**國立臺北科技大學 資訊與財金管理系碩士班**

**管理資訊系統—Facebook開心農場—置入性行銷與服務失誤補救 108.12.07 HW-9**

**研究生：107AB8024林怡臻 指導教授：王貞淑**

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？**

其實一開始出現這種置入性行銷，會覺得廠商很聰明，可以讓消費者在觀看時，無聲無息將產品訊息放入我們腦中，而不需要你刻意前往了解產品，也不會有電話或業務專門出現在你面前刻意介紹，而是讓你在做原本喜歡做的事再添加他們的行銷手法，把產品自然而然出現在你眼前，可以讓消費者增加印象或好感。置入性行銷的方式越來越多元化，也要考慮主要的介面與要合作的商品必須自然的融合，才能達到廠商所想要的效果。

像是 Facebook、Instagram、LINE等各種社群媒體已經離不開大家的生活，因此透過廣告視窗、遊戲、音樂、短片，置入行銷於各種產品，讓消費者有另一種得知產品資訊的管道，算是一種最貼近人們的行銷手法。

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？**
2. 一開始因為聰明的網友想到了快速在遊戲上獲利的方法，而官方就悄悄更動肥料價格。
3. 然後面對網友論壇上的抗議，官方置之不理，還不斷刪文。
4. 農作物資料發生錯誤
5. 種子、金幣與等級莫名遭到扣錢與降級。
6. 危機處理動作太慢。

以上種種引發民眾不滿的關鍵事件，總歸都是開心農場官方一開始並未積極處理，而且網路動作很快，一些失誤的資訊都會擴散到讓所有人與媒體知道，不是刪文就能處理，所以只要有消費者有些不滿，都應該關注。

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？**

因為當時已造成轟動的熱潮，許許多多的人連在上班或是造成身體健康問題都堅持要巡視他們所在FACEBOOK的菜園，許多人會加入臉書也是因為這個遊戲，還可以是與朋友之間的話題。當他們在如此沉迷的狀態卻發現辛苦奮鬥的等級莫名降級，一定會產生不滿。

**補救決策與措施有那些錯誤：**

* 1. 消極態度。
  2. 動作太慢。
  3. 把問題推給網友用外掛程式，在加入置入性行銷前，卻沒有事先想好總總可能會發生問題的措施。
  4. 系統與伺服器應該要做好，隨時更新。
  5. 要調整價格不應該是偷偷更改。

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？**

我會在引進其他產品行銷時，會先請底下同仁組個團隊，思考如何行銷卻又不造成反感；以及在遊戲的世界裡，這些方案的合理性與可行性，不讓網友失去的他們的權益。

我與團隊會持續關注動靜，並請專業系統維護人員定期維護更新。讓日後置入性行銷的活動記取這次教訓，不再重蹈覆轍。