



逢甲大學學生報告 ePaper

關於美食帳號「搜弄」

The Gourmet Account about “SOLO” on Instagram

作者：楊珮渝、賴芸萱、陳昱彤、劉宸瑄、胡 璇、陳俞蓁、王宜薰、
余書茵、張喬涵、古川史織

系級：行銷四乙

學號：D0942012、D0913620、D0941999、D0941573、D0913589、

D0941955、D0989000、D0942158、D0942175、D0932538

開課老師：王郁彬

課程名稱：品牌關係經營實務專題

開課系所：行銷學系

開課學年：112 學年度 第 1 學期

中文摘要

根據經濟部統計處調查，國內的烘焙產業市場年產值約 600 億元，其中甜點產值就超過 150 億元，除了獨立型甜點店之外，麵包店、便利商店、超市、量販店及複合式咖啡廳也都有販賣甜點，顯示出甜點市場的龐大商機。

有鑒於台灣烘焙產業巨大的市場規模，本研究團隊將以「甜點市場」為研究方向，尋找同樣喜歡吃甜點，對甜點充滿熱情的目標客群，並將研究的主要地域選擇在台中市。

本研究目的為挖掘台中市東區、西區、南區、北區、中區、西屯區、南屯區和北屯區共八個區域的風格甜點店，分享探店的心得感受並提供推薦的口袋名單，讓愛吃甜點的人知道台中市每個區域都有值得造訪的特色店家。最終整合台中市各區域的甜點店，藉由影片製作、販售周邊商品、品牌合作等方式，進而產生商業價值。例如：販賣 LINE 貼圖、整合台中市區甜點 Reels 影片、與店家進行商業互惠合作等。

本組將藉由市場調查、競爭者分析，擬定合適的品牌發展策略。建立品牌定位後，挖掘品牌的核心價值，塑造品牌個性，並與其他品牌做出差異化，來凸顯自身與競爭者的差異，具體的展現品牌的價值主張，進而影響受眾的自我概念形象。後透過行銷策略 STP 的應用，藉此確認粉絲專業的目標市場，以及該如何提供價值主張，最終藉由受眾分析來檢視廣告及活動的發文成效為何。

關鍵字：甜點、部落客、自媒體、社群媒體、廣告投放

Abstract

According to a survey by the Statistics Office of the Ministry of Economic Affairs, the annual output value of the domestic baking industry market is approximately 60 billion yuan, of which the output value of desserts exceeds 15 billion yuan. In addition to independent dessert shops, bakeries, convenience stores, supermarkets, mass merchandisers and complex coffee shops Desserts are also sold in the mall, showing the huge business opportunities in the dessert market.

In view of the huge market size of Taiwan's bakery industry, this research team will take the "dessert market" as the research direction, looking for target customers who also like to eat desserts and are passionate about desserts, and choose Taichung City as the main area for research.

The purpose of this study is to explore the style dessert shops in eight districts in Taichung City: East District, West District, South District, North District, Central District, Xitun District, Nantun District and Beitun District, share the experience of visiting the stores and provide recommendations. The pocket list lets dessert lovers know that every area in Taichung City has specialty stores worth visiting. Eventually, dessert shops in various areas of Taichung City will be integrated to generate commercial value through video production, selling peripheral products, and brand cooperation. For example: selling LINE stickers, integrating Taichung city dessert Reels videos, and conducting mutually beneficial business cooperation with stores, etc.

This team will formulate appropriate brand development strategies through market research and competitor analysis. After established the brand positioning, explored the core value of the brand, shaped the brand personality, and differentiate it from other brands to highlight the difference between itself and its competitors, specifically demonstrate the brand's value proposition, and then affected the audience's self-concept image. Then, through the application of marketing strategy STP, we can confirmed the professional target market of fans and how to provide value propositions. Finally, we can used audience analysis to examine the effectiveness of advertising and event postings.

Keyword : Instagram, Dessert, Blogger, Self-Media, Advertising

目 次

第一章 緒論.....	5
第一節 研究動機及背景.....	5
第二節 研究目的.....	5
第三節 研究進度規劃.....	6
第二章 產業概述.....	7
第一節 產業及市場分析.....	7
第二節 個案企業概述.....	8
第三章 研究設計與實施.....	9
第一節 創建品牌.....	9
第二節 行銷策略的應用.....	9
第三節 廣告投放.....	9
第四節 成效分析.....	10
第四章 實證結果與分析.....	11
第一節 帳號風格建立.....	11
第二節 行銷策略的應用 (STP)	12
第三節 帳號經營成效.....	13
第五章 結論與建議.....	22
第一節 研究結論.....	22
第二節 建議.....	23

圖目錄

圖一、經營初期（第一版）	11
圖二、經營初期（第二版）	11
圖三、經營中期.....	12
圖四、經營後期.....	12
圖六、特輯貼文封面.....	12
圖五、品項推薦星等.....	12
圖七、來點甜食吧！貼圖示意.....	18

表目錄

表一、研究進度規劃.....	6
表二、SWOT 分析	7
表三、Sweetfull 甜點手作工作室貼文總覽	13
表四、Sweetfull 甜點手作工作室行銷漏斗	14
表五、甜點人大調查貼文總覽.....	15
表六、甜點人大調查行銷漏斗.....	15
表七、台中市西屯區無米集會所貼文總覽.....	16
表八、台中市西屯區無米集會所行銷漏斗.....	16
表九、Cirkle Coffee 奢客咖啡貼文總覽.....	17
表十、Cirkle Coffee 奢客咖啡行銷漏斗.....	17
表十一、LINE 貼圖抽獎活動貼文總覽.....	18
表十二、LINE 貼圖抽獎活動行銷漏斗.....	18
表十三、LINE 貼圖販售情況.....	19
表十四、16 宮格甜點賓果樂貼文總覽.....	19
表十五、16 宮格甜點賓果樂行銷漏斗.....	19
表十六、OMOMO 韓系飲品咖啡廳貼文總覽.....	20
表十七、OMOMO 韓系飲品咖啡廳行銷漏斗.....	20
表十八、台中市中區火車站附近咖啡廳 reels 總覽	21
表十九、台中市中區火車站附近咖啡廳 reels 行銷漏斗	21

第一章 緒論

根據經濟部統計處調查，國內的烘焙產業市場年產值約 600 億元，其中甜點產值就超過 150 億元，除了獨立型甜點店之外，麵包店、便利商店、超市、量販店及複合式咖啡廳也都有販賣甜點，顯示出甜點市場的龐大商機。

第一節 研究動機及背景

有鑒於台灣烘焙產業巨大的市場規模，本研究團隊將以「甜點市場」為研究方向，尋找同樣喜歡吃甜點，對甜點充滿熱情的目標客群，並將研究的主要地域選擇在台中市。

選擇甜點這個主題作為研究方向的原因有以下三點：第一，甜點是社交聚會、節慶活動中不可或缺的角色，更是人們用來療癒心靈的聖品，因此甜食的相關訊息和話題很容易引起民眾的興趣和關注，能夠與消費者產生強烈的連結。第二，台灣甜點市場快速增長的趨勢，其中甜點的產值占台灣烘焙產業產值的比重更是逐年成長，顯示出台灣人對於甜點的喜愛。第三，近期越來越多甜點小店竄起，其中不乏利用社群行銷累積人氣，透過大數據、付費廣告的推播，讓粉絲在不知不覺中持續地被推陳出新的甜點吸引，尤其在現今的社群平台上更是顯而易見。總合以上所述，本研究團隊將利用社群平台為助力，以台中市區的甜點店為出發點，創造出風格獨特的甜點探索型帳號，以分享甜點相關主題、故事和優惠資訊。

第二節 研究目的

這幾年，台灣吹起一股新世代獨立甜點店風潮，台中市區的甜點店數量眾多且多樣化，然而台中市在地的消費者喜歡的甜點種類和店家又是哪些？是否能透過探店發掘一些隱身在巷弄中的隱藏甜點店？應該如何幫助這些店家擴大粉絲數量，增加線上的曝光？

本研究團隊的研究目的為挖掘台中市東區、西區、南區、北區、中區、西屯區、南屯區和北屯區八個區域的風格甜點店，分享探店的心得感受並提供推薦的口袋名單，讓愛吃甜點的人知道台中市每個區域都有值得造訪的特色店家。

最終的目的為整合台中市各區域的甜點店，藉由影片製作、販售周邊商品、品牌合作等方式，進而產生商業價值。例如：販賣 LINE 貼圖、整合台中市區甜點 Reels 影片、與店家進行商業互惠合作等。

第三節 研究進度規劃

表一、研究進度規劃

	總篇數	備註
店家介紹文	48	每週二、六發文 11/21 起每週六發文
特輯	6	每四週發文一次
餓龍說故事	7	每兩週限時一次
優惠報哩哉	4	每月發限時一次
Reels	8	11/21 起每週二發文
特別活動	6	發文時間如下

*特別活動含

甜點抽獎文 1 篇 (Sweetfull) 7/25

互動抽獎文 1 篇 (甜點人大調查) 10/23

選物店活動 2 篇 10/31、11/1

周邊貼圖曝光文 1 篇 11/13

周邊貼圖宣傳文 1 篇 (賓果) 12/1



第二章 產業概述

台灣甜點市場一直以來都是一個充滿活力的產業，受到台灣人對美食的熱愛以及對品質的追求影響，甜點產業蓬勃發展。Instagram 也因此成為許多品牌和個人在網路上展示產品和風格的理想平台，對於甜點相關工作者或評論家而言，擁有一個有吸引力的 Instagram 帳號是提高品牌曝光度、吸引潛在客戶的有效途徑。

第一節 產業及市場分析

一、SWOT 分析

以下表格是針對本甜點型 Instagram 帳號在台灣甜點市場的 SWOT 分析，提供了市場的內外部因素綜合評估。探討的內容除了針對本組創建甜點探索型帳號的定位優勢，以及本帳號的獲利困境等劣勢，同時考量市場趨勢所帶來的機會，和來自社群平台、供應商和整體飲食趨勢的威脅。

表二、SWOT 分析

優勢 Strengths	劣勢 Weakness
<ol style="list-style-type: none">區域優勢：將主要探店區域限定在台中市區可以篩選目標受眾，也能避免組內人力、交通時間及金錢的耗損共感連結：故事性內容與內容互動能夠與目標客群有更多共鳴，增加參與感獨特風格：帳號的原創角色和手寫風格版面具有獨特性和品牌差異化	<ol style="list-style-type: none">資源取得不易：帳號初期的粉絲數量少、品牌知名度低，尋找合作業者會遇到被拒絕的風險，議價能力較低成本增加：本帳號需不斷更新內容保持用戶興趣，同時也增加許多預算來分擔高昂的探店成本和廣告投放費用，導致經營帳號的營運成本增加獲利困境：目前本帳號以線上推廣為主，僅以少部分和店家合作的線下資源進行整合，容易受制於線上的框架，忽略其他線下形式的獲利方式
機會 Opportunities	威脅 Threats
<ol style="list-style-type: none">借助新品牌的力量：台灣具有龐大的甜點市場且種類繁多，不斷地有新開的甜點店進入市場，可以去趁著潮流增加貼文流量據點眾多：甜點的銷售通路不局限於獨立型甜點店，還有超商、大賣場、麵包店也都有販售甜點，可以針對某幾個據點進行精準行銷，吸引目標受眾品牌合作：甜點型帳號在社群媒體上屬於熱門的 Instagram 用戶追蹤帳號，透過與其他品牌合作，提高曝光度	<ol style="list-style-type: none">社群平台的變革影響帳號的可見度：廣大的社群平台中類似甜點帳號眾多，AI 及大數據的變革可能使新進入的品牌不容易曝光，導致目標的觸及人數與現實不符供應商的風險：疫情或自然災害可能影響甜點市場的供應潛在競爭者的威脅：有眾多新進入的同類型帳號出現，用戶忠誠度可能是一項挑戰，很可能受到相似帳號的競爭而分散客群飲食趨勢的變化：例如減糖和健康生活方

二、SWOT 分析結論

根據 SWOT 分析結果顯示出雖然甜點帳號的競爭激烈，但甜點的市場尚未飽和，不論是台灣甜點市場還是甜點型 Instagram 帳號市場都呈現多元、創新、注重品質和視覺吸引力的特點，反映了台灣消費者對於美食體驗的高度期待和追求。因此可以透過提供獨特的甜點店家、打造創新的風格版面來做出品牌差異。此外，創建帳號的初期目標以增加品牌與顧客之互動、線上結合線下市場的推廣達到曝光並開發客群，提升在甜點型 Instagram 帳號市場的競爭力。

第二節 個案企業概述

「搜弄」為本研究團隊在 Instagram 上創建的甜點探索型帳號，品牌概念為調查台中市區的甜點種類、店家風格，並篩選出有特色的店家進行甜食探險。帳號名稱「搜弄」取自英文 Solo，為搜索巷弄裡的甜點店之意，並加入變色龍（為原創角色 餓龍 Alone）讓帳號的品牌形象更加鮮明。

品牌經營模式為透過照片加上手寫字體製作首圖，打造本帳號專屬的風格版面來與其他競爭者做出區別。貼文分為一般貼文及特輯貼文，一般貼文封面以手寫店家名稱搭配實景照片為模板，往後滑可以細看店家環境、裝飾擺設和甜點飲品，文案著重於實際走訪甜點店家的主觀感受、餐飲評價和店家資訊；特輯貼文封面以當篇特殊主題介紹的甜點品項為主角，往後滑可以細看各個品項、店家資訊及推薦指數（評分為一至十分），以六宮格照片拼貼的方式來呈現，文案著重於品嚐各個品項的主觀心得及價格，藉此區分與一般貼文的差別。

本帳號以工業設計師 Jinsop Lee 提出的「五感量表」作為推薦店家的評分標準，分別為視覺、觸覺、嗅覺、聽覺、味覺，另外以五感圖表為概念，延伸五種自訂評分項目，分別為幸福感、好拍程度、多樣性、服務、可取得性。當評分高於一定的分數時，貼文照片就會出現一隻隨著環境變化的變色龍，不僅增加貼文的趣味，也可以吸引更多廣大的消費族群。

本帳號最終的目標是希望透過持續分享甜點的餐飲心得，創造社群流量、製作周邊商品、與店家洽談合作，來增加更多品牌曝光的機會與收益。

第三章 研究設計與實施

本次專題研究根據大一到大四課堂中所學習的行銷理論，進行實際的操作應用。

第一節 創建品牌

創建品牌首先需透過市場分析和品牌研究，藉由市場調查、競爭者分析，擬定合適的品牌發展策略。建立品牌定位後，挖掘品牌的核心價值，塑造品牌個性，並與其他品牌做出差異化，來凸顯自身與競爭者的差異，具體的展現品牌的價值主張，進而影響受眾的自我概念形象。

專業名詞補充：

- * 品牌個性：某特定品牌所展現之人類特質的特定組合。
- * 差異化：差異化牽涉實際的差異市場提供物，以創造顧客卓越價值。
- * 價值主張：品牌的完整定位，差異化與定位的所有利益組合。
- * 自我概念形象：消費者選擇商品時，經常潛意識、不經意的反應其個人特質。

第二節 行銷策略的應用

設計粉絲專頁的行銷策略，確認我們的目標市場，以及該如何提供品牌價值主張。

1. 市場區隔 (Segmentation)：依照一些變數將市場分割成不同的族群，各群體具有不同的需要、特性或行為，因此需要不同的行銷策略或組合。市場區隔變數包含地理區隔法、人口統計區隔法、心理統計區隔法、行為區隔法。
2. 目標客群 (Targeting)：評估各區隔市場的吸引力，並選定一個或多個區個市場進入。
3. 定位 (Position)：相較於競爭者的產品，安排我們的產品在目標消費者心目中，佔據一個明確、有差異性且渴望的地位。

第三節 廣告投放

建立完整的品牌行銷策略後，運用公關、廣告、內容、搜尋引擎等方式觸及目標受眾，傳遞品牌價值與理念，讓消費者容易找到並看見你的品牌。

建立行銷漏斗，第一層初次接觸品牌，盡可能地接觸更多潛在受眾，增加品牌知名度。透過廣告投放、關鍵字等，吸引大眾的注意，並透過各種行銷手法找到痛點，讓目標受眾產生興趣。第二層考慮階段，思考如何讓觸及到的人產生興趣，願意點擊貼文及追蹤帳號。第三層是行動階段，讓目標受眾願意與品牌產生互動連結。

第四節 成效分析

根據投放廣告的成果以及後台數據進行分析，透過公式和後台數據可以計算出曝光率、觸及率、互動率等，分析是否成功推播到目標受眾，或進行各方面的調整提升曝光觸及。

公式：

曝光率 = 曝光數 / 觸及數 × 100%

觸及率 = 觸及數 / 總粉絲數 × 100%

互動率 = (按讚 + 留言 + 分享 + 儲存 + 個人檔案瀏覽) / 觸及數 × 100



第四章 實證結果與分析

利用過去所學習到的行銷相關理論進行實際操作，並將其過程結果進行分析調整。

第一節 帳號風格建立

本帳號透過市場分析後，決定將帳號風格建立成手繪拼貼風，有別於目前多數美食帳號寫實豐富的風格，利用手繪風吸引同時喜愛手繪和甜點的粉絲。

一般貼文在帳號經營期間共變更三次首圖風格，初期首圖以手繪拼貼風格為主；中期首圖以低飽和霧面白色作打底，凸顯店家名稱；後期首圖利用照片本身的色調，搭配符合照片顏色的手寫字。

帳號經營初期：結合近年來再次興起的 Y2K Style 風潮，封面以手繪插畫的小物件搭配照片作為模板（請參閱圖一），往後滑可以細看店家周遭環境、裝飾擺設及甜點飲品，文案著重於組員們實際走訪甜點店時的主觀感受及店家資訊，包含臺中市行政區劃。發佈約 14 篇左右，有設計問卷調查粉絲對於首圖風格的接受程度，以及建議可以調整改進的部分，因此簡化照篇拼貼的複雜程度，並將店家名稱放大（請參閱圖二）。

帳號經營中期：簡化首圖編輯，把所有的手繪貼圖拿掉，背景為實際探店時，店家最具代表性的一張照片，再把飽和度調低，加上手寫字體，簡單明瞭的設計，能夠快速辨認店家名稱（請參閱圖三）。

帳號經營後期：針對特輯封面和其他貼文封面的風格不一致，以及貼文前後照片色調不一致的問題做修正，把背景照片的飽和度調高，加上手寫字體，整個畫面以明亮色調為主（請參閱圖四）。



圖一、經營初期（第一版）



圖二、經營初期（第二版）





圖三、經營中期



圖四、經營後期

特輯貼文：封面以當篇主題介紹到的品項們作為主角，並使用六宮格照片拼貼的方式來呈現（請參閱圖五），往後滑可以細看各個品項及推薦星等分為一至十分（請參閱圖六），文案著重於品嚐各個品項後的主觀感受及價格，藉此區分與一般貼文的差別。



圖五、特輯貼文封面



圖六、品項推薦星等

第二節 行銷策略的應用 (STP)

一、市場區隔

本組根據地理、人口統計、心理統計和行為分析結果，分析出以下四個可能的受眾，分別是「甜點愛好者」、「甜點攝影帳號」、「製作甜點的店家」、「烘培愛好者」。他們的共同點都有喜歡吃甜點、探索甜點美食，並且對甜點充滿熱情。當中我們選擇以「喜歡手繪插畫風格」的人作為本甜點帳號的目標族群，在原創角色的帶領下尋找臺中各個區域的甜點店，並透過社群互動增加顧客黏著度。

關於美食帳號「搜弄」

二、目標客群

以甜點愛好者、甜點攝影帳號為主，年齡大約落在 20-35 歲的年輕族群，對於甜點和美食有濃厚興趣、喜歡手繪插畫風格的小物，平常喜歡吃甜點和在 Instagram 上探索新的甜點店，追求具有創意和特色風格的甜點店家。

三、市場定位

本甜點帳號提供獨特、小眾、創新的甜點美食店家名單及甜點探險，藉由原創角色（餓龍）引起目標客群的興趣，並分享甜點資訊和活動以增加與目標客群互動的機會。

第三節 帳號經營成效

本組經營帳號時長共計五月（7/1—1/9），粉絲人數 206 人，過去 30 天內觸及人數約 6018 人，帳號經營期間每週二、六固定發佈甜點店探店貼文，每間隔四週的週四發佈一則特輯貼文，且不定期舉辦特殊活動。廣告投放共計六篇貼文，四篇為特殊活動，一篇為一般貼文，一篇為 Reels。

一、特殊活動成果

1. 甜點抽獎文 1 篇（Sweetfull）7/25

貼文主題：| 台中市北區 | Sweetfull 甜點手作工作室

活動目的：帳號創辦初期，舉辦抽獎活動，增加帳號整體流量。

欲達成目標：增加粉絲追蹤人數，提升互動率。

活動時間：7/25-8/01

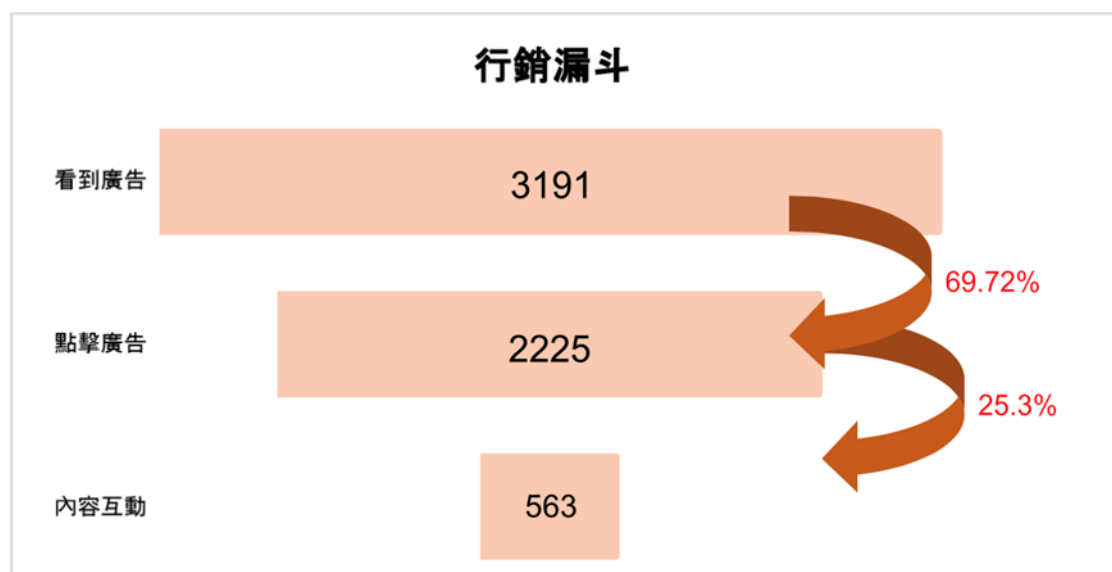
活動辦法：

1. 追蹤搜弄帳號
2. 將該篇 sweetfull 貼文分享至限時動態 24 小時
3. 留言 tag 一個帳號，不限次數但禁止小帳
4. 抽出一位粉絲

表三、Sweetfull 甜點手作工作室貼文總覽

曝光次數	觸及人數	內容互動
3191	2225	563
曝光率	觸及率	互動率
69.72	10.85	25.3

表四、Sweetfull 甜點手作工作室行銷漏斗



廣告總覽

投放日期：7/25-7/29

預算和時間長度：4 天 NT\$252

每次瀏覽次數成本：NT\$2

廣告受眾：18-35 歲女性／台中市

總結：根據表三及表四的內容，可以發現看到廣告的潛在受眾有過半約 69.72% 願意點進貼文，但有意願參與活動的僅有 25.3%。

2. 互動抽獎文 1 篇（甜點人大調查）10/23

貼文主題：甜點人大調查

活動目的：透過心理測驗的形式，將甜點特性與人格特質做連結，以趣味的形式與粉絲連結互動。

欲達成目標：

活動時間:10/23-10/27

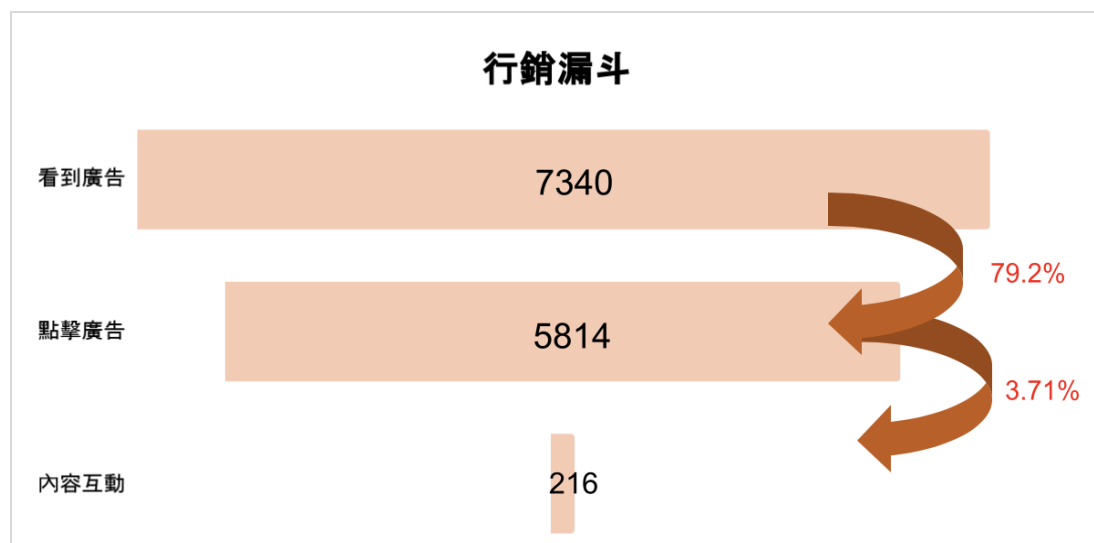
活動辦法：

1. 追蹤 solo 搜弄帳號
2. 分享該篇貼文至限時動態 (24hr)
3. 留言妳/你是甚麼類型的人
4. 抽出一位粉絲

表五、甜點人大調查貼文總覽

曝光次數	觸及人數	內容互動
7340	5814	216
曝光率	觸及率	互動率
1.26	28.36	3.71

表六、甜點人大調查行銷漏斗



廣告總覽

投放日期：10/23-10/28

預算和時間長度：5 天 NT\$325

每次瀏覽次數成本：NT\$1

廣告受眾：18 - 35 歲女性／台灣

關鍵字：優惠券、咖啡廳、甜點、美食、蛋糕、咖啡烘焙、下午茶或餐廳

總結：甜點人調查投廣告天數為五天，花費台幣 325，平均一天為 65 元。相較於 Sweetfull 觸及人數與曝光數明顯增加許多（請參閱表三），然而在互動參與和粉絲增加的數量上整體大幅度下降，第二次參與人數比起第一次少了將近九成，粉絲增加數也減少七成（請參閱表四、表六）。推測是在抽獎文首圖少了關鍵字"內含抽獎"，只出現在文案，導致很多人看到廣告不知道這篇貼文有抽獎，因此錯失了許多潛在的參加者。而主題不夠清晰也許是影響數據的原因之一，現代大眾缺乏耐心，需要更直白告訴大眾，我們的活動是利用甜點做心理測驗，較不會被誤解還可以吸引對於星座占卜有興趣的年輕客群。

關於美食帳號「搜弄」

3. 選物店活動 2 篇 10/31、11/1

貼文主題：台中市西屯區無米集會所、台中市西區 Circle Coffee 奢客咖啡

活動目的：

欲達成目標：加強品牌知名度、參與度的增加

目標對象：地點位於台中市的女性（關鍵字：#甜點#咖啡廳#選物店#優惠等）

| 台中市西屯區 | 無米集會所

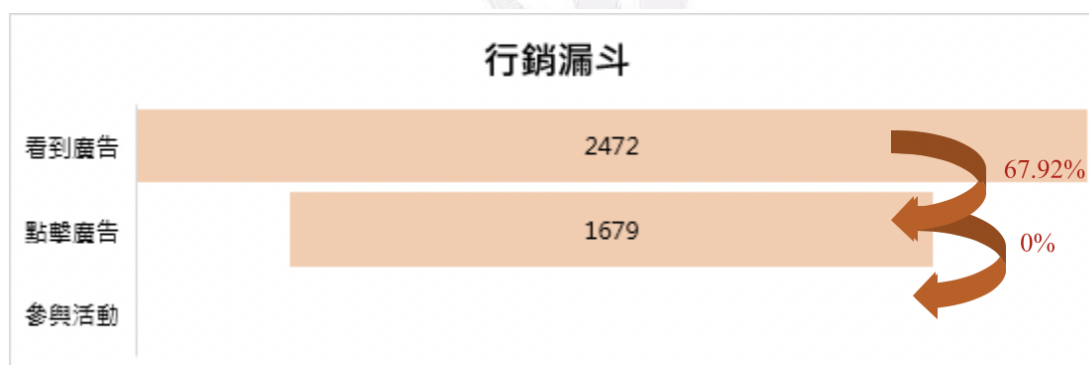
活動期間：11/01 - 11/30

活動辦法：於活動期間內至無米集會所，並出示該篇貼文，即可享有選物區 9 折優惠（包含編織、尼泊爾小物、古物雜貨、器皿等）

表七、台中市西屯區無米集會所貼文總覽

曝光次數	觸及人數	內容互動
2472	1679	58
曝光率	觸及率	互動率
1.47	8.35	9.65

表八、台中市西屯區無米集會所行銷漏斗



廣告總覽

投放日期：11/2-11/7

預算和時間長度：5 天 NT\$165

每次瀏覽次數成本：NT\$1.62

廣告受眾：18 - 35 歲女性 / 台中市

關鍵字：優惠券、咖啡廳、甜點、美食、咖啡豆、蛋糕、咖啡烘焙、下午茶、餐廳、茶或咖啡

總結：透過表八行銷漏斗可知，我們設定的受眾有超過半數是願意點擊廣告的，但參與活動的人數卻為零，推測提供的優惠不足以吸引受眾參與。

關於美食帳號「搜弄」

| 台中市西區 | Cirkle Coffee 奢客咖啡

活動期間：11/1 - 11/30

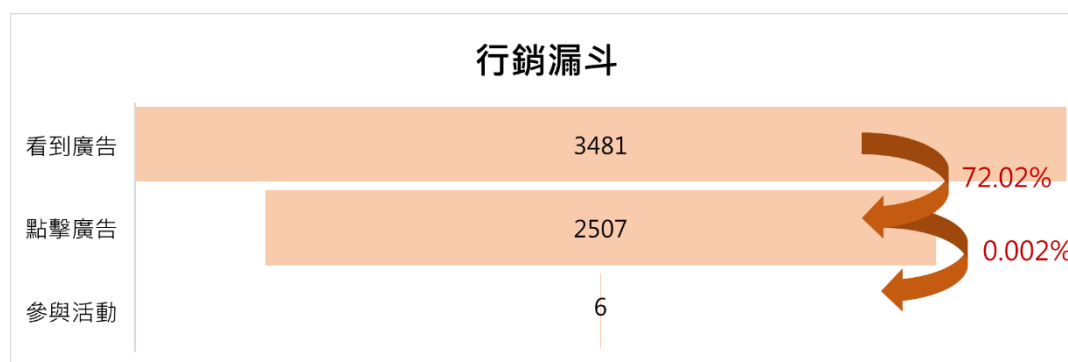
活動辦法：於活動期間至奢客咖啡出示活動貼文，即可享有餐點九折優惠

參與活動人數：6 人

表九、Cirkle Coffee 奢客咖啡貼文總覽

曝光次數	觸及人數	內容互動
3,481	2,507	48
曝光率	觸及率	互動率
1.39	12.47	5.38

表十、Cirkle Coffee 奢客咖啡行銷漏斗



廣告總覽

投放日期：11/8-11/13

預算和時間長度：5 天 NT\$325

每次瀏覽次數成本：NT\$3.82

廣告受眾：18 - 35 歲女性 / 台中市

關鍵字：優惠券、咖啡廳、甜點、美食、咖啡豆、蛋糕、咖啡烘焙、下午茶、餐廳、茶或咖啡

總結：透過表十行銷漏斗可知，該則貼文觸及人數不少，且此次活動有 6 人參與，推測此次廣告具有一定成效吸引受眾參與活動。

4. 周邊貼圖曝光文 1 篇 11/13

貼文主題：LINE 貼圖抽獎活動

活動期間：11/13 - 11/19 (共 7 天)

活動目的：設計與甜點相關的諧音梗貼圖，與粉絲產生共鳴

欲達成目標：加強品牌知名度、增加收益

活動辦法：

1. 追蹤搜弄的 Instagram 帳號
2. 按讚貼圖抽獎活動的貼文

關於美食帳號「搜弄」

3. TAG 任何一個帳號（不限次數）
4. 抽出三位粉絲

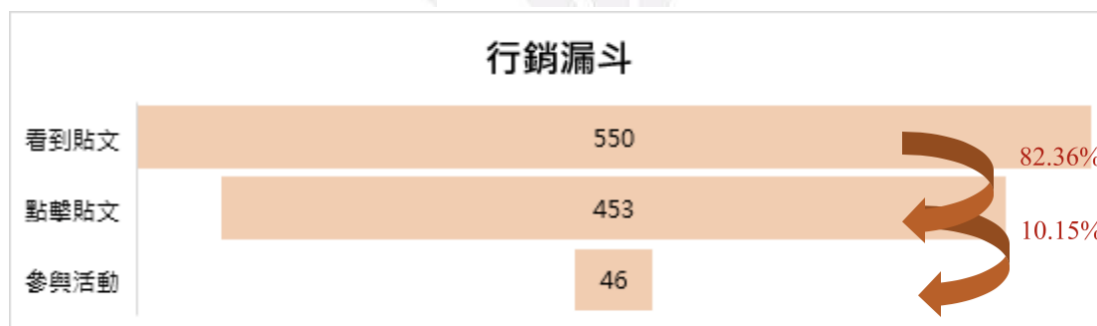


圖七、來點甜食吧！貼圖示意

表十一、LINE 貼圖抽獎活動貼文總覽

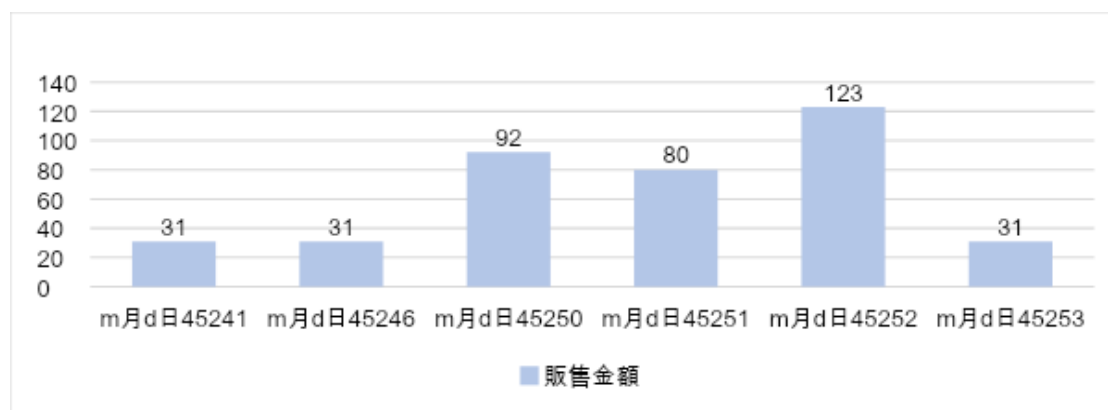
曝光次數	觸及人數	內容互動
550	453	80
曝光率	觸及率	互動率
1.21	2.25	22.96

表十二、LINE 貼圖抽獎活動行銷漏斗



註：此處參與活動為 LINE 貼圖抽獎活動的留言數。

表十三、LINE 貼圖販售情況



註：販售金額統計：¥ 388

總結：由表十一觸及率可知，透過抽獎活動觸及到不少非粉絲人數。但販售金額不如預期，推測為品牌知名度不高、貼圖風格不符大眾喜好。

5. 周邊貼圖宣傳文 1 篇（賓果）12/1

貼文主題：16 宮格甜點賓果樂

活動目的：透過 16 宮格賓果樂，增加粉絲互動性並吸引更多粉絲購買 LINE 貼圖。

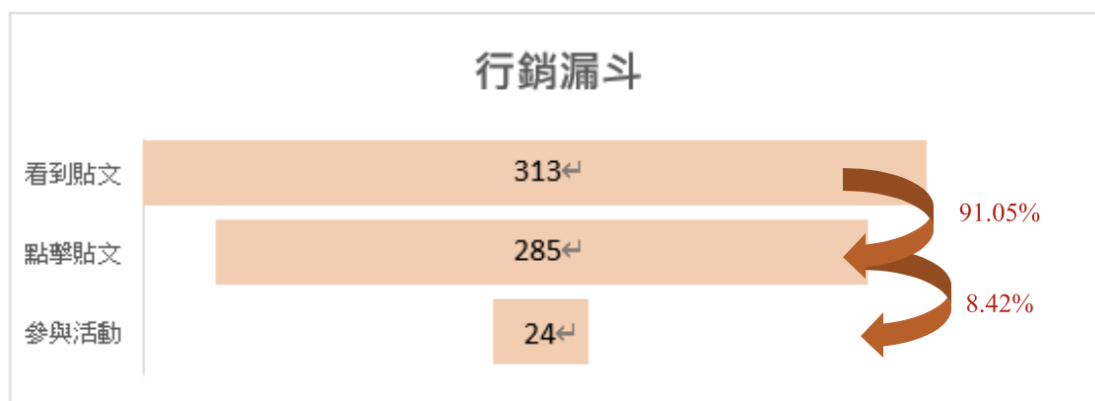
欲達成目標：增加粉絲互動、推廣 Line 貼圖

貼文內容：從搜弄周邊 LINE 貼圖「來點甜食吧」裡選出 16 種甜點，設計 16 宮格賓果樂，讓粉絲留言或轉發到限動自己吃過的甜點。

表十四、16 宮格甜點賓果樂貼文總覽

曝光次數	觸及人數	內容互動
313	285	24
曝光率	觸及率	互動率
1.09	1.41	16.49

表十五、16 宮格甜點賓果樂行銷漏斗



關於美食帳號「搜弄」

總結：此篇貼文觸及人數有不少是非粉絲，互動次數卻不高，推測可能此篇貼文遊戲設計不夠吸引粉絲互動，無法引起粉絲共鳴。

二、廣告投放成效

1. 一般貼文

投放廣告的貼文：| 西屯區 | OMOMO 韓系飲品咖啡廳

投放時間：10/31-11/3

預算和時間長度：3 天 NT\$99

每次瀏覽次數成本：NT\$3

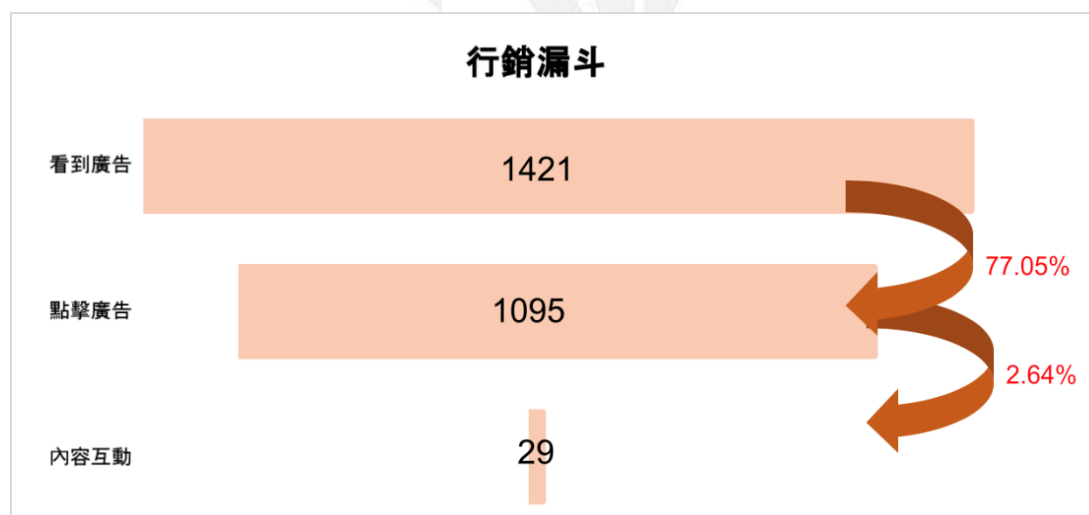
廣告受眾：18 - 35 歲女性 / 台中市

廣告關鍵字：優惠券、咖啡廳、甜點、美食、咖啡豆、蛋糕、咖啡烘焙、下午茶、餐廳、茶或咖啡

表十六、OMOMO 韓系飲品咖啡廳貼文總覽

曝光次數	觸及人數	內容互動
1421	1095	29
曝光率	觸及率	互動率
12.9	5.34	2.64

表十七、OMOMO 韓系飲品咖啡廳行銷漏斗



2. Reels 短影片

投放廣告的 reels：台中市中區火車站附近咖啡廳

投放時間：12/5 --12/8

預算和時間長度：3 天 NT\$96

每次瀏覽次數成本：NT\$2.59

廣告受眾：18 - 35 歲女性 / 台中市

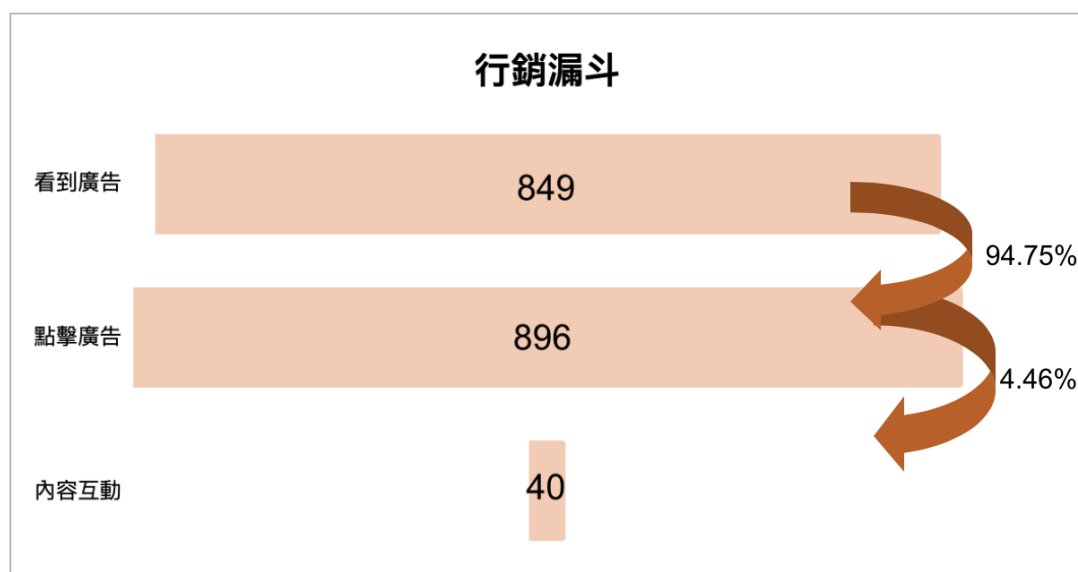
關於美食帳號「搜弄」

廣告關鍵字：優惠券、咖啡廳、甜點、美食、蛋糕、咖啡烘焙、下午茶或餐廳

表十八、台中市中區火車站附近咖啡廳 reels 總覽

曝光次數	觸及人數	內容互動
849	896	40
曝光率	觸及率	互動率
1.05	4.37	4.46

表十九、台中市中區火車站附近咖啡廳 reels 行銷漏斗



總播放次數：1,262

初次播放次數 998

重播 264

廣告目標：37

總結：透過表十六、表十八將投放廣告的一般貼文和 reels 短影片相比較，可以得知 reels 的廣告曝光轉換成點擊的成效較為顯著。從表十七及表十九可以得知 reels 曝光轉換成點擊的次數約 94.75%；貼文的轉換率約 77.05%。而實際進行內容互動（按讚、留言、收藏）reels 僅約 4.46%；貼文約 2.64%。互動轉換率低的可能原因，推測為品牌對於受眾還不夠有吸引力。

第五章 結論與建議

以下根據本研究的主要發現做成結論，並提出建議。

第一節 研究結論

本研究主要目的在透過持續分享甜點的餐飲心得，將社群媒體與周邊商品等提案進行虛實整合，創造品牌獨特的營運模式，茲將本研究之主要發現分述如下：

一、創建帳號初期粉絲數偏少，較難以推廣出去。

本研究結果顯示，經過一學期實施一週發文兩次的排程後，即使發文頻率高，粉絲數的增長也屈指可數，雖後期有透過抽獎活動吸引到較多民眾追蹤，但此方法非長遠之計，結果顯示參加抽獎活動的帳號大同小異，且對於貼文的內容互動並無太大幫助，也間接導致後期活動推廣的困難。

二、從帳號貼文之發現

我們針對初期線上問卷調查之整體回應情形，歸納出下列結論：

（一）首圖風格的視覺調整

帳號經營初期，我們主要以店內環境照、食物照搭配手繪風格呈現貼文，透過問卷調查得到的回饋大多為「整體版面略顯凌亂」及「首圖資訊過於複雜」等建議，因此將其改為以店名為主，手繪為輔的形式。帳號經營中期，經指導教授建議後，我們將手繪這項元素拿掉，再把背景飽和度調低，以手寫店名作為主視覺，讓受眾能夠快速辨認店家名稱。帳號經營後期，針對特輯和其他貼文首圖風格不一致，及貼文前後照片色調不一致的問題做修正，把背景照片的飽和度調高，加上手寫店名，整個畫面以明亮色調為主。

（二）期末節點 Reels 的成效

為了在期末將去過的店家做個統整回顧，本組嘗試了以往沒有做過的發文形式—Reels。透過廣告成效我們可以發現，以這種形式發文的互動率雖然並無大變化，但由曝光到點擊這個階段的轉換率相對一般貼文，似乎成效更為顯著。

三、帳號知名度不足，活動成效不如預期。

本組於專案期間共執行兩篇甜點抽獎文、兩篇選物店活動分享、貼圖抽獎文及貼圖宣傳活動各一篇，回歸前期粉絲數較少此一問題，抽獎文大多吸引到的受眾並非本組所預設，且這些受眾也不符合我們設定的目標客群，因此黏著度較低。後期洽與店家談到的選物店活動分享，推測因優惠內容不足以吸引大眾而造成總體互動率偏低，以及廣告投放金額有限相關。

第二節 建議

一、更加確立品牌定位、目標客群及創帳目的。

本組最初創建搜弄此帳號的核心為：以「分享」性質為主的帳號，組員們實際到店享用甜點的真實感受，以及與粉絲們分享吃甜食快樂是我們不變的初衷。但隨著專題進入尾聲，考慮到金錢收益這項因素，後期貼文內容及活動規劃的定位有些跑掉，且成效也不如預期。因此初期時因將帳號目的明確，已定位及目標客群為中心，擬定後期活動規劃及方向。

二、活動進行前先調查好該店客群及客群行為模式

本研究將目標客群設定於「甜點愛好者、年齡大約落在 20-35 歲的年輕族群」並將此客群的活動範圍界定於臺中市，卻無考慮到各個店家的主要客群是否來自於臺中市亦或是外縣市，導致活動推廣成效有限。因此未來執行此類相關研究時，撇除一般貼文外的活動內容，若能實際前往店家觀察他們的客群及客群行為模式，能獲得的資訊更多，廣告投放的設定也能更為準確。

三、廣告投放獲取的數據和樣本數稀少，難以推敲整體成效

本研究基於預算有限，廣告投放花費的成本多界於 200-300 元內，此花費所觸及的人數估計值和時間長度皆與實際情況不成正比，為避免誤差值，我們難以透過小數據推敲出大數據，因此整體成效的呈現也出現疑點。因此未來研究若要投放廣告時，建議將預算提高，且分享對象必須謹慎評估，才能得到更為準確的成效結果以供參考。

參考文獻

1. 王福闖 (2022)。年產量達 150 億的甜點市場！獨立甜點店靠什麼與連鎖甜點店競爭？取自：
<https://www.foodnext.net/column/columnist/paper/5739717352>
2. 行銷人 (2022)。2022 年甜點品牌社群行銷策略分析，取自：
<https://tw.news.yahoo.com/2022%E5%B9%B4%E7%94%9C%E9%BB%9E%E5%93%81%E7%89%8C%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E7%AD%96%E7%95%A5%E5%88%86%E6%9E%90-022117362.html>
3. 夥伴行銷設計有限公司。行銷寶典來了！想利用行銷策略來規畫行銷流程，看這篇就對了！取自：
<https://blog.gogopartners.com/%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E4%BC%81%E5%8A%83-%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E7%AD%96%E7%95%A5#undefined>
4. Erian-電商|行銷社群|WordPress 教學-影響立 (2018)。什麼是品牌定義？實用品牌定位策略 7 步驟，找到你的產品市場定位策略，打造知名品牌，取自：
<https://medium.com/erianmarketing/%E4%BB%80%E9%BA%BC%E6%98%AF%E5%93%81%E7%89%8C%E5%AE%9A%E7%BE%A9-%E5%AF%A6%E7%94%A8%E5%93%81%E7%89%8C%E5%AE%9A%E4%BD%8D%E7%AD%96%E7%95%A5%E9%A9%9F-%E6%89%BE%E5%88%B0%E4%BD%A0%E7%9A%84%E7%94%A2%E5%93%81%E5%B8%82%E5%A0%B4%E5%AE%9A%E4%BD%8D%E7%AD%96%E7%95%A5-%E6%89%93%E9%80%A0%E7%9F%A5%E5%90%8D%E5%93%81%E7%89%8C-aaad0224137d>
5. HiHit Media (2022)。FB 觸及率公式怎麼算？觸及、曝光、互動又要怎麼看？取自：<https://www.hihitmedia.com.tw/somi5-2/>
6. 電傷陪跑社。行銷漏斗是什麼？行銷人絕對不能不懂的概念！取自：
<https://runningmatemarketing.com/blog/2022/04/29/%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E6%BC%8F%E6%96%97/>
7. LaVie (2022)。將「五感行銷」納入品牌經營，強化你的品牌塑造力，取自：
<https://www.wowlavie.com/article/ae2201884>