**Facebook** 開心農場— 置入性行銷與服務失誤補救1

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?

ANS:

a. 置入性行銷這是很棒的行銷手法，可讓消費者在未來會無意識的就會主動購買,以來自星星的你就是最好的例子,韓國你就會想到喝啤酒加炸雞是絕配,這在以往大家不會這麼認為. 在當時這養的置入性行銷行先進也很聰明,它們找到當時最夯的開心農場且玩開遊戲的人口達500多萬人,這樣的行銷手法是讓消費者如果要早點收成最好是去買美利果收集瓶蓋序號並可參加抽獎送農民幣讓消費者在不知不覺中對美利果印象深刻.

.b這在行銷上讓品牌意識無意識的在消費者心中生根,相信以當初的開心農場人數讓美利果市佔率增加非常也減少更多的其它廣告成本.

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?

ANS:

a.2009 年 11 月 5 日當許多網友紛紛討論分享著種植怎樣種類的美粒果獲利最快時，開心農場 官方察覺此問題已越來越嚴重，開始進行系統調整，當天下午 5:30 悄悄的改動了肥料價格，其 中“急速化肥”的價格從原先的 1,000 元更動成 11,000 元，“高速化肥”則是從 350 元漲成 了 2,500 元，原本是想針對種植美粒果作物的農民修改，沒想到造成其他種植非美粒果作物農 民的成本也大幅增加。 隨著大量上班族、學生回家，發現肥料漲價嚴重，許多網友群起 前往開心農場官方論壇抗議。但是開心農場論壇人員，不但相應不理，還繼續發動刪文，引來 更大反彈，玩家最後嗆聲:「看你刪得快!?還是我洗得快!」在大量玩家鼓動下，大家不但擠 向官方論壇，還投書蘋果、東森等媒體，整件事情如滾雪球般快速擴大.

b.服務失誤: 將消費者的反饋至之不理已是不應該,竟然還不斷刪除消費者得發文,這使得消費者權益毫無警覺不見外竟然連發表想法及意見都不行

c.失誤有那些特性:直接藐視消費者權益及發言權˙

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?

ANS:

a.在毫無溝通或提前告知直接將消費者的農作物消失與被迫降等級.扣錢等的事件 ,同時有些漲價超過原來的10 倍,這也影響到沒種值美利果玩家的權益,還有很多的消費者當出為了序號我想應該長期每天都喝美利果也花費不少金錢並有損身體健康.

b補救決策與措施有那些錯誤?

一開使根本沒心處理問題，而是將系統問題推給外掛使用者，表示系統會出現問題，是因為有網友利用外掛程式， 來刷新美粒果賺取金幣並洗版，要求網友不要使用外掛程式。

11 月 11 日展開罷玩活動， 面對各方強大壓力，開心農場方做出正式回應與道歉，並發表以下 5 項處理聲明:

1. 化肥問題:開心農場為調整遊戲平衡所作出的調整價格的公告，沒有及時傳達到每個喜愛 開心農場的農友，由此才造成大量的誤會。並非特地為了美粒果的活動而更動，但是一定 程度上影響到了本次的活動和玩家的體驗。化肥和美粒果會下線兩天，週四會重新陸續上 線，屆時會調整相關參數，請農友們關注。
2. 無法兌換農民幣問題:消費者若購買美粒果產品後輸入序號，兌換農民幣時出現問題，請 保留序號直接播打「可口可樂」服務專線即可，不要再到工廠登記，「可口可樂」客服會 協助儘快解決您的問題。
3. 作物變異問題:11 月 5 日晚 10 點半到 12 點之間，部分玩家的美粒果作物發生了變異。經 開心農場開發團隊的整宿努力已經完全恢復正常。對於這次的作物變異，我們後面也會做 一些活動來補償我們的農友，敬請關注。
4. 最近兩天(一直到我們再次上線美粒果之前)，請大家儘量不要種植美粒果種子，以免又發 生不可預測的問題使您損失。現在已經種植的，請繼續種植等待收穫。
5. 伺服器問題:針對目前系統的不穩定情況，我們已經加開新的伺服器以提升速度，並一直 改進我們的遊戲品質，也希望所有玩家不吝賜教，讓開心農場永遠開心。

2009 年 11 月 13 日，網友發現:「開心農場經過一波三折更新後，急速化肥終於如 願以償，再度回到商店，價錢也令人吃驚的毫無任何變化!美粒果作物則如同預料的，全部加 長了生長週期，這使得一開始出現美粒果作物而跟著出現的口訣“急急普急急"成為絕響......」 (天使 2009c)，罷玩的活動也未再持續.

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?

ANS:

a.以本例而言, 由於客戶數多達500萬,前置的每個細項應該經過更嚴謹及精細的推導,而非是實施一陣子後發現可能有漏動再無預警的擅改.

b. 發再撥一些資金給續玩的玩家最圍限期限量加碼活動將原本遺失的客群找,尤其在信心這方面.

決策與措施：將這次不尊重客戶這些人予於小的懲誡,並寫標準sop讓未來發生類似情形就算主管不在知道該如何處理. 同時成立緊急應變小組及公關, 期望以後勿再做出此失舉的行為.