Facebook 開心農場—置入性行銷與服務失誤補救

108AB8023 資財所 郭軒宏

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？

**農場經營** **3大行銷策略**

1. **以農民幣做為誘因，刺激消費者不斷購買**

善用農民們想要快速升級的心態，因此在活動機制上以簡單的開金蓋即可上網兌換農民幣的方式，鼓勵消費者持續購買。

1. **在遊戲中置入美粒果的視覺，增加消費者對品牌的偏好度**

將美粒果的視覺融入在遊戲的畫面中，在網友進行遊戲的過程中持續的感染消費者，進而增加對品牌的印象與喜好。

1. **在遊戲中帶入產品的特色**

將美粒果的口味與遊戲中的元素結合，讓消費者對美粒果的產品與口味有更深刻的記憶。

1. 在個案中，有哪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？這些失誤有哪些特性？

我認為有三個相關的關鍵事件。第一，開心農場開發團隊在一開始時沒有設定好美粒果農作物的相關參數，導致玩家鑽漏洞快速賺取金幣，發生團隊不樂見的情況。第二，他們發現這類情形時採取調整參數的方式，想透過這樣來遏止玩家這種投機的行為，但是他們調整的卻是肥料的價格參數，影響到了全體玩家。第三，玩家在論壇抗議後，論壇人員卻是刪除網友的貼文，引來網友們更大的反彈。  
這三個都是他們有失誤的地方，但我想影響到後續問題比較有關的是後兩項，這些失誤的特性我認為是他們都**沒有仔細思考、討論後再做出行動**。

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哪些錯誤？

像是調整參數應該調整美粒果農作物的收成時間而不是急速化肥的價格，這樣就能只影響到使用投機方法的玩家，其他玩家不受影響；刪除貼文也是很不尊重網友的作法，明明錯是在團隊沒有事先規劃好導致了這種情形，網友反映後卻將其貼文刪除，讓人感覺團隊是在逃避且不重視玩家的權利。再來我覺得發現問題時，可以馬上公告給所有玩家知道有這樣的情形，並事先通知會在何時進行系統維護及參數調整，讓團隊有時間想想什麼方式能處理的比較完善，也讓玩家做好心理準備，而不是下班或下課時才發現自己權益受損。

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？會持續進行哪些服務補救決策與措施？

首先會看置入性行銷帶來的效益，如不符合預期效益就去分析其原因，找出問題後再調整行銷策略。若對使用者造成損失或是不便，我會先清楚向使用者說明我們接下來會採取哪些相關動作，並在之後舉辦一些活動來彌補使用者們因為該事件而造成的損失，來挽救公司的聲譽。