Facebook開心農場—置入性行銷與服務失誤補救

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？

依據開心農場所推出之置入性行銷活動，可以透過購買飲料得到虛擬寶物，一方面玩家可以得到寶物，另外一方面美麗果公司也能因為此活動增加銷量，達成互惠。透過此置入性行銷，在社群行銷上可以增加資訊的曝光度，口碑行銷以及建立品牌形象。

2. 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.官方開始進行系統調整，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，使成本大幅增加。

2.許多玩家發現自己農田的作物資料發生錯亂，許多高價作物竟然變成低價作物，一些玩家原本購買飲料廠商的美粒果種子，在落地栽培後，卻發生無故消失與被迫降等級的事件，甚至還有玩家在收成後，發現原本應該得到的等級、金幣卻遭「降級、扣錢」。

開心農場不該隨意竄改遊戲數據，造成玩家損失，開心農場的失誤都是因為沒有公告就亂改遊戲數據。

3. 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？

網友會有如此激烈反應是因為長年經營的結果可能在這一次事件就毀了，而且還沒有公告的改遊戲數據，在事發後也並沒有將原本的數據改回來，甚至將錯誤全部推給使用外掛的人，開心農場推卸責任。

4. 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？

在未來的置入性行銷如果是與遊戲合作會更注意遊戲平衡等相關問題，盡量在不影響遊戲玩家進行遊戲中進行置入性行銷，如果有發生像開心農場的事件，會針對玩家進行補償，要修改數據之前會先進行公告。