
台北縣數位志工服務推廣專案 特色商店線上型錄推廣計畫

指導單位 台北縣政府資訊中心、淡江大學資訊管理學系
執行單位 淡江資管數位關懷希望團隊（北縣數位志工淡大分隊）
協辦單位 北海岸聯合服務中心、中華系統整合股份有限公司、
淡江大學管理學院資訊顧問室、淡江大學資管網路策進協會

計畫目次

壹、計畫宗旨	3
貳、計畫目的	3
特色商店部落格.....	3
特色商店商品、故事上網.....	3
折價卷兌換.....	3
服務據點、數位志工推廣.....	3
參、短中長程計畫	4
造林：推動淡水觀光區商家數位化.....	4
育林：數位志工團隊加入與地方資源(商家、鄰里長)加入期.....	4
再造林：普及數位志願工作者服務.....	4
肆、具體執行方法與細節	4
預先籌備期(A).....	4
前探期(B).....	4
合作推廣期(C).....	5
商品上網期(D).....	5
推廣期(E).....	5
驗收期(F).....	5
特色商店部落格計畫表.....	5
伍、人員與時程配置	6
陸、產出與回饋	7
對於北海岸服務中心.....	7
淡水地區特色商家.....	7
對於台北縣數位志工企劃(淡大分隊).....	7
柒、結論與補充附註	8

壹、計畫宗旨

本計畫旨為透過台北縣數位志工計畫，推廣北海岸聯合服務中心等希望據點，以北海岸觀光區特色商店為推廣參與對象，台北縣志工團隊(淡大分隊，以下簡稱本隊)為執行單位，透過推廣北海岸地方特色商家商品，以向一般民眾推廣北海岸聯合服務中心的便民服務、數位希望據點、地理位置，並使該中心的使用率增加，同時減少城鄉間一般民眾對於地方了解的數位資訊落差。

貳、計畫目的

本計畫服務推廣目的分為四部份：

特色商店部落格

在北海岸聯合服務中心服務所轄區域內，對於尚未以網際網路行銷之特色商店，主動協助商家在網路上以建置部落格，並提供相關的服務諮詢、行銷策略等。

特色商店商品、故事上網

將特色商店商品照片、商品故事、商家故事在網路上以網站內容的形式作為展示、造就地方文化豐富、刺激買氣等多重效果。

折價卷兌換

商品、故事上網外，協助特色商家將近期特價方案，製作成線上折價卷，並提供二維條碼、線上列印功能；如商家需要，可設計折價卷兌換時的行銷遊戲，如店家故事猜謎，店家/商品品牌行銷體驗等，兌換後可以在實體商店獲得優惠折扣，折扣後回收。

服務據點、數位志工推廣

配合折價卷兌換，北海岸聯合服務中心可協助現場電腦認證、行銷活動體驗，折價卷現場兌換等服務，在此同時，配合北海岸聯合服務中心行銷刊物(DM)推廣。

配合台北縣數位志工服務，在兌換地點(北海岸聯合服務中心希望據點)提供台北縣數位志

工服務簡介，本專案專案簡介與展示。

參、短中長程計畫

造林：推動淡水觀光區商家數位化

以台北縣淡水鎮為第一個發展點，透過數位志工推動商家商品、故事上網、商店折扣結合地區希望據點行銷，以期地方據點蓬勃發展。

育林：數位志工團隊加入與地方資源(商家、鄰里長)加入期

推廣台北縣數位志工團隊，並開始結合地方資源，如鄰里長、地方觀光資源、鄉鎮市公所便民與社政業務，以期數位志工計畫得以被更多人知曉，同時能夠發揮更大的社會力量。

再造林：普及數位志願工作者服務

藉由我們的成功經驗，讓台灣有愛，讓身為志工的每個人都有我為人人，人人為我的崇高節操，並能時時以身為志工為榮，並普及志願工作者，讓志工的身影充滿社會需要愛的每個角落。

肆、具體執行方法與細節

本計畫執行方法分為下列諸項子計畫：

預先籌備期(A)

- 一、統籌志工人員(淡大分隊)可服務時間、志工技能、興趣
- 二、根據本企劃調整執行工作
- 三、分組執行下列計畫項目

前探期(B)

- 一、了解可能合作對象
- 二、修正推廣策略、部落格內容、行銷方向

合作推廣期(C)

- 一、實際向商家介紹整個計畫緣由、數位志工內涵、本專案服務內容
- 二、確定合作

商品上網期(D)

- 一、與店家共同選定推廣商品、商品故事、店家故事、折價(商品配套)方案、行銷小遊戲內容
- 二、開始製作推廣部落格、折價卷、行銷文宣

推廣期(E)

- 一、透過虛擬通路(線上 BBS、Facebook、Plurk)等工具執行病毒式行銷
- 二、透過實體(定點 DM、據點、門口立牌)宣傳

折價卷兌換

希望能夠和店家達成針對某種套餐組合或是配套措施做折價的共識, 這樣就可以透過在北海岸服務中心進行折價券兌換, 來達到拓展希望據點的目的

驗收期(F)

- 一、透過線上造訪率估計實體閱覽量
- 二、透過實體兌換數、問卷回饋, 得到商店推廣、據點推廣結果

特色商店部落格計畫表

編號	工作項目	工作摘要	執行人員
預先籌備期(A)			
A1	行銷問卷製作	設計並製作問卷, 確實了解商店使用網際網路行銷商店的狀況, 並初步了解是否有以網路行銷的需求與嘗試意願。	群組一、群組五
A2	部落格、折價商品卷展示雛形設計製作	設計一個部落格雛型, 最為向商家推廣的展示用途	群組二
前探期(B)			
B1	向商家發放問卷, 並簡介本計	向店家簡單介紹我們志工組	群組一、群組五

	劃	織和目的	
B2	回收問卷	將問卷回收並統計結果	群組一、群組五
合作推廣期(C)			
C1	評估可合作特色商店	藉由問卷結果評估各個店家及計劃執行的可行性	群組一、群組五、群組四
C2	向商家詳細介紹本計畫，並討論合作機會	與店家討論並提出合作方案	群組一
商品上網期(D)			
D1	協助商品上網	將店家指定商品拍照、修圖並置放於部落格中	群組二、群組三
推廣期(E)			
E1	線上推廣	推廣線上部落格與希望服務據點、志工計畫等	群組三
E2	實體推廣	透過折價卷兌換與小遊戲，推廣北海岸聯合服務中心數位希望據點以及淡水特色商家、北縣數位志工專案等內容	群組四
驗收期(F)			
F1	成果調查	透過網站統計數據與實體折價卷兌換結果提出成果報告	群組五

伍、人員與時程配置

計劃執行時間： 99年12月07日至99年12月10日

群組一： 商家推廣、協商

群組二： 伺服器、部落格架設、商品卷製作、商品上網

群組三： 虛擬通路行銷、海報製作

群組四： 實體通路行銷

群組五： 問卷與回饋意見整合

編號	工作項目	執行期程	執行人員
預先籌備期(A)			
A1	行銷問卷製作	99年12月07日-08日	群組一、群組五
A2	部落格、折價商品卷展示雛形設計製作	99年12月07日-08日	群組二
前探期(B)			

B1	向商家發放問卷，並簡介本計劃	99年12月09日	群組一、群組五
B2	回收問卷	99年12月09日	群組一、群組五
合作推廣期(C)			
C1	評估可合作特色商店	99年12月09日	群組一、群組五、群組四
C2	向商家詳細介紹本計畫，並討論合作機會	99年12月09日	群組一
商品上網期(D)			
D1	協助商品上網	99年12月10日	群組二、群組三
推廣期(E)			
E1	線上推廣	99年12月10日-	群組三
E2	實體推廣	99年12月10日-	群組四
驗收期(F)			
F1	成果調查	99年12月10日	群組五

陸、產出與回饋

對於北海岸服務中心

透過本計劃可有效地刺激一般民眾對於北海岸聯合服務中心的使用率以及知名度，經由實體的宣傳活動及傳單發送等，讓大眾對於中心以及數位希望據點的服務項目有更深入地了解，且大大地增加了北海岸地區民眾對於北海岸聯合服務中心使用的機會。

淡水地區特色商家

對於淡水地區特色商家，我們提供了相當直接而具體的行銷方案，並透過北海岸聯合服務中心的實體宣傳，預期可以有效地達到商家、商品、故事等三項重要且有利於文化創意產業之元素，能夠有效地透過數位方法被行銷，本計劃又能使商家直接獲得消費者回饋。

對於台北縣數位志工企劃(淡大分隊)

對於淡江大學及其所有參與之成員在本次計畫中實際參與及演練了多重的社會角色，而在系統實做的過程當中，獲得具體的實務經驗，且能有機會參與在地化商家及其品牌之文化行銷，這是在一般大學課程當中相當難得的跨界整合行銷經驗。

柒、結論與補充附註

本計劃預期透過台北縣數位志工計畫，推廣北海岸聯合服務中心與其數位希望據點，以北海岸觀光區特色商店為推廣參與對象，本分隊透過推廣北海岸地方特色商家商品，以一般民眾為推廣對象，預期北海岸聯合服務中心服務區域的民眾優先受惠，透過第一個數位希望據點推廣數位志工資訊服務，以期減少城鄉間一般民眾對於地方了解的數位資訊落差。