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？**

(1)遊戲內容和美粒果完美結合，不單單只是播放廣告，而是將美粒果果汁的口味原料轉換成遊戲內的農作物，讓玩家在遊玩同時也會注意到該廣告商行銷的商品。政治大學廣告學系祝鳳岡教授提出遊戲置入的三大要素：將遊戲設計、促銷方案、實體通路等三者互相呼應，可提高遊戲廣告帶來的商機，同時，這樣的行銷方式也可以使玩家、廣告商、遊戲官方三者一同獲利，得到彼此想獲得的利潤與成就感。

(2)可以增加美粒果的曝光度，遊戲內直接加入美粒果的水果種類，會使更多民眾注意到這項產品；也可使民眾提高直接導購的意願，民眾未來在超商注意到這款飲料後，就會有增加購買意願的可能，進而讓飲料商提升銷售業績；利用開心農場遊戲的置入式行銷方式，還能獲取潛在客戶，可以達到一傳十、十傳百的口碑行銷。

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？**

(1)擅自更改跟玩家(客戶)講定的遊戲規則，耍小聰明把原本的遊戲機制越改越亂，導致玩家引發罷玩，再來，被玩家們發現竄改肥料價格後又不勇於承認自己的錯誤，引發更多的不滿。

(2)官方若想使用置入式行銷的方法，就應該要先衡量好置入式行銷後會帶來的利潤與風險，而不是等到出事情了，才偷偷做對自己有利的補救措施，這樣只會讓玩家更反感。

(3)不顧及民眾感受，也等同於不尊重自己的客戶，對於任何類型的公司來說，客戶就是我們收入的來源、是我們的再生父母，玩家們要的不過就是一個誠懇的交代與尊重而已。

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？**

(1)因為官方發覺民眾獲利速度實在太快，在沒有發布任何遊戲改版公告的情況下，擅自更改肥料的價格。

(2)在事發當天不顧民眾感受發動刪文舉動、而事發隔天雖然發出相關公告，但卻沒有承認自己的錯誤，反倒將錯推給外掛使用者，說有網友意圖不軌利用美粒果相關作物來轉取大量金幣。

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？**

(1)要保持自然而然、印象深刻又能增加好感的置入式行銷活動，若要和手遊結合，就不能單單只是在遊戲進行中播放相關廣告，而是要像開心農場與美粒果合作的推廣方式一樣，直接讓產品融合於遊戲中。而在遊戲正式上線前，也要先評估遊戲廠商與廣告商之間的獲利原則、遊戲規則，至少要先有個試玩期、或是試用的玩家，才不會導致產生太多超出預期以外事件。

(2)一定要有補救的活動，來彌補對玩家的損失，玩家已經對我們很失望了要極力挽回他們，不然很可能玩家連原諒的機會都不給我們。像是農作物限時大特賣、推出特定期間的稀有產品、美粒果果汁也可以當作關卡突破或是等級升級的實體兌換獎勵。