

逢甲大學學生報告 ePaper

虛實通路與超媒體設計

亞衣宜家手工皂

簡單的幸福

Virtual & Real Channel and Hypermedia Design

YAYI Co., Handmade soap

Simple Happiness

作者：陳舒敏、譚凱欣、汪亞歆、游斯雅、歐詠恩、吳念澄、程意純、

傅偉力、田中真之介

系級：行銷學系

學號：D0537356、D0560327、D0537578、D0510262、D0529014、D0586926、

D0537309、D0325461、D0561716

開課老師：何晉璋 老師

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

## 摘要

本小組與業者合作之產品是手工皂，粉絲專頁為「**簡單的幸福**」，鎖定的目標客群是 18-30 歲，對手工皂有興趣、喜好天然材料並且重視健康的人。通路的部分分成虛擬與實體，虛擬是透過 Facebook 為主要通路、Instagram 為次要通路；實體則是舉辦活動並且將活動內容製成影片。將**虛實通路**相互配合，使得粉專經營更具有整合性。

**溝通訊息策略**的確立能夠使得經營方向更加的具體，而**虛實排成**可以了解每週的進度安排，當某些特定主題成效不彰時，可以隨時做調整。再來是對粉專所發佈的文章內容做效益評估，間接知曉發文內容是否吸引到目標客群，將優點保留缺點改進。

本課堂的粉專經營時間為一個月，劃分成四週，並在每週做一總結，因此將以每一週做分點敘述：

第一週：透過三類不同的主題：知識型文章、香香子日常及語錄系列，摸索哪些類型更受消費者歡迎。

第二週：又稱為**醞釀期**，逐漸確立發文主題外，並且大篇幅宣傳實體活動資訊。

第三週：別稱**引爆期**，這週重點在於實體活動的舉辦，推廣品牌知名度。

第四週：稱作**議題延續期**，透過上週實體的活動，將話題持續下去。本週重點重於傳遞簡單幸福的「幸福」理念。

經歷一個月粉專的經營下，發現雖然本小組的發文內容相當多元，卻也使得定位不夠明確，加上通路太過狹窄，曝光度不足，而虛實整合的部分不夠確實，讓整體效益起伏跌宕。

**關鍵字**：引爆期、虛實通路、虛實排成、溝通訊息策略、醞釀期、簡單的幸福、議題延續期

## Abstract

The product of our team cooperation with the industry is handmade soap and our fan page is "Simple Happiness". The target market is 18-30 years old people who are interested in handmade soap, prefer natural materials and more emphasize health. The channel tunnel divided into virtual and real. In virtual channel, Facebook is the primary path and Instagram is the secondary path.

Moreover, the entity is to organize the activity and make the content of the event into a film. The cooperation of **virtual and real channels** makes the fan page management more integrated.

The establishment of **communication strategy** can make the management direction more concrete. To realize weekly schedule, arrange virtual and real is important. When some specific topics don't work, we can adjust them at any time. Then, benefit evaluation of articles published by fan page. Indirectly knowing whether the content of the posting appeals to the target market. Retain the advantages and improve the disadvantages.

The fan page's operation time is one month. We have to sum up every week so the following content will separate description.

The first week: Through three different topics, for example: Knowledge articles, XIANG, XIANG-ZI's daily and classic sentence. Make us know which types are more popular.

The second week: It also known as **brewing**. This week will focus on the hosting of physical events to promote brand awareness

The third week: In **focus timing**, more concentrate on the hosting of physical events

The fourth week: It is **issue duration**. Through the last week's physical activity, the topic will continue. More Emphasis on the "happiness" concept in this week.

After operate fan page in one month, we find our positing is so diversity that make our position not clearly. The channel is too narrow to exposure our fan page. Most seriously, the virtual and real integrated isn't enough. Make our overall efficiency fluctuates obviously.

**Key word:** brewing, communication strategy, focus timing, issue duration, Simple Happiness, virtual and real channels

## 目次

壹、緒論	4
貳、溝通訊息策略	5
參、臉書粉專經營與效益評估	6
一、第一週	6
二、第二週（醞釀期）	10
三、第三週（引爆期）	16
四、第四週（議題延續）	24
肆、總結	30
伍、個人心得	31
陸、附錄	35
一、表附錄	35
二、圖附錄	40

## 壹、緒論

透過教師、業者、學生的合作，再次結合做中學及錯中學的概念，以多數人會接觸的網路平台—Facebook 為宣傳主力，將業者所想推廣的產品結合學生的創意構想，吸引目標客群、潛在顧客，打響業者知名度的同時也能增加產品的曝光。

三方的合作，使的業者能夠參考學生提供的想法，學生也能經由實際演練了解社交平台的操作模式。

本小組與業者合作之產品為一手工皂，透過與其餘兩組的合作，共同決定將產品命名為「亞衣手工皂」。亞衣是業者旗下的品牌名稱，藉由先推廣品牌後行銷產品為主要經營方向，而粉專名稱「簡單的幸福」則是參照業者對此產品的期許，這些固定元素的存在讓我們接下來在制定溝通訊息策略上更有方向性。



## 貳、溝通訊息策略

- 溝通內容：

把手工皂推廣給大眾，鼓勵粉絲與我們互動，傳遞亞衣手工皂的最初理念 - 簡單的幸福，讓大家擁有幸福感受，達到品牌宣傳目的。

- 溝通方式：

藉 Facebook 及 Instagram 發文達到線上線下整合的互動模式，在貼文中和留言區與粉絲們交流。

→線上(虛擬)：以 Facebook 為主要溝通管道，Instagram 為次要管道。以傳達「簡單幸福」理念為出發點，創造各式貼文。

→線下(實體)：線上貼文宣傳實體活動，活動中，與粉絲或路人透過接觸的過程傳遞簡單幸福的感受，將活動錄製成影片，使話題持續發酵。

- 溝通對象：18~30 歲的人，喜好天然材料、對於手工皂有興趣以及重視健康的人。

〔表一〕虛實排程

日期	時間	內容	觸及人數
5月10日	12:30	美容保養	929
	21:30	香香子日常-初登場	542
5月13日	15:00	香香子日常-日常對話	702
	22:30	節日語錄	738
5月17日	12:30	美容保養	811
	21:30	香香子日常-流行的手遊	653
5月20日	13:30	香香子日常-流行的夾娃娃機	743
	20:15	美容保養	533
5月24日	12:30	簡單小遊戲-海龜湯	1700
	21:30	香香子日常-婚禮時事	920
5月27日	15:30	香香子日常-男朋友現身	840
	17:00	簡單小遊戲-海龜湯	693
	20:00	香香子日常-吐苦水	1100
5月31日	12:30	分享實體活動的影片	1200
	21:30	簡單小遊戲-幸福詞語接龍	493
6月3日	15:45	簡單小遊戲-猜歌名	699
	20:00	香香子的日常-去遊樂園玩	425

## 參、 臉書粉專經營與效益評估

### 一、 第一週

#### 第一篇 5/10 12:30

##### 活動議題設計：

透過美容保養知識文章，讓注重皮膚保養的人可以透過肥皂正確的保養方式，讓客群更認識肥皂。發想概念是多數人對肥皂使用的觀念錯誤，於是我們採用專業醫師的文章，具說服力，且縮短原文冗長的敘述，整理出重點，使觀看意願提升。

##### 溝通連結點：

這篇文章是給 18-30 歲中在意皮膚健康的人所觀看。給曾使用或未曾使用過肥皂的客群一個清楚的概念，提高肥皂使用意願度，增加對肥皂的好印象。

#### 第二篇 5/10 21:30

##### 活動議題設計：

本組創造擬人肥皂角色，如同粉絲朋友一般與客群互動，創造話題性，第一次的出場活動以希望粉絲留言為目的。

##### 溝通連結點：

18-30 歲對新奇事物好奇的人。並讓擬人肥皂初次登場，貫穿整個粉絲專頁貼文與品牌間的連結，並在日後貼文持續以特定單元出現。

**簡單的幸福**  
5月10日12:30 · 🌐

《請狠心say goodbye》  
當你準備要洗手時，卻發現原本硬硬的肥皂摸起來有點軟爛，這時候你會選擇哪一個呢!?

①繼續使用  
②直接丟棄換新的

大部分的朋友，可能會選擇①繼續使用  
但其實當肥皂開始變軟，它便會成為細菌的溫床!😱

簡單步驟 跟我一起做!讓肥皂不再軟爛

①把肥皂切成小塊，快速用完。  
②一次只取出一塊放置於浴室，其他未用的則包好密封，保存於陰涼乾燥處，避免處於高溫潮濕的環境。  
③小塊肥皂，若使用上較不便，可搭配搓泡袋使用更好起泡。  
④選擇能瀝乾的肥皂盒，讓過水的肥皂儘快回到乾燥狀態

如此一來，便可以延長整塊肥皂的使用壽命囉!  
⚠️小提醒：別購買「冒汗」肥皂，因為這代表水分或油脂已經從皂裡跑出來，更容易生菌囉!

👉從今天起，請狠心跟軟皂say goodbye

原文出處: [https://www.greenvines.com.tw/2016/12/avoid\\_using\\_soft\\_soap/](https://www.greenvines.com.tw/2016/12/avoid_using_soft_soap/)

[圖一] 第一週 第一篇貼文

**簡單的幸福**  
5月10日21:30 · 🌐

Hey~我是香香子  
剛從「肥皂王國」轉學來到這  
希望能交到新朋友  
如果在路上看到我  
一定要記得Say Hi 喔👉  
那你們接下來幾週  
就跟著我一起探索新生活吧!  
讓我分享有趣的一切  
如果是邊緣的你  
Don't be shy!  
快點留言追蹤認識我  
想要光著腳丫在樹上唱歌 LALALA!!!



[圖二] 第一週 第二篇貼文

### 第三篇 5/13 14:52

活動議題設計：

在創造擬人肥皂話題後，直接與粉絲像日常對話一般溝通，並藉由美食這樣多數人都關注的話題，增加討論度，此篇的留言數也較高。

溝通連結點：

18-30 關注美食議題的客群。雖單看肥皂與美食並無直接連結點，但在擬人肥皂如朋友一般求推薦時，能夠加深客群對我們粉絲專頁的印象，並產生興趣。

### 第四篇 5/13 22:33

活動議題設計：

本日正逢母親節，而我們透過手寫語錄方式，寫出大眾的心聲，讓粉絲加深對我們專頁的印象，甚至歡迎留言 Tag 自己的媽媽，讓媽媽們也能看到「簡單的幸福」品牌專頁。

溝通連結點：

18-30 歲注重節日慶祝的人。母親節這樣的節日是每個人都能過的，原先也許不在意過節的粉絲，在看到我們的貼文後產生共鳴，進一步連結幸福與節日，產生愉悅的感受。



| 香香子日常 |

這週末香香子不當宅女  
跑出去玩囉  
快看 美麗的夜景

下次  
想和新朋友一起吃好料!  
不知道大家平常都吃什麼?

- 👉 Tag你們的吃貨朋友
  - 👉 上傳食物的美照
  - 👉 告訴我是哪家店家
- 讓香香子有機會去吃喔~



〔圖三〕第一週 第三篇貼文



我們都曾經覺得媽媽很煩，一直在我們耳邊嘮叨，一直重複這不能做，那也不能做，到了今天才懂媽媽的嘮叨都是愛。

昔日的那個小屁孩已經長大了，母親節你想和媽媽說什麼？  
有沒有回家陪媽媽吃飯，和媽媽說一聲「辛苦了」



〔圖四〕第一週 第四篇貼文

效益與成果：

本週最熱門的貼文為第一篇保養知識類文章。

本貼文的觸及率是 929，留言數是 17，主要留言都是粉絲 Tag 朋友，讓專頁與非粉絲的互動增加，也因此提高非粉絲的互動率，讓新朋友有認識我們的機會，藉此提高粉絲量。

〔表二〕本貼文詳細數據

929 觸及人數		
66 心情、留言和分享		
40 讚	38 在貼文上	2 在分享上
1 大心	0 在貼文上	1 在分享上
2 哇	2 在貼文上	0 在分享上
17 留言次數	16 出現在貼文上	1 出現在分享上
6 分享次數	6 出現在貼文上	0 出現在分享上
80 貼文點擊次數		
0 相片瀏覽次數	17 連結點擊次數	63 其他點擊次數

〔表三〕第一週整體效益與成果

日期	貼文內容	觸及人數	參與互動率	貼文點擊次數 心情、留言和分享
2018-5-10 12:30	《請狠心say goodbye》當你準備要洗手時，卻發現原本硬	929	11%	80 66
2018-5-10 21:30	Hey~我是香香子 剛從「肥皂王國」轉學來到這 希望能交到新	542	13%	55 79
2018-5-13 14:52	香香子日常   這週末香香子不當字女 跑出去玩囉 快看	702	14%	118 74
2018-5-13 22:33	我們都曾經覺得媽媽很煩，一直存在我們耳邊嘮叨，一直重複	738	11%	70 62



〔圖五〕貼文留言

#### 社群力：

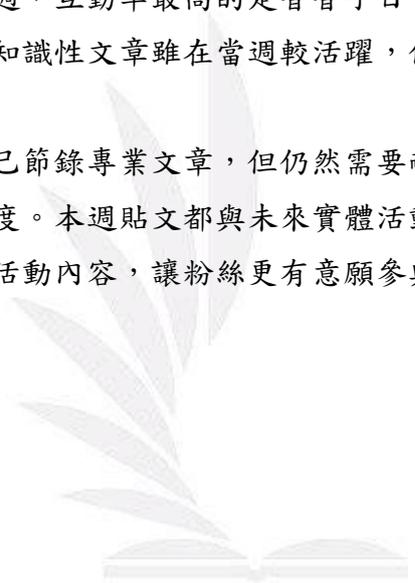
分析→本週的貼文的發文時間並沒有掌控好，一次是圖片與實際發文時間並不相符，另一次則是要配合節日，但發文時間過晚，讓粉絲沒有參與感；在非粉絲互動上我們提高了許多，透過粉絲 Tag 自己的朋友來知道這個專頁，但小編沒有在這樣的情況下及時回覆留言，導致曝光度仍然較低靡。

改善→在時間掌控方面，除了提前排程好文章外，也應該要提早開始準備任何一篇貼文。搭配節日的文章，更是提高曝光度的機會，並讓更多粉絲願意分享我們的文章以及留言互動，此時小編也應即時回應，提高粉絲回流率

#### 整合力：

分析→本週文章分成三類：知識性文章、獨創的肥皂擬人角色「香香子日常」以及語錄。最初這一週，互動率最高的是香香子日常文章，語錄部分則是搭配當週母親節之活動，知識性文章雖在當週較活躍，但在後幾週有其他變動。

改善→知識性文章雖已節錄專業文章，但仍然需要耐心才能看完，所以在下篇貼文應更審慎文章長度。本週貼文都與未來實體活動無直接性的關聯，應該要有更一致的導向實體活動內容，讓粉絲更有意願參與。



## 二、第二週（醞釀期）

### 第一篇 5/17 12:30

活動議題設計：

利用測試，使粉絲了解自己的膚質，了解膚質後，「我們將會教大家如何挑選適合自己的清潔產品」這些字眼做連結，為之後文章埋下伏筆，增加粉絲對之後文章的期待性。

溝通連結點：

溝通對象是 18-30 歲注重皮膚的人。不只是一味的推銷自家產品，而是提供大眾認識自己膚質的方法，希望他們找到最適合自己的產品，再去選購我們的產品。

簡單的幸福  
5月17日12:30 · 🌐

嗨嗨👋👋  
各位小夥伴今天一起透過觀察肌膚表面的油脂量來簡單分辨自己的肌膚是屬於哪一種類型吧

最準確的時機是晚上洗完臉後  
記得不擦任何保養品喔!讓肌膚處在最原始的狀態  
並觀察隔天早上肌膚的狀況 那麼Do Re Mi So~~

T字部位與臉頰沒太多出油，甚至有緊繃感👉  
乾性肌  
T字部位不油不乾，臉頰也剛剛洗完臉一樣柔嫩👉  
中性肌  
T字部位與臉頰出油狀況不一致👉  
混合肌  
整臉都有油膩感👉  
油性肌  
P.s.容易過敏OR泛紅的敏感肌小夥伴，最好還是到皮膚科諮詢喔~  
想更明白請點進網址查看詳情

這樣明白自己膚質後，記得鎖定禮拜天我們的動態  
我們將告訴你如何挑選適合自己的清潔產品喔~!  
也趕快分享給總是買錯保養產品的捧油吧❤  
晚上香香子出沒，有木有期待😊

資料來源  
[https://www.greenvines.com.tw/2017/04/self\\_skin\\_type\\_test/](https://www.greenvines.com.tw/2017/04/self_skin_type_test/)



〔圖六〕第二週 第一篇貼文

### 第二篇 5/17 21:30

活動議題設計：

將我們的產品擬人化融入遊戲，創造跟粉絲連結的點，從此切入接觸大眾。藉此機會請粉絲 Tag 與貼文有關的朋友從而增加互動外，也增加對產品的印象。

溝通連結點：

溝通對象是 18-30 歲對遊戲感興趣的人。利用現下流行的「吃雞」遊戲，讓我們跟大眾產生共同話題與共鳴，增進互動。

簡單的幸福  
5月17日21:30 · 🌐

大家都吃飽了吧?  
來一場吃雞消化一下吧!  
看到香香子記得放我一馬阿🐾  
跟香香子分享你們吃雞的畫面  
或是tag你吃雞的隊友~  
下次組隊記得揪我喔❤

#香香子的日常  
#組隊吃雞  
#荒野行動  
#knivesout  
#freefire  
#freefirebattlegrounds

follow香香子ig隨時更新我的新動態❤❤❤  
[https://www.instagram.com/yayi\\_handmade\\_soap/](https://www.instagram.com/yayi_handmade_soap/)



〔圖七〕第二週 第二篇貼文

### 第三篇 5/20 13:27

活動議題設計：

產品擬人化結合最近流行的夾娃娃機，更貼近我們的生活，利用 Tag 親朋好友把愛傳遞，藉此增加更多接觸專頁的人數。

溝通連結點：

溝通對象是 18-30 歲對娃娃機感興趣的人。我們利用夾娃娃機跟當日日期配合，推出傳遞愛的簡單活動，吸引粉絲對文章的興趣，增加貼文的觸及度。



| 香香子日常 |

香香子想要玩偶娃娃  
好想要高飛 好想要布魯托 好想要小豬...  
可是香香子沒有手  
不能自己夾娃娃  
好羨慕那些收過娃娃的人啊！💎💎

秀出閨蜜、兄弟、情人送的娃娃們  
👉tag他們 告訴他們520我愛你(妳)吧！！💕💕

#520我愛你  
#香香子日常  
#亞衣手工皂



〔圖八〕第二週 第三篇貼文



[亞衣快報] 注意注意 ⚠️⚠️⚠️

亞衣將在下週六辦活動囉囉囉~  
我們準備了簡單的活動等你來參與😊😊  
不要吝嗇你的愛心與好奇心  
當天還有精美的小禮物等你來拿哦🎁

🕒 時間：05/26(六)下午3：00  
📍 地點：逢甲大學 學思湖

👉想了解更多亞衣的資訊：

👉[https://www.instagram.com/yayi\\_handmade\\_soap/](https://www.instagram.com/yayi_handmade_soap/)

👉<https://www.youtube.com/channel/UCHW-ovRtcCtauMWLC6sjSaA>

-----我是分隔線-----

【洗臉到底該用肥皂好還是洗面乳好？】

夏季即將到來啦🔥🔥🔥  
清潔保養更是重要了

今天來看看選用正確洗臉用品的方法  
滑動下方圖片 來一看究竟吧👉👉

資料來源：

<https://kknews.cc/fashion/v99n84.html>



〔圖九〕第二週 第四篇貼文

### 第四篇 5/20 20:16

活動議題設計：

分享美容保養小知識，連結本週第一篇貼文，推廣不同膚質適用的洗面乳產品。也大篇幅宣傳即將到來的實體活動資訊。

溝通連結點：

溝通對象是 18-30 歲關注臉部清潔的人。藉由推廣知識，提升大眾本品牌的興趣。另外告訴大家將會有實體活動舉辦，邀請他們來參加，讓更多人關注亞衣這個品牌。

效益與成果：

本週最熱門的貼文為第三篇「香香子日常」文章。

本貼文的觸及率是 753，留言數是 49，在粉絲與朋友間傳遞愛的互動下，一來一往，為本週互動率最高貼文。

〔表四〕本貼文詳細數據

753 觸及人數		
103 心情、留言和分享		
37 讚	33 在貼文上	4 在分享上
4 大心	3 在貼文上	1 在分享上
1 哈	1 在貼文上	0 在分享上
1 哇	1 在貼文上	0 在分享上
1 嗚	1 在貼文上	0 在分享上
1 怒	1 在貼文上	0 在分享上
49 留言次數	44 出現在貼文上	5 出現在分享上
10 分享次數	6 出現在貼文上	4 出現在分享上
122 貼文點擊次數		
32 相片瀏覽次數	0 連結點擊次數	90 其他點擊次數

〔表五〕第二週整體效益與成果

日期	貼文內容	觸及人數	參與互動率	貼文點擊次數 心情、留言和分享
2018-5-17 12:30	嗨嗨👋各位小夥伴今天一起透過觀察肌膚表面的油脂量	811	9%	79 50
2018-5-17 21:30	大家都吃飽了吧？來一場吃雞消化一下吧！看到香香子記得	653	14%	95 67
2018-5-20 13:27	香香子日常   香香子想要玩偶娃娃 好想要高飛 好想要布魯	743	15%	120 103
2018-5-20 20:16	〔亞衣快報〕注意注意⚠️⚠️⚠️ 亞衣將在下週六辦活動囉囉囉	533	5%	25 24

〔圖十〕貼文留言

社群力：

分析→將產品擬人化以及含有 TAG 訴求的文章觸及人數增加，但整體觸及人數仍不高，找到文章目標卻未明顯提升曝光機會。另外，對於互動率增加這一點，本週幾乎只有粉絲間彼此的互動，缺乏與小編的互動契機，造成與小編的交流不足難以密切。

改善→找尋並接觸與發文主題相符合的專頁或社團，增加更廣泛的接觸管道與曝光度，讓人數盡量提升。透過貼文內容訴求，創造與小編的互動關鍵，讓客群更密切關注粉絲專頁。

整合力：

分析→本週文章有兩大主軸，第一，皮膚保養類兩篇，第二：最新流行事物兩篇，可惜兩類貼文彼此連結性不高，客群關心之議題難以延續，造成片段。

改善→重新審視客群，針對目標客群發文，且發文動向若能有連續性，較可提高話題與共鳴，讓議題持續發酵。



### 實體活動（醞釀期）

#### 1. 溝通點：

透過貼文預告活動，引起粉絲對活動的關注，並吸引他們參加活動。

#### 2. 溝通策略安排：

虛擬平台貼文。（貼文次數:2）



〔圖十一〕實體活動宣傳

#### 3. 效益與成果：

〔表六〕宣傳貼文效益與成果

日期	觸及人數	瀏覽次數	心情、留言和分享
5月20日	533	1100	24
5月24日	920	1800	51

533 觸及人數			920 觸及人數		
24 讚、留言和分享			51 讚、留言和分享		
19 讚次數	17 出現在貼文上	2 出現在分享上	25 讚次數	20 出現在貼文上	5 出現在分享上
0 留言次數	0 出現在貼文上	0 出現在分享上	16 留言次數	13 出現在貼文上	3 出現在分享上
5 分享次數	5 出現在貼文上	0 出現在分享上	10 分享次數	10 出現在貼文上	0 出現在分享上
25 貼文點擊次數			93 貼文點擊次數		
0 相片瀏覽次數	4 連結點擊次數	21 其他點擊次數	20 相片瀏覽次數	0 連結點擊次數	73 其他點擊次數

#### 4. 社群力：

分析→由上述後臺數據中，這兩篇相較其他貼文的觸及人數低，可以發現活動的醞釀成效不高，未能觸及到目標客群。雖5月24日的貼文觸及人數偏高，但因把預告活動的文字放在貼文尾端，活動的資訊不顯眼，很難讓人留意。

改善→本組可以製作一段15秒至20秒的前導活動預告片，以影片的方式吸引粉絲對活動的關注，並在活動預告中提及活動相關的內容，引起粉絲對活動的期待，另外可善用標註符號，散播活動的資訊給沒有按讚的朋友們。貼文亦可將手工肥皂「香香子」的故事與活動連結，讓人的目光放在活動上，吸引更多人參加我們組的活動，繼而使活動的成效更好。

#### 5. 整合力：

分析→實體活動宣傳醞釀期分成兩篇貼文，第一篇貼文公佈活動的資訊，讓閱聽眾留下一個印象，在舉辦實體活動前2日，再發佈一次活動的資訊，以作提醒作用。但是貼文中只有舉辦實體活動的時間和地點，活動的資訊不夠，讓人摸不清是舉辦什麼活動，無法激發他們參加活動。

改善→在醞釀活動的貼文中，應該要有詳細的實體活動資訊，例如：活動的主題等，讓閱聽者更加了解活動，同時可以給留言的粉絲送上我們親手做的手工肥皂，讓留言的粉絲在活動現場領取小禮物，激發參加活動意願。

### 三、第三週（引爆期）

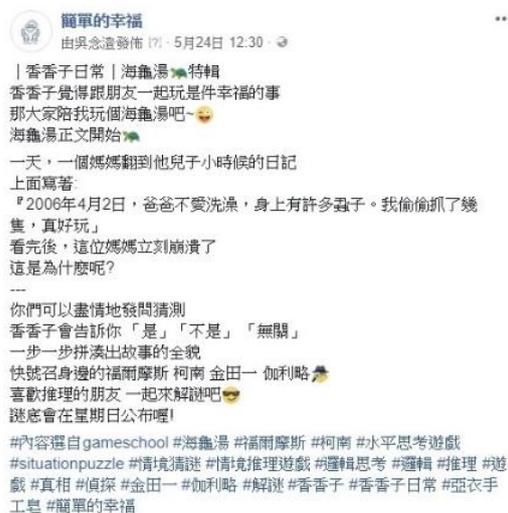
#### 第一篇 5/24 12:30

活動議題設計：

使用香香子結合海龜湯遊戲與粉絲互動，文章提供情境讓粉絲猜測，小編則是負責粉絲留言回應「是」或「不是」來進行互動，一同猜測遊戲結局。

溝通連結點：

18-30 歲對情境猜謎有興趣者，藉由與朋友或線上粉絲們合作，一起完成簡單的小遊戲猜謎，來創造幸福的感覺。



〔圖十二〕第三週 第一篇貼文



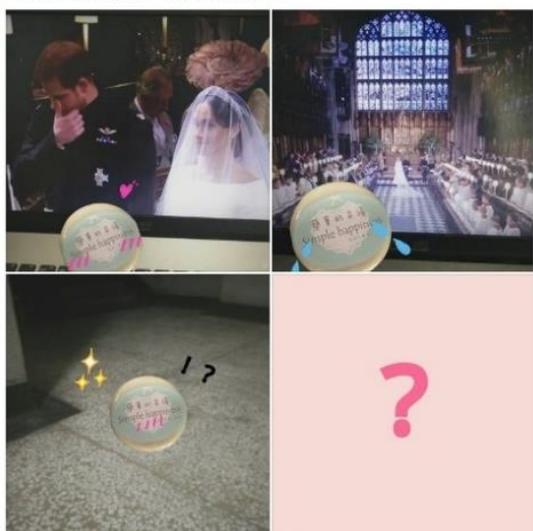
#### 第二篇 5/24 21:30

活動議題設計：

香香子日常對話結合皇室婚禮的時事，以四格漫畫的方式呈現創造故事，最後一格留給粉絲們創意發想。

溝通連結點：

18-30 歲關注時事的族群，藉由皇室婚禮吸引有關注的人，也能吸引嚮往幸福婚禮的粉絲，創造簡單的幸福感。



〔圖十三〕第三週 第二篇貼文

### 第三篇 5/27 15:25

活動議題設計：

本文章為前文香香子四格漫畫第四格結局，將粉絲期望的答案呈現出來，採用大眾喜歡的小說題材，結合國外旅遊來創造故事結局。

溝通連結點：

18-30 歲的上班族，用辦公室戀情的題材與粉絲產生共鳴，感受戀愛的幸福感。

### 第四篇 5/27 17:00

活動議題設計：

本篇為前文海龜湯遊戲的解答篇，文末再次提到與朋友一起玩遊戲的幸福感，強調簡單的幸福其實就在身邊，也呼應品牌理念「簡單的幸福」。

溝通連結點：

18-30 歲對情境猜謎有興趣者，藉由與朋友一起玩簡單的小遊戲，來創造幸福愉悅的感覺。



〔圖十四〕第三週 第三篇貼文



〔圖十五〕第三週 第四篇貼文

第五篇 5/27 20:00

活動議題設計：

與前篇貼文相呼應，藉由有趣可愛的文字與圖畫，訴說異地戀情的辛酸與美好。

溝通連結點：

18-30 歲對戀愛充滿憧憬的人，以簡單的插圖與粉絲產生共鳴，進而引發心中的幸福感。



〔圖十六〕第三週 第五篇貼文

效益與成果：

本週最熱門的貼文為第一篇香香子結合海龜湯遊戲之文章。

本貼文的觸及人數是 1693，留言次數是 174，透過粉絲專頁粉絲間的分享，觸及人數相較上一週增加了 129%，看得出大眾對於遊戲類型之文章的參與度較高。

[表七] 本貼文詳細數據

1,693 觸及人數		
221 心情、留言和分享		
30 讚	25 在貼文上	5 在分享上
1 大心	1 在貼文上	0 在分享上
1 哈	1 在貼文上	0 在分享上
1 哇	1 在貼文上	0 在分享上
174 留言次數	53 出現在貼文上	121 出現在分享上
14 分享次數	14 出現在貼文上	0 出現在分享上
503 貼文點擊次數		
24 相片瀏覽次數	0 連結點擊次數	479 其他點擊次數

[表八] 第三週整體效益與成果

日期	內容	觸及人數	參與互動率	貼文點擊次數 心情、留言和分享
2018-5-24 12:30	香香子日常   海龜湯 特輯 香香子學得跟朋友一起玩昆侖	1.7K	15%	503 221
2018-5-24 21:30	香香子最近心情不好啊 快來看看他發生什麼事吧!! ㊦天哪 皇	920	8%	93 51
2018-5-27 15:25	香香子澳門實習遇上霸道總裁   香香子到澳門一家公司	840	11%	107 54
2018-5-27 17:00	【海龜湯 特輯】 / 解答篇 / 登——登——登——	693	10%	66 43
2018-5-27 20:00	香香子吐苦水   香香子在澳門實習結束，回台灣了，要和黑	1.1K	9%	146 48



[圖十七] 貼文留言

社群力：

分析→除了貼文本身留言外，在分享出去的貼文上也可看到許多留言，因此觸及率較上周上升129%。此外，本組上週擬定的改善方案在本週實行，本組組員到其他粉專文章下留言並標註「簡單的幸福」，但成效並不顯著。

改善→持續創造互動高的貼文，維持小編與粉絲間互動的頻率。到其他專頁留言部分，留言內容不只標註「簡單的幸福」，在下方附上我們的文章連結，較能吸引其他人前往粉專瀏覽。

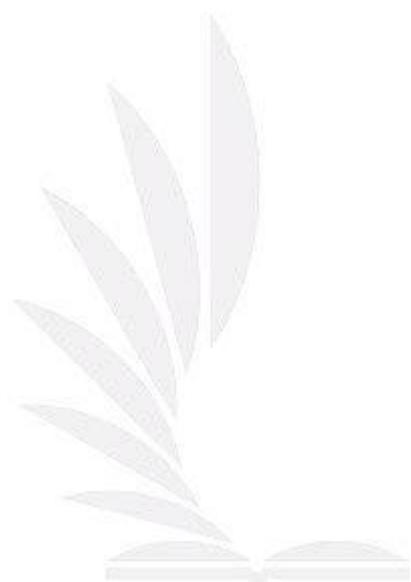


[圖十八] 改善操作圖示

整合力：

分析→本組發現有香香子的文章，能產生較高觸及率及互動率，結合能創造話題之遊戲更增加與粉絲互動的內容。

改善→繼續以香香子的名義發文，並結合能引發互動之內容，創造話題，需要注意同系列文章之間的關聯性，以及是否契合產品所要傳達的理念，再連結相關實體活動，做虛實上的整合



## 實體活動（引爆期）

### 1. 溝通點：

第二週在臉書平台上引起目標客群注意後，在校園舉辦實體活動，讓參加者體驗用手工肥皂清潔裝置藝術，並向參加者介紹我們的品牌，增加品牌知名度。

### 2. 溝通策略安排

實體活動 - 「擦出幸福」：路人自發性參與活動，依照操作指示清潔紙箱人偶，最後由我們告訴參與者活動意涵與贈送獎品。

### 3. 活動：

主題：「擦出幸福」

日期：107/05/26

時間：15:00-17:00

大綱：在逢甲大學學思樓附近放置一個裝置藝術「阿楞」，工作人員會躲藏起來，利用兩部手機的連線通話，一部手機在工作人員上，而另一部手機藏在裝置藝術「阿楞」身上，工作人員會透過手機的連線通話大喊「帥哥」或「美女」，吸引路人在裝置藝術「阿楞」前停下腳步，並一步一步指引路人去幫忙把裝置藝術「阿楞」用手工肥皂擦乾淨，當路人把裝置藝術「阿楞」擦乾淨後，原本躲藏起來的工作人員會跑出來向路人介紹我們的品牌「簡單的幸福」，邀請他們掃描 Q-code 和為粉絲專頁按讚，最後送上我們親手做的手工肥皂來答謝他們的參與。

目的：路人透過幫忙把裝置藝術「阿楞」擦乾淨後，與他們互動，增加粉絲專頁的按讚人數，並增加產品和品牌的曝光度。

### 4. 活動照片



〔圖十九〕活動照片

## 5. 效益評估：

分析→舉辦活動的時間為 15:00-17:00，而在 15:00-16:00 時段人潮較少，以致參與活動的人比想像中的少。但是透過活動，當天粉絲專頁的按讚人數有明顯的上升，有達到把品牌曝光的目標。

改善→舉辦活動前應注意舉辦活動場地的人潮，選擇活動場地人潮最多的時段，作為活動舉辦的時間，例如：透過這次的活動觀察到 17:00-18:30 是人潮最多的時段，下次如在同一場地舉辦活動可以把活動的時間改為 17:00-18:30，這樣可以提升活動的成效。



〔圖二十〕每日按讚數統計圖

## 6. 社群力：

分析→本組活動當天並沒有發佈有關活動的貼文，讓議題無法延續下去活動成效也無法延續。

改善→發佈一篇活動回顧的貼文，並標註參與過活動的路人，可以讓沒有按讚粉絲專頁的朋友也能看到粉絲專頁的貼文，引發他們對粉絲專頁的關注，進而可以推廣品牌「簡單的幸福」。

## 7. 整合力：

分析→活動的場地選擇在學校舉辦，週末學校有很多小朋友、家長和學生，他們正好是我們的目標客群，可以更容易把品牌推廣給他們。可惜活動與品牌「簡單的幸福」定位若能有更強的連結，讓路人更能體驗到品牌理念。

改善→活動可以加入「幸福明信片傳遞」，本組可以自行製作印有品牌 LOGO 的明信片，邀請路人寫一張明信片，分享最近開心的事情給朋友或家人，接著由我們把明信片寄給他的朋友或家人，如此一來既可以把品牌推廣給更多客群，亦讓路人體驗到品牌的精神。

#### 四、第四週（議題延續）

##### 第一篇 5/31 12:30

活動議題設計：

創造延續週末實體活動的話題，剪出當日活動影片花絮，讓無法參加實體活動的粉絲大眾也能看到實體活動過程，傳達本品牌理念。

溝通連結點：

18-30 歲對手工香皂或本品牌有興趣的人。以簡單實體活動傳遞簡單幸福理念，使參與者看見幸福轉變過程，產生共鳴。

##### 第二篇 5/31 21:30

活動議題設計：

使用香香子形象結合遊戲概念，讓粉絲做「幸福詞語接龍」的活動，以幸福正向的詞語為準則，邀請好友一起參與，串聯每一個留言，如同幸福一直延續下去一般。

溝通連結點：

18-30 歲對文字遊戲或益智題材有興趣者。使用詞語接龍活動，讓粉絲感受到詞語間的幸福感，象徵幸福一直傳遞下去。



〔圖二十一〕第四週 第一篇貼文



〔圖二十二〕第四週 第二篇貼文

### 第三篇 6/3 15:45

活動議題設計：

持續以遊戲為主題，發布猜歌遊戲貼文，挑選四首中文歌同時混合播放，讓粉絲猜歌名。猜中四首歌曲的粉絲並且對粉專按讚以及分享貼文，可以獲得簡單的本品牌手工皂一顆。

溝通連結點：

18-30 歲對流行音樂與猜謎有興趣者。選用此年齡層都能朗朗上口、並且含有幸福元素的歌曲，增進品牌形象，與粉絲溝通產生連結。



〔圖二十三〕第四週 第三篇貼文

### 第四篇 6/3 20:00

活動議題設計：

以香香子到遊樂園遊玩為題材，讓粉絲留言想玩的遊樂設施增加互動機會，並 Tag 朋友一起分享喜悅。

溝通連結點：

18-30 歲喜歡遊樂設施的族群。藉大眾對遊樂園共有的美好回憶，連結本專頁與粉絲之間的話題，持續傳達幸福理念。



〔圖二十四〕第四週 第四篇貼文

〔表九〕本貼文詳細數據

效益與成果：

本週最熱門的貼文為第三篇猜歌名的貼文。

本貼文的觸及人數是 675，留言次數是 23，藉由流行歌曲與目標客群產生共鳴，讓大家一起回味幸福歌曲，也感受聆聽歌曲的幸福感。



〔表十〕第四週整體效益與成果

日期	內容	觸及人數	參與互動率	貼文點擊次數 心情、留言和分享
2018-5-31 12:30	5/26活動的影片出來啦 謝謝大家伸出援手 透過手	1.2K	11%	191 56
2018-5-31 21:30	繼上周的海龜湯，香香子這周 又來找大家玩GAME啦	493	14%	89 53
2018-6-3 15:45	大家午安 又到遊戲時間啦~ 今天來玩猜歌名的遊戲	699	12%	141 55
2018-6-3 20:00	香香子的日常  香香子約了閨 蜜去遊樂園玩啦！不知道大家	425	9%	46 34

〔圖二十五〕貼文留言

社群力：

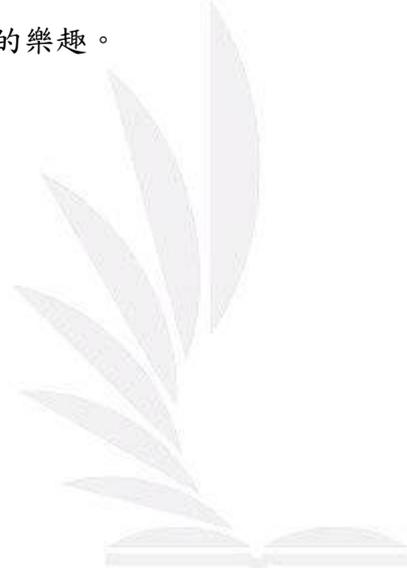
分析→本週著重於傳遞簡單幸福的「幸福」理念，每篇文章皆以此為出發點，配合本品牌形象與目的。可惜本週的觸及數較低，擴散度不足，新的遊戲貼文沒有找到吸引大眾的方向，互動誘因不足，導致參與率成效不彰。

改善→內容方向應該多選用貼近生活且創新有趣的題材來呈現，使閱聽眾因新奇感，進一步關注粉絲專頁 增強粉絲與粉專黏著度。

整合力：

分析→接龍遊戲整合上週成效良好的海龜湯題材，試圖再引發話題，繼續將品牌精神傳播出去。影片回顧將實體活動理念連結上虛擬平台，試圖再引起共鳴，可惜影片稍冗長，關注度不高。

改善→當週其他貼文與本影片貼文配合，創造貼文間的連結，使未參與的粉絲亦能感受到實體活動的樂趣。



## 實體活動（議題延續）

### 1. 溝通點：

把上週的實體活動議題延續，透過影片的方式把品牌精神傳送給閱聽者，增加品牌的識別度。

### 2. 通策略安排：

虛擬平台貼文（影片回顧）。

### 3. 社群力後臺數據：

〔表十一〕實體活動回顧影片貼文效益與成果

通知	洞察報告	發佈工具	設定	使用說明
2018-6-1 21:00		239	31 16	加強推廣貼文
2018-6-1 20:59		223	36 15	加強推廣貼文
2018-5-31 21:30		494	89 53	加強推廣貼文
2018-5-31 12:30		1.2K	191 56	加強推廣貼文
2018-5-30 21:26		1.8K	316 195	加強推廣貼文

貼文詳情

影片 貼文 分享 BETA 查看所有影片的指標

路人發現它

全新的觀眾續看率洞察報告可讓你瞭解觀眾特質，以及他們觀看影片的方式

簡單的幸福: 5/26透過亞衣手工皂，重拾幸福♥♥♥  
5/26活動的影片出來啦~謝謝大家伸出援手 透過手工皂 讓小紙箱可以再度露出幸福的微笑☺

2:21 · 2018-5-31上傳 · 查看永久連結

**你貼文的成效**

- 🕒 觀看的分鐘數 230 >
- 👁️ 影片觀看次數 474 >
- 👁️ 觀看 10 秒的次數 193 >
- 🕒 影片平均觀看時間 0:11 >
- 📄 觀眾續看率 >
- 👤 觀眾與互動 >

〔圖二十六〕花絮影片效益圖

#### 4. 效益評估：

分析→本篇貼文以影片的方式，觸及率相比平時發的圖文貼文明顯較高，雖然觸及率比較高，但是分享次數仍然很少，未能把品牌推廣得更廣。

改善→未來可多以影片的方式發文，影片的內容需符合目標客群感興趣的內容，製造話題性，吸引目標客群分享和留言，把品牌推廣得更廣，增加品牌曝光度。

#### 5. 社群力：

分析→貼文以影片的方式呈現，閱聽者較感興趣，並且有較高的互動率，但影片剪接較平淡，閱聽者平均觀看的時間只有 11 秒，佔總影片長度的 8%而已，無法吸引讓閱聽者把影片完整看完。

改善→可以在影片的最後，加入簡單的問答小遊戲，吸引閱聽者把影片完整看完，吸引他們留言，同時可以提高互動率。

#### 6. 整合力

分析→從社群後臺分析中可以看到目標的閱聽眾在此階段的互動趨於穩定，貼文內容和舉辦的實體活動想要傳達的「簡單的幸福」一致，在此也達到將實體活動的效益延續到虛擬平台上，讓更多人看見活動的舉辦。

## 肆、總結

經過四週的品牌宣傳計畫，發現本組對於活動的發想以及提案相當多元，也對於每週效益不錯的貼文持續修改期望達到更佳成果，如此豐富的內容，勢必也有吸引對於各議題有興趣的客群，但由於定位始終未清，且傳達幸福的感受度不夠明顯，以及活動傳達形式不夠符合大眾偏好，最終導致內容不夠聚焦，造成整體趨勢起伏不定。

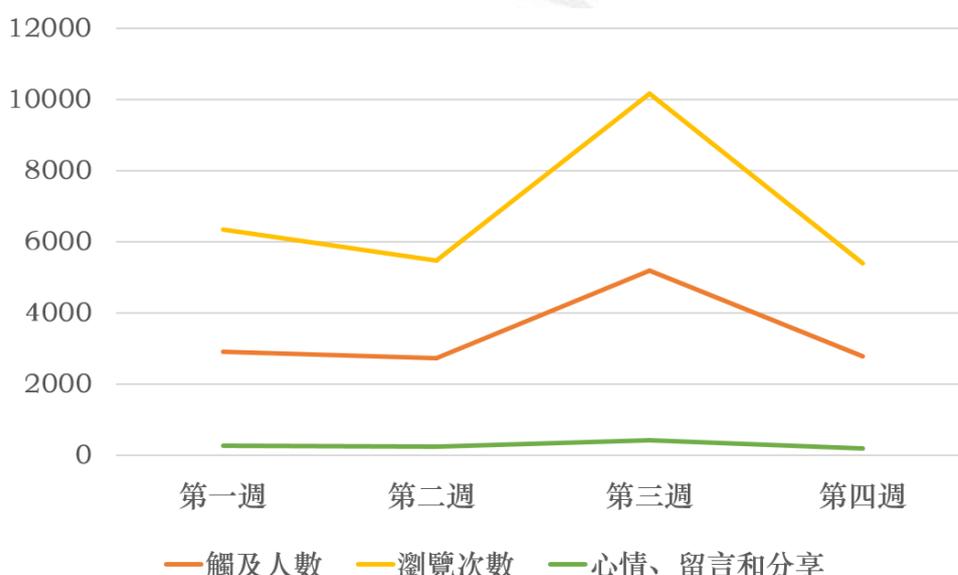
本組四週中，主要針對臉書專頁進行策畫，而次要管道 Instagram 以及 Youtube 則較少使用，推廣的管道過於狹隘，以至於在社群網絡的觸及度與瀏覽度一直不高，此部分是待加強的重點。

對於虛實整合的方面，本組每篇貼文幾乎只針對線上客群，而未達到虛擬活動與實體活動結合，四週中，也只有一次實體活動，且只限於實體活動相關議題，而未創造更多實體連結虛擬的體驗。

〔表十二〕四週各週效益（數值相加）

金門 住宿.docx

週次	觸及人數	瀏覽次數	心情、留言和分享
第一週	2911	6343	281
第二週	2740	5473	244
第三週	5204	10171	417
第四週	2774	5414	198



〔圖二十七〕四週總趨勢

## 伍、個人心得

### • 陳舒敏 D0537356

這堂課，真的是讓人身心憔悴呢。前幾週還未開始經營一個品牌時，覺得老師教的好似很容易理解、很輕鬆，沒想到，真正的學習是在後頭，對於完全沒經營過粉絲專頁的我們，一開始真的很摸不著頭緒，捉摸不到客群喜歡的議題，捉摸不到什麼東西吸引網友，只能從錯誤中一再更改計畫，每天都在想有什麼話題大家喜歡？什麼流行事物大家會關注？每週最緊張的時刻就是發文前一天，深怕自己的貼文不吸引目光…。經歷了四週，大家多多少少都有些收穫了，我覺得這就是一個網路行銷的概念，在未來一定有工作需要網路平台上操作，這也是身為行銷人必須學習的議題，很开心這學期挫敗不斷，讓我發現自己的不足，這堂課，也讓我看到其他各組的操作方式，都是值得我來學習的。

### • 譚凱欣 D0560327

在虛實通路與超媒體設計這門課中，不管是在經營粉絲專頁、拍影片或實體活動，都讓我有很深刻的印象。我們這一組的粉絲專頁的名字是《簡單的幸福》，產品是手工皂。以前不覺得要經營一個粉專是這麼的困難，直到這一次要真正實際經營一個粉絲專頁，才知道要分析這麼多。在這四個星期裡面，不管是貼文方向或貼文內容，都讓我們開始掌握到一些知識，學習到我們一定要有很明確的目標客群，然後針對客群發文，否則發文內容就不會吸引到他們來看。要謝謝這門課，謝謝我的組員們，雖然過程是很辛苦，也有很多不懂的地方，但我們也一起解決了。這次真的是一個很好的經驗，也明瞭了團隊精神的重要性，如果以後要經營一個粉絲專頁，對我們而言是絕對有幫助的。

### • 汪亞歆 D0537578

之前找打工，看到在徵粉絲團小編，都不曾覺得這是一份能給公司實質幫助的工作，但上完這堂課才明白小編的辛苦，其實每篇文發布也許只要一秒，但是發布前可能是好幾天的修改與訂定，課堂上是因為時間的關係我們規劃了四周的 po 文，組內 9 個人絞盡腦汁才能產出的文，也許出了社會也就變成一個人一天生兩三篇了，也讓我明白我們的不足，我仍然沒辦法是我做的與我預期的完全相同甚至更好，粉絲專頁的開始用人脈產生的漣漪要繼續的話，要有的經營組能力真的不容易，也謝謝美月老師願意給我們這樣大學生與她們品牌合作的機會，讓我們有實際創作的體驗

- 游斯雅 D0510262

這是門相當特別的課，結合我們最熟悉的社群平台 Facebook，推廣業者的品牌理念及產品，這些寶貴的實作經驗，不僅是讓我們做中學更是錯中學！課程緊鑼密鼓的安排，加上有一個月的實體操作，使我們每週晚上都在全家的地下一樓開會，探討下週的方向，而因為我負責的部分是分析一週的文章，因此與我的搭檔要在星期一早上，趕緊把所有的文章截圖、分析、報告準備，這些緊湊的行程既刺激又緊張，對我而言也是項全新的挑戰。以前負責報告時，都會在前一天把自己負責的部分背起來，並且練習到說話流利為止；而現在，雖然會在 PPT 上出現提示文字，能夠引導報告者了解這頁的報告重點，但因為準備時間不足對內容又不熟悉，常常會在報告期間吃螺絲。這些全新的報告經驗讓我了解臨場反應的重要性，也希望藉此繼續精進報告技巧及台風的穩健度等等。

- 歐詠恩 D0529014

在這個資訊爆炸的時代，我們每天都習慣要打開社交平台，社交平台已經成為我們生活中不能缺少的東西，平時我們滑臉書，一篇貼文大概 1 秒就滑過去了，要讓大家在無數的貼文，願意停留多一秒以上看貼文，其實不簡單，也正是這堂課讓我學到的東西，以前一直認為小編這工作太容易了，隨便發個貼文就能賺到錢，透過這堂課讓我對於小編的工作完全改觀了，這堂課讓我有機會體驗當一個小編，學會在粉絲專頁上運用行銷漏斗曝光、發現、思考、轉換、顧客關係和回流，當然在學習經營粉絲專頁的過程中絕對不是一切順利的，有試過貼文 0 留言、分享和讚是個位數字、觸及率與別組差距很大的時候，看見數字會讓自己很灰心，但是我們透過每週檢討和改進，不斷的進步，數字跟着往上升，這是對我們的鼓勵，也會一直記得老師說：「內容是重點，互動是王道。」未來不斷學習做好一位行銷人。

- 吳念澄 D0586926

透過這門虛實通路與超媒體設計的課程，我第一次經營粉絲專業，每周與組員們開會檢討、分析效益，學到了不少有關經營粉專的技巧，包括如何找到吸引目標客群的點，及如何創造與粉絲互動的機會，每一篇文都要細心進行規劃、互動、整合，以及最重要的檢討，過程中有進步也有挫折，前三週經過我們的努力，有漸入佳境的趨勢，不過最後一週卻沒能有效地抓住大眾的目光，這是我們需要多學習的地方，四週時間雖短，卻讓我有新的體驗，未來有機會

就會想再嘗試經營粉專，持續成長、進步。

- 程意純 D0537309

以前從來沒有留心過粉絲團的經營及操作方式。看到 Facebook 閱聽眾行為資訊完整的紀錄下來，覺得真是大開眼界。真的開始經營粉絲團後才發現，當小編其實是件不簡單的事。po 文的內容、形式甚至如何回覆粉絲留言，在在都隱含著玄機。小編的使命，就是將品牌的精神及產品資訊正確地傳遞給目標閱聽眾。在龐大的數位資訊海中，是什麼樣的內容，讓閱聽眾願意駐足，甚至有了記憶點，會持續關注。這是粉專經營者需要不停去思索的問題。經過這門課的學習，開始懂得用不同的心態分析各個粉絲團是如何經營。原來要做出吸引大眾的題材是那麼地不易。

經過每個禮拜的開會討論、報告、檢討，一次次地修正我們的走向。團隊的力量也是很重要的，組員們一人一個建議，將我們的活動策畫的更周全。當看到我們絞盡腦汁完成的 po 文，發揮了比預期好的成效時，真的會很有成就感。

但要如何持續讓粉絲對粉專保有熱情，我也還在學習著。做中學，真的能清楚感受到自己的成長。

- 傅偉力 D0325461

對於一個財金系的學生選到這堂這麼精彩的選修課真的很幸運，這堂課有學習到非常多關於社群網路經營，以前以為部落格是非常落伍的人寫的，可是從這堂課學習到部落格是搜索資訊的很大地方，例如美食，客戶會在部落客讀資料，像是匿名 Dcard 和 PPT 也能讓顧客連結到我們，也很幸運能和這麼棒的組員們一起合作，大家非常認真的行銷手工皂，也想出了很多不錯的 Idea，也感謝各個組別的用心，讓這堂課可以有趣以後如果能經營粉絲團，相信這堂課所學的一定用得到。

- 田中真之介 D0561716

事實我通常沒有用臉書的人，我通常用推特。這一次最大的收穫就是知道了在臉書上台灣人的要求。我覺得用自己真正的名字隨便留言，隨便分享喜好的東西有一點可怕。因為這個行為可能會有危險，還有可能後來會影響到自己的資格。

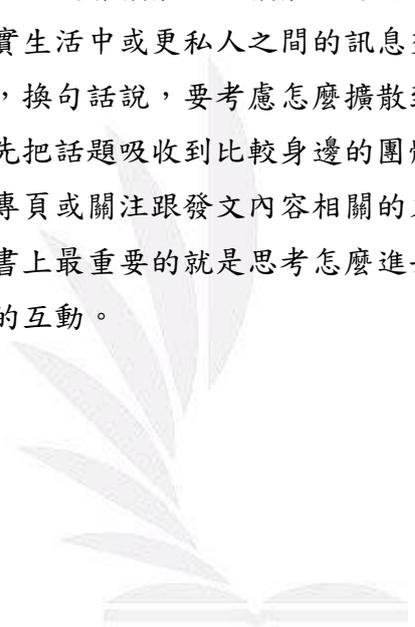
但是，在台灣臉書很貼近我們的生活。就像跟鄰居聊天一樣的感覺。因此

在臉書上台灣人的要求就是日常生活的延長。推特的話，我覺得大部分使用者的要求不是日常生活的延長，就在可以當一個角色的地方。從這裡來看，在 Instagram 的發展也會容易理解。Instagram 本來就是發照片的 app，就內容必然會當日常生活的延長。

考慮以上的前提，我認為運用臉書時最需要的結果就是造成粉絲們之間的互動。Tag 功能會增加這個互動。Tag 功能是在留言區發朋友的 tag 就那個朋友會收到通知，所以在留言區直接開始互動的機率比較高。再說，人們在留言區不是想跟不認識的人一起互動，比較想有認識的朋友們一起互動分享。因此臉書上的話題內容可能在日常生活中面對面講話時也會出來。

為了增加互動，應該要用貼近生活感的發文。內容貼近生活的話，人們會容易把內容比照自己身上，然後會擴散。這擴散的意思就是粉絲們互動的地方從專頁留言區到他們的現實生活中或更私人之間的訊息交換內。運用臉書專頁的人也要計畫互動的擴散，換句話說，要考慮怎麼擴散到粉絲們身邊的互動。互動擴散的順序就是粉絲先把話題吸收到比較身邊的團體，然後他們開始互動，最後他們再去看臉書專頁或關注跟發文內容相關的東西。

最後，我認為運用臉書上最重要的就是思考怎麼進去到粉絲們的日常話題裡面，然後鼓勵他們自己的互動。



## 陸、附錄

### 一、表附錄

[表一] 虛實排程

日期	時間	內容	觸及人數
5月10日	12:30	美容保養	929
	21:30	香香子日常-初登場	542
5月13日	15:00	香香子日常-日常對話	702
	22:30	節日語錄	738
5月17日	12:30	美容保養	811
	21:30	香香子日常-流行的手遊	653
5月20日	13:30	香香子日常-流行的夾娃娃機	743
	20:15	美容保養	533
5月24日	12:30	簡單小遊戲-海龜湯	1700
	21:30	香香子日常-婚禮時事	920
5月27日	15:30	香香子日常-男朋友現身	840
	17:00	簡單小遊戲-海龜湯	693
	20:00	香香子日常-吐苦水	1100
5月31日	12:30	分享實體活動的影片	1200
	21:30	簡單小遊戲-幸福詞語接龍	493
6月3日	15:45	簡單小遊戲-猜歌名	699
	20:00	香香子的日常-去遊樂園玩	425

[表二] 第一週最熱門貼文詳細數據

<b>929</b> 觸及人數		
<b>66</b> 心情、留言和分享		
<b>40</b> 讚	<b>38</b> 在貼文上	<b>2</b> 在分享上
<b>1</b> 大心	<b>0</b> 在貼文上	<b>1</b> 在分享上
<b>2</b> 哇	<b>2</b> 在貼文上	<b>0</b> 在分享上
<b>17</b> 留言次數	<b>16</b> 出現在貼文上	<b>1</b> 出現在分享上
<b>6</b> 分享次數	<b>6</b> 出現在貼文上	<b>0</b> 出現在分享上
<b>80</b> 貼文點擊次數		
<b>0</b> 相片瀏覽次數	<b>17</b> 連結點擊次數	<b>63</b> 其他點擊次數

〔表三〕第一週整體效益與成果

				觸及人數	參與互動率	貼文點擊次數 心情、留言和分享
2018-5-10 12:30	 《請狠心say goodbye》當你準備要洗手時，卻發現原本硬			929	11% 	80 66
2018-5-10 21:30	 Hey~我是香香子 剛從「肥皂王國，轉學來到這 希望能交到新			542	13% 	55 79
2018-5-13 14:52	   香香子日常   這週末香香子不當宅女 跑出去玩咯 快看			702	14% 	118 74
2018-5-13 22:33	 我們都曾經覺得媽媽很煩，一直在我們耳邊唠叨，一直重複			738	11% 	70 62

〔表四〕第二週最熱門貼文詳細數據

**753** 觸及人數

**103** 心情、留言和分享

<b>37</b>  讚	<b>33</b> 在貼文上	<b>4</b> 在分享上
<b>4</b>  大心	<b>3</b> 在貼文上	<b>1</b> 在分享上
<b>1</b>  哈	<b>1</b> 在貼文上	<b>0</b> 在分享上
<b>1</b>  哇	<b>1</b> 在貼文上	<b>0</b> 在分享上
<b>1</b>  嗚	<b>1</b> 在貼文上	<b>0</b> 在分享上
<b>1</b>  怒	<b>1</b> 在貼文上	<b>0</b> 在分享上
<b>49</b> 留言次數	<b>44</b> 出現在貼文上	<b>5</b> 出現在分享上
<b>10</b> 分享次數	<b>6</b> 出現在貼文上	<b>4</b> 出現在分享上
<b>122</b> 貼文點擊次數		
<b>32</b> 相片瀏覽次數	<b>0</b> 連結點擊次數	<b>90</b> 其他點擊次數



〔表五〕第二週整體效益與成果

				觸及人數	參與互動率	貼文點擊次數 心情、留言和分享
2018-5-17 12:30	 嗨嗨👋各位小夥伴今天一起誘誘觀察肌膚表面的油脂量			811	9% 	79 50
2018-5-17 21:30	 大家都吃飽了吧？來一場吃雞消化一下吧！看到香香子記得			653	14% 	95 67
2018-5-20 13:27	   香香子日常   香香子想要玩偶娃娃 好想要高飛 好想要布魯			743	15% 	120 103
2018-5-20 20:16	 (亞衣快報) 注意注意⚠️⚠️亞衣將在下週六辦活動囉囉囉			533	5% 	25 24

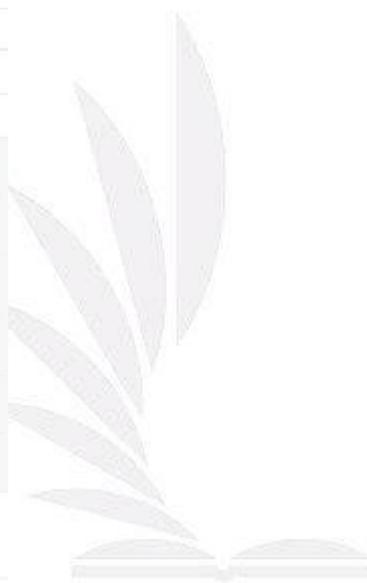
〔表六〕宣傳貼文效益與成果

日期	觸及人數	瀏覽次數	心情、留言和分享
5月20日	533	1100	24
5月24日	920	1800	51

<b>533</b> 觸及人數			<b>920</b> 觸及人數		
<b>24</b> 讚、留言和分享 <i>i</i>			<b>51</b> 讚、留言和分享 <i>i</i>		
<b>19</b> 讚次數	<b>17</b> 出現在貼文上	<b>2</b> 出現在分享上	<b>25</b> 讚次數	<b>20</b> 出現在貼文上	<b>5</b> 出現在分享上
<b>0</b> 留言次數	<b>0</b> 出現在貼文上	<b>0</b> 出現在分享上	<b>16</b> 留言次數	<b>13</b> 出現在貼文上	<b>3</b> 出現在分享上
<b>5</b> 分享次數	<b>5</b> 出現在貼文上	<b>0</b> 出現在分享上	<b>10</b> 分享次數	<b>10</b> 出現在貼文上	<b>0</b> 出現在分享上
<b>25</b> 貼文點擊次數			<b>93</b> 貼文點擊次數		
<b>0</b> 相片瀏覽次數	<b>4</b> 連結點擊次數	<b>21</b> 其他點擊次數 <i>i</i>	<b>20</b> 相片瀏覽次數	<b>0</b> 連結點擊次數	<b>73</b> 其他點擊次數 <i>i</i>

〔表七〕本貼文詳細數據

<b>你貼文的成效</b>		
<b>1,693</b> 觸及人數		
<b>221</b> 心情、留言和分享 <i>i</i>		
<b>30</b> 讚	<b>25</b> 在貼文上	<b>5</b> 在分享上
<b>1</b> 大心	<b>1</b> 在貼文上	<b>0</b> 在分享上
<b>1</b> 哈	<b>1</b> 在貼文上	<b>0</b> 在分享上
<b>1</b> 哇	<b>1</b> 在貼文上	<b>0</b> 在分享上
<b>174</b> 留言次數	<b>53</b> 出現在貼文上	<b>121</b> 出現在分享上
<b>14</b> 分享次數	<b>14</b> 出現在貼文上	<b>0</b> 出現在分享上
<b>503</b> 貼文點擊次數		
<b>24</b> 相片瀏覽次數	<b>0</b> 連結點擊次數	<b>479</b> 其他點擊次數 <i>i</i>
<b>負面意見</b>		
<b>0</b> 隱藏貼文	<b>0</b> 隱藏所有貼文	
<b>0</b> 檢舉垃圾訊息	<b>0</b> 收回讚	
報告的統計資料可能會略於貼文中顯示的內容		



〔表八〕第三週整體效益與成果

				觸及人數	參與互動率	貼文點擊次數 心情、留言和分享
2018-5-24 12:30	香香子日常   海龜湯  特輯 香香子覺得跟朋友一起玩是件			1.7K	15%	503 221
2018-5-24 21:30	香香子最近心情不好啊 快來看 看他發生什麼事吧!!  天哪 草			920	8%	93 51
2018-5-27 15:25	香香子澳門實習遇上霸道總 裁    香香子到澳門一家公司			840	11%	107 54
2018-5-27 17:00	【海龜湯  特輯】 / 解答篇 / 答——答——答——			693	10%	66 43
2018-5-27 20:00	香香子吐苦水   香香子在澳門 實習結束，回台灣了，要和黑			1.1K	9%	146 48

〔表九〕本貼文詳細數據



〔表十〕第四週整體效益與成果

日期	內容	觸及人數	參與互動率	貼文點擊次數 心情、留言和分享
2018-5-31 12:30	5/26活動的影片出來啦! 謝謝大家伸出援手 透過手工皂	1.2K	11%	191 56
2018-5-31 21:30	繼上周的海龜湯, 香香子這周又來找大家玩GAME啦! 這次	493	14%	89 53
2018-6-3 15:45	大家午安! 又到遊戲時間啦~ 今天來玩猜歌名的遊戲	699	12%	141 55
2018-6-3 20:00	「香香子的日常」香香子約了閨蜜去遊樂園玩啦! 不知道大家	425	9%	46 34

〔表十一〕實體活動回顧影片貼文效益與成果

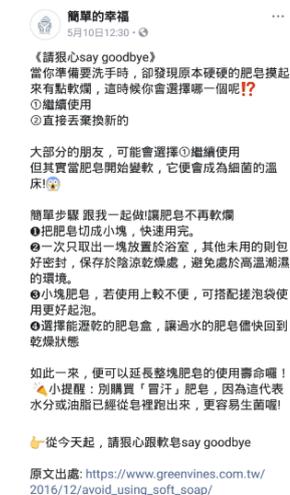
日期	內容	觸及人數	參與互動率	操作
2018-6-1 21:00	Free hug with DOG活動花絮照片出爐囉~ 快來瞧 #愛沒有距離	239	31 16	加強推廣貼文
2018-6-1 20:59	Free hug with DOG活動花絮照片出爐囉~ 快來瞧 #愛沒有距離	223	36 15	加強推廣貼文
2018-5-31 21:30	繼上周的海龜湯, 香香子這周又來找大家玩GAME啦! 這次我	494	89 53	加強推廣貼文
2018-5-31 12:30	5/26活動的影片出來啦! 謝謝大家伸出援手 透過手工皂	1.2K	191 56	加強推廣貼文
2018-5-30 21:26	怎麼覺得這陰謀小編曾經被耍過! 特別分享來逗逗大家	1.8K	316 195	加強推廣貼文

〔表十二〕四週各週效益（數值相加）

週次	觸及人數	瀏覽次數	心情、留言和分享
第一週	2911	6343	281
第二週	2740	5473	244
第三週	5204	10171	417
第四週	2774	5414	198



## 二、圖附錄



〔圖一〕第一週 第一篇貼文



〔圖二〕第一週 第二篇貼文



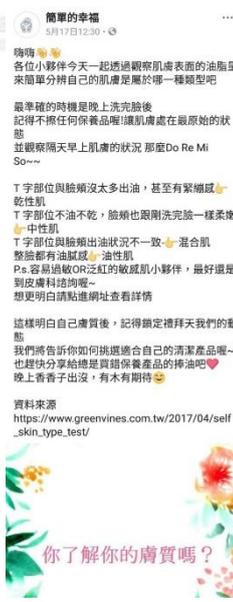
〔圖三〕第一週 第三篇貼文



〔圖四〕第一週 第四篇貼文



〔圖五〕貼文留言



〔圖六〕第二週 第一篇貼文



〔圖七〕第二週 第二篇貼文



〔圖十〕貼文留言



〔圖八〕第二週 第三篇貼文



〔圖十一〕實體活動宣傳



〔圖九〕第二週 第四篇貼文



〔圖十二〕第三週 第一篇貼文



〔圖十三〕第三週 第二篇貼文



〔圖十六〕第三週 第五篇貼文



〔圖十四〕第三週 第三篇貼文



〔圖十七〕貼文留言



〔圖十五〕第三週 第四篇貼文



〔圖十八〕改善操作圖示



〔圖十九〕活動照片



〔圖二十〕每日按讚數統計圖



〔圖二十一〕第四週 第一篇貼文



〔圖二十二〕第四週 第二篇貼文



〔圖二十三〕第四週 第三篇貼文



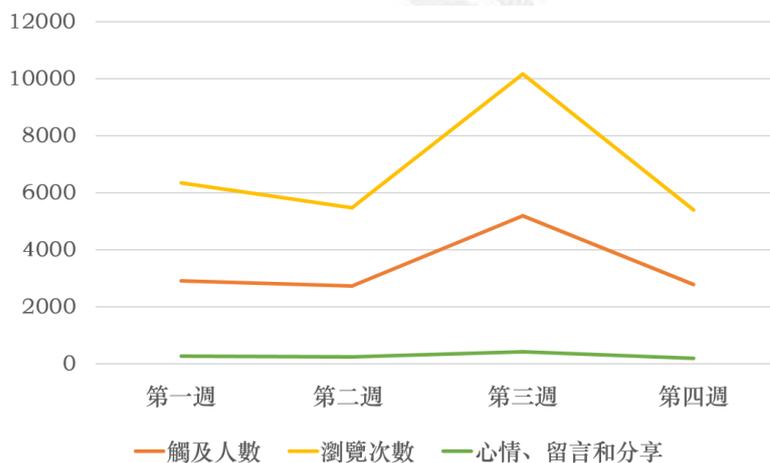
〔圖二十四〕第四週 第四篇貼文



〔圖二十五〕貼文留言



〔圖二十六〕花絮影片效益圖



〔圖二十七〕四週總趨勢