

110 年屏東可可園區

入園及網路行銷成果報告

一、網路行銷執行成效評析

自粉絲專頁建置完成(107年9月)始計，截至110年7月23日，透過執行網路行銷計畫，使粉絲專頁貼文觸及率達成42萬人次，於此針對粉絲專頁之後台數據進行評析，以觸及人數與粉絲專頁受眾兩個面向進行分析，藉以了解網路行銷計畫之成效與執行率，粉絲專頁與貼文詳細數據表列詳如附件八。

(一) Facebook 粉絲專頁觸及人次

園區建置推廣期間為107年09月12日至110年01月22日，粉絲專頁於107年9月建置完畢，推廣期間貼文觸及人次達到51,521人；園區完備營運期間為110年01月23日至110年07月23日，營運期間總觸及人次達1,314,304次，總計觸及人次共1,365,825人次。

表 2-22 Facebook 粉絲專頁觸及人數統計

計畫區間	總觸及人次	達成率
園區建置推廣期(107.09.12-110.01.22)	51,521 人次	103 %
園區完備營運期(110.01.23-110.07.23)	1,314,304 人次	2628 %
總計	1,365,825 人次	2731 %

(二) Facebook 粉絲受眾數據

統計截至110年07月23日粉絲專頁之受眾以青壯年為主，其中35 - 44歲佔比37.4%、25 - 34歲佔比29%為代表性受眾，而若以性別區分，又以女性的63%佔大宗。

表 2-23 Facebook 粉絲專頁受眾統計表

粉絲專頁按讚數			
2,595 個			
受眾年齡層統計			
年齡	女性	男性	總和
18 - 24 歲	3.3 %	2.0 %	5.3 %
25 - 34 歲	19.2 %	9.8 %	29 %
35 - 44 歲	24.1 %	13.3 %	37.4 %

45 – 54 歲	11.2 %	7.1 %	18.3 %
55 – 64 歲	3.5 %	3.5 %	7 %
65 歲以上	1.7 %	1.3 %	3 %
總計	63%	37%	100%

受眾城市排名		
城市	占比	備註
高雄市	26.80 %	排名前十鄉鎮占比 84.7 %。
屏東市	23.40 %	
臺南市	8.80 %	
新北市	5.90 %	
臺北市	5.70 %	
臺中市	3.70 %	
屏東縣萬巒鄉	2.90 %	
屏東縣內埔鄉	2.70 %	
桃園市桃園區	2.70 %	
屏東縣潮州鎮	2.10 %	

二、實際入園人數、團體預約

自 110 年 1 月 23 日起累計至 7 月 23 日，園區入園參觀人數已達 19,733 人（參照表 3-7 入園人次統計表），分析其他社團觀光旅遊的團體是園區的主要顧客，旅行社觀光旅遊團體為園區的潛在顧客，也正是園區投入廣宣後，預計成效最為顯著地的目標客群，將針對此類型客群進行標的性地投放相關資訊。

另參訪團體分別有以下 5 種：成人教育團體、孩童教育團體、公務參訪、旅行社觀光旅遊與其他社團觀光旅遊，成人教育團體以針對 18 歲以上之成人教育的單位、大學、教育社團等；孩童教育則是相對的泛指針對 18 歲以下的孩童進行教育的團體；公務參訪主要以公部門與長官貴賓參訪園區，或有官方媒體單位攝影均列入此範疇；旅行社觀光旅遊團體是以旅行社為園區接洽單位，以觀光旅遊為取向的行程統包旅遊團體；其他社團觀光旅遊團體是包含家族出遊、團體組織出遊等其他非屬旅行社接洽之團體皆納入此規範。

表：1 入園人次統計表

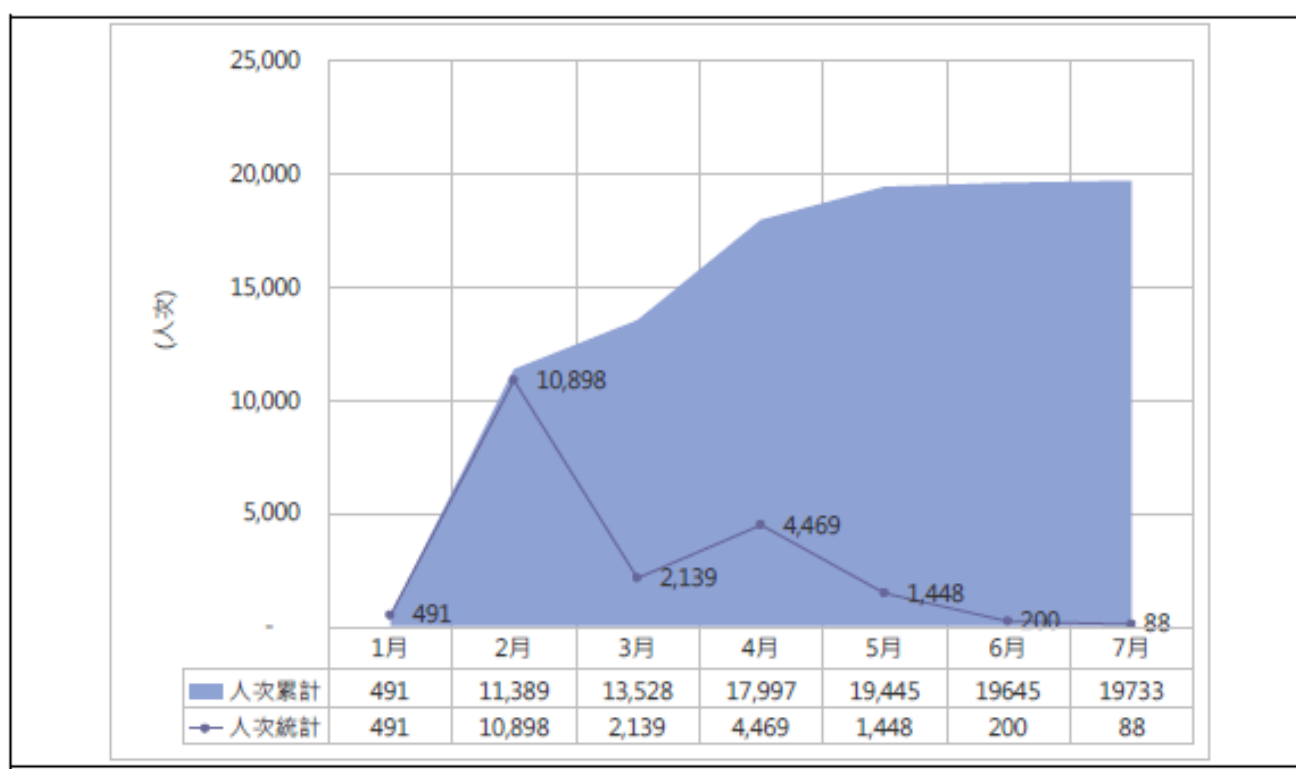


表 2 入園參訪性質組成表

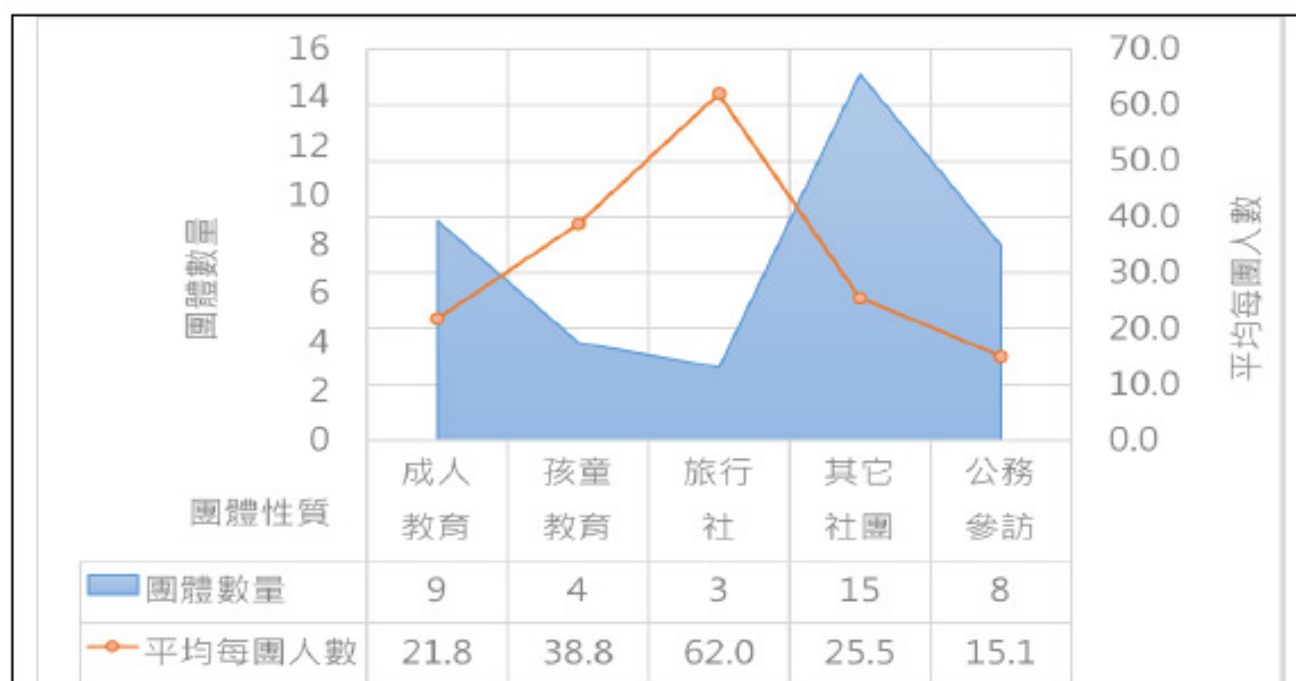


表 3 入園參訪團體性質數據表

團體性質	數量	佔比	參訪人數	平均每團人數
成人教育團體	9 團	23 %	196 人	21.8 人
孩童教育團體	4 團	10 %	155 人	38.8 人
公務參訪	8 團	21 %	121 人	15.1 人
旅行社觀光旅遊	3 團	8 %	186 人	62.0 人
其它社團觀光旅遊	15 團	38 %	383 人	25.5 人
累計	39 團	100 %	1,041 人	26.6 人

透過歸納分析可了解到入園參訪的團體以其他團體為主要客群，為使廣宣獲得最大化效益，透過平均團體人數較高的旅行社作為主要投放的目標客群，並擬定針對該團體的相應配套措施活動。

三、結語

- (一) 以 Facebook 粉絲受眾數據及 Google 我的商家現況分析，粉絲專頁受眾以 35 – 44 歲佔比 37.4%，女性 61.5% 為主，主要客源來自於高雄市、屏東縣共計 53.3%；而留言主要之營運缺點為停車不便、園區可體驗事項過於單調及綠蔭過少；人流分析每日主要入園時間為 1500-1600 間。除持續強化高雄市與屏東縣地區宣傳，台南及中北部、親子遊客應可為未來開發之客源，並應規劃定時導覽，使民眾了解園區興建過程故事及其功能意涵、可可到巧克力生產過程等，並補強影片、文宣與園區內標示牌、生產過程工具與 DIY 體驗活動等。
- (二) 就預約團體，經統計主要為成人教育團體、孩童教育團體、公務參訪、旅行社觀光旅遊與其他社團觀光旅遊等五類，如何設計客製化宣傳文宣與推播，擬規劃針對屏東縣內國小校外教學、國內遊覽車與旅行社、高雄屏東社區發展協會等進行推廣。
- (三) 就每日入園數統計，以週日人流最多，訪視因為至屏東旅遊回程時至萬巒豬腳街用餐，而轉至園區參訪，如何於豬腳街設立推廣文宣或與店家合作；而人流會因市集活動推廣辦理而新增，且從 3-4 月已遊覽車來園數已有成長趨勢，如何活絡園區與遊客之互動設計，為未來可評估之事項。