**ㄝ Facebook 開心農場—置入性行銷與服務失誤補救** 105AB0015資財四甲 洪郁瑄

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？

我認為這個置入性行銷其實滿跟遊戲相關的，因為美粒果本身就是水果飲料，而開心農場是要種植農作物或水果，所以有很大的關聯。在買這個飲料的時候就會想到開心農場。而且開心農場推出了專屬於購買美粒果才會有的作物或是裝飾造景等，會讓死忠玩家們非常想要購買。因為這些都是期間限定，如果沒買到也不會復刻了，加上購買美粒果的費用又不高，這些好處會讓玩家們更願意去購買。我認為會加深兩品牌的知名度。美粒果的粉絲在買飲料的同時看到開心農場的廣告，可能也會想去玩這個遊戲。而開心農場的玩家們可能沒喝過美粒果，但是可能會為了虛寶而去購買，也許就會變成美粒果的粉絲。

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？

我認為它悄悄的改動了肥料價格,將急速化肥的價格從1,000 元更動成 11,000 元以及高速化肥從 350 元漲成了 2,500 元還加上開心農場論壇小編不管玩家的怒氣硬是把抱怨批評文都刪除是影響罷玩與衝突的重要事件。我覺得它犯了對玩家隱瞞加上拖延的錯誤。它應該在浪頭時趕緊出來道歉並發聲明，因為偷改遊戲數據價格已經是一件讓民眾憤恨不平的事，沒道歉反而刪文根本就是火上澆油，只會讓玩家們更生氣。所以我認為服務不周到。特性就是推托責任很快。

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？

身為一個愛玩遊戲的廢宅，我最討厭的就是遊戲暗改數據資料及價格。這會給人一種觀感不好的fu，覺得為什麼要這樣偷偷改而不直接說，加上如果我去留言反映反而被刪留言會更加不開心，認為公司是貪財逃避問題，玻璃心不願意接受批評指教。而且遊戲主要是靠課金玩家來繼續經營下去，所以平衡要抓得很好，課金玩家為了這個遊戲課下大筆金錢，卻有了被耍的感覺，就不會想再繼續玩下去了。但是無課玩家也要照顧好，因為他們都是很有可能課金的族群，如果讓課金玩家變得太強就會讓人覺得遊戲只想要賺錢不給無課玩家生存的空間，也就會減少玩家數量。而開心農場的補救與措施就只是告訴玩家先暫時不要使用到跟美粒果有關的作物並暫時下架，讓人覺得很沒有誠意。

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？

對於置入性行銷活動我會比較注重在遊戲平衡上，例如可能得到的道具只是美觀用而不是增強性能，就像有些遊戲在置入性行銷上採取購買後會得到特殊的物品，但只是好看，對遊戲的強度沒有任何影響。如果在置入性行銷上顧客感到不滿意，我會傾聽他們的說法並想辦法改善，也會給予各玩家們適當的補償，例如補發送別的道具等，讓他們知道我們廠商還是有在參考民眾的意見的。