**管理資訊系統 作業九**

**Facebook開心農場 - 置入性行銷與服務失誤補救 心得**

**108AB8016 資財碩一 賴友新**

**心得（問題回答）：**

**問題一： 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哪些優點？在社群行銷上具有哪些意義？**

根據這樣的置入性行銷，就當時來看，與過去常見的置入性行銷不同，過去常見的置入性行銷有電影置入、戲劇置入、電視節目置入以及新聞置入，鮮少有遊戲當中置入的商品。我認為創新性算是相當足夠，並且切中熱潮，並也透過與自身產品有相關聯的部分(水果種植)去做串接，而並非不符合邏輯的加入置入性廣告。如果不是在遊戲平衡上的計算出差錯，這樣的置入，我想在當時成效應該是會相當不錯。

**問題二： 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？**

我認為在此次個案當中影響罷玩和衝突的重要關鍵事件，是在於臉書官方更動遊戲內部虛寶價格時，並沒有一個很好的理由，並且也沒有作出公告，告示玩家變動的部分以及原因。在事件爆發後，臉書官方並沒有很快速的做出回應，甚至做出錯誤的決策，例如相應不理，默許官方人員主動刪文。

**問題三： 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？**

就如同上述所說，臉書官方並沒有及時的做出回應，並也消極的透過刪文的方式想處理這次的事件，而導致網友認為被當凱子耍，又因為開心農場當時是熱門的網頁遊戲，因此在網路資訊的散佈速度，又比其他資訊來的快，以至於最後批評聲浪無法強硬檔住。

**問題四： 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？**

針對這次的個案，在未來置入性行銷活動當中，不能僅僅用收益來看成效。在新增新的活動時也應該測試是否會影響先前的遊戲平衡或是功能，也就是進行”回歸測試”，在確認系統正常後才可讓這樣的活動正式上線，以避免像這次的事件一樣，因為計算的誤差，導致一連串的錯誤決策及回應。