

文宣行銷運作成果 / 文宣行銷組

鍾依萍、周明燕、林正雄

>>> 文宣行銷組工作職掌

本組以新社花海之文宣及行銷工作為核心，負責花海活動文宣行銷工作、統整、執行及記錄；全國展前記者會策劃與召開；花海期間媒體應對；花海官網架設與維運服務；文宣品資料蒐集、設計及製作；活動訊息傳播規劃及推動；以及成果彙整等項目。本年度花海文宣行銷組有16個單位共同參與，從5月下旬開始至10月下旬止，共召開三次文宣行銷組工作會議，討論文宣行銷相關事宜。

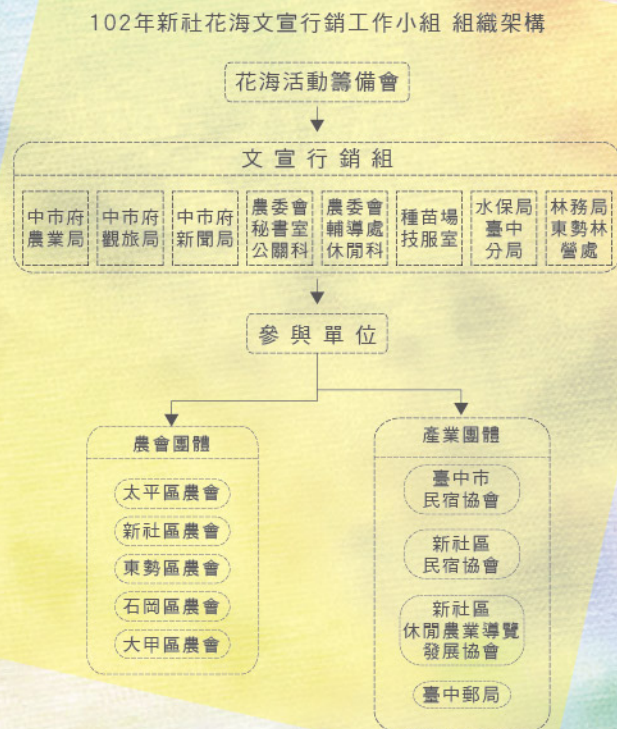
>>> 文宣行銷成果說明

一、文宣工作綜理作業

分為資料彙整、進度管控、文書撰寫三部分，以「工作期程進度管制表」為綱要，進行文宣工作進度管控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『專案報告』簡報一份。

二、活動主軸Slogan及主視覺設計

今年主標題為『花間 漫遊 樂悠遊』，邀請民眾前來花海體驗徜徉、漫步於花間的感覺，帶著隨意悠閒的心情在新社體驗農村旅遊，以達到落實農業政策當前的施政方針和農業永續發展「農村旅遊」的活動設計，結合大山城五鄉鎮的豐沛資源，呈現「農村生活、優質農產」的主軸。



三、文宣品設計製發

本年度文宣品的製發數量依據預算與歷年經驗設定，總計印製12萬張宣傳單，1,000張海報，並分配至各主協辦單位，與臺鐵、高鐵站、超商及加油站協助發放，達到廣為告知的分送成效。

四、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，也配合臺中市政府花毯節的宣傳，農委會與各協辦單位媒體資源的整合，例如悅讀大臺中11月號的專題報導、天下雜誌跨頁廣告、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：

- 1.廣播媒體：邀請種苗場楊佐琦場長，在全國廣播電台錄製20秒的電台廣告，在11月7日開始播放至12月7日止，總計135檔次。農委會亦製作花海廣播帶與整點報時，於警察廣播電台放送，供不同族群的民眾收聽。
- 2.雜誌媒體：本年度花海訊息刊載在「悅讀大臺中」11月號、「天下雜誌」535期、「山城週刊」等平面媒體。
- 3.官方網站：新社花海官方網站於10月9日前架設完成，10月20日正式對外營運，內有8項主題內容，介紹八大展館、五大展區、最新消息、旅遊情報、影音專區、交通資訊等資訊，並開設2013新社花海Facebook，提供即時訊息，讓民眾在活動訊息查詢上更加便利。

五、活動規劃與執行

在活動規劃與執行方面包括媒體接待與應對，執行新社花海全國記者會1場次（於10月28日舉辦），配合本年度花海五部微電影進行花海期間每週議題行銷，並自花海準備期至活動結束為止負責媒體接待與應對。

六、各週短片製作

新社花海影片拍攝計畫分為活動前期宣傳影片、活動期間每週1部微電影、活動紀錄片三項於官網與Youtube播放。影片製作執行如下：

- 1.活動前期宣傳影片：30秒及60秒各1則。
- 2.活動期間微電影：3分鐘共5則；第1週「大地的彩妝師」、第2週「愛別人·愛自己」、第3週「我·們」、第4週「去旅行吧！」、第5週「妳·要快樂喔」。
- 3.活動後影像紀錄：3分鐘短片及30分鐘紀錄片各1則。

>>> 結論

今年的文宣行銷工作，強化花海官網與Facebook的活動訊息傳播及推動，讓民眾的疑問能及時得到解答，並進行意見交流，達到資訊傳遞與分享的主要目的。並配合新社花海為期30天的活動，搭配五部微電影，透過官網、Youtube及Facebook宣傳，花海期間每週推出不同主題與花語之微電影，讓更多來花海或沒有來花海的朋友，也能感受生活中小故事的感動，進而創造活動亮點，帶動活動新話題。