**Facebook 開心農場—置入性行銷與服務失誤補救**

1. **依據開心農場所推出之置入性行銷活動，分析這樣的設計具有那些優點？在社群行銷上 具有那些意義？**

結合飲料與遊戲，能夠吸引原本只是喝飲料的的一些消費者來玩開心農場，也能讓玩家為了在遊戲中有更好的表現而購買更多的飲料，這樣子能夠使兩個市場有更多的交集。

1. **在個案中，有那些影響罷玩與衝突的重要關鍵事件？面對這次事件，您認為開心農場犯 了那些服務失誤？這些失誤有那些特性？**

我覺得最嚴重的問題是遊戲商的處理方式是為了維護美麗果而沒有通知玩家就進行遊戲中肥料的漲價，，對於這些無預警的更動且幅度有很大對於玩家來說對遊戲會有很大的疑慮。

1. **為何網友會有如此激烈的反應？您認為開心農場的服務補救決策與措施有那些錯誤？**

一開始應該要先發公告且直接停止美麗果可以使用肥料，等到內部調節完最終的處理方式，在統一發公告給玩家且派發一些補償的物件。

1. **如果您是廠商的管理高層，未來會如何管理置入性行銷活動？會持續進行那些服務補救 決策與措施**？

我覺得廠商的方面對於遊戲所給的活動不夠了解，且對於活動流程也沒有確認，才會導致該漏洞存在，若是要補救可以提高每周的抽獎人數且讓獎品豐富一點。