

逢甲大學學生報告 ePaper

天河神水粉絲專頁之內容數據分析

Content data analysis of Tianhe Shenshui fan page

作者：蔡千芹、劉欣慈、陳佺予、賴侑汝、林尊偉、鐘子淇、蔡宜芹、
李仔恩、曹思逸

系級：行銷三乙

學號：D0838593、D0838194、D0838031、D0838088、D0843038、

D0811910、D0838529、D0838682、D0870596

開課老師：何晉璋

課程名稱：虛實通路與超媒體設計

開課系所：行銷學系

開課學年：110 學年度 第一學期

摘要

這次課程合作業者為逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場，逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場主要致力於讓學生不再只在紙本上學習技能。而是能在實作上學習，我們希望能將此課程和學生的學習成果觸及更多人來了解，讓更多人也能了解「舞台」的魅力。在我們定位之下，我們為逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場的粉絲專頁，規劃了為期六星期的系列文章，藉由發布貼文及舉辦活動來達到宣傳的目的。將與舞台上總是默默付出的幕後人員相關的貼文上傳粉絲專頁，藉此讓更多人了解舞台背後那些人的努力及劇團相關課程，並在每星期進行效益分析，了解每週的發文是否能吸引目標客群的目光。經由此次經營粉絲專頁的結果，我們發現若只透過網路上的宣傳與推廣是不夠的，必須增加與目標客群之間的互動，了解目標客群的需求，才能吸引目標客群的眼光，並增加粉絲數還有增加粉絲黏著度，吸引更多人來觀看粉絲專頁與課程的最大效益。

關鍵字: 粉絲專頁、生命劇場、幕後工作人員

Abstract

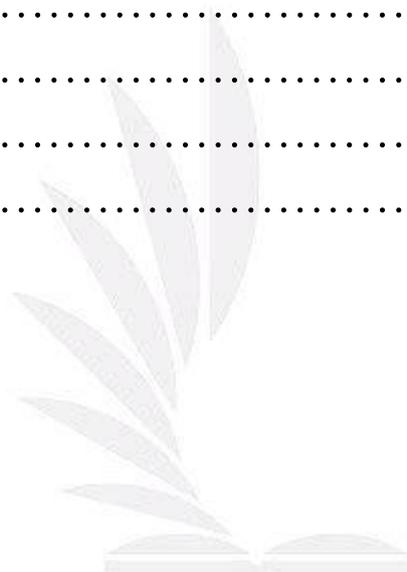
The co-operator of this course is Feng Chia University Cross-School and Cross-domain Music Stage Life Theater. The Feng Chia University Cross-School Cross-domain Music Stage Life Theater is mainly dedicated to making students no longer only learn skills on paper. Instead, we can learn through practice. We hope to reach more people to understand the course and the learning outcomes of students, so that more people can also understand the charm of "stage". Under our positioning, we have planned a six-week series of articles for the fan page of Feng Chia University's cross-school and cross-regional music stage Life Theater and achieved the purpose of publicity by publishing posts and holding events. Upload posts related to the people behind the scenes who are always silent on the stage on the fan page, so that more people can understand the efforts of those people behind the stage and the relevant courses of the troupe, and conduct benefit analysis every week to understand the weekly Whether the post can attract the attention of the target audience. Through the results of this fan page, we found that it is not enough to promote and promote on the Internet. It is necessary to increase the interaction with the target customer group and understand the needs of the target customer group to attract the attention of the target customer group. and increase the number of fans and increase the degree of fan stickiness, attracting more people to watch the fan page and the maximum benefit of the course.



Keywords: fan page, theater of life, behind-the-scenes staff

目 錄

第一章 專案概述	4
第二章 螺絲釘系列分析	6
第一節 第一週 螺絲釘系列 1	6
第二節 第二週 螺絲釘系列 2	7
第三節 第三週 螺絲釘系列 3	9
第四節 第四週 螺絲釘系列 4	10
第五節 第五週 螺絲釘系列 5	11
第六節 第六週 螺絲釘系列 6	12
第三章 整體效益分析	13
第四章 總結	15
第五章 心得	15
參考文獻	19



第一章 專案概述

本次合作業者為逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場，劇團的理念在於透過表演藝術分享愛與生命的價值，強調「實作」及「做中學」打破原班級授課的傳統教學模式。每一部劇皆以關懷生命議題為宗旨。

逢甲大學音樂舞台生命劇場將以突破傳統、創意、創新實作，展現「舞台」的魅力，不斷繼續發展舞台表演藝術與科技整合的可能，並推動跨界共融且具產業創新的教育價值與意義。為了推廣此劇團，同時實踐「做中學」的教學模式，在此次課程內，以團隊的方式擔任小編一職，做出更多精彩的內容，幫助逢甲大學舞台劇社團宣傳新劇，並增加粉絲數還有增加粉絲黏著度，協助社團在宣傳期間可以有更多人知道此活動，吸引更多人來觀看粉絲專頁。

三步驟	週次/	日期/ 重要節日	內容
拉人期	Week11	11/23	<p>[螺絲釘系列-1]</p> <p>小小螺絲釘，不起眼卻支撐起了整個舞台 其實正式表演時，有許多觀眾看不見的劇場小細節！</p> <p>可別小看螺絲釘在幕後的努力...</p> <p>在舞台的每個角落，演員的妝髮有我們的影子、道具也有我們的影子</p> <p>螺絲釘系列，每個星期二，不見不散</p>
	Week12	11/30	<p>[螺絲釘系列-2]</p> <p>讓我們打開舞台劇的工具箱🔧</p> <p>召喚四位不同性質的螺絲釘來自我介紹吧！</p> <p>舞台設計組 范同學：你看到每一幕的場景變化都是我精心設計過的，希望你看劇的時候能感受到巧妙的安排～</p>

	Week13	12/07	<p>[螺絲釘系列-3]</p> <p>媽～我在這！</p> <p>我在演員的妝髮上</p> <p>我在舞台的道具和佈景上</p> <p>我在粉專的每篇圖文裡</p> <p>你看到關於舞台劇的一切，我無所不在，</p> <p>我們是劇場螺絲釘，下週二見！</p>
互動期	Week14	12/14	<p>[螺絲釘系列-4]</p> <p>每個小小螺絲釘都在為音樂舞台劇貢獻努力</p> <p>讓我們來看看螺絲釘在幕後工作時，遇到的辛酸</p> <p>這些也是你們的日常嗎？</p> <p>歡迎各位螺絲釘跟我們分享其他的日常崩潰瞬間！</p>
	Week15	12/21 (冬至)	<p>[螺絲釘系列-5]</p> <p>測測你是哪種類型的螺絲釘，</p> <p>今天你吃什麼口味的湯圓？</p> <p>快到留言區看答案！</p>
	Week16	12/28	<p>[螺絲釘系列-6]</p> <p>找找螺絲釘！</p> <p>到底有幾顆藏在舞台上呢？</p> <p>答案即將在一天後留言區公布！</p>

第二章 螺絲釘系列分析

第一節 第一週 螺絲釘系列 1

一、發文內容

〔螺絲釘系列-1〕

小小螺絲釘，不起眼卻支撐起了整個舞台
其實正式表演時，有許多觀眾看不見的劇場小細節！

可別小看螺絲釘在幕後的努力...
在舞台的每個角落，演員的妝髮有我們的影子、道具也有我們的影子

螺絲釘系列，每個星期二，不見不散



二、發文動機

以舞台劇相關人員下去做發想，希望能夠過我們的貼文引起觀看者的共鳴。

透過粉絲團按讚人數的組成分析，我們發現有一群人很重要，卻很少被看見，那群人就是我們的幕後人員。

幕後人員雖然不在台上被看見，而是在背後扮演著螺絲釘的角色，雖然微小但卻不可缺少的靈魂人物。

三、數據成果



[螺絲釘系列 -1]

小小螺絲釘，不起眼卻支撐起了整...

2021年11月22日

觸及人數	心情數	留言數	分享次數
1,196	113	13	9

預期 KPI 設定：互動數（讚+留言+分享）達到 30 個以上

實際狀況：互動數（讚+留言+分享）達 135 個

實際 KPI 遠超於我們的預期，代表此內容真的有吸引到幕後人員來觀看。

四、改善/建議

因為有成功吸引到幕後人員的觀看，所以將後續的貼文增加更多有趣的元素與幕後人員的相關會遇到的現況，以維持共鳴，吸引大家持續觀看。

第二節 第二週 螺絲釘系列 2

一、發文內容

讓我們打開舞台劇的工具箱 🧰

召喚四位不同性質的螺絲釘來自我介紹吧！

舞台設計組 范同學：你看到每一幕的場景變化都是我精心設計過的，希望你看劇的時候能感受到巧妙的安排～

道具組 劉同學：舞台上無聲的演員就是我所製作的道具，將與演員相互配合，讓大家更能進入劇中的世界～

妝髮組 蔡同學：嗨！我是妝髮組的夥伴，工作內容顧名思義就是幫各位演員理清所有煩惱絲，針對不同角色設計對應的髮型，絕對可以讓他們美美的上台演出！

行銷組 林同學：我是最單的行銷小螺絲 aka 時間管理大絲！未來你們看到的每篇貼文都是行銷組用肝換來的，保證內容豐富到不行，千萬要繼續鎖定粉專呀～

每個螺絲釘都是很重要的角色呢！

螺絲釘系列 我們下週見～



二、 發文動機

提出 4 種幕後人員所需的臨場能力，加強幕後人員的真實共感度，同時與不是幕後人員的觀眾介紹各個職位的日常工作內容，讓對各幕後有興趣的觀眾可以參考。

三、 數據成果



讓我們打開舞台劇的工具箱🛠️
 召喚四位不同性質的螺絲釘來自我...

📅 2021年11月29日

觸及人數	心情數	留言數	分享次數
945	47	8	8

觸及人數大幅下降，其他數字也呈現下降的狀態。

四、 改善/建議

因為梗圖內容不夠吸引觀眾的目光，圖的數量也過多，減少觀眾觀看的興致。之後的發文減少過多圖的問題，同時文字內容也會放入引導問題，吸引觀眾回答及互動。

第三節 第三週 螺絲釘系列 3

一、 發文內容

媽～我在這！
我在演員的妝髮上
我在舞台的道具和佈景上
我在粉專的每篇圖文裡
你看到關於舞台劇的一切，我無所不在，
我們是劇場螺絲釘，下週二見！



二、 發文動機

根據上週發文問題做修正後，選了一個受眾更廣，且跟螺絲釘有深刻連結的角度切入去做主題梗圖，透過兩方的反應回覆一個有趣現象，引起更多的共鳴。

三、 數據成果



觸及人數	心情數	留言數	分享次數
1,466	81	11	8

觸及人數大幅上升，代表我們修正的方向是正確，數據有回到第一週發文的狀態。同時也有做到我們所說的上週改善方案，改善往有趣的方向前進。

四、 改善/建議

維持這樣有趣的方向，與共鳴度高的內容。
同時我們也在此次的內文增加的互動性的文字，為的就是為互動期的來臨鋪路。

第四節 第四週 螺絲釘系列 4

一、 發文內容

每個小小螺絲釘都在為音樂舞台劇貢獻努力
讓我們來看看螺絲釘在幕後工作時，遇到的辛酸
這些也是你們的日常嗎？
歡迎各位螺絲釘跟我們分享其他的日常崩潰瞬間！
#螺絲釘系列-4



二、 發文動機

利用貓咪梗圖表達幕後工作人員會遇到的小麻煩，藉此引發共感，吸引擁有同樣感受的人過來留言，並標註有興趣的朋友，增加觸及人數。

三、 數據成果

 每個小小螺絲釘都在為音樂舞台劇貢獻努力
2021年12月13日

觸及人數	心情數	留言數	分享次數
1,518	134	42	11

觸及留言分享等人數明顯上漲，代表這次貼文內容有達到我們預期的效益。

四、 改善與建議

後續發文可以延續同系列議題或圖片，增加討論度，小編也可以參予留言，增加觀看者對社團的認同感。
通過不同平台的分享增加觸及人數。

第五節 第五週 螺絲釘系列 5

一、 發文內容

測測你是哪種類型的螺絲釘，
今天你吃什麼口味的湯圓？
快到留言區看答案！
#螺絲釘系列-5



二、 發文動機

發文當天為冬至，配合當天的節日習俗，用湯圓餡料區分工作人員的性格和特徵，並以小測驗的方式在留言區放上答案，吸引大家點及進文章並留言。

三、 數據成果



測測你是哪種類型的螺絲釘，
今天你吃什麼口味的湯圓？

2021年12月20日

觸及人數	心情數	留言數	分享次數
1,514	71	43	11

觸及人數留言數等等數據變化不大，代表關注我們的受眾沒有流失，但也沒有增加。

四、 改善與建議

尋找其他平台分享舞台劇資訊，增加觸及人數，留言區 Tag 好友，增加討論度。

第六節 第六週 螺絲釘系列 6

一、 發文內容

找找螺絲釘！

到底有幾顆藏在舞台上呢？

答案即將在一天後留言區公布！

#螺絲釘系列-6



二、 發文動機

透過小遊戲的方式，增加留言區互動，並帶入我們的貼文主軸螺絲釘，寓意是小小的螺絲釘雖然沒有出現在舞台上，但沒有這些螺絲釘的組合也無法完成一個美美的演出。

三、 數據成果



找找螺絲釘！
到底有幾顆藏在舞台上呢？

2021年12月27日

觸及人數	心情數	留言數	分享次數
575	39	13	12

觸及人數留言數等數據大幅降低，代表貼文沒有切合觀看者預期，因此沒有大幅傳播。

四、 改善與建議

po 文應該更明確、更吸引人，比如這一次尋找螺絲釘，不清楚規則的大家會容易略過。如果在圖片上圈出螺絲釘作為示例，可以提高大家的明確度與參與積極性，以此提升互動率。

第三章 整體效益分析

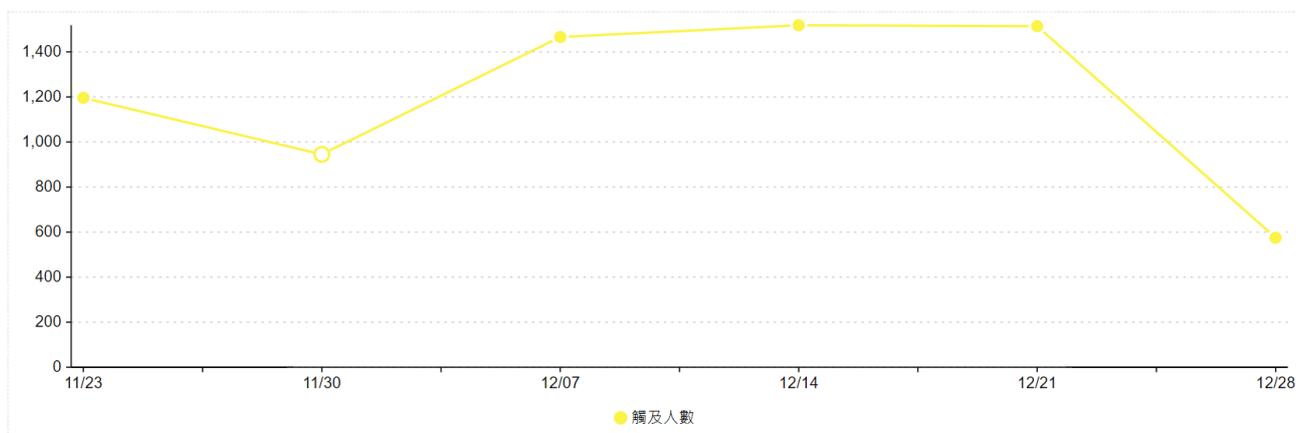


圖 1 六週觸及人數趨勢圖表

一、11/30 互動率下降

此篇貼文發了此次舞台劇的各種組別，訪問了舞台設計組、行銷組、妝髮組、道具組的同學，很可惜沒有標記各組別的同學，導致觸擊率不高的情況，以及製作的圖片分散四張，發貼文的時候不容易引起觀看者點擊圖片觀看其他張圖片的內容，因此我們在下週做了改善，將內容都鎖定在一張圖片內，觀看者可以更輕鬆的皆受到發文內容的資訊，觸及人數也提升了很多。

二、12/7-12/21 三週的觸及人數達到最高且維持

推廣期時將貼文資訊分享到其他社群平台，像是 instagram 的限時動態，以及 facebook 的社團；除此之外，在留言區標記逢甲大學的學生增加互動，對觸及人數的增加也有幫助。

三、12/28 的觸及人數大幅降低

除了遊戲及圖片無法跟觀看者產生共鳴外，不清楚規則的部分也容易讓觀看者略過貼文。改善方法可以在圖片上圈出螺絲釘作為示例，藉此提高大家的明確度與參與積極性，以此提升互動率。

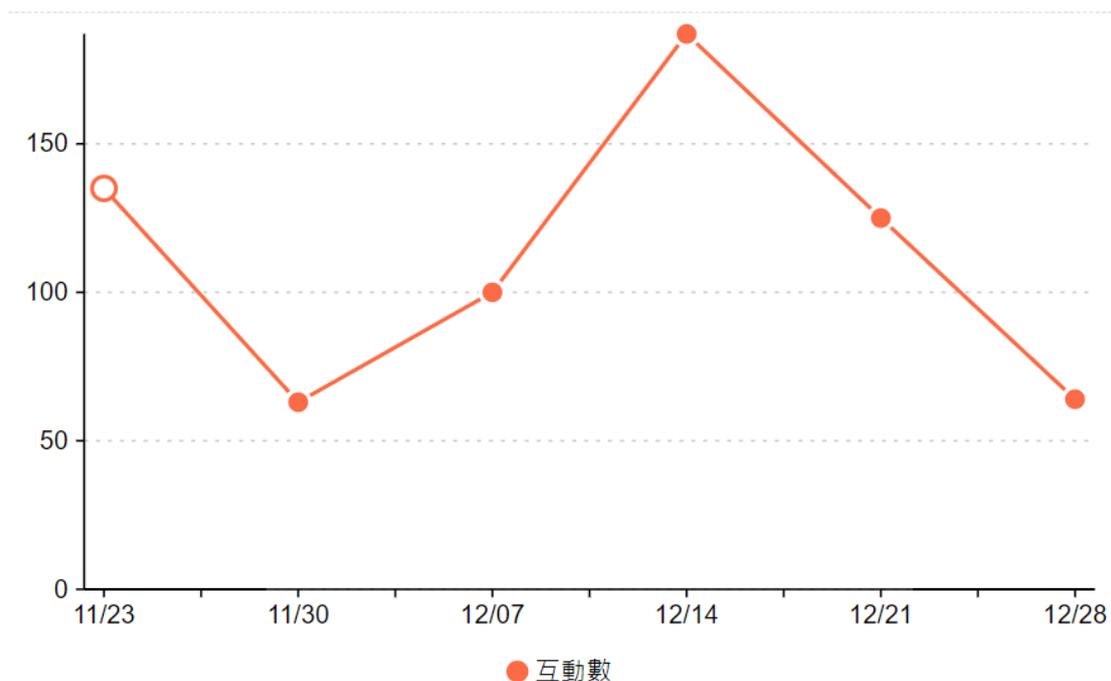


圖 2 六週互動數(心情數+留言數+分享次數)趨勢圖表

一、KPI 達到預期

預期 KPI 設定為互動數 (讚+留言+分享) 達到 30 個以上，結果顯示六週皆有達到預期指標，且超出預期的三倍以上。

二、互動期開始的第一週(12/14-12/28)，互動數達到最高

發文內容鎖定在螺絲釘系列，於互動期的第一週期望與觀看者產生共鳴，因此以各職位的螺絲釘會遇到的問題來增加與觀看者的互動。

每個小小螺絲釘都在為音樂舞台劇貢獻努力
 2021年12月13日

觸及人數	心情數	留言數	分享次數
1,518	134	42	11

三、互動期的互動數逐漸下滑，與目標客群的共鳴減少

由圖表可以很清楚的看到，12月14日至12月28日的互動數由187個下降到64個，雖然都有達到原本設定的 KPI，但是成效明顯下降。原因可能為與觀看者的共鳴減少，12月14日的螺絲釘可能遇到的問題主題跟12月21日的冬至時事，由湯圓看自己所屬的螺絲釘，上述兩篇貼文較容易與大家產生共鳴，而最後一篇12月28日的尋找螺絲釘遊戲缺少與觀看者的共鳴且遊戲說明較不清楚。

第四章 總結

一、 系列議題：螺絲釘

我們這一學期以螺絲釘作為系列議題，靈感來源於我們的目標客群：修相關課程的同學及他們的親友。希望引發修課同學們的共鳴、也提升其他人的關注度以增加一些互動等。

二、 內容發想的重要性

將主題定為螺絲釘之後，我們圍繞這個議題發想了七週 PO 文，結合了相關課程的內容、修課同學的經歷、冬至/期末等時節進行編寫，也有配合手繪圖、梗圖的形式。根據不同的內容，我們的成果與回饋也不同，有好的案例：像“媽媽我在這”以及結合貓咪梗圖這幾篇反響比較好，因為我們有吸收教訓調整圖片的比例讓他們更清楚地展現、內容上也印發了同學們的共鳴；也有一些存在問題但也讓我們學到東西的貼文，例如最開始的遊戲王卡圖片比例的問題顯示不清、也沒有標註不同班同學，降低了觸及率；以及最後一篇貼文想要互動但內容不明確。以此可見內容編排的重要性。

三、 推廣的重要性

根據我們整體效益分析的折線圖，可以看見從第三週開始整體數據上升，很大一部分原因是因為我們的推廣組開始開展工作。將我們的貼文散播到 IG、FB 社團及認識的同學之間。推廣組對於我們整體工作成效的貢獻很顯著。

第五章 心得

陳侶予 D0838031

在本學期的課程中，搭配專題的運行，我有了第一次實務上的經驗累積。跟以往不同的是，我們不再只是紙上談兵而已，是要從每個禮拜的發文中不斷修正，再提出一個更好的方案。並且可以學習如何觀看社群平台的後台數據，再藉由數據去分析，找到可能的問題所在，這些都是以往課程上沒有學過的內容。

我覺得最大的幫助就是學會計算觸及率、轉換率等各項數據分析的方式，透過這些數據，我們可以更好的去推算這樣的發文內容對我們的受眾有沒有影響力，更好的去提出改善方案，再下次發文前去做改進，實務上的練習也是很好的一個學習方式，我認為好的文案、好的圖片在眾多的發文內容中，對觀看者來說是不是真的有吸引力且容易推廣成功都是很直接地可以從數據及跟粉絲的留言分享互動中看出來。

李仔恩 D0838682

很開心能透過這學期的課程，將所學的知識運用在實作方面，通過實際操作才知道不能單方面將自己認為的做出來就行了，要有更廣泛的思考，像是騎出一開始在訂定目標受眾的時候，我們一開始將目標訂為住在台中喜歡藝文活動的人，卻沒有想到目前粉絲專業是否有這類型的受眾；編排行銷行事曆的過程中，透過 CC 矩陣反覆修改內容類型也能更深入思考發文這個看似簡單的動作。

到後來實際發文能直接透過真的數據這樣客觀的角度顯示成果我覺得也很難得可貴，因為這是最真實的學習成績，在課堂中能有這種與外界合作的機會我覺得很棒！

蔡千芹 D0838593

在課程中學習到如何製作內容行銷行事曆、追蹤每週貼文成效、擬定貼文內容與推廣的改善方案、發想讓受眾更想互動的創意貼文、排程貼文、檢視臉書後台數據、計算觸及率/轉換率/互動率。

在此課程團隊中擔任組長，也學習到如何妥善安排分工，訂定繳交期限等經驗，整學期下來有慢慢進步，也很感謝組員間的互相幫助，讓這門課的成果越來越進步。

蔡宜芹 D0838529

透過此門專案課程，我學習到實際的經營粉絲團的方式與換位思考站在觀眾角度去思考。從內容發想到圖文製作，將一系列的貼文產出，配上適合的文案，才能吸引到目標群眾。同時我們透過學到的換位思考方式，以觀眾視角出發，貼合觀眾生活，藉以增加曝光率和觸及率。且要做一個有彈性的小編，要根據時事結合當日發文，創造與觀眾互動的機會。

賴侑汝 D0838088

在這學期的專題課程中，我學到如何看社群平台的後台數據，並可以根據系統統計出的數據對我們的行銷策略做出改進，並了解到內容不只要有趣，更要貼合目標客群，並且要能只目標客群樂意分享到自己的生活圈，進而擴大貼文的觸及率，而當數據下降時則需要即時分析原因，並在下次發文時做出改善，並後續追蹤貼文的數據，當成下次發文的基礎，我認為在這段期間內最有成就感的是成果報告，每周一篇的發文數據檢討，除了能讓我們了解自己的貼文動向，更能讓我們看見組與組之間的差距互相學習，而當每次報告老師指出的錯誤越少得到的成就感就越多，也更能發現自己能力的成長和思想的轉變。

劉欣慈 D0838194

整個學期的課程，讓我感受最深刻的是，當我開始思考貼文類型、圖片、文案後，在我平時關注社群時，多了一次反思，我開始養成一種自問自答：為什麼我會喜歡這篇文、為什麼這個圖吸引我，甚至會找喜歡的文案都有些什麼關鍵字，我覺得這是我學到的，也可以說是因為課程被影響的。

經營社群真的不太容易，因為不是平時個人的分享或記錄，當有了目的，變得很需要去確定自己想的貼文是不是會被喜歡，在這過程中也多了很多得失心，尤其是當老師或組員指出我所想的貼文的缺點，我會感到很失落，但也是有缺點才能有進步。

另外，我覺得圖比文字重要，現在的人，包括我，還是容易被圖影響，數據也能感受到，精簡而有力的短文案搭配吸睛順眼的圖，會更能抓住消費者的注意力，行銷不僅要懂得思考文案，還要求新求變的創意及不斷精進自己的作圖能力。

曹思逸 D0870596

通過這學期給學校生命劇場的 FB 粉專做行銷工作的過程，我感受到了當要去實作一件事情、一項專案還是不容易的。雖然我們有學習過理論知識，比如各個行銷步驟包括如何執行，但要落實到現實中還是會有很多困難。像光是撰寫發文，我們也會遇到文案不夠吸引人、無法達到預期效果等問題。這說明從知識到實踐成功還是有很多路要走。

並且，圍繞這學期的課程與實作，我知道了“明確目的”的重要性。只有明確了目的，例如到底是要哪個客群、目前目標到底是要曝光還是轉換，才能決定後續的行動。比如當我們選擇“修本課程同學”為目標客群，才能夠確定有我們的目標族群所在 FB 粉專可以作為我們的通路之一；當我們確定我們目前的目標是曝光與互動，而非轉換，才能進行推文內容的編寫及調整。

除此之外，在這堂課我還學到了一些數據的專有名詞以及如何計算他們。例如觸及率、轉換率等，這些數據真實地反映了我們的成果。了解他們的意涵再結合我們真實的數據有助於我們分析自己的與問題，再作出改善。

鐘子淇 D0811910

在這堂課中不只是學習理論，也實際體驗到了後台數據，發文內容不再適用自認為合適的發文，而是要去尋找更符合我們客群感興趣的方式和內容。

接觸到數據才能從中了解客群是否喜歡，並且要不斷地去修改校正更好的內容。而發文也像是廣告一樣，明確的目的和表達也是相當的重要，我蠻慶幸的是自己的組別在最開始時就決定發屬於後台工作人員的螺絲釘系列，有了明確的目標之後就是以目標為主，在不斷的改善，雖然在中途有迷惘過，但老師的肯定的指引也讓我們有更明確的方向。不再迷失自己的特色。

林尊偉 D0843038

這學期跟學校的生命劇場合作，雖然我們只有負責到互動期，但我覺得已經很足夠了。我學到了很多不同的發文方式以及創意，看著其他組的發文內容，就覺得好有趣。還有我覺得最難的應該是要想 TA，我們一開始就想了很多次，後來才決定好。希望這學期的經驗能夠讓我們了解自己的不足，也謝謝老師給我們這種難得的機會可以實作。



參考文獻

徐穎等(2016)。虛實通路與超媒體設計期末報告。逢甲大學行銷學系。

[D0336836104201.pdf \(fcu.edu.tw\)](#)

林鼎喬等(2014)。虛實通路與超媒體設計期末報告：謝謝農場。逢甲大學行銷學系。

[D0131907102201.pdf \(fcu.edu.tw\)](#)

逢甲大學跨校跨域音樂舞台生命劇場粉絲專頁(2021)。

<https://www.facebook.com/fcu.theater/>

