

柚香傳情產業創生計畫 - 線上社群建立與經營

活動時間	110 年 8 月 1 日~10 月 31 日
活動地點	FB 愛的柚惑粉絲專頁， https://www.facebook.com/103380601915030
主持人	蔡顯榮
活動內容	<p>● 活動進行方式與內容</p> <p>此活動是延續 7 月 8 日及 22 日的「柚香文化體驗與地方故事採集」之結案反思，並經由 8 月 13 日「柚香產品及遊程社群行銷」及 9 月 4 日「業師經驗分享與課後指導」之建議活動，由學生自組團隊所進行之 FB「愛的柚惑」粉絲專頁建立，目的是希望經由網路行銷來拓展柚農的產銷。</p> <p>活動進行採分組方式，一組人負責地方調研及資料採集，一組人負責美圖設計及 LINE 貼圖申請，一組人負責 FB 粉絲專頁的運作及維護，將以上成果發布於 https://www.facebook.com/103380601915030 粉絲專頁上。感謝地方人士先針對前期所執行的柚香清潔劑製作、設計清潔劑包材、柚果紙箱的設計製作進行滿意度報告，這些人士包含：余新德村長，鶴岡社區發展協會的頭目、部落青年、農民，及鶴岡國小游可如校長及師生與家長，以充實本計畫的活動素材及靈感，還有由業界人士針對網路行銷的故事性進行點評，點評的重點在網路行銷的網頁路徑、網頁內容、社群運作，尤其在 line 貼圖的製作上，討論更是精彩。</p> <p>● 重點與助益</p> <p>期間經由威典展覽公司副總經理邱志豪、瑪思整合行銷總經理彭鼎堯、台灣連鎖加盟促進協會副秘書長柯建斌這幾位有實際運作網路行銷的業者進行業務諮詢與講解、面授機宜，並經由紀順耀、陳盈璇、陳青枝、楊聰賢、顏華吟、黃淑美等業界人士的經驗分享，使地方人士能快速接軌網路行銷技能。而隨同的學生在與企業人士的互動過程中，以實作方式取得網路行銷知識及技</p>



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，是本次活動的最大收穫。

● 與會人員意見與回饋

◎在「社群網頁的建立」方面-建立 FB「愛的柚惑」粉絲專頁

該粉絲專頁帳號：<https://www.facebook.com/103380601915030>，目前已有近 500 位的粉絲，其中女性粉絲佔 49%，男性粉絲佔 51%，粉絲主要集中在花蓮地區佔 52%，其次是新北地區佔 27%，第三是台北地區佔 10%，此外還有桃園、高雄、台中、宜蘭等地區的粉絲。如下圖：



近期主要的的互動貼文有：傳統家屋、USR 影片競賽、萬聖節變裝，分別有上百人次的觸及及互動，獲取四百多則的粉絲專頁按讚次數。如下圖：

活動回饋與成效



◎在「LINE 貼圖」方面-建立「愛的柚惑」形象海報及貼圖

USR 團隊訪談地方農民，發掘與柚子相關的故事題材，不論是放在社群網頁上，都可以促進柚子產銷的亮點，也可以達到與其他柚農的產品區隔，於是團隊研發 line 貼圖，因為現在大家都會使用 line 貼圖，拿 line 貼圖來作贈品或文旦行銷意象是不錯的促銷方式，這些 line 貼圖具有時事梗、平常會用到的文字，讓大家會產生共鳴，同時可以不只一個版本，對計畫的執行及學生

能力的提升具有一定的價值。

有鑑於國際間 line 通訊軟體的使用普及，已有不少個人或企業利用 line 從事商業運作，本計畫已有許多好的故事題材，社群網頁也開始建立，如果能夠進一步在 line 的平台上露出，可以創造更多的網路行銷效果，但 line 貼圖涉及許多的繪圖技巧，還有對社群工具應用的產業知識，這些都有賴團隊學生進一步的研究，讓網路行銷無所不在，於是團隊分三組，一組負責地方調研及資料採集，一組負責美圖設計及 LINE 貼圖申請，一組負責 FB 粉絲專頁的運作及維護，大家分工進行。

防疫海報，如下圖：



愛的誘惑 LINE 貼圖設計，如下圖：



◎在「地方行銷」方面：

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。

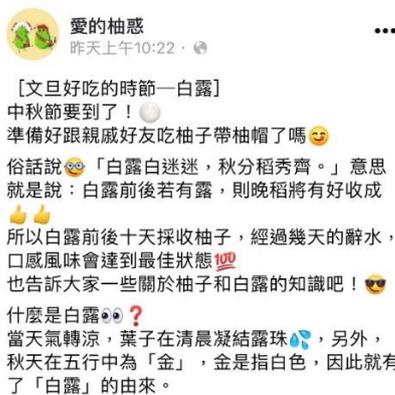
鶴岡社區發展協會何碧貞女士表示，今年因為疫情關係許多部落青年沒有回到原鄉，他們可以透過網路方式關心原鄉，是挺不錯的方式，這二年蔡教授帶許多大學生來到部落，從去年的清潔劑製作，到今年的柚香禮盒推動，及FB「愛的柚惑」粉絲專頁建立，這些都是我們地方想做卻沒有能力做的事。原來一顆柚子經過包裝、行銷，有機會一顆30塊變50塊，而中秋節後把它製成清潔劑，價格更可以高到100塊以上，這些方法我們不是不知道，而是沒人教我們，這次趁疫情使原民青年可以借網路電腦能力，讓部落的網路行銷工作快速成長起來。

● 活動反思檢討

FB 粉絲專頁及 LINE 貼圖已被廣泛使，使用者可以節省打字的時間，也可以更精確地表達自己當下的心情。能使用平常的用語作為貼圖素材當然很好，不過宣傳的部分還是很重要，貼圖裡加上一些諧音、時事梗，或者在其他系列裡可以加入有節日氣氛的貼圖，效果會更好。

文字傳達已不敷使用，網路上的文字傳遞無法真確的表達當事人語意，有了貼圖就可以依照貼圖的文字及表情，能夠幫助對方稍微了解要表達的語氣，對方也不需要猜測就能明白了解，那設計就是重要關鍵，要能夠設計有特色或有時事梗的文字及符合文字的表情圖畫，這點可以善加運用，如果能配合節慶出特別版貼圖，也可以收到不錯的效果，這點可以大家在後續的工作中集思廣益一下。

活動剪影



「愛的誘惑」粉絲專頁 PO 出活動訊息，透過社群平台的力量，觸及更多受眾，以達到推廣鶴岡文旦的目標，進而增進購買量。

「愛的誘惑」粉絲專頁 PO 出產銷訊息，協助農助推廣文旦及文旦清潔劑，藉此觸及更多受眾，以達到推廣鶴岡文旦的目標。

愛的柚惑
9月7日下午4:44 · 🌐

阿爸、阿母 我們上電視了~~
因為我們用心的為地方付出。
希望能為鶴岡地區盡一分心力！
所有辛苦的夥伴們！
讓我們一起讚起來~~

#鶴岡阿美實小_讚讚讚
#花蓮四維高中_棒棒棒
#宏國德霖科大_強強強
<https://youtu.be/5DY0kNrfORc>



YOUTUBE.COM
20210906 07 宏國德霖科大USR義賣文旦 助
鶴岡阿美實小

愛的柚惑
11月9日下午8:51 · 🌐

這是愛的柚惑團隊
今年所製作的成果影片👏👏
請幫忙動員為我們按讚👍👍
記得要看10秒鐘哦🙏
影片全部看完可以了解我們這一年的成果唷👉
https://youtu.be/k5-Hu_T07Uk



YOUTUBE.COM
【宏國德霖科技大學】110年USR學校形象影片
競賽_作品投票 | 編號12.會展活動管理系：...

「愛的誘惑」粉絲專頁 PO 出團隊學生上花蓮
地方電視台受訪影片。

「愛的誘惑」粉絲專頁 PO 出團隊學生參加
USR 微電影競賽成果短片。

為方便大家測試，這個版本目前未設定必填選項，經大家同意後才會設定並公開，謝謝大家！
下午 1:37

112 四維日文 Nikko
我覺得精簡很多，而且也照了姐姐和主任老師的要求，一頁到底，並且價格清楚一看就懂，我覺得很好，非常謝謝老師，也辛苦老師了
下午 1:52

徐文儀
實際用起來相當方便。
我覺得這個版本就可以直接用了，很清楚。
下午 2:11



已讀 6
下午 8:02

已讀 6
下午 8:02

謝謝各位今晚蒞臨會議
已讀 6
下午 8:02

其實我覺得把線上會議 Po 一篇在粉絲專頁好像也不錯
已讀 6
下午 8:03



一大早就接到詢問清潔劑的電話
上午 9:04

已讀 6
上午 10:19
實在太棒了

已讀 6
上午 10:20
真正的與地方結合的專題製作

已讀 6
上午 10:21
能借轉發嗎



已讀 6
上午 10:21

計畫群組中師生互動討論過程截圖