

投稿類別：資訊類

篇名：

選擇 FB 粉絲團之意願因素探討

作者：

洪竹春。高雄市私立樹德家商。三年 11 組

王麒璋。高雄市私立樹德家商。三年 11 組

劉旂聿。高雄市私立樹德家商。三年 11 組

指導老師：

鄧朱雅老師

壹●前言

目前網路的使用相當多元化，社群網站的陸續產生亦成為多數人喜歡上網的原因之一。社群網站之一 facebook 在社群網站的使用人氣中排行居首，其提供各種不同類型的社群交友和遊戲系統，設計上也越來越能符合會員的需求與期待，因此造就一股 FB 旋風。

一、研究動機

目前社群網站的數量不少，其中 facebook 的普及率獨占鰲頭，facebook 功能之一—粉絲團，能在經營著用心經營之下匯集極高的人氣，不僅能達到極佳的分享效果，亦能創造出極佳的商機。由於本身是商業管理群的學生，故對集結人氣引發商機產生極高的興趣，故以此為專題探討 FB 之魅力所在。

二、研究目的

探討使用者對於選擇 facebook 臉書之粉絲團之意願因素，並做為有心經營粉絲團的經營者的參考。

三、研究方法

研究方法以問卷調查法為主，為求樣本資料的客觀性故採隨機發放的方式，並利用 EXCEL 軟體進行統計分析作出建議與結論。

四、研究對象

專題研究對象為樹德家商資料處理科的學生，研究結果只能解釋該群體，不宜擴大解釋。

貳●正文

一、網際網路的發展

網際網路，稱互聯網，或音譯因特網、英特網，是網路與網路之間所串連成的龐大網路，這些網路以一組通用的協定相連，形成邏輯上的單一巨大國際網絡。這種將電腦網路互相聯接在一起的方法可稱作「網路互聯」，在這基礎上發展出覆蓋全世界的全球性互聯網路稱網際網路，即是互相連接一起的網路。

二、社群網站

快速崛起的社群網站成為行銷溝通的新平台，也是企業主渴望進行網路行銷的選擇之一。雖然台灣瘋社群網站的趨勢相較於歐美來得晚，但是 Facebook 的快速成長，卻也代表網路社群的力量不容小覷。而鄰近台灣的香港和中國對社群網站的需求也呈現出不同的面貌。目前台灣十大社群網站表現如下表。

表 1.台灣社群網站 TOP10 (資料來源：T 客邦)

台灣社群網站TOP 10		
網站名稱	到達率 (%)	每人平均瀏覽時間 (分)
FACEBOOK	71.5	7.6
奇摩部落格	62.2	2.5
無名小站	57.8	4.6
痞客邦	41.0	1.4
Blogger	28.8	1.4
Yam天空部落	26.0	0.7
UDN部落格	13.4	1.3
新浪部落格	10.5	0.5
Windows Live Profile	9.4	1.2
Yahoo! Pulse	9.3	1.5

三、Facebook 起源：

Facebook，是一個在線社交網絡服務網站，它的名字源於口語化，最初的目的是給予一些美國的大學新鮮人們在一學年的開始註冊的時候，能相互認識。它於美國時間 2004 年 2 月 4 日 15 時連線，由馬克·扎克伯格與他的大學室友們所創立。網站會員最初限制於哈佛的學生，但被拓展到其他在波士頓區域的同學，有長春藤，與史丹福大學等。它逐漸增加了對未加入大學的高中學生之支持，並最終擴及到任何以 13 歲及以上的成人。Facebook 現在允許任何用戶聲明他們自己是至少 13 歲，即可成為該網站的註冊用戶，並享有站內所有免費功能。根據 Facebook 官方統計截至 2013 年，站內已逾 11 億人的活躍用戶，上傳相片數量逾 2190 餘億張。

四、Facebook 簡介：

Facebook 是由 MarkZuckerberg 在 2004 年所創辦，在 2013 年全球的會員註冊人數已達到 11 億人，2013 年底，在台灣更是火熱地成長，會員人數超過 1440 萬人，在這個網站平台上有各式各樣的 Facebook 應用程式，例如：心理測驗、小遊戲、外掛程式等等...。在玩心理測驗的時候，測驗的結果會讓自己的好友們看到，同時可以邀請大家來測驗，也可以看到好友們的測驗結果。熱門的 Facebook 開心農場小遊戲，除了可以自己經營一個農場，也可以到朋友的農場去”幫忙收成”(偷東西)讓朋友恨的牙癢癢的，總歸來說，是與朋友們拉高互動率活絡感情的人氣社群網站。

五、Facebook 功能：

表 2.FB 功能表 (資料來源：維基百科)

功能項目	說明
塗鴉牆	塗鴉牆就是用戶檔案頁上的留言板，與留言板不同的是，塗鴉牆的內容會被同步到各個朋友的首頁，因此可以在自己的塗鴉牆上發表一些最新狀態，也可以設定為不同步給所有好友。
戳	Pokes 戳一下的用意其實就是希望對方能引起注意。 Facebook 提供一個「戳一下 (Poke)」功能，讓用戶可以丟一個「戳 (Poke)」給別人。
共享相簿	新增「共享相簿」(SharedPhotoAlbums)功能，方便用戶收集單一活動的照片，用戶建立相簿後，可邀請最多 50 名朋友加入，每人可上載最多 200 張相至同一相簿內，一起編輯及「tag」相簿。
狀態	狀態，讓用戶向他們的朋友和 Facebook 社區顯示他們現在在哪裡、做甚麼。
活動	Facebook 活動的功能幫助用戶通知朋友們將發生的活動，幫助用戶組織線下的社交活動。
Facebook 視訊[編輯]	與 Facebook 開放平台同時推出的應用程式——視訊分享。會員可以上傳視訊、透過「 Facebook 手機程式版」上傳手機視訊，以及用相機錄影。同時會員可以給視訊中的朋友加上「標籤」(Tag)。
Like 讚	用 Like 按鈕網友們對別人的讚賞表態。

六、Facebook 粉絲團

一個成功的粉絲團是如何創造出它的粉絲團人氣，進而按下「讚」。粉絲團的主題，包括每一篇 PO 文，每一張圖片，每一張（封面）照片，甚至 PO 文的時間，都影響著是否能吸引到人氣。此外，要成為一個人氣粉絲團，也必須要能與粉絲們互動與交流的時候，偶而舉辦一些小活動，讓粉絲一起參與，而不是單純的不斷 PO 文，這樣就能更抓住粉絲們的心。

粉絲團的主題可以是相當的多樣化，舉凡拍賣、星座、心情、生活、科技、時事、遊戲、環境照片等等皆可。然而要讓粉絲去習慣你，去習慣你介紹東西給粉絲們，介紹知識、事物、有趣、新奇的、感人的，但不過前題還是必須跟你主題有相關，之後粉絲們會一個一個分享下去，一個傳一個，一個分享一個，越來越多人知道這個粉絲團，但千萬不要介紹或分享跟主題不相關的事物

讓粉絲，會讓粉絲們失去信心。以下整理目前成功粉絲團的案例，並分析與整理如下；

表 3.成功粉絲團簡介表(自行整理)

粉絲團專頁	說明	案讚數	成功因素
瑪格@圖寫文創生活	生活大小事	23,384 讚	透過文字、鏡頭與畫筆，描繪所見所聞，分享美好生活。 https://www.facebook.com/margaret1122.fans
apm:日系飾品專賣	拍賣	36,515 讚	apm 飾品精選了各種日本以及歐美品牌飾品/包包/生活雜貨，多為在台灣少見的設計，每一位想要打扮漂亮享受生活的你。 https://www.facebook.com/weloveapm
高雄美食好好吃	美食	97,039 讚	介紹高雄美食，與所有案讚的粉絲分享，讓大家知道高雄哪裡有美食。 https://www.lite.facebook.com/pages/高雄美食好好吃/328514570292
明星藝人(黃文星)	藝人	111,641 讚	藝人的粉絲專題頁，與藝人的粉絲互動，和藝人的即時動態。 https://www.facebook.com/pages/黃文星/127068187318377
社會時事與熱門話題	時事與話題	124,442 讚	討論社會時事與熱門話題，本粉絲團由多位媒體工作者組成，討論社會時事與熱門話題公開性平臺，不分黨派，敢講敢爆料，請遵守言論自由宗旨。 https://www.facebook.com/twhotnews/info
攝影俱樂部	攝影分享	226,933 讚	分享著粉絲上傳的攝影照片與版主本身所拍攝的照片。 https://www.facebook.com/PhotoClub.tw
星座密語	十二星座	584,741 讚	介紹著十二星座的脾氣與個性，與每天星座的運事。 https://www.facebook.com/pages/星座密語/204461652949241

粉絲團專頁	說明	案讚數	成功因素
經典語錄	經典語錄及心情分享	1,061,859 讚	最經典的語錄匯集、給生活一絲感動、給人生一點領悟 https://www.facebook.com/ClassicQuotations
Playboy Brasil	商業品牌	1,550,423 讚	行銷商業品牌，建立在臉書上的粉絲廣告，吸引粉絲去喜愛。 https://www.facebook.com/playboybrasil?ref=ts

綜括以上的人氣粉絲團，更進一步地將其主題分析整理如下：

表 4.成功粉絲團主題特色說明表

粉絲團專頁主題	主題特色
星座	深入了解每一個星座，提高粉絲的信心與認同感，在與粉絲們互動與討論，更深入地了解每一位粉絲喜歡的星座介紹主題，每天固定時間 PO 文
語錄	深入了每本語錄上，所要傳達的意思與給人的領悟，之後貼上小編所自創的圖片，更貼近語錄上所想傳達的意思，讓粉絲們去深深的領悟與感受，讓粉絲願意分享讓身邊的朋友，語論上所傳達的意思。
社會時事與新聞	每天固定時間閱讀報紙以及最新資訊和最新新聞，之後了解粉絲使用電腦時間，然後固定那個時間把最新資訊以及最新新聞給粉絲們知道。
美食	小編必須要不定時去尋找最新美食，吃遍人氣美食、新奇美食，再把吃過後的心情與照片，和粉絲們分享，但一定要註明美食餐廳地點與營業時間。
藝人	藝人會把自己的生活大小事與心情 PO 文在粉絲團專頁上，也不定時的和粉絲們互動，這樣的互動，讓原本就喜愛的藝人粉絲，更喜愛這個粉絲專頁
遊戲	遊戲粉絲專題，主要把遊戲經驗與遊戲關卡破關心得，與粉絲們討論與分享，實用的心得，才能夠吸引粉絲的喜愛與建立信心。

粉絲團小編除了 po 文之外，往往也需要顧及排版設計、文案編輯、新聞媒體的直覺，才能獲得粉絲們的認同與信心，經營概念是粉絲數、討論專頁人數一樣重要，希望經營後，會有會幫忙的粉絲，除了幫我按讚，還能幫我分享我

的貼文，達到宣傳效果，

根據 FB 的機制，粉絲剛進來時，前 1-2 天最為重要，粉絲在這時候最容易看到該粉絲團的貼文，如果您的粉絲專頁在這段期間無法引起您的粉絲與您的粉絲專頁有更多的互動(按讚、分享和留言)，那很可能的您後續的貼文將會被淹沒，粉絲在個人塗鴉牆看到的機會則大幅降低。經營策略需明確，粉絲最愛及時性、互動性高的貼文

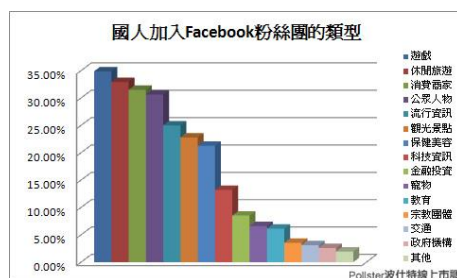


圖 1.國人加入 FB 粉絲團的類型(資料來源: 阿宅星官方網站)

粉絲團不單只是單純的社團，還多了崇拜、喜愛的因素存在，因此在「請問您加入的是哪種類型的 Facebook 粉絲團呢?(可複選)」問題中，宅經濟徹底表露無疑的「遊戲」成為最多人加入的粉絲團〔34.86%〕，其次是「休閒旅遊」32.93%，第三則是「消費商家」31.49%，「公眾人物」占第四有 30.63%，第五則為「流行資訊」占了 24.99%，第六位是「觀光景點」22.78%，「保健美容」位居第七有 21.26%等等。許多的線上遊戲成為網路使用者的最愛，如何攻城掠地、人物養成、成長技巧等等就成為玩家相互討論的重點，因此「遊戲」粉絲團除了有前輩教導，還可以帶領成長，自然成為許多玩家粉絲團的首選。反而印象中直接與粉絲相關的「公眾人物」僅排第四，主要是因為許多的明星或者偶像，都已經有屬於自己的官網或者後援會，因此在 Facebook 上就不會另外出現相關的粉絲團。

綜括以上可得粉絲團的分享流程是：粉絲→信心→認同→分享→朋友→粉絲→信心→認同→分享→朋友→粉絲。掌握以上所談的成功因素，不要輕易地錯失一個粉絲，就能邁向成功地創造粉絲團的人氣。

七、專題設計

(一) 研究架構

本專題先與小組討論後確定主題，根據文獻探討後將粉絲團成功集結人氣的因素歸納為主題明確適切、與粉絲保持互動、掌握黃金時段 po 文等等，並設計問卷以了解其選擇加入粉絲團的因素，因此設計出的專題研究架構如下。

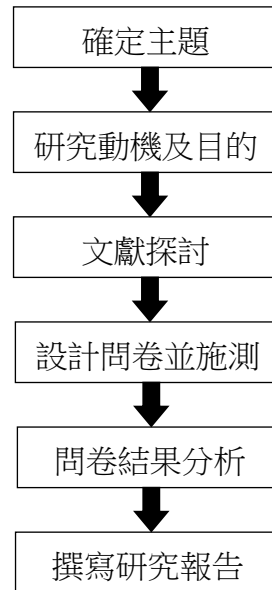


圖 2.研究架構圖

(二) 問卷調查結果分析

根據文獻探討及研究目的設計問卷，以下根據問卷結果說明如下：

一、在「性別」題項中，男生的占 52%，女生的占 48%。(圖 3)

二、在「請問您有使用 facebook 臉書」題項中，有的占 95%，沒有的占 5%。(圖 4)

三、在「請問您使用 facebook 臉書幾年時間」題項中，1~2 年的占 16%，2~3 年的占 35%，3~4 的占 45%，其他的占 4%，非常不同意的占 5%。(圖 5)

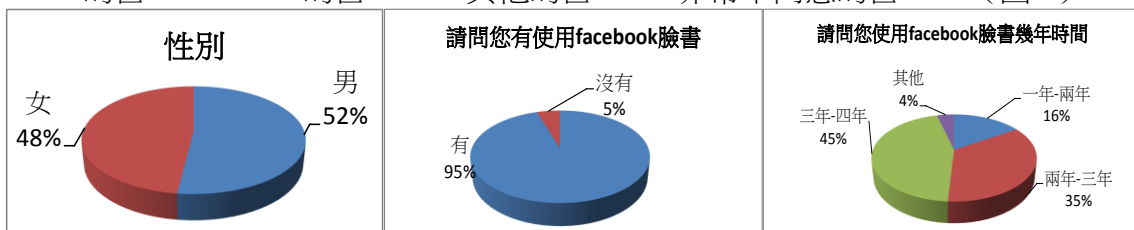


圖 3.統計圖

圖 4.統計圖

圖 5.統計圖

四、在「請問您知道 facebook 臉書 粉絲團」題項中，非常知道的占 20%，知道的占 61%，普通的占 10%，不知道的占 5%，非常不知道的占 4%。(圖 6)

五、在「請問您有使用 facebook 臉書 粉絲團這個功能」題項中，有的占 76%，沒有的占 24%。(圖 7)

六、在「請問您是否有加入 facebook 臉書 粉絲團」題項中，有的占 90%，沒有的占 10%。(圖 8)

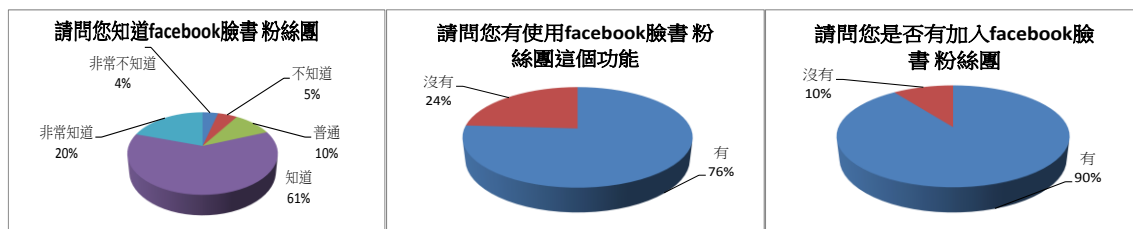


圖 6.統計圖

圖 7.統計圖

圖 8.統計圖

七、在「請問您是否經常使用 facebook 臉書 粉絲團」題項中，有的占 69%，沒有的占 31%。(圖 9)

八、在「請問您大概加入幾個 facebook 臉書 粉絲團」題項中，1~10 的占 49%，11~20 的占 25%，21~30 的占 13%，31~40 的占 2%，41~50 的占 5%，其他的占 6%。(圖 10)

九、在「粉絲團的性質(星座、政治...)會影響你選擇加入此粉絲團的意願」題項中，非常同意的占 20%，同意的占 41%，普通的占 29%，不同意的占 5%，非常不同意的占 5%。(圖 11)

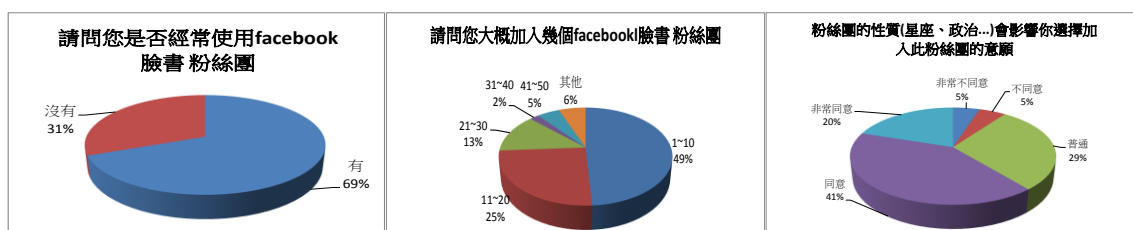


圖 9.統計圖

圖 10.統計圖

圖 11.統計圖

十、在「粉絲團的按讚數會影響你選擇加入此粉絲團的意願」題項中，非常同意的占 15%，同意的占 32%，普通的占 30%，不同意的占 18%，非常不同意的占 5%。(圖 12)

十一、在「粉絲團的社團活動(募款...)會影響你選擇加入此粉絲團的意願」題項中，非常同意的占 20%，同意的占 31%，普通的占 33%，不同意的占 10%，非常不同意的占 6%。(圖 13)

十二、在「粉絲團的文筆用詞會影響你選擇加入此粉絲團的意願」題項中，非常同意的占 18%，同意的占 40%，普通的占 31%，不同意的占 7%，非常

不同意的占 4%。(圖 14)

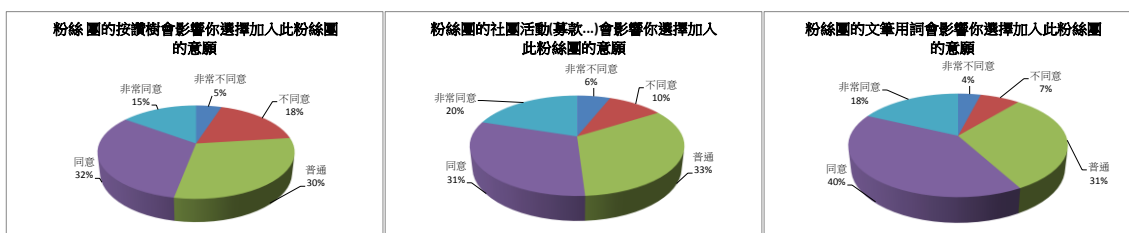


圖 12.統計圖

圖 13.統計圖

圖 14.統計圖

十三、在「粉絲團的內容(圖文)會影響你選擇加入此粉絲團的意願」題項中，非常同意的占 23%，同意的占 46%，普通的占 22%，不同意的占 5%，非常不同意的占 4%。(圖 15)

十四、在「親朋好友向你推薦的粉絲團，通常你會比較有意願去深度了解」題項中，非常同意的占 17%，同意的占 34%，普通的占 35%，不同意的占 11%，非常不同意的占 3%。(圖 16)

十五、在「粉絲團的內容更新速度會影響你選擇加入此粉絲團的意願」題項中，非常同意的占 29%，同意的占 37%，普通的占 27%，不同意的占 4%，非常不同意的占 3%。(圖 17)

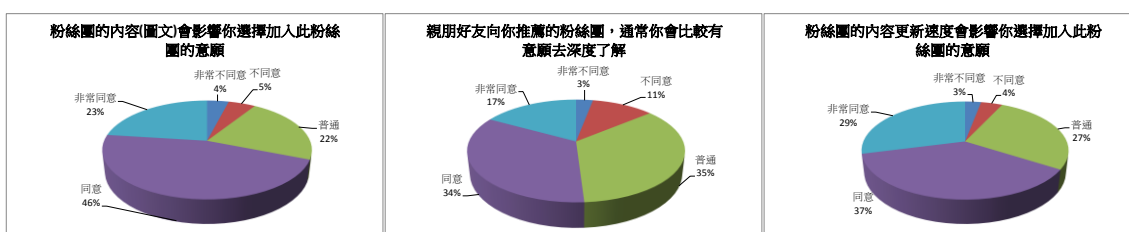


圖 15.統計圖

圖 16.統計圖

圖 17.統計圖

參●結論

在此次研究對象中，男生的比例各半，顯示本研究結果在性別的因素較無影響。在「請問您有使用 facebook 臉書」題項中，有高達 95%的人填答「有」使用 FB。在「請問您使用 facebook 臉書幾年時間」題項中，有 45%有使用臉書達 3~4 年的經驗。有 81%知道 facebook 臉書粉絲團，且有 76%的人有使用 facebook 臉書 粉絲團這個功能。研究對象中以有加入 1~10 的占最多數，占有 49%，甚至有 5%的人加了 41~50 個粉絲團，顯示粉絲團這個功能不僅多數人使用，且選擇加入的粉絲團不少。

在影響加入粉絲團的意願調查中，有 61%的人會受粉絲團的性質而影響，

有 47% 會受粉絲團的按讚數而影響，有 51% 的人會受粉絲團的社團活動而影響，有 58% 的人會受粉絲團的文筆用詞而影響，有 69% 的人會受粉絲團的內容(圖文)而影響，有 51% 的人會受親朋好友向你推薦而影響，有 66% 的人會受粉絲團的內容更新速度而影響，其中粉絲團的內容是占較高比例的因素，所以要建立一個成功的粉絲團，必須要先了解自己的所創的粉絲團是要朝向哪個性質與方向，才能夠吸引到粉絲。

Facebook 流行文化也改變了我們的生活方式，改變了人與人的溝通、分享以及娛樂模式；它同時也改變了品牌與人的溝通，透過社群網絡，品牌和消費者開始建立起前所未有的新關係。這種關係就像是朋友一樣，開始每天的叨叨絮語，也像是戀人一樣，更在意彼此的情緒起伏。因此若能成功的掌握粉絲團的經營重點，將能集結出相當高的人氣。

肆●引註資料

(註一) 維基百科。檢索日期：2013/12/25，擷取網址：

<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/Wikipedia:%E9%A6%96%E9%A1%B5>

(註二) 周世惠 (2011)。台灣臉書效應：facebook 行銷實戰。台北市：天下雜誌。

(註三) T 客邦。檢索日期：2013/12/27，擷取網址：<http://www.techbang.com/>。2013/12/14

(註四) YAHOO 奇摩部落格官方網檢索。檢索日期：2013/12/30，擷取網址：<http://tw.blog.yahoo.com/>

(註五) 阿宅星官方網站。檢索日期：2014/01/08，擷取網址：<http://star.gg/>

(註六) FLOW-網路趨勢、品牌行銷與職場生活。檢索日期：2014/01/10，擷取網址：<http://flowing.tw/>

(註七) 波仕特線上仕調往官方網站。檢索日期：2014/01/15，擷取網址：<http://www.pollster.com.tw/Default.aspx>