抖音:

- 1.觀看次數:83 次



圖 36.

4. 改善建議:

1. 插畫再加上文字簡述步驟會更清楚明白製作過程及注意事項，達到教學目的。
2. 貼文下方可以附上之前的布筆袋教學影片網址，讓因短片而有興趣的閱聽眾不用再往前尋找，更有效達到目的。
3. 音樂和圖片並不搭配，能夠把這段影片分享到抖音的粉絲專頁，已獲得更多的暴光率。

肆. 整體效益分析

時間	貼文內容	效益(讚/分享/觸及人數)
5/8	體驗活動回顧影片	32/24/557
5/11	母親節活動	48/5/616
5/15	店家介紹	28/21/717
5/18	縫紉機心理測驗	23/24/669
5/22	舊衣新生命-我的超強 日本朋友	20/26/1086
5/25	布筆袋教學	14/14/903
5/29	3. 超強日本朋友	15/14/334
	4. 超強日本朋友登場	17/15/408
6/1	3. 縫紉機的悸動	69/8/438
	4. 動畫教學	46/10/367

表 3.

以上表來看，前三週我們為一周發兩篇文章，每周二五為發文時間，在第四周我們以每次發兩篇文章。

經過四周的統計分析，我們這組主要的方向為向目標閱聽眾推廣縫紉機的好處。

一. 整體分析

根據四周貼文的分析，我們這組缺乏系列議題，我們每周都在嘗試新平台，大多內容皆是重複的，沒有多元內容，也沒有一致性的議題活動，沒有吸引目標閱聽眾目光的吸引點，貼文雖貼合縫紉機主題，但吸引力不夠。我們這組舉辦的實體活動只有一個，無法擴大我們的粉絲範圍。

1. 社群力：

分析-貼文過於廣泛觸及及實際點擊人數並不多，轉換成實際按讚人數 也較少。

改善方式-應從前面到最後的發文方式及方向都與目標客群相關及呼應，有點過於放鬆，倒置貼文方向有點偏離。

2. 整合力：

分析-圍繞在母親節和作品分享心得，缺乏連結性及一致性。

改善方式-應找出可以與目標客群互動與溝通的相關文章，例如直播教學或者實際開班教學。

3. 平台:

分析-我們使用了很多平台，最後發現 DCARD 的反應是最好的，但我們並未繼續在 DCARD 發文，很可惜。

改善方式-應持續在 DCARD 上發文，並將粉絲引導去 FB 粉絲專業按讚，擴大我們的粉絲人數。

伍.總結

- 目標客群應再明確一點，貼文才會有方向，要更了解我們的目標客群希望得到的資訊是什麼。
- 粉專後期的文章雖觸及率較前期有明顯的提升，但按讚數與留言數卻沒有隨之提升，代表我們發的文章與設定的議題，沒有引起粉絲與目標閱聽眾的興趣。
- 舉辦的實體活動沒有後續議題，導致活動只有當天效益，並未讓粉絲專業有更多的議題產生。
- 使用的平台很多，但內容大致相同，無法吸引到更多目標客群，應更配合平台的特性來發文章。
- 平台很多，適合的平台應該要繼續發文，才能維持粉絲熱度。

整體而言，我們所發的文章雖有與主題與目標客群連結，但吸引到的目標客群仍是不足夠的，而雖有在種平台做發文但並未針對平台特性設計不同的內容，應更有創意，在不同平台展現的內容應要有差別，而非同個議題一直打轉。

陸.心得

(一)簡宣婷 行銷二甲 D0510201

在上學期聽了老師的零售課之後，真的學習到很多，因此這學期繼續選修老師的課程，這次的課程比上學期的課程來得艱難，是比較現實的課程，能不能得到目標客群的回應都很真實的反應。上半學期先聽老師講解看似簡單，但到了要實際操作時卻是困難重重，每天都要思考貼文要寫甚麼，甚麼才是目標客群要的，藥用甚麼平台才能被看到，寫些甚麼內容可以得到回響，真的是很不容易，必一次經營粉專，沒有想像中的容易，不過還是咬著牙繼續努力。很感謝洪美月老師提供資源讓我們能夠在學生時代就有實際操作粉專的經驗，儘管不是專業的，老師仍然很願意幫助我們。再一次嘗試後就會發現，創意創新的思想很重要，和別人不一樣、知道目標客群的心裡在想甚麼很重要，很開心這次能夠修這門課，讓我知道自己的不足，也學習到很多，謝謝老師。

(二) 杜家偉 行銷二乙 D0529027

在這門課學會了團體精神，也學會了和人相處的道理，從素未謀面的隊友，轉變為合作無間的夥伴，其中我們發生過許多問題，但到一一被我們解決，同時我們組亦都是外籍生最多的一組。因此可能會出現很多語言上的誤解，以及幫不上忙的時候，亦因為這門課我認識到不同國家的人，對於處事的態度和想法。

(三) 李澤豪 行銷二乙 D0529061

這門課不只是空口說白話的課程，而是可以讓你在一邊學習的過程中體驗到一些課堂中沒有的東西，就好比是如何捉着客戶的心理、如何定位目標客群、如何和目標客群產生互動，這些一切一切的都對我們很有幫助，所以在這門課程中，令我獲益良多，而且每周都有一個效益分析的報告，能夠讓我們從錯誤中學習，透過聆聽不同組別的手法、技巧，再由老師按照每一種手法有不同評論，令我們有了更全面的思考，也因為這門課程沒有限制，讓我們可以更自由的發揮所長，因此透過這四週的不同活動、不同宣傳，真的讓我獲益良多。

(四) 丁偉育 行銷二乙 D0538081

這是一堂相當實作的課，與實際業者合作，利用課堂前期發想，設計虛擬通路貼文與實體活動，之後進行虛實整合，利用四週的時間實際創立粉絲專業練習，週週檢討成效，每一個環節都十分的實用與富有挑戰性，很感謝亞衣宜家洪老師願意提供公司旗下產品，讓我們有實際練習的機會，這次我們負責的縫紉機，是相對不好發想的產品，一開始大家也對該做什麼沒有頭緒，經過一陣子的討論後，才決定以影片為主的形式，製作教學及使用過程等片段，利用各個不同平台曝光，最後再由粉專整合，並搭配實際體驗活動與心理測驗等增加互動性，雖然過程中有一些不順利或成效不彰的時候，但這些經驗也會成為我

們日後的養分。

(五) 陳楚軒 行銷二乙 D0527973

這門虛實課是一門十分實用的課程原來行銷活動可以這樣多元化 透過小組配合利用不同的平台去推行 設立粉專增加知名度 亦同時透過不同的實體活動可以讓我們明白當中的難處 也利用良性競爭去讓我們作出檢討去改進不足之處 鳴謝亞衣宜家的贊助讓我們的活動可以順利推行 這門課讓我獲益良多。

(六) 陳信毅 行銷二甲 D0429220

一開始以為這堂課只會教觀念而已，怎麼知道既然是門實作課，會與業者合作，並創立粉絲專頁，然後設計、規劃貼文來經營粉絲專頁，並檢討其效益。看上去是還蠻好玩的，實際上是有點累的課，但我們也熬過去了。業者提供了三樣產品讓我們學著去實作經營粉絲專頁，一開始我還想手工皂和蜂蜜其實還不錯，還蠻容易做的，可惜後來抽到了縫紉機，那也只好認了。剛開始經營的前面幾週效益並不是很大，但後來我們增加了 Dcard 和 PixNet 的通路，使得效益看上去不錯。也經由這門課，讓我們能充分了解經營粉絲專頁所需要考量是事物、手段等。

(七) 張育瑋 行銷二乙 D0537390

就如同老師上課所說的什麼時候可以開始經營粉專，準備好了就可以開始，而不是前作的規劃永遠比不上執行時遇到的變化，做中學就顯得重要，在不斷變化的趨勢中找的新方向與策略是不容易的，因此在這一個月左右的時間，我們花了許多許多時間在嘗試與檢討，用了許多不同的方法，受到許多人的幫助，有許多的感謝。

(八) 齋藤太陽 行銷二甲 D0570512

我們負責的是縫紉機，可是縫紉機是相對不好發想的產品，一開始大家也煩惱要做什麼，經過幾次的討論，才決定開始經營粉專，但經營粉專不簡單，我們花了很多時間檢討考慮，我們知道了產品的 PR 是超難的，考慮很多方法，這次經驗會成為我們將來的養分。

