

捌 | 各工作小組成果

7 文宣行銷運作成果 / 文宣行銷組

種苗場技術服務室 蔡瑜卿 | 鍾依萍 | 許意筠 | 林正雄

(一) 文宣行銷組工作職掌

本組負責花海活動文宣行銷工作之規劃、統整、執行及記錄，主要工作內容包括活動主標題擬訂、主視覺設計；文宣品資料蒐集、設計、製作及發放；展前全國記者會策劃與舉辦；花海開幕以及活動期間媒體之應對；花海官網與 Facebook 粉絲團架設與維運服務；活動訊息傳播規劃及推動；主題行銷活動策劃及推動；以及活動成果彙整等項目。本年度花海文宣行銷組由種苗改良繁殖場技術服務室林正雄主任擔任組長，邀集主協辦單位代表以及臺中市新社區休閒導覽協會、中華郵政臺中分局等共有 12 個單位共同參與，從 104 年 5 月起至 10 月下旬止，共召開 2 次文宣行銷組工作會議，討論文宣行銷工作事宜，並參與 5 次新社花海籌備會議共同討論整體活動籌劃事宜。

(二) 文宣行銷成果說明

1 - 文宣工作綜理作業

分為文宣工作規劃、資料彙整、進度管控、文書撰寫四部分，以「工作期程進度管制表」為綱要，進行文宣工作進度控管及完成相關會議紀錄的統整，並製作『新社花海整體活動企劃書』與『專案工作計畫書』各 1 份。

2 - 活動主軸標題及主視覺設計

今年為新社花海第十年舉辦，因此文宣組於第 2 次花海籌備會中預擬三項主標題包括「繽紛花海 璀璨十年」、「舞動花海心 歡樂十年情」、「繽紛十年 花漾臺中」，經籌備會決議以『繽紛十年 花漾臺中』為 104 年新社花海活動主標題，並以此設計整體活動主視覺與海報等文宣品。邀請遊客再次暢遊壯麗繽紛的新社花海，帶著悠閒的心情來趟新社享受豐富多元的農村旅遊，體驗秋風輕拂下青春又美麗的花漾臺中，達到落實農業永續發展「農村旅遊」的活動設計，以及結合大山城五鄉鎮的豐沛資源，呈現當前農業政策 - 「農村生活、優質農產、地產地消」的主軸。



3 - 文宣品設計製發

本年度文宣品的製發量為統計本組成員的需求量，參酌歷年經驗在預算額度內設定。配合遊客使用智慧型手機查詢活動資訊比例快速增加，103 年起花海官網設置手機版網頁，文宣行銷組會議中本組成員建立共識，認為應增加海報印製份量，利用海報 QR code 連結官網即可取得新社花海活動訊息，紙本摺頁便可減少印製數量。因此本年文宣品總計印製 1,600 張海報、3,000 張邀請卡與 9 萬張宣傳單，展期之前即分配給各主協辦單位、臺鐵、高鐵站、臺中市長途客運轉運站、臺中市各郵局、超商及加油站協助發放，告知各地民眾 104 年新社花海即將於 11 月 7 日至 12 月 6 日展開，歡迎大家前來共襄盛舉。

4 - 活動訊息傳播規劃及推動

今年的行銷宣傳以「平面媒體行銷」和「網路行銷」兩大方向進行，主要宣傳工作執行如下，同時整合農委會、臺中市政府與各協辦單位媒體資源，例如捷運站廣告影片、廣播與報章雜誌廣告、公車車體廣告或專題報導、網站 banner、跑馬燈、LED 字幕機、電子看板訊息播送，使全國民眾有多重管道接觸本活動訊息，吸引其前參與 104 年新社花海活動。



Ⓐ 廣播媒體：

錄製 2015 新社花海「花海十年 繽紛傳奇」20 秒的口播廣告於 11 月 3 日至 12 月 2 日間在全國廣播電台播放，同時農委會協助於中部調頻與調幅電台播放，供不同族群的民眾收聽。同時安排主辦單位種苗場楊佐琦場長與廖文偉副場長分別接受全國與漁業電台專訪。

Ⓑ 報章雜誌媒體：

透過舉辦記者會、開幕活動等邀請媒體採訪，將本年度花海訊息刊載在「鄉間小路」、「山城週刊」、「自由週報」等報章雜誌之平面媒體或網路媒體。

Ⓒ 官方網站：

新社花海官方網站網址為 <http://flowersea.tw>，於 10 月 16 日正式對外營運，內有 11 項主題內容，介紹最新消息、花海介紹、交流活動、交通資訊、旅遊情報、下載專區、客服中心等資訊，並開設 2015 新社花海 Facebook (<https://www.facebook.com/flowersea2015>)，提供即時訊息，讓民眾在活動訊息查詢上更加便利。

Ⓓ 影片傳播：

製作廣告影片「十年磨一劍」1 部 (20、60、90 秒版) 與類微電影 2 部 - 「有緣人」、

「穿越新視界」、「花海開幕日空拍搶先看」3分鐘版於2015新社花海官網、Facebook以及高雄捷運站(20秒版)、行政院與臺中市政府數位多媒體電子看板播放等，也以傳播速度最快的LINE，將製作的影片傳遞出去，吸引民眾前來現場參觀。

5 - 活動規劃與執行

在活動前、中、後期規劃與執行相關活動，增加媒體曝光度與與民眾互動性，包括媒體接待與應對、大樹命名活動以及攝影徵件比賽等。

Ⓐ 媒體接待與應對：

執行新社花海全國記者會1場次(10月28日在農委會舉辦)以及開幕日(11月7日在花海現場)媒體接待，並參加臺中市政府舉辦之中區記者會(11月4日在臺中市政府)，均獲得平面與網路媒體大幅報導，增加104年新社花海媒體曝光度。同時每週發佈活動訊息、展館展出資訊或花況報導等新聞稿，共計10篇。

Ⓑ 「花現樹」大樹命名活動：

製作大樹命名活動簡章DM、官網「大樹命名活動」專區、拍攝活動影片「有緣人」1片，自10月16日起進行宣傳，邀請全國民眾為花海現場精緻草花區的大樹命名，於11月10日截止收件，並於11月14日上午10時在大樹前舉辦命名聚焦儀式暨吉祥物人偶主題日歡樂派對，也製作活動紀錄影片發佈於2015新社花海官網、Facebook粉絲團、Youtube，也利用最夯的LINE傳播。

Ⓒ 攝影徵件比賽：

製作攝影徵件比賽活動簡章DM、官網「攝影徵件比賽」活動專區，分為「原攝花海類」、「創意表現類」2組，收件期間為11月7日至11月22日，經由專業評審及網路投票方式各挑選出12件作品，製作成2016新社花海月曆，並邀請得獎者於12月6日下午參與攝影比賽頒獎暨閉幕典禮。

6 - 各週短片製作與傳播

新社花海影片拍攝計畫分為活動前期宣傳影片、花海開幕日空拍、活動期間微電影、活動紀錄片四項，除了活動紀錄片之外所有影片均於花海官網與Facebook粉絲團播放，並透過LINE將製作的影片迅速傳遞出去。影片製作執行規劃如下：

Ⓐ 活動前期宣傳影片：

廣告宣傳影片「十年磨一劍」20、60及90秒版各1則；大樹命名活動影片「有緣人」1片。

- ⓑ 開幕日空拍影片：3 分鐘版 1 片。
- ⓒ 活動期間微電影：第 2 週「穿越新視界」1 片。
- ⓓ 活動影像紀錄：3 分鐘及 15 分鐘版紀錄片各 1 片。

(三) 執行成果

今年文宣行銷工作強化活動前中後各期的宣傳與行銷，藉由舉辦活動、製作影片於花海活動官網與 Facebook 粉絲團、LINE 進行活動訊息傳播；並將整體活動訊息彙整於新社花海活動官網，活動期間持續更新訊息，提供遊客最新資訊。

104 年新社花海官網 (<http://flowersea.tw>)，瀏覽人次達 29 多萬人，官方活動粉絲專頁按讚人數有 3,583 人的亮眼表現，讓民眾參與互動並進行意見交流，達到資訊傳遞與分享的目的。花海開幕日現場空拍影片有 28.3 萬人次瀏覽，而廣告 CF 及二部微電影也都分別有 1.7 萬多人的瀏覽人次。同時，今年新增加辦理大樹命名與攝影比賽徵件活動與民眾互動，大樹命名活動共累積 275 件命名作品，評選出第 1 名「幸福阿樟」作為大樹的新名字，同時選出入選作品 19 名；攝影徵件比賽共收件 539 件作品，分別以專業評審及網路投票方式，評選出原色花海類、創意表現類各 12 件得獎作品，並將得獎作品製作成 2016 新社花海月曆，為第十周年的 2015 新社花海活動留下最美麗的紀錄。今年新增的文宣行銷活動成功串連活動前、中、後期的新話題，也帶動網路與現場的互動性，讓更多曾經來過或者沒有來過新社花海的朋友，都能感受到「新社花海」無法取代的獨特魅力。

