壹零壹年度企業管理專題

主題：網路社群行銷之產學合作實務專案：FACEBOOK粉絲團（Oops！）

The Practice of Industry-University Collaboration in Social Network Marketing：Facebook Fans （Oops！）

指導老師：張力 老師

組員：陳婷、陳妍苓、張蕙瀅、郭瀛嵐、黃梓懿、李思榆、樊 榮

|  |
| --- |
| **一、摘要** |

　　在現今網路行銷平台的模式當中，逐漸將企業導向一個虛擬的世界，因此，網際網路資訊科技的快速發展，很多網路行銷平台也都紛紛上網建立自己的網站與商家合作，來賣商品或是舉辦一些抽獎的活動機制，也藉由現在越來越普及化的社群網站Facebook，建立粉絲團招募粉絲。

　　所以藉由我們指導老師，與專案公司產學合作，在過程中我們選擇Deals Go Live活動平台，作為我們實務上主要的對象。

|  |
| --- |
| **二、研究動機** |

　　探討Deals Go Live活動平台時，發現一些缺失，例如：活動平台的內容複雜、抽獎和評彼得金幣的門檻過高、駐進此平台的商家少且知名度低以及吸引會員的人數少，且現在網路行銷平台的競爭者多，很容易因為上述的缺失沒有競爭力，耕無法吸引知名商家的駐進以及提高會員數。

|  |
| --- |
| **三、研究目的** |

所以本專案，我們藉由Facebook社群網站建立自己的粉絲團，設計粉絲團主要內容的導向，再從中研究如何利用Facebook粉絲團招募粉絲。

　　並且在最後與Deals Go Live活動平台與Facebook粉絲團進行平台的導入合作，能藉由Facebook粉絲團的持續運作，使Deals Go Live活動平台利用運作中的Facebook粉絲團增加曝光率，將繁瑣的內容簡單化，招募更多粉絲和會員，降低抽獎和評比得金幣門檻，成為一個與大眾更親近和貼心的活動平台。

|  |
| --- |
| **四、研究方法** |

　　建立facebook粉絲團，以粉絲團人數倒入至Deals go live增加會員人數。

|  |
| --- |
| **五、研究流程** |

一、研究網路行銷平台，目標客群的分類，網站的經營和宣傳。

二、研究Facebook發展的歷程，和網站的功能。

三、SWOT分析Deals go live好康報與競爭對手Digwow好康挖挖哇！、　Hot Deals好康 !介紹。

四、解決Deals go live網站內部問題，如何運用facebook粉絲團做行銷。

五、建立facebook粉絲專業，如何導入粉絲。

|  |
| --- |
| **六、結論與建議** |

　　目前，我們的粉絲團專頁，雖然人數還是僅僅只有759人，但在這段製作的期間給予我們不少學習的經驗。現在我們也還是會繼續經營我們的粉絲團，從中不斷地繼續嘗試如何讓粉絲繼續延伸。

　　利用Facebook達到宣傳的效果其實不容易，從中會發現許多棘手的事情。就像是第一桶粉絲要從何而來?或者要再用怎樣的方式導入第二桶粉絲，又或者要如何製造熱門又新鮮的議題等等問題，這些都必須是我們要絞盡腦汁所發想出來去解決的事。自從去”瑞偉整合行銷公司”開會直到專題結束，在那邊學習也見識到不少有關Facebook行銷的方式，教我們如何建立粉絲專頁，讓我們發想一些招募粉絲的東西等等。

　 Facebook是現今社會當中每個人生活上少不了的網路平台，現在智慧型手機也越來越普及，隨時隨地都會上自己的Facebook看看朋友的動態、自己發心情動態、PO圖片或者影片等。也會從中搜尋一些好康網、知名商家的粉絲專頁按讚等等。現在也有很多商家品牌慢慢建立自己的粉絲專頁，利用Facebook宣傳行銷自家品牌的東西，吸引消費者族群況大自家商機。

　　現在，我們所經營的粉絲團已經是導向寫心情文章，所以我們還會再更深層地了解粉絲喜歡看什麼樣的內容，也會慢慢創新不同的熱門議題，增加我們與粉絲之間互動的留言。