

Facebook 開心農場— 置入性行銷與服務失誤補救¹

連文雄 蘇雅惠²

壹、前言：遊戲網友快要罷玩了，該如何盡快平息他們的怒氣？

2009 年 11 月，在當時熱門的開心農場遊戲討論區裡，陸續出現了許多網友集結要罷玩的聲浪，雖然公司已經對系統做了一些修改和調整，但網友不滿的人數和抗議的聲音，卻反而越來越激烈，「到底該做那些服務補救決策與措施？」才能盡快平息網友的不滿和怒氣，成為公司最緊急的問題。回想當初，開心農場原本很高興與美粒果合作推出這項置入性行銷活動，經歷這場激烈的抗爭洗禮，廠商很想知道，未來開心農場是否適合做置入性行銷？活動設計那裡出了問題？這樣以後才不會又犯同樣的錯誤。

貳、個案公司背景

一、Facebook與開心農場

Facebook 是由美國哈佛大學學生馬克·祖克柏(Mark Zuckerberg)在 2004 年時，為促校園同學的交流所創立，創立後因大受網友喜愛，一路發展成為全球最受歡迎的社群網站，網站具備社交、遊戲、廣告等多樣功能 (維基百科 2016a)。Facebook 從 2008 年 6 月開始提供中文版服務，由於中文化與開心農場等遊戲推動，台灣的會員數開始快速竄起，從 2009 年初不到 10 萬人，7 月起開始呈爆炸性成長，在 2009 年 7 月到 11 月間只有短短的五個月，Facebook 會員數就到達了五百多萬會員，網路專家認為，最重要的成長關鍵應是「開心農場」等遊戲帶動 (何定照 2009)。靠著「開心農場」，2009 年 3 月時 Facebook 原本在台灣百大網站排名中僅居第 85 名，但在 2009 年 9 月排名已成為當時國內僅次於 Yahoo! 奇摩的第二大網站(蘇文彬 2009)。在 2011 年 1 月

¹ 本個案摘錄自《管理個案評論》(2017.06) 第八卷第一期 p.23~p.27，原題目為「Facebook 開心農場—置入性行銷與服務失誤補救」，著作財產權屬於財團法人光華管理策進基金會所有。

² 連文雄為國立中央大學資訊管理學系助理教授；蘇雅惠為國立中央大學資訊管理學系助理教授。

* 本收錄庫所收錄/出版之個案與配套教材，包括文字、照片、影像、插圖、錄音、影音片或其他任何形式之素材等，均由作者獨家授權光華管理策進基金會出版，受到中華民國著作權法及國際著作權法律的保障。所有個案或配套教材的全部或部分內容都不能被複製、影印、掃描、儲存、電子傳輸、分享或公告於任何網站。

** 本收錄庫所發行之個案均為紙本朱紅色印刷，如發現盜印或任何侵害作者智慧財產權之行為，歡迎備證來信檢舉，電子郵件：kmcccase@gmail.com，查證屬實者，備有獎金酬謝。

***如需訂購光華管理個案收錄庫之個案，歡迎上網查詢。網站位址：<http://www.kmcc.org.tw/>。