

柚香傳情產業創生計畫 -微學分開設-線上社群經營與行銷

活動時間	111 年 3 月 22 日星期二 12:00~16:00，及 3 月 25 日星期五 09:00~13:00
活動地點	會展 301 及 304 教室
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 本計畫為豐富學生多元學習管道，使其能進行自主、跨領域學習，並透過實作、社會實踐及移地學習等行動學習理念，藉以養成主動思考、社會關懷態度，以及問題解決能。並為執行 111 年度高教深耕計畫-辦理「善盡社會責任面向-推動大學社會責任」之「偏鄉創生之柚香傳情產業創生」計畫，擬以會展活動管理系學生為基底，進行「柚香傳情產業創生延伸技能 3」的微學分培養，以建立大範圍的會展活動能力。 由會展系蔡顯榮教師規劃，邀請欣奕隆整合行銷公司總監楊宗錦，以過來人身份，可以貼近年輕人的學習需要，講述「線上社群經營與行銷」6 小時系列課程。期待透過此培力課程規劃與訓練，讓學生瞭解充份運用自身所學，開始構思地方文化與商務活動的關聯性，並在網路上帶動人氣，激勵學生學習成就，也為「偏鄉創生之柚香傳情產業創生」計畫建立紮實的網路影響力。● 重點與助益 偏鄉產業創生工作，不能僅是將偏鄉產業產品、服務創造出來，還必需透過推廣、行銷的方式讓世人知道這個偏鄉產業產品、服務的存在。例如 花蓮地區有很多農特產品，觀光旅遊資源亦相當豐富，但是這些好山、好水、好產品如果不能轉換成產品或服務，就不具經濟價值，即便轉換成產品或服務有了經濟價值，如果没有好的行銷管道，其創生工作亦是事倍功半。 經過前二期 USR 計畫的執行，第三期 USR 團隊學生們已明白位處偏遠地區的農特產品或服務要進行推銷或行銷，不能僅仰賴平面媒體、廣播媒體、電視媒體，現今有了網路媒體後行銷工作已經可以經由官網、部落客、FB 等工具快速傳播，加上近幾年掀起的網路商店、直播主乃至於潮品牌的小眾經營模式，雖說小眾但匯集的人氣已不容小覷，且顧客的忠誠度之高、回購力之強，令人重視。但這樣符合潮流的傳播工具，實難成為一般大學的必選修課程，理由是現實環境發展快速、理論架構還不完整，師資多是現實環境的達人、不具高深學歷或職等，於是乎學生必需

在課外環境中、以次文化的方式學習，並在現有的知識基上-網路直播主技巧、網路商店經營實務、線上潮牌活動創意構思，進一步學習進階課程實有必要。

● 與會人員意見與回饋

莊同學表示：今日請了演唱會的總監來當講師，在上課的內容中有提到關於社群平台投放廣告、如何吸引客群...等等，還有關於演唱會請來的歌手，會依據當下當紅偶像請來演唱，且會隨著年齡層的不同，喜歡的偶像歌手也會隨之改變，所以必需時刻關注市場動向。那在後續講述自己的心得或是提出問題時，我問了總監：關於聘請不同的藝人他伴隨的客群也會隨之不一樣，可能會有小孩、青少年人甚至再到老人家，那他們消費的金額肯定都會不一樣，所以要如何去抓取每個客群對於價格的區間值？總監也說，這個就關乎到剛剛所講的社群媒體的投放，在點擊廣告觸擊的過程，像 FB 就會幫你整理好點擊人數之類的東西，可以依據那些資料來去判斷跟評估。

游同學表示：這次的演講很精彩，到最後的 Facebook 和 Google 是讓我最有興趣的地方，從以前看 Google 和 Facebook 就在想，為什麼要用這麼多廣告，用了廣告會先跑出誰的，在這次的演講讓我了解了非常多，還有 Youtube 的廣告，因為瀏覽人數多，自然會有廣告業者花錢請他們貼廣告，甚至有業配，讓知名的實況主來宣傳自己家的產品更容易被看見。

陳同學表示：非常感謝老師帶給我們這麼好的演講，我本人對演唱會活動一直都很有興趣，在聽完老師的講解後才發覺其實演唱會不是想像中簡單，包含的過程有很多，今天老師也跟我們提到關於 Google 和 FB 的區別，我才意識到原來網路行銷沒那麼簡單，我們往往只看到表面沒有看到實際的一面，我家自己有在做生意所以網路行銷對我來說還蠻重要的，對我們家做生意方面有很大的幫助，希望之後的實習有機會可以跟著業師一起去闖闖，剛因為人太多所以才沒有過去聽。

許同學表示：謝謝老師這次上課找了一位演唱會公司主辦方的總監來為我們演講，總監這次主要是在講說網路行銷的重要和需要如何行銷，需要用什麼樣的手法才會讓消費者買單並且知道這個訊息。在結束後總監也有講關於他們公司的一些事情，像是你會寫企劃是一件很重要的事情，如果不會寫也沒關係就是要去試試看，不要被怕打槍，就算打槍也是你學到的東西，你下次寫企劃就會比較知道要往哪個方面寫。然後還有不懂的地方就是要問，不要不懂就傻在那邊，然後最後是你有什麼想法就寫下來，說不定你的想法是別人還沒擁有的。

陳同學表示：聽了這次的演講，了解到在廣告的投放上除了有經費預算，還有

活動回饋
與成效

投放在哪個平台這些都會影響到最後出來的宣傳效益，除了圖片廣告外，影片廣告中的文案還有旁白都是非常重要的，在活動上文案是必不可少的，在這方面我還需要多多加強，透過網路上的案例做參考練習寫出緊扣主題有引人注目的文案。在廣告投放上也會因為目標客群的不同選擇的媒體有所不同，需要時常觀察市場的變化，了解現在消費者喜愛的社群媒體，才能對症下藥，除了消費者，廣告的平台的行銷方式，也需要深度了解，這些都是我還要在多學習和多研究的部分，養成多關注時事新聞的習慣。

蕭同學表示：此次主任邀請了演唱會的總監來分享關於演唱會另一個層面的事務，演講過程中有提到如何吸引更多客群，我想這方法不只適用於演唱會宣傳，我認為這是任何產品都適用的宣傳模式，需要了解自己產品及產品市場動向，從而設定目標年齡層，並針對年齡層需求對症下藥，才能夠有效吸引消費者。另外我們也從中了解了演唱會主辦單位應該要考慮的面向以及注意事項，在舉辦前後的宣傳、現場的軟硬體調整、動線的安排、時間配置與交通等問題也是非常重要的。

王同學表示：這次主任邀請了，演唱會的主辦單位來跟我們演講，演講內容是關於演唱會的一些大小事情，還有一些行銷內容、演唱會怎麼宣傳，在哪裡投放又有哪些差異呢！Google和FB投放的廣告又有哪裡不一樣呢？這個時代投放廣告不再是書面報紙、宣傳車、電視廣告了，現在人手一台手機，很少年輕人會再去開電視，家裡也不再訂報紙得知消息，而是利用手上的手機來獲取這些消息。現在會開電視來看的老年人居多，所以現在打開電視看的廣告都是賣健康食品居多，而年輕人在利用手機的時間比較多，打開網頁、App看到插入、植入的廣告大部分都是潮流的東西，藉此可以以上行為來區分年齡群。

活動剪影



欣奕隆整合行銷公司總監楊宗錦，以過來人身份，講述「線上社群經營與行銷」系列課程。期待學生能將課堂所學應用在 USR「偏鄉創生之柚香傳情產業創生」計畫中。



課後學生與楊總監座談，經由近距離的 QA，將此培力課程規劃與訓練，給學生瞭解要充分運用自身所學去構思地方文化與商務活動的關連性，並在網路上帶動人氣。



楊總監表示，社群媒體的投放，在點擊廣告觸擊的過程，像 FB 就會幫你整理好點擊人數之類的東西，可以依據那些資料來去判斷跟評估。



課後學生上台心得分享，認為今日課程可以應用到不同學行銷層面，只要了解自己產品及產品市場動向，從而設定目標年齡層，並針對年齡層需求對症下藥，就能夠有效吸引消費者。