

# 品牌行銷與社群經營

中原大學 資管系 周佩穎

## 作品集簡介：

行銷不只是產品曝光，更是透過策略與溝通，讓一個品牌真正與人產生連結。我熱愛將想法轉化為能被看見、被記得的訊息，這份作品集呈現我在推動在地品牌與社群互動中，如何結合創意、數據與執行力，實踐對行銷的理解與熱情。從「扶荳計畫」的物流突發應變，到「六人行必有我柿」中整合 LINE Bot 與在地故事，我以使用者視角設計互動，用有限資源達成行銷目標。這些實作經驗，讓我學會策略必須落地、內容要有溫度，也讓我意識到自己擅長在多變中找到穩定解方，並用行動為團隊創造價值。

## 專案一：扶荳計畫 - 禾乃川豆國產豆製所

專案角色：傳播與行銷長

使用工具：Facebook、Canva、校園實體通路

### 專案簡介

本專案由企業概論課程與三峽在地品牌「禾乃川國產豆製所」合作，負責推廣其天然營養餅產品。產品主打健康、友善農耕與社區共好，目標為拉近品牌與年輕族群的距離，並創造實際銷售成效。

### 專案內容

- S：禾乃川國產豆製所主打 100% 國產非基改大豆製品，結合社區培力與舊醫院活化再利用；團隊任務是提升產品曝光度、傳達公益品牌形象並進行銷售。
- T：負責整體行銷策略規劃與社群視覺製作，執行 Facebook 宣傳、貼文設計、校園推廣，以及現場銷售流程規劃與問題處理。
- A：
  1. 擔任企劃窗口，田野調查企業，了解地方文化與產品特色。
  2. 設計社群貼文、梗圖與文案。
  3. 規劃校園實體銷售活動並製作廣告宣傳單。
  4. 面對供貨短缺問題，設計表單作為彈性訂購機制。

- R：

1. 銷售 25 盒特色禮盒，總營收 5,000 元。
2. Facebook 粉絲數 24 人、觸及人數 87 人。
3. 成功在有限資源下傳遞品牌精神並創造商業成果。

**專案精華片段：**

- [宣傳短片請點我](#)
- 宣傳海報如下圖



**專案二：六人行必有我「柿」－拉拉山果園數位推廣**

**專案角色：**LINE Bot 設計與推廣組長

**使用工具：**LINE 官方帳號、自製遊戲互動內容、Canva

**專案簡介**

本專案為管理資訊系統課堂實作，目的是運用資訊工具協助拉拉山果園拓展市場，並結合地方農產文化，提升顧客互動並強化品牌故事。

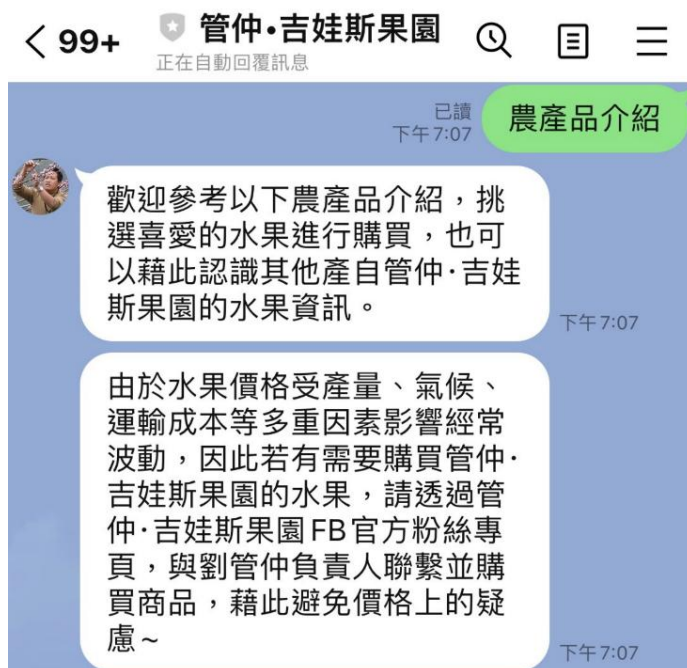
**專案內容**

- S：果園主夏季盛產水蜜桃、冬季盛產柑橘與甜柿，但缺乏數位行銷經驗，我與同學需在學期內推廣行銷該果園與其產品。

- T：設計 LINE Bot 聊天機器人，提升品牌互動性與顧客互動。
- A：
  1. 了解使用者需求，規劃常見問答、自動回覆、果園介紹內容。
  2. 設計小遊戲與推廣貼文、短片。
  3. 因颱風導致甜柿損毀，臨機調整推廣方向。
- R：
  1. LINE 好友數達 37 人，原訂目標 35 人。
  2. 超過 300 次互動紀錄，提升使用者參與與查詢率。
  3. 整合地方文化、數位系統和加強品牌形象。

#### 專案精華片段：

- [介紹影片請點我](#)
- [企劃簡報請點我](#)
- 聊天機器人自動回覆，如下圖



#### 專案三：中原大學企業博覽會標語設計競賽

##### 專案簡介

本專案為管理資訊系統課堂實作，目的是運用資訊工具協助拉拉山果園拓展市場，並結合地方農產文化，提升顧客互動並強化品牌故事。

### 專案內容

S: 學校舉辦年度企業博覽會，徵選代表活動精神的標語，內容需兼顧永續發展與企業價值。

T: 設計一句能一眼了解活動內容，同時符合活動核心定位的主題標語。

A: 分析歷屆標語與企業參展內容，撰寫多組標語草案，邀請同學評價。

R: 標語榮獲全校第一名，成為中原大學 2025 企業博覽會正式宣傳語。

### 標語競賽證明與實際應用照片：

