

# 致理技術學院

商務科技管理系

實務專題報告

網路社群行銷策略之研究

—以致理幸福農學市集為例

指導老師：高楊達

學生：陳一心(19933156)

朱家儀(19933172)

吳佳倫(19933173)

中華民國 102 年 12 月

# 目 錄

CTM 實務專題研究授權書.....	i
致謝.....	ii
摘要.....	iii
目錄.....	iv
圖目錄.....	v
表目錄.....	vii
第一章 緒論.....	p.1
第一節 研究背景.....	p.1
第二節 研究動機.....	p.2
第三節 研究目的.....	p.3
第四節 研究流程.....	p.4
第二章 文獻探討.....	p.5
第一節 社群媒體.....	p.5
第二節 Facebook 社群行銷.....	p.11
第三章 研究方法.....	p.20
第一節 參與觀察法.....	p.20
第二節 研究步驟.....	p.21
第三節 研究工具.....	p.22
第四章 研究分析.....	p.33
第一節 活動分析.....	p.33
第二節 貼文分析.....	p.43
第三節 用戶分析.....	p.49
第四節 致理幸福農學市集活動宣傳成效.....	p.50
第五章 研究結論與建議.....	p.51
參考文獻.....	p.52

# 圖目錄

圖 1-1	研究流程圖 .....	p.4
圖 2-1	社群媒體四大類型圖 .....	p.6
圖 2-2	虛擬社群價值創造互動模式圖 .....	p.9
圖 2-3	虛擬社群報酬遞增四動態循環圖 .....	p.10
圖 2-4	建立粉絲專頁類別圖 .....	p.12
圖 2-5	Facebook 粉絲專頁行銷模式圖 .....	p.15
圖 3-1	匯出數據畫面圖 .....	p.22
圖 3-2	總覽圖 .....	p.23
圖 3-3	讚總數趨勢圖 .....	p.24
圖 3-4	讚的變化折線圖 .....	p.24
圖 3-5	按讚來源區域圖 .....	p.25
圖 3-6	貼文觸及人數區域圖 .....	p.26
圖 3-7	讚、留言和分享折線圖 .....	p.26
圖 3-8	隱藏、檢舉為垃圾訊息以及收回讚折線圖 .....	p.27
圖 3-9	總觸及人數區域圖 .....	p.27
圖 3-10	專頁和頁籤的瀏覽次數區域圖 .....	p.28
圖 3-11	其他粉絲專頁活動折線圖 .....	p.29
圖 3-12	外部推薦連結區域圖 .....	p.29
圖 3-13	粉絲上線時間區域圖 .....	p.30
圖 3-14	貼文類型長條圖 .....	p.30
圖 3-15	已發布的全部貼文圖 .....	p.31
圖 3-16	用戶組成結構圖 .....	p.32
圖 4-1	讚總數趨勢圖 .....	p.34

圖 4-2	粉絲年齡分佈長條圖 .....	p.36
圖 4-3	總觸及人數長條圖 .....	p.36
圖 4-4	粉絲專頁投入互動用戶折線圖 .....	p.38
圖 4-5	活動前粉絲年齡分佈圖 .....	p.39
圖 4-6	活動期間粉絲年齡分佈圖 .....	p.39
圖 4-7	貼文詳情圖 .....	p.40
圖 4-8	有機棉 T 票選贈衣活動結果圖 .....	p.40
圖 4-9	Poll daddy Polls 頁籤瀏覽次數折線圖 .....	p.41
圖 4-10	外部推薦連結長條圖 .....	p.42
圖 4-11	粉絲上線時間區域圖 .....	p.43
圖 4-12	貼文類型的觸及人數與參與互動長條圖 .....	p.47
圖 4-13	貼文總數長條圖 .....	p.48
圖 4-14	談論這個用戶長條圖 .....	p.48
圖 4-15	粉絲人口組成圖 .....	p.49
圖 4-16	觸及人口組成圖 .....	p.49
圖 4-17	參與互動人口組成圖 .....	p.49

# 表 目 錄

表 2-1	社群媒體定義彙整表 .....	p.5
表 2-2	各式社群媒體平台彙整表 .....	p.7
表 2-3	「粉絲專頁」與「社團」之特性比較表 .....	p.14
表 2-4	國內農夫市集利用 Facebook 粉絲專頁概況表.....	p.19
表 4-1	板橋地區農學(夫)市集彙整表.....	p.33
表 4-2	松鼠 in the chihlee 票數統計表.....	p.37
表 4-3	相片類型貼文清單表 .....	p.43
表 4-4	連結類型貼文清單表 .....	p.45
表 4-5	近況更新類型貼文清單表 .....	p.46
表 4-6	市集宣傳管道成效表 .....	p.50