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？

開心農場是一個在台灣擁有許多使用者的線上平台遊戲，且這些使用者遍佈的族群眾多，在有足夠多的使用者以及使用者的類型非常多元的市場中做行銷我認為是相對容易的，因為在這樣多元的市場中，不論如何做行銷都會成功行銷到一些族群的人，因為這個市場中的人數很多，因此即使只是成功行銷在這個市場中的一部分的人，也是足夠成功的行銷了。

接下來我認為這個置入性行銷的特色是，雖然這個公司主要的產品是飲料，但是他們的飲料有各種不同的水果以及農作物做為主題，水果與農作物會與栽培形成一個很好的聯想效果，因此在置入時不會顯得太過突兀，大家會願意購買產品與使用這些產品附帶的獎勵來遊玩這個遊戲。

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？

我認為在製作線上遊戲的人最需要做到的一件事情就是保值，在網路上遊戲中購買的東西要有維持一定價值的能力，不會因為一次改版以後變得一文不值是很重要的關鍵。這一次的事件是因為遊戲公司沒有注意到這個關鍵，剝削了許多玩家辛苦在遊戲中賺取的紅利造成的反彈，玩家找尋遊戲漏洞尋求更大的遊戲利益並沒有問題，而遊戲公司這樣的行為雖然並沒有實際上造成玩家在生活上的金錢損失，但是卻也不尊重所有玩家的權益，遊戲設計不好導致有漏洞可鑽並不是玩家的錯，但是這種事情發生後遊戲公司卻是使用會使所有玩家利益受損的方法來解決他們的設計漏洞，非常不合理。

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？

這次的改版導致以往的遊戲方法不試用，這樣子的改變如果是在一般時候改版推出就不會有如此大的反彈，根據個案中提到，玩家所感受到的是遊戲自己在更新時有一個漏洞但是卻不知道，後來被某些玩家發現以後用此來獲得更好的遊戲體驗，而遊戲公司為了維持遊戲的穩定，將每一個人要使用的物品的價格調漲，以抑制某些玩家可能獲得的暴利，但是這樣的行為會讓沒有使用漏洞的玩家也遭受波及，對遊戲公司的不滿就會導致各種激烈的反應出現。

而補救措施完全不知道在幹嘛，刪留言只是增加留言者的不滿，刪一則再留十則根本解決不了問題，後續提出的解決方案也是什麼都沒講，除了具體把某些業務內容導正請有問題的人將問題丟給可口可樂公司以外就只是說有在處理，具體怎麼處理如何補償完全沒有一個預期成果，只是要玩家等而已。

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？

置入性行銷沒有問題，這一次的行銷我認為很成功，問題是後續所有做的事情都很奇怪，我們可以提高肥料的費用，但是不能在這麼瓜田李下的時候，剛好有漏洞剛好玩家可以用這個賺取暴利的時候，就這麼剛好要調漲費用，就會弄得好像是遊戲公司出包但是要所有玩家負責任一樣，觀感奇差無比，我認為就是在這一次活動中，讓那些玩家各自好好玩遊戲，等時間過了活動結束再漸進式的調漲肥料的價格，以及調漲產品的價格等，慢慢調整參數就可以弭平這次事件可能對遊戲平衡造成的影響了。

但是既然事情已經發生了，我認為該做的補救措施就是賠，賠償損失一直以來都是討好顧客最好的方法，尤其是在網路上，網路上的帳號的價值就是那些數字，而那些數字也只不過就是程式碼，在這個事件以後我會把肥料的價格下修，好好維持遊戲人流穩定，並且多辦活動，讓玩家受益以補償玩家們的不滿，我認為開心農場會有置入性行銷這個機會的根本原因就是因為這麼遊戲夠紅，玩的人夠多，因此如果我是管理高層，我要做的就是維持這個遊戲的玩家人數以及多元的玩家類型，這樣以後我們公司就可以接到夠多的置入性行銷機會。