

【技術專家委員會】華苓科技—廣客社群行銷平台

1 簡介


1.1 專案背景

早在 2006 年 Facebook 正式對外開放，人脈的探索即展開一連串翻轉。社群平台加上行動裝置的普及，普羅大眾難以招架行動社群所帶來的互動快感及歸屬感，形成極為穩固的黏著力。根據 DigitalTrends 的統計，Facebook 用戶平均每天開啟 Facebook 達 17 次，而在泰國、馬來西亞、卡達、墨西哥、阿根廷這些國家，其平均次數更高達 40 次，且將近八成用戶只用手機上 Facebook。更遑論 WeChat、LINE、Twitter 等後起之秀所牽引出的力道，讓地球浸潤在社群平台的歡愉裡。

1.1.1 社群即商機

消費者花在社群上的時間，遠比你想像得多。GlobalWebIndex 統計出消費者每天平均花在流覽社群平台的時間為 1 小時 49 分，甚至三分之一的上網時間都花在流覽社群平台上。68%的消費者，會因朋友在 Facebook 分享而產生購物衝動。55%的消費者，會在社群軟體上分享敗家經驗。社群中藉由粉絲專頁的機制，產生聚眾效益，更





容易掌握需求雷同的潛在客戶。

1.1.2 銷售去仲介化

在同一份報告中，43%的消費者，透過社群軟體學會怎麼用剛買的新玩意。82%的消費者，在實體店面挑選商品時，用手機比價、查看評價。74%的消費者，非常依賴 Facebook 上的開箱文。57%的消費者，在線上購物時，會先看別人的使用經驗。整個消費產品市場，都處於廠商與消費者直接對話的氛圍，代表廠商能掌握了大部分的銷售的機會，不需要再透過經銷商或是實體店面，得到直接的收益。

1.2 案例特點

相較於傳統行銷方式，社群媒體瞬息萬變，行銷人員需要更敏銳的嗅覺。我們可以藉由社群行銷巨擘 Jeff Korhan 所提出社群行銷迴圈的三大重點(如圖 1)，看出社群行銷平台的雛形：



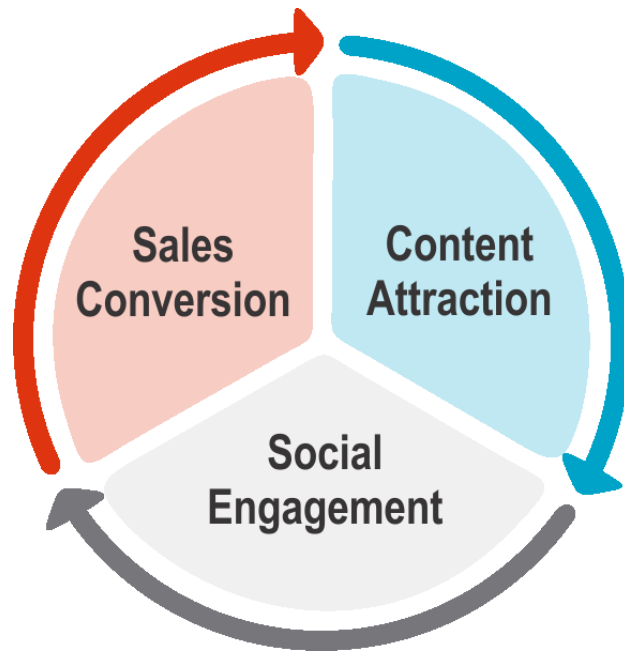


圖 1：Jeff Korhan 的社群行銷迴圈

1.2.1 與消費者對話刺激銷售轉換 (Sales Conversion)

許多行銷人員期望消費者從看到商品的第一眼就決定刷卡買單，事實上不太可能的，就很像第一次約會之後馬上結婚的道理一樣。手機的方便性讓消費者空前精明，追求的是性價比，店家之所以能被認同為一個品牌，往往不是因為產品最高端，而是讓消費者感受到背後有個負責的服務體系。

為了使品牌增加吸引力，行銷人員必須保持器度，回答問題並解決消費者問題，你進行的每個動態活動或是靜態文章，都需包含對話元素在裡面，讓消費者可以摸清楚服務體系的輪廓。

1.2.2 增加內容吸引力 (Content Attraction)

早期行銷洗腦就是打廣告，現在消費者透過小小手機螢幕所掌握的訊息量，是傳統廣告的數千倍，甚至比廠商還專業；更由於有時間去流覽手機的消費者，往往處在放鬆狀態，更容易挑動購物欲，行銷人員需考慮宣傳素材在手機上的易讀性，便於用瑣碎時間流覽。


所以店家必須順著習慣，製造不同的內容來改變消費者的認知，例如：旁敲側擊的業配文、開箱文、繞道由其他產品來映襯、專家推薦、置入性的圖片、小遊戲、親切問候..等等，激發消費者的興趣，幫助他們做出決定。

1.2.3 社群信任關係的締結 (Social Engagement)

利用粉絲分享來擴大消費群，是社群行銷最扼要的說法。在社群媒體上發展「信任關係」是導致新商機的關鍵，你必須解決銷售流程的難題，優化「打開社群 APP」到「付錢」的過程(俗稱的導流)，以免辜負粉絲的期望，協助確保推薦者的名聲。

一個偉大的銷售過程將潛在客戶帶到他們想去的地方。所以你的團隊必須有效率的執行社群行銷，簡化多個社群媒體的經營作業，把節省的時間，花在消費者對話或創造更驚人的內容，與更多的粉絲





締結信任關係。

綜合以上，作為社群行銷的平台產品，必須協助店家提高與消費者對話、增加內容吸引力、新業務的締結等三方面的營運效率為宗旨。

2 需求分析

基於產品定位的不同，單純依賴 Facebook、LINE、WeChat 等社群媒體所提供的功能，仍無法滿足上述社群行銷的要求，必須仰仗更好用的工具，以解決下列不足點：

2.1 社群媒體先天的排版限制

要在主流社群媒體上顯示圖文並茂的行銷文案，基本上是不允許的，就怕篇幅拉太長，破壞了用戶體驗。若你執意要用 Facebook 陽春的貼文或網誌工具來撰文，不僅字型無變化、排版彈性不夠、貼圖量有限制，照片也全堆在一起，毫無故事性可言。

2.2 推廣過程易受廣告干擾

行銷人員往往會連結到一個外部平台來製作圖文並茂的動態消息，實務作法是申請「部落格」。然而，免費的往往最貴，連線速度慢、大量廣告穿插、影片造成讀取延遲、不相干的鏈結亂入、文章被強制分段，皆大幅影響閱讀品質，看文章變得非常吃力。





2.3 行銷內容的外觀精緻度不討喜

對於一般實體店家或是微型企業，由於缺乏美工排版人手，業主本身美感不佳，手邊也無可用圖庫，無法產出亮麗的宣傳檔，間接抹煞了好想法，只能花錢外包，少了時效性。

2.4 缺乏互動性更高的行銷內容

根據 Content Marketing Institute 的調查，81%的行銷人員認為互動式內容比靜態內容更能吸引使用者注意力。然而主流社群媒體除了置入圖片及影片，無法滿足其他行銷需求。且由於每個人喜歡接受的訊息方式各有不同，減少了與消費者對話的機會。

2.5 多個社群媒體的內容管理問題

店家通常同時經營 Facebook、LINE、WeChat 等多個社群媒體，加上有寄發 EDM 的需求，等於同樣的發文動作需重複好幾次，且不利於彙整消費者資訊，不便於發文。

3 解決方案

3.1 總體技術架構

廣客社群行銷平台是架構在雲端的一個平台(如圖 2)，後端主要以 NGINX、Tomcat、MySQL 等技術實現雲端計算；前端主要以 HTML 5、CSS3、Javascript、AJAX、jQuery 以及 Bootstrap 等技術實



現與使用者操作的介面，下個章節將會針對這些技術搭配的優勢進行說明。

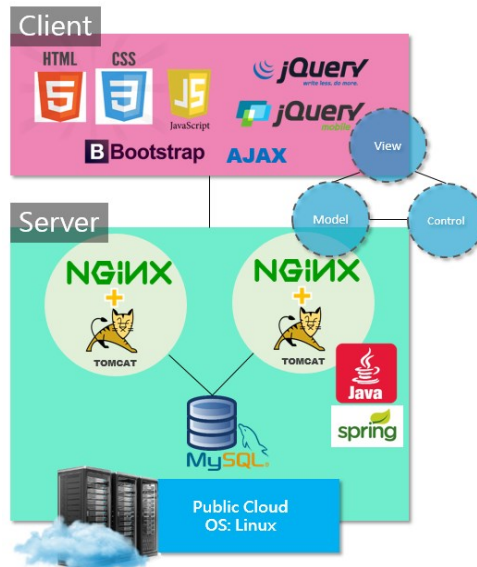


圖 2：KonKo 技術架構圖

從 SaaS 服務的角度來說，廣客社群行銷平台特點包含：

◇ 技術方面：

- 企業無須 IT 方面的技術人員，又能同時得到最新應用。
- 個人無須架站、開發網頁能力，隨買隨用。

◇ 維護方面：企業或個人不需要專門維護以及管理系統的人員。

◇ 費用優勢：只需要支付相對低廉的“月費”





圖 3：KonKo 廣客功能架構圖

KonKo 廣客社群行銷平台的功能特性(如圖 3)：

與消費者對話刺激銷售轉換 (Sales Conversion)方面：

- ◇ 互動內容的產生器

增加內容吸引力 (Content Attraction)方面：

- ◇ 多媒材的圖文編輯
- ◇ 大量範本
- ◇ 手機編輯與閱覽的優化

新業務的締結 (Social Engagement)方面：

- ◇ 客戶名單管理



◇ 資料分析

◇ 一稿多發機制

3.2 具體技術方案

KonKo 廣客社群行銷平台透過雲端計算及流暢的使用者介面，提供製作 EDM、發佈到商機收集的線上服務。

3.2.1 雲端計算

◇ JAVA

華苓擁有豐富平台開發經驗，其採用的語言為 JAVA，因此本平台採用 JAVA 作為伺服器端開發的語言，擁有跨平台、物件導向、泛型程式設計與高安全性的特性。

◇ Spring MVC

本平台屬於 Web 端應用程式開發，Spring 框架提供了構建 Web 應用程式的全功能 MVC(Model-view-controller) 模組，分離了模型、分派器以及視圖使開發速度加快，簡化開發難度，並且保持產品可擴充性。

◇ JSP

JSP 全稱 Java Server Pages，是一種動態網頁開發技術，以 JAVA 作為基礎的網站伺服器描述語言程式。它使用 JSP 標籤在 HTML 網頁中插入 Java 代碼，其優勢在於：



- 性能更加優越，因為 JSP 可以直接在 HTML 網頁中動態嵌入元素。
- 伺服器呼叫的是已經編譯好的 JSP 檔，修改後無需重啟服務。
- JSP 頁面可以與處理商務邏輯的 Servlet 一起使用。

◇ Tomcat 伺服器

Tomcat 伺服器是一個免費的開放原始碼的 Web 應用伺服器，由 Apache 軟體基金會下屬的 Jakarta 專案開發的一個 Servlet 容器，屬於羽量級應用伺服器，是開發和呼叫 JSP 程式的首選，因此本平台採用 Tomcat 作為伺服器。

◇ NGINX 技術

本平台為雲端架構，須要同時服務成千上萬的使用者，因此平行處理是非常重要的事情，採用 NGINX 能實現載均衡、緩存、訪問和頻寬控制，讓用戶能夠流暢的訪問本平台。


◇ MySQL

- 資料庫使用 MySQL，優點是簡易查詢的效率較高而免費，能降低營運成本。

◇ Tiles 頁面配置技術

由於廣客是由不同的頁面組合起來，許多頁面重複用到相同的頁面與佈局，差別在於內容的不同，因此採用了 Tiles 頁面配置技





術，將頁面拆分為 Head(頭部頁面)、Menu(頁面功能表)、Body(頁面主體)、Footer(頁面尾部)等，有效加速開發並提高程式的再使用性。

3.2.2 使用者介面

◇ Bootstrap

使用目前最受歡迎的 HTML、CSS 和 JS 的框架，用於開發回應式網頁設計(Responsive Web Design，簡稱 RWD)與行動優先的網站專案。因此本平台不論在電腦上或行動裝置上都能有好的閱讀效果。

本平台採用了 Bootstrap 格線系統來實現 RWD 網頁，根據使用者所使用的設備，網頁自動決定排版方式。

◇ jQuery

為新型態 JavaScript 的程式庫，主要是用於網頁 DOM 對象的操作，強化 Javascript 的不足，無須重載網頁即可對網頁上實現動態的操作，強化使用者體驗，其特性包括：

- HTML 元素選取
- HTML 元素操作
- CSS 操作
- HTML 事件函數



- JavaScript 特效和動畫
- HTML DOM 遍歷和修改

◇ AJAX

AJAX 即「Asynchronous JavaScript and XML」（非同步的 JavaScript 與 XML 技術）使用 XMLHttpRequest 物件與 Web 伺服器進行非同步資料交換。AJAX 應用可以僅向伺服器傳送並取回必須的資料，並在用戶端採用 JavaScript 處理來自伺服器的回應。可以避免傳統提送表單(Form)須整頁刷新浪費頻寬，以及畫面因刷新而閃動的問題，帶給用戶流暢的操作。

◇ HTML5


為新一代 HTML 標準，在多媒體方面的應用更加強大，其新特性包含：

- 用於繪圖的 canvas 元素
- 媒體播放的 video 和 audio 元素
- 新的特殊內容元素，比如 article、footer、header、nav、section..
等
- 新的表單控制項，比如 calendar、date、time、email、url、search..
等

◇ CSS3

- CSS (Cascading StyleSheet) 在網頁製作時採用層迭樣式表技





術，可以有效地對頁面的佈局、排版、字體、顏色、背景和
其它效果實現更加精確的控制。只於對應的代碼做一些簡單
的修改，就可以改變同一頁面的不同部分，或者不同頁面的
網頁的外觀和格式。

- CSS3 是 CSS 的升級版本，CSS3 語言開發是朝著模組化發
展的。以前的規範作為一個模組實在是太龐大而且比較複
雜，所以，把它分解為一些小的模組，更多新的模組也被加
入進來。這些模組包括：盒子模型、清單模組、超連結方式、
語言模組、背景和邊框、文字特效、多欄佈局等。

KonKo 於上述技術方案，創造實用而強大的數位內容服務。

3.3 解決方案的特點

3.3.1 多樣素材的問卷產生器，增加互動性

有別於傳統問卷調查平台，除了提供問卷調查工具外，也可以
與廣容基本元件相互搭配，讓問卷調查的樣式不再單調。提供視覺化
分析工具，每一個題目都能有一個相對應的視覺化圖片。提供報表匯
出功能，將所有的受訪者響應彙整一個報表。(如圖 4—圖 6)





圖 4：KonKo 基礎元件與問卷調查元件

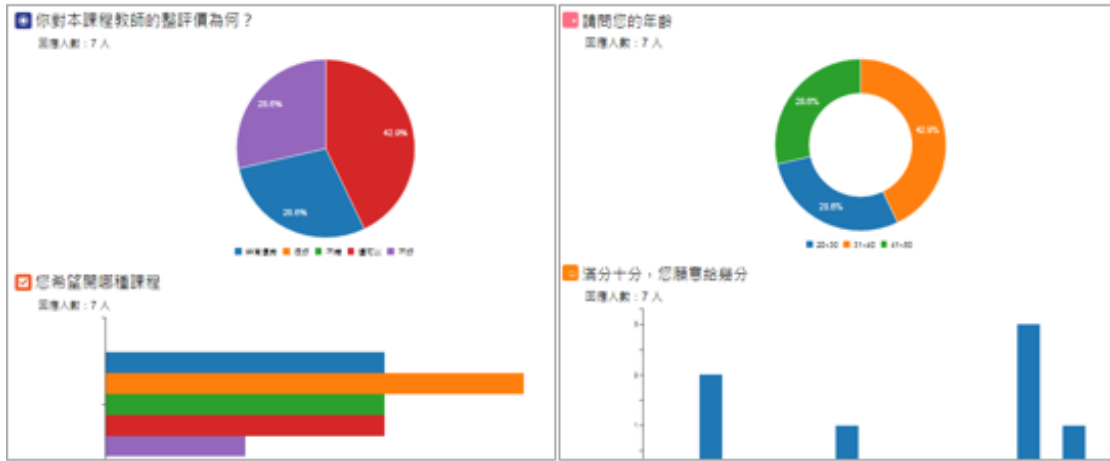


圖 5：視覺化分析圖表



課程滿意度調查表

課程滿意度調查表

* 填寫日期

* 你對本課程教師的整評價為何？

非常優秀 很好

不錯 還可以

不好

* 您希望開哪種課程

運動 休閒

人文 音樂

人際

* 請問您的年齡

* 滿分十分，您願意給幾分

* 請問您希望田野調查的地點 (可複選)

台北 台中

高雄 綠島

澎湖 東沙島

太平島 龜山島

* 請問您對課程使用工具滿意度

	非常不滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
Android	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
iOS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Windows	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* 請問您的郵件信箱

圖 6：KonKo 問卷應用示意

3.3.2 多媒材的圖文編輯，解決一般社群媒體排版方面的不足

使用者無須網頁設計的能力，即可透過 10 種網頁的元件(文字、多格式編輯、圖片、幻燈片、表格、影片、地圖、按鈕以及排版)或者套用範本，迅速打造出一張獨具風格的電子型錄，同時也增加互動性。(如圖 7、圖 8)





圖 7：網頁編輯組件



圖 8：簡單操作、快速製作

3.3.3 大量範本，改善行銷內容外觀不討喜的情況

具備大量的免費圖庫、音效庫、版型樣式，行銷人員可以套用專業設計的版面風格，不用從零開始，即使自認美工能力不足，一樣能透過範本的協助，製作出豐富動人的行銷文件。(如圖 9)





圖 9：多樣範本供自由選取使用

3.3.4 手機編輯與閱覽的優化，並減少受廣告干擾

本平台特別針對自適性網頁設計(RWD)及舒適度作調校。行銷人員不需要去知道技術語法，也可讓電子型錄同時適合在 PC 與行動裝置上閱讀。更重要的，更可以利用碎片化時間，隨時都能利用手機編輯電子型錄，不流失任何行銷創意。其次，由於 KonKo 與部落格工具的定位的不同，不會出現大量贊助商廣告，可避免模糊文章焦點，收到更好的行銷效果。(如圖 10、圖 11)



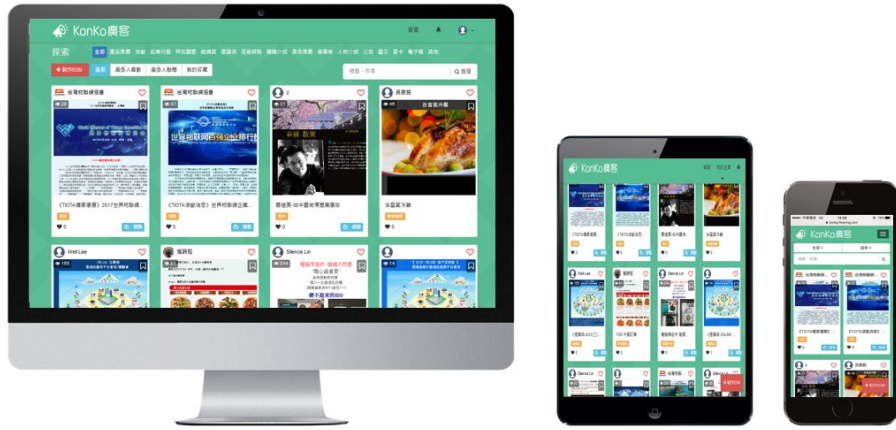


圖 10：自適性閱覽畫面

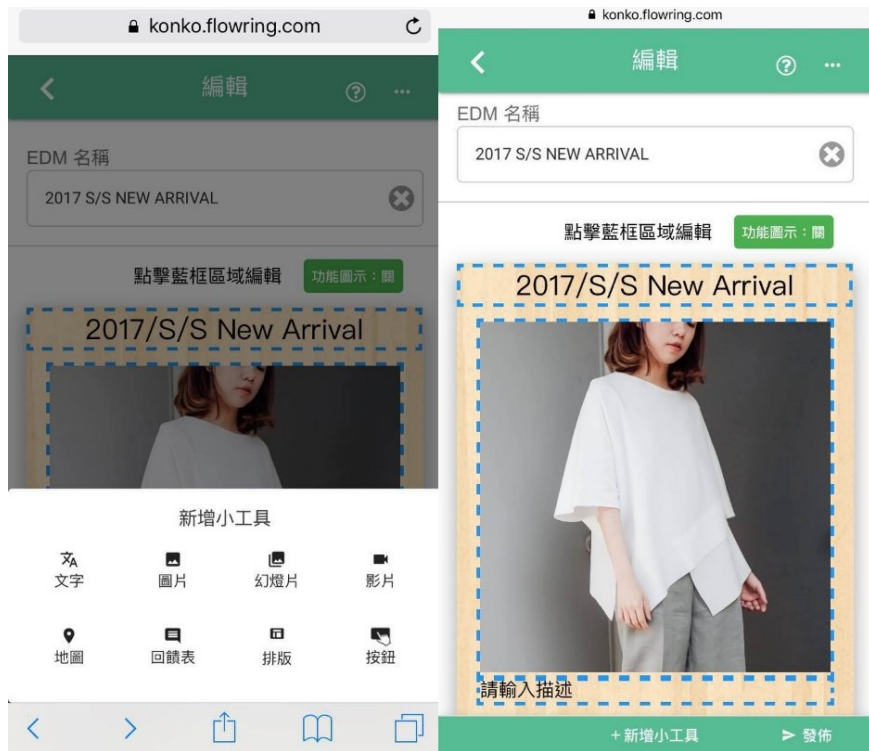


圖 11：手機編輯畫面

3.3.5 客戶名單管理

提供客戶回饋與聯絡人名單管理，輕鬆獲取客戶名單，精準行銷，不論是手機、電腦皆能隨時隨地接收到回饋訊息。(如圖 12、圖 13)





圖 12：客戶回饋與管理



圖 13：客戶名單管理

3.3.6 資料分析

廣客提供社群機制，使用者能夠探索海量電子型錄，找到自己喜歡的作品並針對作品按贊或者留言評論，也能夠追蹤自己喜歡的作者，隨時掌握該作者最新動態。(如圖 14)



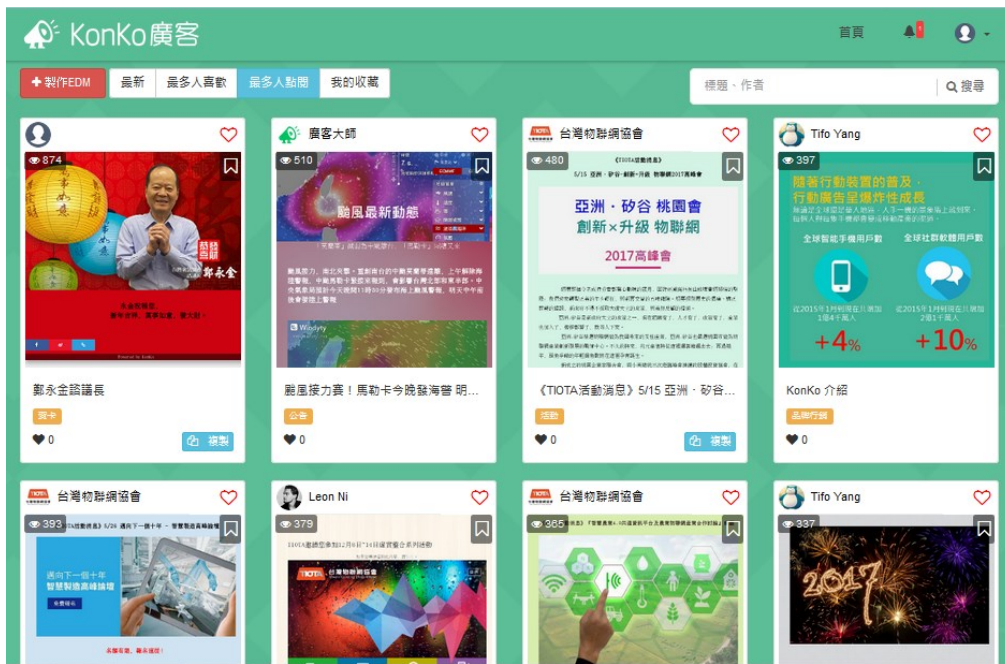


圖 14：探索海量電子型錄

3.3.7 一稿多發機制，解決多個社群媒體的內容管理問題

提供一稿多發的發佈方式，同時將電子型錄推送至簡訊、Email、LINE、Facebook、WeChat、微博...等等，特別是密集發佈訊息時，可節省大量剪貼工作，也減少因反復剪貼所造成的人為錯誤。(如圖 15、圖 16)



圖

15：後臺發佈工具



圖 16：多管道發佈與閱覽(以 TIOTA 案例示意)

3.3.8 解決方案應用說明

3.3.8.1 應用於「業配文」的發送

只要產品夠好，相信經過網友的分享，一傳十，十傳百，產品很快就能觸及潛在客戶。尤其像 Facebook 的社團機制或是粉絲專頁，形同客群篩選，裡頭全是需求相仿的一群人。所以社群中的廣告文投放，不像過去平面廣告時代的亂槍打鳥，精準度也高出傳統網路廣告許多，且容許小額採購，發佈機動，不用跟人搶檔期，都是店家願投入社群行銷的原因。



(1) 比 Facebook 更優質的操作平台

要在 Facebook 上直接顯示圖文並茂的業配文，基本上是不允許的，如前文所述，一則怕篇幅拉太長，破壞用戶體驗；二則若執意要用 Facebook 陽春的貼文或網誌工具來撰文，不僅字型無變化、排版彈性不夠、貼圖量有限制，照片也全堆在一起，毫無故事性可言。

若對美觀要求不高，鐵了心要用 Facebook 一站到底，抱歉！


Facebook 無法直接分享到其他管道(如 LINE 或 WeChat)，行銷人員的心血及效果會大打折扣。如果用複製的方式啊，格式又會全跑掉。所以最好另外找個網頁編輯平台，穩穩當當地排好業配文，透過 Facebook、LINE 或 WeChat 分享，加上幾句動人的引言，要看就連過來，可以即時修改內容而不影響分享作業，這是較務實的作法。

(2) 業配文要放在線上，才能被反覆咀嚼

Facebook 上的業配文大多連結到某個網站或是部落格，兩者是最常見網頁創造方式。這有個好處，就是讓業配文有個固定網址，容易被 Google 搜尋到、容易被轉載、延長宣傳效果。

過去或許會寄 EDM，但 EDM 畢竟只是個郵件，只存在於郵件軟體裡，常被防火牆莫名奇妙擋住，收件人增長慢；紙張傳單更不用說，大多拿去墊便當，這些老方法無法讓業配文在網路上流通，吸客效果有限。





回過頭來，雖說一般民眾一天到晚在滑手機、逛網站，但如何架網站？十有八九答不出來，連寫個網頁放在網路上都是個大問題，更別說伺服器租用，DNS(Domain Name System,網域名稱系統)設定或網域申請。開源都來不及了，又有免費 Facebook 檔著用，何苦花錢去外包網站。如何撰寫個業配文網頁。剩下的，只剩申請部落格一條路!?

(3) 無廣告干擾的優質行銷平台

用部落格來撰寫業配文似乎是個好主意，但網誌文章遭廣告亂入的情況嚴重。雜七雜八的廣告穿插其中，難保業配文不會變成其他店家的跳板，廣告多閱讀起來吃力，不單是體驗問題，品牌形象也大打折扣。真心要推廣產品的商家，絕對不希望被廣告亂入。保持閱讀的友善性，將大幅增加粉絲分享的意願。所以，對於業配文的撰寫，在官網及部落格皆不甚理想的情況下，推薦使用 KonKo 社群行銷平台，它在官網及部落格之間取得一個良好的平衡點。

3.3.8.2 應用於「社群團購」

公司行號常進行團購，於是開始製作傳單與登記表傳閱給同事、親友詢問要不要加入團購，但最後傳單往往不知道被傳到哪去了，有些人懶惰傳閱就一直放在桌上，沒有消息。到最後好不容易傳



回來了，還要一個一個整理匯總，確認填單的人數量是否有誤、和廠商聯繫團購總數量，然後一整天的時間就這樣過去了，多浪費時間的一種作法。

(1) 廣客提升團購號召力

但熱心的想分享好東西給親朋好友，卻往往要彙整這些東西，最後覺得麻煩而放棄，其實，團購可以很簡單，需要的是一個好工具幫忙解決這些麻煩的問題，在雲端化與社群化的今天，可以輕鬆將團購商品上雲端，介紹想分享的產品，只要包裝的夠好、夠生動，透過網路社群網軍的號召力量，傳至各群與討論區，就能夠讓團購夠被更多人知道，也可更方便的被進行、處理。


(2) 好的宣傳工具，讓揪團作業事半功倍

KonKo 廣客提供的，就是一個簡單的空間快速打造介紹傳單，簡單編輯，也可以透過平台提供的範本製作、支援影音嵌入功能，讓傳單不僅是圖文敘述，且容易散佈、分享出去，將傳單線上化就容易被 Google 搜尋到、容易被轉載、延長宣傳效果；傳播的管道也不再只有 mail、簡訊。

(3) 一條鞭的訂購

KonKo 可製作型錄，也可製作訂單，進行一條鞭的訂購，減少訂購者在操作上的跳轉。當訂購者閱讀完團購型錄後，可直接填寫訂





購單，而不需填寫 email 或是到另外一個購物網站購買，不需過多的帳號轉換及登入動作，增加方便性與流暢感。

3.3.8.3 應用於「經營 FB 粉絲專頁」

現在公司行號多半會建立臉書粉絲專頁，由於集客效果明顯，加上分析工具完整，粉絲專頁足以為小公司、小店家省下一筆架設官網的費用。經營粉絲專頁，如同經營一個媒體，若把報章雜誌的觀看經驗移植過來，有些訣竅是行銷人員在經營粉絲專頁必須留意之處

(1) 提高粉絲專頁的質感，奠定品牌基礎：

「KonKo 廣客社群行銷平台」輔助經營粉絲專頁，它可製作社群行銷所需之各類文體，提升圖文的呈現與閱讀品質，維持粉絲團忠誠度，拉高訂閱人數。


(2) 無廣告干擾的閱讀空間，提高行銷說服力：

KonKo 廣客提供一個純淨的編輯與閱讀空間，可同時分享至各大社群平台，沒有廣告、影片、圖片、鏈結的干擾，回歸好文本色，強化粉絲關注意願。

(3) 利用瑣碎時間寫作，延長圖文行銷效益：

KonKo 廣客操作靈敏，方便在行動裝置上編輯的介面，讓行銷人員利用瑣碎時間在行動裝置上取材、拍照，增加發文效率。並具備





大量範本集，不需從零開始製作，加上免費圖庫、配樂庫，不論大作或是小品，KonKo 廣客都是行銷人員的最佳發文幫手。

(4) 增加圖文豐富度，營造粉絲歸屬感：

KonKo 廣客可置入多種媒體素材、幻燈片、表單、表格、按鈕等等，讓行銷人員在粉絲群中舉行投票、團購、優惠券、人物介紹、電子報、影音分享...等等豐富用途，大大提升互動性，更利於與消費者對話。

4 總結

4.1 經濟/社會效益


4.1.1 提供顧客關係管理(CRM)新方法

如上文所提，根據統計，全台灣約有 90%以上都是中小企業，但最大的問題就是沒有好的方法、工具進行行銷與顧客關係管理。KonKo 廣客極適合製作在手機上閱覽的各種 CRM 相關素材，只要透過手機「滑一滑」顧客關係管理即可隨時掌握，相關回饋情況也可隨手可得，真正有效的接觸與溝通。

4.1.2 降低行銷成本，扶植新的經濟模式-微商

社群媒體改變了消費行為，帶動企業行銷走向改造與革新，從傳統的媒體採購轉移到社群媒體。藉由去仲介化，以微商為代表的 C2C





(Consumer to Consumer) 模式逐漸興起，舉凡實體店家、小賣店、新創公司、部落客分享、業務人員、各類經紀人等等基於行動社群而發展出的經濟個體，透過社群朋友圈的關係取得信任，基於信任而交易。不講求客戶多，而是把關係作深，維繫老客戶，擁有投入少、門檻低、接觸範圍廣且極易滿足個體的商業行為，能帶動提升購買率，形成持續購買。藉由 KonKo 廣客服務的雲端租賃模式，使用者可快速享受低成本行銷內容製作服務，創造更高的業績營收，活絡台灣整體經濟。

4.1.3 提供更舒適的線上閱讀環境，提升全民知識水準

根據研究，Google 每天需處理超過 24 PB 的資料(相當於 24,000 TB)，是美國國會圖書館所有紙本資料量的數千倍，加上行動裝置的普及率，書中自有黃金屋的律則，已轉換到網路社群裡。KonKo 廣客所要求的，是一個無廣告干擾、適應多裝置的文章編輯與閱讀環境。在行銷商業用途之外，更能應用於線上出版與日常的知識分享。相較於社群圖文消息或是部落格，KonKo 廣客提供更優良的線上閱讀環境，對於協助全民提升知識吸收效率、知識普及性，有著不可抹滅的影響。



4.2 用戶評價回饋

用戶回饋評價總結：根據 KonKo 廣客社群行銷平台問市以來所進行長期追蹤調查，用戶對於該平台的總體回饋如下：


- (1) 整體操作滿意度達 75%。
- (2) 80%的使用者利用 KonKo 進行電子型錄的同時發佈。
- (3) 60%的用戶已用 KonKo 取代社群媒體原本的圖文功能。
- (4) 藉由大量的範本的協助，平均 10 分鐘就可以完成一份電子型錄。
- (5) 最滿意項目前三名分別為：操作靈敏、大量範本、閱讀性大幅提升。
- (6) 其他質化回饋：

在社群行銷方面，KonKo 提供更靈敏的圖文發佈以保持熱度與知名度；個人用戶更是將日常中好玩有趣的事，以廣客製作出生動的快訊，分享到社群平台或好友群中，討拍同時還能增進友誼長存；隨時隨地使用手機查看訂單、回饋並即時回復。

4.3 總結

行動社群時代，不像過去平面廣告時代的亂槍打鳥，精準度也高出傳統網路廣告許多，且容許小額採購，發佈機動，不用跟人搶檔





期，都是店家願投入社群行銷的原因。KonKo 社群行銷平台是 Facebook、LINE、WeChat 的最佳搭擋，彌補一般社群媒體對於圖文編輯的不足，省掉架網站、租用網站空間的麻煩，是最佳的行銷內容創作平台。

