

Personality test

以人格測驗推廣遠傳守護網並增進民眾的防詐知識

Provide safety

守護每個人，提供每個人的網路安全保障

Protection

建立遠傳的防詐形象，深植「防詐=遠傳」

現況分析

- 青壯年為主要受電信詐騙的族群
- 遠傳守護網功能完善，但產品購買率低

提案要點

此計畫欲透過人格測驗作為行銷手段
增進遠傳守護網的知名度與訂閱用戶數

#增進民眾防詐意識，提升遠傳守護網知名度

人格測驗小遊戲

為什麼做人格測驗？

- 年輕族群互相分享 → 行銷成本低且曝光率高
- 減少閱讀防詐文章的排斥感
- 使用戶認知到自己會受詐騙，進而購買守護網產品

(A) 目標

以網路社群快速傳播的性質，將遠傳守護網推廣至年輕族群

(B) 目標受眾

- #18-40歲
- #手機上網用量高
- #對上網安全有顧慮
- #喜歡自我探索與分析

定位 防詐守護指南

防詐=遠傳

目標受眾

上網用量高的
年輕族群

產品特色

結合防詐知識和個性
化的心理測驗

(C) 實行方式

以有趣的方式吸引大眾進行人格測驗，得到結果的同時做易受詐騙分析，並提供遠傳解決方案。測驗完成後透過社群媒體分享再次傳播。

(D) 人格測驗介面預覽



D 人格測驗介面預覽



初始畫面



題目畫面

短中長期目標

E 傳播誘因

- 設計有趣搞笑的角色 → 成為同儕討論話題
- 分享結果到網路上可以抽獎品或遠傳守護網免費試用名額

預估成本

1. 網址註冊：500元
2. 網站主機：18,000元/年
3. 網站設計與開發、研發人員費用：總工時約1個月/每年，薪資39,000元
4. 網站維護與更新：6,000至12,000元/年，估計約7,000元
5. 廣告投放：我們採用CPM(每千次曝光度)計算，並以臉書數據每千人觸及率成本為500元為基礎，預估投入50,000元，並得到至少100,000次的曝光度

執行事項

效益與目標

實作

- 市場調研與數據分析
- 遊戲設計初階與開發計畫制定
- 初版遊戲開發
- 投放測試

- 遊戲架構建置
- 市場調研完成
- 預期效益與社會影響力評估

短期

- 建立商業帳號，上架人格測驗
- 藉由不同社群媒體管道投放廣告 (Facebook, Instagram)
- 蒐集使用者體驗回饋

- 遠傳品牌曝光度達20-30萬
- 累積測驗人數達30,000人以上
- 遠傳守護網用戶新增10,000-15,000人

中期

- 優化遊戲內容與互動性
- 社群媒體經營、建立品牌形象

- 遠傳品牌曝光度達50-70萬
- 累積測驗人數達50,000
- 遠傳守護網用戶新增7,000-10,000人

長期

- 持續與客戶進行互動
- 完善遊戲內容

- 建立防詐 = 遠傳的形象
- 增進對用戶端之溝通