

粉專行銷企劃範本
晚餐吃什麼之小資食堂

系級 隊名

組員

107 年度 第 1 學期

授課教師：000

目錄

1	企業使命描述與產品介紹.....	2
1.1	「晚餐吃什麼？之小資食堂」介紹：.....	2
2	社群行銷目的.....	2
2.1	「晚餐吃什麼？之小資食堂」粉專目的：.....	2
3	社群行銷的策略規劃方向.....	2
3.1	粉絲專頁形象規劃：.....	2
3.2	粉絲專頁平台規劃.....	4
3.4	粉絲專頁內容規劃.....	4
4.	潛在使用者分析.....	4
4.1	使用者規劃：(人物設定板，如附件一).....	4
5.	預期行銷成效.....	5
6.	行銷活動執行與成效分析.....	5
6.1	粉絲專頁目標設定階段執行成果（統計至 12/15）.....	5
6.2	粉絲專頁貼文結果與相關分析.....	6
7.	結論與展望.....	9
	參考資料.....	12

1 企業使命描述與產品介紹

1.1 「晚餐吃什麼？之小資食堂」介紹：

「晚餐吃什麼？」是每天大家一定會經歷的問題

三餐中晚餐的角色，在上班族的生活是屬於不須趕時間的一餐。在忙碌的一天之後，晚餐除了有飽食一頓、也有療癒一天疲憊心靈的功能。

如果單獨吃晚餐，更不想要隨便對待自己的人生，每天想好要吃什么並不是一件容易的事！所以團隊當初建立時，想要解決粉絲們對於晚餐決策的需求。

1.2 「小資」是什麼？

「小資階級」是來自中國的一句用語，意指在社會階級中介於資產階級與無資產階級中間的族群，換句話說就是有收入、資產，但是卻也不能揮霍或自稱家境「小康」的一群人。而後因貧富差距加大、社會階級不流動..社會變遷現象，小資族群的社會佔比越來越放大，從小眾現象(20~30 歲)慢慢放大(20~45 歲的大多數人)到可以用來作為選舉的標語。



2 社群行銷目的

2.1 「晚餐吃什麼？之小資食堂」

粉專目的：

在工作難以獲得成就、資產快速累積無望的情況下，「小確幸」儼然成為很重要的精神食糧。本團隊就希望能服務這群越來越廣大的「小資族」成完晚餐好點子的提供平台。

3 社群行銷的策略規劃方向

3.1 粉絲專頁形象規劃：

3.1.1 設計風格及視覺規劃

- 粉絲專頁用色：可刺激食慾的暖色調，例如黃色、橘色

- 素材：與餐廳、季節、手作可產生聯想的圖庫及物件，例如木頭..等。
- 開張 banner



- 粉絲專頁 LOGO



3.1.2 粉絲專頁 關於

你今天想好晚餐吃什麼了嗎？

早餐匆忙吃！中午隨便吃！到了晚餐就算一個人也應該要療癒一下！

晚餐吃什麼之小資食堂提供你 150 元以下的美食資訊，

讓我們在臺北，雖然小資也可以很享受

3.2.3 粉絲專頁小編設定雛形

- 暱稱：食堂小二
- 性別：不明
- 個性：熱心、積極、樂於分享
- 興趣：研究美食、體驗美食、烹飪
- 星座：巨蟹座



3.2 粉絲專頁平台規劃

3.3.1 使用頻道及 ID : Taipei_dinner2018

3.3.2 FB 為主要使用平台使用優勢及目的：

- FB 平台用戶多：2017 約有用戶 20 億，已達全球 34 億網路使用者 1/2。
- FB 粉絲專頁提供的人口資訊豐富，募集使用者的準確率高。
- FB 粉絲專頁日後可提供銷售商品及廣告投放等功能。

3.3.3 YouTube 平台用戶：15 億，主要用於影片連結

3.3.4 Instagram 平台用戶：7 億，主要用於圖像分享

3.4 粉絲專頁內容規劃

3.4.2 PO 文時間點：

- 除部分節慶式發文(萬聖節)，應於周一至週五發文。
- 事先設定為當日下午 5 點鐘

3.4.3 發文原則

- 以 150 元以下預算提供今日晚餐建議
- 2/3 自製內容：餐廳實際參訪、手作食譜(圖、文、影片為主)
- 1/3 分享美食、廚房小知識及趣味資訊
- PO 文：【標題】+ 低於 50 字之介紹 + #強調主題及補充

4. 潛在使用者分析

4.1 使用者規劃：(人物設定板，如附件一)

4.1.1 現居大台北，共居人數為 2 人以下。

4.1.2 人口特徵：20~45 歲男性及女性。

4.1.3 生活型態：固定上班時間，網路及手機重度需求者。

4.1.4 年收入：28 萬~65 萬之間。

4.1.5 平常日每餐預算不超過 150 元，廚藝並不是很厲害。

4.1.6 【銀行櫃檯：愛曼達】、【公司採購：安迪】、【網拍美編：薇薇安】

5. 預期行銷成效

5.5.1 粉絲專頁營運規劃及歷程

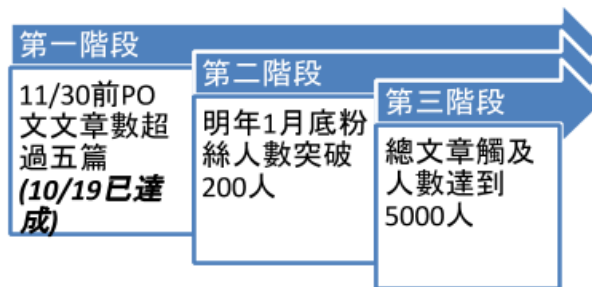
- 每周三五下午五點發文
- 小組每人撰寫自創/自訪內容或專頁活動
- 由文字潤飾者統一 PO 文
- 固定值日生輪值每 2 周一位，目標秒回消費者訊息及動態

5.5.2 粉絲團營運目標

- 第一階段：11/30 前 PO 文文章數超過五篇
- 第二階段：明年 1 月底粉絲人數突破 200 人
- 第三階段：課程結束前貼文觸及人數達 5000 人

6. 行銷活動執行與成效分析

6.1 粉絲專頁目標設定階段執行成果 (統計至 12/15)



- 第一階段目標_已達成：12/15 前發文 21 篇
- 第二階段目標_已達成：12/15 按讚人數已達 203 人
- 第三階段目標_已達成：
 - a. 文章觸及人數累積已達 5045 人
 - b. 累積曝光人數 10357 次
- 其他達成項目：
 - a. 期間互動用戶 590 次
 - b. 總貼文閱讀次數 788 次

c. 影片觀看次數 1087 次

6.2 粉絲專頁貼文結果與相關分析

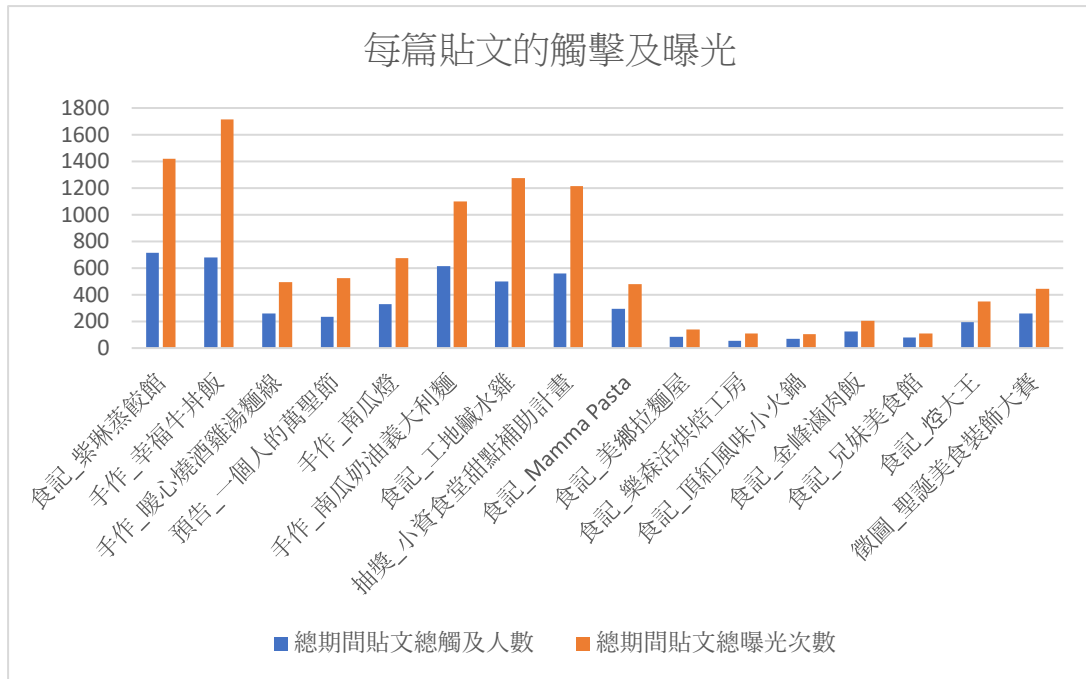
6.2.1 目前已發文排程

日期	食記文章 (9)	日期	手作文章 (4)	日期	其他文章 (2)
10/18	紫琳蒸餃館(V)	10/20	幸福牛丼飯(W)	11/9	抽獎_甜點補助計畫(W)
11/8	工地鹹水雞(V)	10/25	暖心燒酒雞湯麵線(W)	12/8	徵圖_聖誕美食裝飾大賽(W)
11/10	Mamma Pasta(V)	10/28	南瓜燈(V)		
11/15	美鄉拉麵屋(W)	10/29	南瓜奶油義大利麵(V)		
11/17	樂森活烘焙工房(W)				
11/22	頂紅風味小火鍋(W)				
11/24	金峰滷肉飯(W)				
11/29	兄妹美食館(V)				
12/1	焢大王(W)				

6.2.2 目前發文形式說明：

已發表文章以食記(共計 9 篇)居多，其次是手作(共計 4 篇)，最後搭配吸引新使用者的 Tag 朋友抽獎(1 篇)及吸引互動人氣的聖誕徵圖大賽(1 篇)。而以形式看來多以文章搭配圖片(共計 9 篇)為主，影片搭配文字(共計 6 篇)的部份次之。

6.2.3 每篇發文的觸擊及曝光

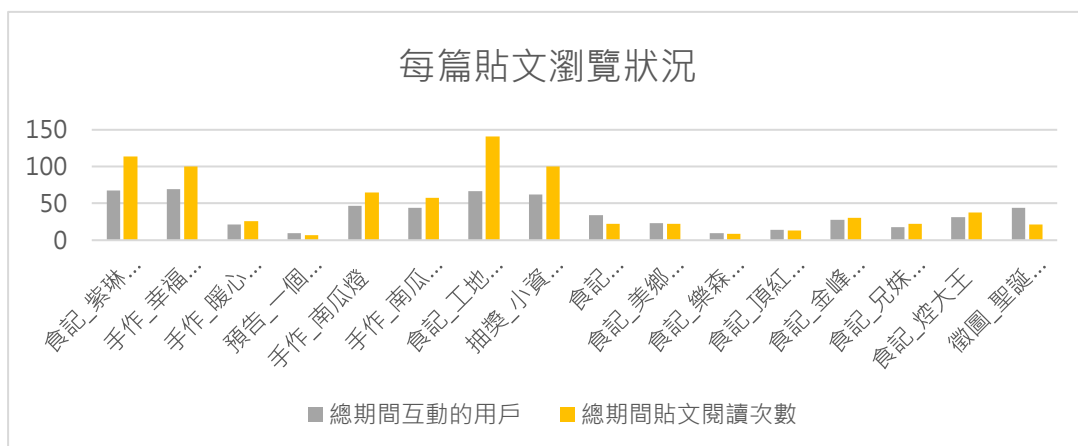


分析與說明：

(1) 觸及和曝光數可能與目標設定(20-45 歲居住或生活在台北市，對美食有喜好)中，使用者所喜好的主題及食物類型有關，以上述發文中可以看到製作簡單的丼飯、地點熱門(東區)的食記和符合季節手作類主題較受粉絲歡迎。

(2) 當察覺觸及人數下滑時，應增加活動(如抽獎、留言 Tag、徵稿等)，明顯可拉抬人氣。但若觸及人數調至低點時，可能需要有更強的內容或活動，才能將人氣拉抬至開站時的熱度。

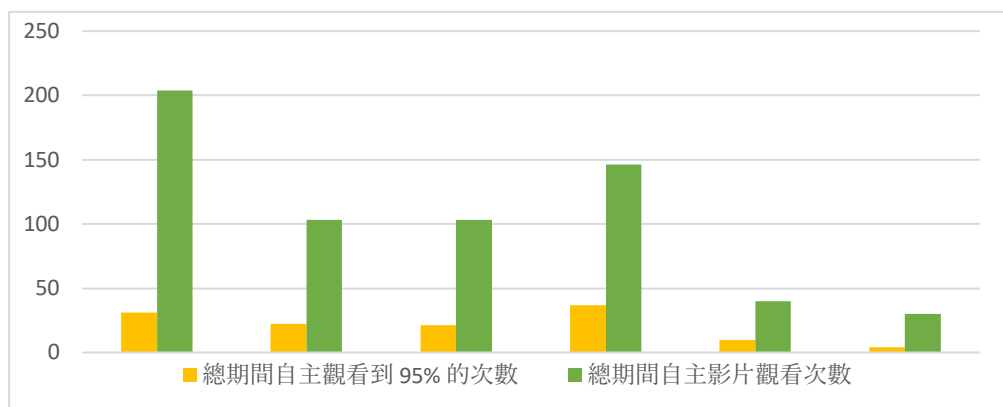
6.2.4 每篇發文的瀏覽狀況



分析與說明：

貼文閱讀次數和互動用戶間沒有必然關係，很有可能因為使用者不習慣閱讀，但通常閱讀次數高的貼文，因閱讀人數多使得互動的可能性增加，互動人數自然也會較高。

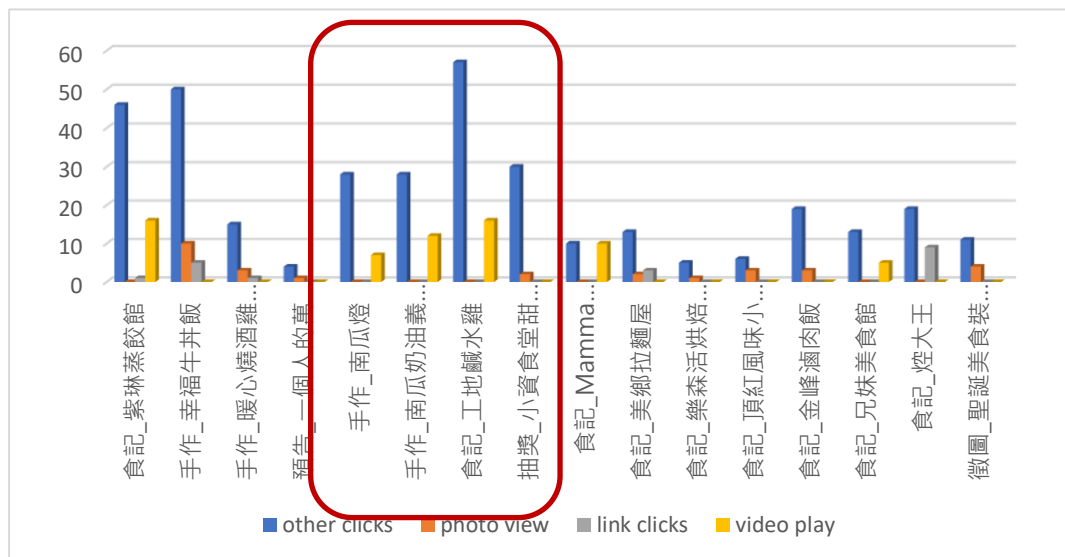
6.2.5 每篇影片的觀看狀況



分析與說明：

影片秒數皆約在 1 分鐘內，即便粉絲因對主題或內容感興趣而自主觀看，但黃金 30 秒內若沒有吸引人之處，跳離率明顯增加。

6.2.6 每篇發文的用戶後續動作



分析與說明：

1. 小資食堂粉絲普遍對文章較無感覺，連結的點擊率都非常低，較偏好影片。
2. 整體看來，粉絲對於粉絲團的內容耐心約為一個月，當一個月過後若內容沒有更優化、或是沒有團內活動拉抬聲勢，整體不論觸及人數、觀看次數等皆會急遽下滑。因此，當 PO 文的觸及效率逐漸減弱時，明顯可用活動促

使粉絲分享或有其他互動。

7. 結論與展望

目前要建構在一個既有的平台如 YouTube 或是 FB 比早期經營自有官網或是軟體容易，但是也有其他的風險需要注意，如發生政策改變(FB 曝光演算法改變、無名小站收站)會有事業上的風險。故目前的經營者多採多角化經營，以降低經營風險，若本粉絲專頁需要長期經營下去，需多到其他平台建立內容。

本粉絲專頁多採自產內容的方式經營，在製作內容上也許會相較其他只有貼連結的粉絲專頁貼文數少、較慢、較多預算，但是長期看來粉絲忠誠度較高，也容易做出區隔，在後期舉辦聖誕節裝飾大賽的時候，也有非團隊自有的粉絲參加活動，並且拉攏朋友幫其投票，這件事對於經營團隊的我們來說士氣非常有幫助，因為代表著真實粉絲的認同。所以對於「晚餐吃甚麼之小資食堂」來說粉絲的發展對象還是以較為精準(肯對食物的精緻、CP 值追求提升的消費族群)為主，這對日後廣告主在下預算時會更為容易達成轉換率，並提高其投資意願。

雖然經營過程中難免會有不同意見不同情況，但我們讓每個人都自產內容與消費者溝通，讓 PO 文多樣化。為免消費者覺得溝通方式混淆我們設立了專任的文字潤飾師統一溝通風格，但內容產出又不限於一位小編，降低因職務更動所產生的經營危機。

【最有成就感的一篇 PO 文】12/10



小資食堂有新活動啦～各位粉絲們快來參加🎉🎊🎋🎌🎍🎎

【活動內容】

參賽時間：12/10～12/25

Part1 投稿票選

🎄🎄🎄🎄美食聖誕裝飾大賽🎄🎄🎄🎄

歡迎各位可以在下方留言區投稿

Part2 投票抽獎神秘小禮物

請在投稿下方留言投票「一起開心過聖誕+1」投票選出你心中的第一名

投稿票選第一名以及投票的粉絲中抽出一名

寄送神秘聖誕禮物請各位踴躍參加🥳🥳🥳🥳

#聖誕節美食#比賽投票#一個人也能很有趣的聖誕

【粉絲實際投稿】





成果：共計 4 篇投稿，期間增加 30 個新的讚。

本組工作分配

分工表						
	ooo	ooo	ooo	ooo	ooo	ooo
粉專形象規劃	●	●	●	●	●	●
使用人物設定	●	●	●	●	●	●
小編設定	●	●	●	●	●	●
粉專 banner			●	●		
粉專 logo			●	●		
po 文初稿	●	●	●	●	●	●
影片錄製		●	●	●		●
文字風格整理					●	
佳節活動			●	●		
抽獎活動			●			
競爭者分析						●
目標達成及貼文分析			●			
深度訪談		●				
PPT 製作				●		
紙本報告整合	●					

參考資料

(1) 維基百科：

小資產階級

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%B0%8F%E8%B3%87%E7%94%A2%E9%9A%8E%E7%B4%9A>

(2) 數位時代：

成立 13 年 · Facebook 用戶數正式突破 20 億！ | 數位時代 (2017.06.28)

<https://www.bnext.com.tw/article/45104/facebook-maus-surpasses-2-billion>