

柚香傳情產業創生計畫 -線上社群建立與經營

活動時間	111 年 4 月 8 日 08:00~18:00 及 4 月 15 日 08:00~18:00
活動地點	花蓮四維高中，及線上會議網址是 https://meet.google.com/nnk-refi-rur
主持人	蔡顯榮
活動內容	<ul style="list-style-type: none">● 活動進行方式與內容 此活動是延續 3 月 18 日的「線上社群建立與經營」活動，此為同性質活動的第二次及第三次辦理，希望強化線上社群團隊的建立，且此團隊希望以花蓮在地青年為主，讓地方產業創生計畫能由在地青年接手，並延續第二期 USR 的 FB「愛的柚惑」粉絲專頁成果，同時引入業界專家指導-揆眾展覽公司藍瑋琛副總經理，及地方知識份子-四維高中商資學群朱志騰主任，期望以過來人身份進行經驗分享，使參與講習的學生明瞭計畫的問題意識與計畫目標、計畫執行重點預估、計畫實質進度預擬主要成果、預期成果及亮點...等面向，以在地青年線上社群的建立與經營。 活動進行仍先由計畫主持人蔡顯榮分享第二期 USR 的 FB「愛的柚惑」粉絲專頁成果 https://www.facebook.com/103380601915030，再由學生進第三期 USR 的社群行銷分組，第一組是地方調研及資料採集，第二組是美圖設計及 LINE 貼圖申請，第三組是 FB 粉絲專頁的運作及維護，並將以上成果發布於粉絲專頁上。分組過程中由計畫主持人蔡顯榮及揆眾展覽公司藍瑋琛副總經理、四維高中商資學群朱志騰主任，從旁協助指導。 較為特殊的是，受疫情影響，原訂與 USR 團隊一同前往花蓮的揆眾展覽公司藍瑋琛副總經理，改由在台北線上指導，會議網址是 https://meet.google.com/nnk-refi-rur，而計畫主持人蔡顯榮則開車前往花蓮實體指導，透過線上、線下的互動模式，開啟本計畫新式樣的執行過程，亦足作為疫情當下的替代方案。● 重點與助益 此次活動有二個特色，第一是見習的學生、在地青年開始以簡報方式，發表地方創生的初步構想，這種由地方青年自己動手企劃內容、組織團隊，然後學習口述表達、整合專家建議的過程，大大提生學生的學習動力，快速接軌

	<p>網路行銷技能。同時在與企業人士的互動過程中，得以實作方式取得網路行銷知識及技術，相當難得，這種以親眼看、親手做的方式，結合花蓮偏鄉產業的地理條件，經由網路行銷誘發其經濟行為，增進地方創生的可能認知，使在地青年能提升對在農特產品及原民文化的認知。</p> <p>第二是線上及線下的虛實整合互動模式，4月15日，揆眾展覽公司藍瑋琛副總經理在台北線上指導，會議網址是 https://meet.google.com/nnk-refi-rur，計畫主持人蔡顯榮及四維高中商資學群朱志騰主任在花蓮實體指導，建立本計畫新式樣的執行模式。讓地方青年探觸到品牌的認識不再只有單向平面的維度，透過線上線下活動整合，增加與受眾的雙向交流及互動，為企業帶來加乘效益，絕對是各企業品牌高度期待能夠達到的行銷境界。</p>
<p>活動回饋 與成效</p>	<p>● 與會人員意見與回饋</p> <p>吳子靜表示，與老師開完會後，即便我們組覺得活動規劃看似完美，但老師給我們的建議依舊很給力。揆眾展覽公司藍瑋琛副總經理考驗我們一個問題，如果活動期間下雨了怎麼辦？這時我們才發現雨天備案的重要性，這會涉及到整個活動的動線、設施、物資及人員，簡直是一個新活動的籌辦，討論時我們組員愈聊愈害怕，心想還好有老師提醒，不然我們的規劃可能就付之流水。同時我們還明白到，活動進行過程中要將整個所有過程用影片與照片的紀錄方式呈現，才能於會議檢討及改善，優化下一次的活動設計，今日的研習真的令我受益良多。</p> <p>徐文儀表示，研習中蔡老師跟我們分享，有研究顯示(Google 調查)，有82%的手機用戶表示在購買新產品前會先參考網路上的評價，或是之前消費者的使用經驗。舉例來說，請購買過的顧客給予優良評價，然後下次購買即可享有優惠等誘因增加評價數量和質量。讓我們明白如果要建立社群網頁不單單的只是貼圖、發文而已，還要留心社群網頁下的留言及分享，因為使用手機搜尋評價時通常都只會快速瀏覽，所以要把最精華的重點放在標題，可以一眼就看到，內文則要使用平易近人的文字敘述，讓消費者可以馬上理解產品的獨到之處，這我們明白如果要建立「愛的誘惑」粉絲專頁，要隨時留意文章下的留言及分享，很有道理的。</p> <p>葉庭華表示，我們組開始著手進行的活動規劃，開始感覺到大家都慢慢有抓到做事的方向了，即便一開始大家都不熟練，這個時候才是主任會願意跟我們聊的地方，不然一直原地踏步大家都做不下去。在討論到社群網頁該如何</p>

吸引人時，大概是我們見的世面不夠多，呈現的素材都很直接且不確定適宜不適宜、想的方向也是不知道深還是淺，這種作法有點是自己看爽、卻不知道他人的感受，說不定辛苦作完還十之八九會被打槍，所以才需要跟主任、業師來討論才能知道更多，目前雖然還是在落後的階段但就是盡我們所能把目前能做的做到最好。

藍瑋琛表示，各位可以想想自己或家人或朋，購物時是否會受到鄰近親友的消費行為影響，當你猶豫要買哪家產品時，會不會先看看朋友或家人有沒有推薦的品牌，或是有在追蹤的粉絲專頁，把這些當作參考標的。舉例來說，現在 Facebook 上流行的抽獎活動，參加資格就是要按粉絲專頁讚，並標註幾位好友，使粉專知名度擴張。大家可以參考這樣的操作模式導入自己的未來在推動柚香產品時，是不是也能經由增加與消費者的互動，善用社交圈的力量提升品牌知名度。再說如今疫情發展會如何？大家也要開始思考運用自身的網路資訊能力，結合線上線上的數位展覽或虛擬展覽操作，擴大自媒體影響力，畢竟這股網路行銷趨勢不可擋，學生應加速學習如何運用網路技能於地方創生的工作上。

朱志騰表示，三次的課程研習下來，看見學生的學習成效，從一開始大家都沒有頭緒，經由前次台灣連鎖加盟促進協會柯建斌副秘書長，及這次揆眾展覽公司藍瑋琛副總經理、宏國德霖科大蔡教授的指導，學生開始有了一些思緒，而且還挺有創意的，以『豐·美』為例，學生能建構跟阿美相關的文化、飲食、服裝，以及最不能遺漏的母語，在活動設計是最直接代入阿美族與豐年祭，含意想表達的很多，這詞是形容女生代表著阿美族為母系社會，想讓我們設計的展覽可以讓大家更認識了解阿美族，結合阿美族的特色食物、簡單的問候語教學、傳統服飾體驗，還有更不能錯過的文化阿美編織等，簡短有力的讓大家知道我們設計一個「豐富的阿美族」展覽，今年非常期待。

蔡顯榮表示，猶記得瑞穗鄉鶴岡村村長余新德曾表示，文旦產銷受節日影響頗大，地方俗語「中秋節前一顆 30 元、中秋節後一顆 3 元」，反應果農看天吃飯的心酸。此次線上社群建立與經營活動，受在許多在地人士的關注，由地農民帶領大學生與地方青年，共同投入鶴岡文旦柚的採收、洗滌、削皮、浸泡等調研，發布於粉絲專頁上，可以直接使農民獲得經濟上的助益，是挺好的計畫。FB「愛的柚惑」粉絲專頁建立，使原民青年可以借網路電腦能力，讓部落的網路行銷工作快速成長起來。另外，除了 FB 以外，LINE 的流量也

愈來愈大，而且有超過 FB 的趨勢，許多品牌或電商已不能無視 LINE 的存在，LINE 的功能也不是只通訊，還能交友、付款、叫車、廣告...，所以我們在設計社群網頁之餘，要著手構思在 LINE 平台上露出，可以創造更多的網路行銷效果，但其中涉及許多繪圖技巧、社群工具應用、產業知識，這些都有賴團隊學生進一步的研究，讓網路行銷無所不在。

活動剪影



4 月 8 日計畫主持人蔡顯榮再次與在地青年-四維高中學生座談，除廣宣 USR 計畫精神外，並探討線上社群行銷團隊的建立，以愛的誘惑為形象主題。

分組討論過程中，進行 FB 粉絲專頁的運作及維護三個面向與大家交流，並規劃未來將執行活動能發布於粉絲專頁上。



學生分組心得分享，分別就地方產業特色進行規劃，以旅遊景點、地方美食、原住民文化體驗三方面進行探討。

地方美食組在學習心得分享中，表現突出，在評比後以優秀勝出，奪得此次線上社群建立與社群模擬的第一名。



4月15日計畫主持人蔡顯榮再次與在地青年-四維高中學生座談，此次以4月8日學生為班底，對粉絲專頁-愛的誘惑-進行再調研。



學生仍就以旅遊景點、地方美食、原住民文化體驗三方面進行探討，並為對外廣宣花蓮的三個主軸，計畫主持人從旁指導。



4月15日，受疫情影響，揆眾展覽公司藍瑋琛副總經理在台北線上指導，線上會議中提及在疫情當下，數位展覽或虛擬展覽的趨勢不可擋，學生應加速學習如何運用網路技能於地方創生的工作上。

學生結合線上及線下的課程，可以同時汲取雙邊知識，同時為粉絲專頁建立進行實際測試，期待新一期的USR計畫能在地方新血注入後，有一番新風貌。