

# 高雄市高英高級工商職業學校

Kao Ying Industrial Commercial Vocational High School

## 專題製作報告



### Facebook 粉絲專業行銷模式分析

指導教授：\_\_\_\_\_ 陳君瑜 \_\_\_\_\_ 博士

指導老師：\_\_\_\_\_ 盧沛明 \_\_\_\_\_ 老師

科別班級：\_\_\_\_\_ 資料處理 \_\_\_\_\_ 科 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 班

座 號：\_\_\_\_\_ 11、06、37 \_\_\_\_\_

姓 名：\_\_\_\_\_ 林佳雯、李佳穎、林鼎鈞 \_\_\_\_\_

中 華 民 國 103 年 03 月

## 目錄

壹、前言.....	1
一、研究動機.....	1
二、研究目的.....	1
三、研究方法.....	2
四、研究範圍與限制.....	2
五、研究步驟.....	2
貳、文獻探討.....	3
一、粉絲專頁運用的定義.....	3
二、粉絲專頁互動與分享形式.....	3
三、粉絲專頁的商業利益.....	3
四、粉絲專頁的行銷分析.....	4
參、研究分析與說明.....	6
肆、結論及建議.....	12
一、結論.....	12
二、建議.....	13
參考文獻.....	14
附錄一 問卷.....	15

## 圖表索引

圖 1 研究流程圖.....	2
圖 2 性別比例圖.....	6
圖 3 使用或關注粉絲專頁.....	6
圖 4 多久時間關注粉絲專頁.....	7
圖 5 經常關注的粉絲專頁.....	7
圖 6 關注的粉絲專頁類別.....	7
圖 7 使用粉絲專頁後增進與網友互動.....	8
圖 8 使用粉絲專頁後更了解關注主題或人物.....	8
圖 9 玩線上遊戲而關注粉絲專頁.....	8
圖 10 每天關注粉絲專頁.....	9
圖 11 主動在粉絲專頁 PO 文.....	9
圖 12 參與粉絲專頁的活動.....	10
圖 13 對粉絲專頁商品購買意願.....	10
圖 14 分享產品訊息給朋友.....	10
圖 15 參與粉絲專頁舉辦的活動.....	11

# Facebook 粉絲專頁行銷模式分析

## 摘要

因應時代的變遷，行動網路也開始流行，Facebook 的使用幾乎已經快變成全民運動。人潮即是錢潮，若能掌握 Facebook 這平台的人潮，相信必能為企業創造相當大的利潤。本研究主要是以本校學生為主要探討對象，透過研究瞭解粉絲專頁互動與分享形式、粉絲專頁如何擴展商業效益、分析 Facebook 粉絲專頁的行銷模式等議題，藉由文獻探討、問卷調查所分析出來的結果，提出最後的結論與建議。

在此次研究結果顯示出，多數學生都曾使用過粉絲專頁的功能，其中以心情小語粉絲專頁的使用人數較多，專頁的經營成功與否，與小編的管理及活動是否能引起粉絲的關注有很大關係。利用「按讚分享並留言」的活動來吸引人潮，透過資訊分享以及辦理活動方式，就能成功達到賺錢的目的。值得粉絲專頁經營者關心的是，此次研究在問及粉絲專頁推出商品會購買的比例只有二成左右，以及粉絲專頁推出的活動會參與的比例也不到四成。想要在競爭激烈的粉絲專頁中脫穎而出，如果吸引粉絲持續熱情關注專頁，將成為經營者最大的課題。

關鍵字：Facebook、粉絲專頁、行銷模式

## 壹、前言

### 一、研究動機

Facebook 社群網站走向大眾化，從開發出 Facebook 社群網站至今短短幾年，它早已成為生活上的一部分。因應時代變遷行動網路也開始流行，讓 Facebook 與您的生活並肩同行，不管您在哪裡都能隨時與好友透過動態分享，關心、瞭解彼此的動態。在 Facebook 上，除了分享動態與聊天室之外，具有相同興趣與目的使用者，也可以成立社團或粉絲專頁，分享彼此的心得與資源，透過粉絲專頁按讚及資訊分享，藉由「小編」的管理，現今在 Facebook 上也掀起一股熱潮。

粉絲專頁提供的功能，不單單只是動態消息或資訊的分享而已，究竟粉絲專頁該如何經營，才能維繫專頁的使用者熱情不減，粉絲專頁上是如何帶動粉絲們的互動？其分享形式又有哪些？網路購物因為便利性而藉此盛行，透過粉絲專頁而帶來的商機、經濟效益有多大？目前網路上的行銷手法類型有很多，本組想要透過此次研究，瞭解如何利用粉絲專頁做行銷，並藉由問卷施測瞭解粉絲們使用粉絲專頁的情形。

### 二、研究目的

Facebook 現今已是全球最大的社群網站，人潮就是錢潮，如何透過粉絲專頁的經營，進而擴展商機，本組將針對以下三點議題進行探討。

(一) 瞭解粉絲專頁互動與分享形式

- (二) 探討粉絲專頁如何擴展商業效益
- (三) 分析 Facebook 粉絲專頁的行銷模式

### 三、研究方法

在訂定研究主題與方向後，本組想透過以下兩種方法，做為此次研究蒐集文獻與資訊的方式。

- (一) 文獻探討法：利用網路、報章雜誌及圖書館蒐集相關文獻資料。
- (二) 問卷調查法：透過紙本問卷調查粉絲專頁之相關問題。

### 四、研究範圍與限制

因粉絲專頁的使用範圍過於廣大，礙於時間與人力的因素，所以問卷施測的範圍以本校學生為主（各科系以 20 份問卷進行），其他皆不在本調查範圍內。

### 五、研究步驟

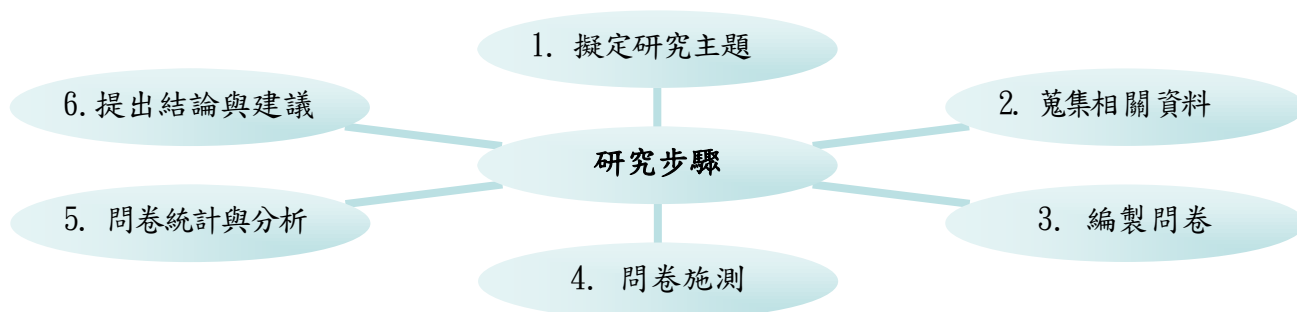


圖 1 研究流程圖

## 貳、文獻探討

### 一、粉絲專頁運用的定義

因應粉絲專頁崛起，在 Facebook 這個社交平台，人們把真實生活中的親朋好友圈搬上網路，透過粉絲專頁，將近況透過文字、圖片和影片來傳達訊息，因此用按「讚」和「分享」的方式，達到自我表達以及與人連結，進而讓人際關係網路更為密切。它正在改變了人與人之間的溝通方式，也影響著品牌與消費者之間的互動交流的模式。(邱小黑。2011)

絕大多數互動熱絡的粉絲專頁，他們都有一個共通點，就是都會有「小編」的存在。這個「小編」可以有很多稱呼，但是共同原則都是以人的角度來跟粉絲對話。(邱小黑。2011)「小編」的工作很重要，除了管理粉絲專頁外，也要懂得適時與粉絲互動，更要懂得抓住粉絲們的心，讓他們願意「分享」出您要傳達的資訊。

### 二、粉絲專頁互動與分享形式

關於互動及分享形式，本組想要透過一個實例，來說明管理者如何來經營粉絲專頁。本組覺得經營成功的專頁，像是「如果這個世界沒有你就沒有我」這個專頁的經營理念就很好，除了想獲得利益外，也應該注意到粉絲的需求。以下是本組關注最久的專頁，目前 459,181 的人按讚關注，薇薇和德德是這個專頁的管理者，夫妻倆除了接洽代言商品，還會在專頁上會分享兩人私底下的生活趣事，完全不會因為專頁打響知名度而有所包袱。和網友之間的互動總是熱絡，曾熱情邀約網友們一起出席愛護動物之活動，更讓人印象深刻的就是兩人的粉紅世界，網友好奇兩人認識 7 年的感情，粉紅知己繞了一圈才相遇，甚至攜手走進紅毯，卻不拒絕的在專頁上分享，甚至分享彼此對於感情世界的觀感。

這點說明了「內容」才是真正能吸引粉絲目光的重點，吸引人的內容，才是維繫關係的基礎。專頁上絕不是純粹充斥著生活中平淡乏味的資訊，而是有著各式各樣不同的內容，有時可能是朋友吃過一餐精采美食的照片分享；有時可能會是心愛對象傳來一張令人臉紅心跳的照片；有時則是粉絲到世界各地遊玩所拍下來令人難忘的經典照片，這些內容總會讓人忍不住駐足於 Facebook 上，也因為這些「內容」，才讓我們願意花時間在 Facebook 上搜尋更多無限的可能，期待下一秒鐘會發生的事情又是如何令人驚訝、驚喜。當內容持續擴散同時，相對地又將人們之間的關係緊密綁在一起。我們會特別去關注那些總是散播有趣內容的朋友，也會期望自己能成為他精采生活的一部分，內容不僅只是將人們之間那座名為「關係」(Relations)的橋梁建立起來，經由彼此之間的互動，像是按個讚、留個言、分享一下，都變成了彼此之間關係更為緊密的理由。(NORIKA。2013)

### 三、粉絲專頁的商業利益

陳瑞陽(2006)指出，部落格行銷是網路行銷隨著網路軟體技術的突破，所產生的新行銷方式。在專頁活動中，部落格的行為模式較傳統行銷方法更能延伸行銷活動的深

度與廣度，深度是指行銷活動可融入消費者認同程度，廣度意指行銷活動對於消費者需求範圍程度。部落格行銷是一種新的行銷方法，可為活動帶來大量的曝光（中國文化大學企管系。2013年06月）。

粉絲專頁的類型分為很多種，不僅有網路拍賣和廣告遊戲，在資訊分享中也隱藏了許多商業利益，網路購物盛行，粉絲專頁逐漸展開一個很方便的購物平台以及賺錢之商機，例如說粉絲專頁上目前正夯的「按讚分享並留言，參加活動拿獎品」，這種方式除了讓粉絲們可以間接得到想要的商品以外，也可以藉此打廣告吸引喜愛粉絲直接購買。

商業效益雖然廣泛，但別小看一個讚或分享，韓流打入台灣市場，一些週邊小商品也透過各個「小編」代購，在其中賺取差價來進行交易，這就是商機。別談國外了，台灣知名樂團，五月天的粉絲是逐漸倍數在增長。透過粉絲專頁賺不到錢嗎？別小看它了，粉絲力量大，五月天的粉絲專頁上除了分享相關資訊和小編與粉絲的互動，也會有一些粉絲「設計」週邊商品，這都是賺錢的好機會。

#### 四、粉絲專頁的行銷分析

由於網路資訊科技的進步，消費者每天接收大量訊息，品牌愈來愈難讓人留下深刻印象，品牌已逐漸喪失意義，雖然許多品牌仍亟欲脫離 Facebook 掌握，企圖直接把消費者拉到購買的環節，如此反而可能產生負面效果，因為用戶仍未準備好，換言之，品牌應先用心與顧客互動，培養顧客忠誠度。除了 Facebook 的實名制及個人資料便於品牌鎖定目標客群外，Facebook 也可以將品牌與顧客的對話在線上建立，例如用戶在品牌的粉絲專頁按「讚」後，品牌訊息可植入個人動態報告，以影響用戶朋友圈的關注，進而發掘潛在客戶。（美和科技大學教授。2012年）

像是行銷方面的粉絲專頁經營，「Cat's SHOP 貓小舖日韓精品」，經營理念就很好，最注重的是以服務顧客為主，也是由夫妻建立的專頁，管理者彤彤本身自己就是代言網拍，倆人只要有時間就會到國外遊玩，替粉絲們連線代購多款日韓商品。更好的是，其實他們的銷售範圍做的很廣泛，甚至都能與馬來西亞做連線交易，粉絲們更不用擔心喜愛商品買不到。經營網拍專頁很辛苦，可能需要時時刻刻都在電腦面前，但其實只要管理者瞭解管理技巧，就能夠讓粉絲們感到體貼、體諒，讓顧客們對銷售的商品及專頁資訊有了忠誠度，相信經營粉絲專頁也會變得比較得心應手。

換句話說，想讓您的商品打出知名度，一定要透過廣告來吸引消費者，或者使用人力資源前往人潮較多的地點發廣告傳單，將潛在的消費者拉至粉絲專頁。粉絲專頁的行銷模式，透過「分享」、按「讚」的方式，就能讓消費群隨時關注到新商品，不必到外頭去曬太陽。粉絲專頁主要能達到快速行銷的目的，主要是因為上網提供的便利性，讓粉絲能隨時隨地的掌握資訊。經營者除了考量讓消費者方便購得所需商品外，還要學會讓自己的粉絲專頁具備以下條件：

- （一）親和力：客服親切。
- （二）集客力：服務態度佳、內容豐富、經常更新。
- （三）互動性：具體回應話題、圖文分享。
- （四）忠誠度：同好互動、給予老顧客相當的回饋。

(五) 創造營收：團購、代購、虛實整合。

經營粉絲專頁者若能好好掌握上述重點，相信必能為自己的粉絲專頁創造更好的經營模式（中國文化大學資管研究所。2011年06月）。



## 參、研究分析與說明

此次本組採用紙本問卷的方式進行施測，了解粉絲專頁的行銷模式及粉絲使用粉絲專頁等相關情形。針對本校學生於 12/09 發放問卷施測，共發放 160 份問卷，回收 158 份，有效問卷 139 份，無效問卷 21 份，問卷統計結果如下。

### 一、請問您的性別？

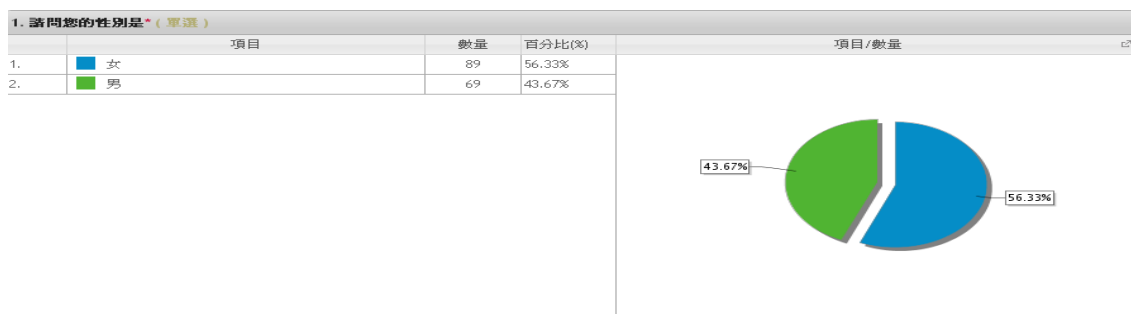


圖 2 性別比例圖

由圖 2 得知，問卷受測的男女生比例，女生佔據 56.33%，男生 43.67%。

### 二、您有使用或關注 FB 粉絲專頁嗎？

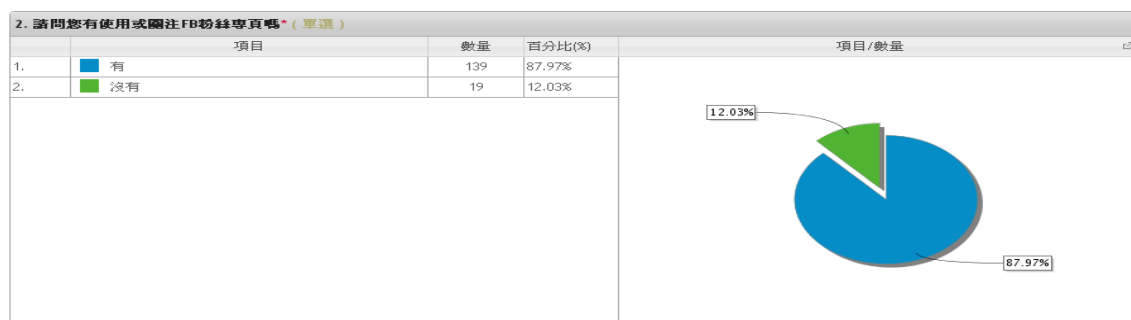


圖 3 使用或關注粉絲專頁

由圖 3 得知，學生有在關注或使用 FB 粉絲專頁人數，佔了快九成的人數，顯示學生使用粉絲專頁相當普遍。

### 三、您為何不使用或關注粉絲專頁

回收的問卷中顯示，不使用或關注粉絲專頁的比例中，「所有學生」都勾選了「沒興趣」，所以如何開發這些未使用的消費者，將是經營者必須認真思考的問題。

### 四、您平均多久使用或關注粉絲專頁？

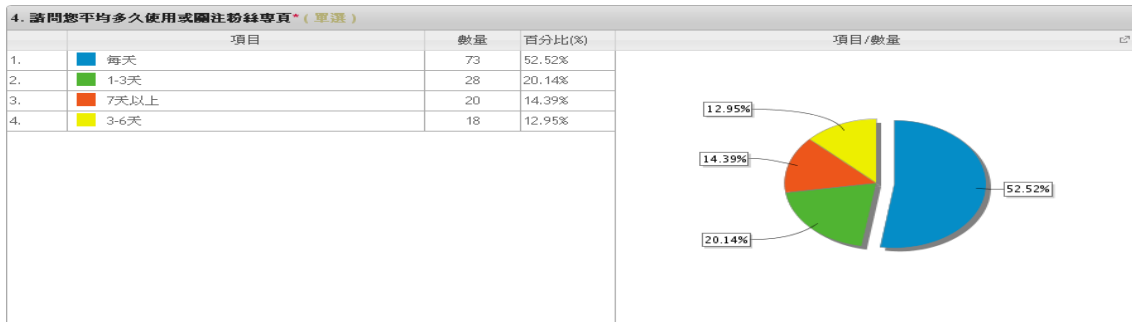


圖 4 多久時間關注粉絲專頁

由圖 4 得知，有超過 5 成的學生每天都會關注或使用粉絲專頁，顯示粉絲專頁的使用已佔有相當的份量。

### 五、經常關注的粉絲專頁有幾個？

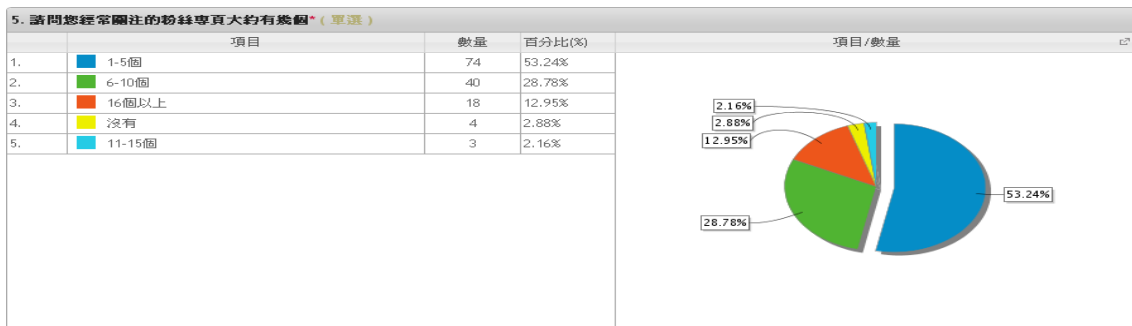


圖 5 經常關注的粉絲專頁

由圖 5 得知，關注的粉絲專頁以 1-5 個佔最多數。

### 六、經常關注的粉絲專頁有哪些類別？(可複選)

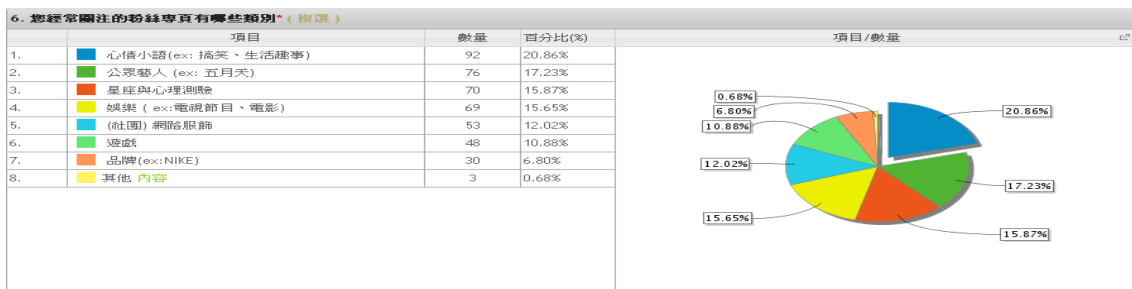


圖 6 關注的粉絲專頁類別

由圖 6 得知，關注心情小語粉絲專頁的人較多，佔 20.86%，其他類別的比例較為平均，佔據最少的部分在「其他」佔 0.68%及「品牌」佔 6.80%的部分。由此可知學生喜愛的粉絲專頁，並沒有特別專注在某一個領域，反而是各種類別都有。

### 七、透過粉絲專頁，會讓我跟網友間的互動變好。

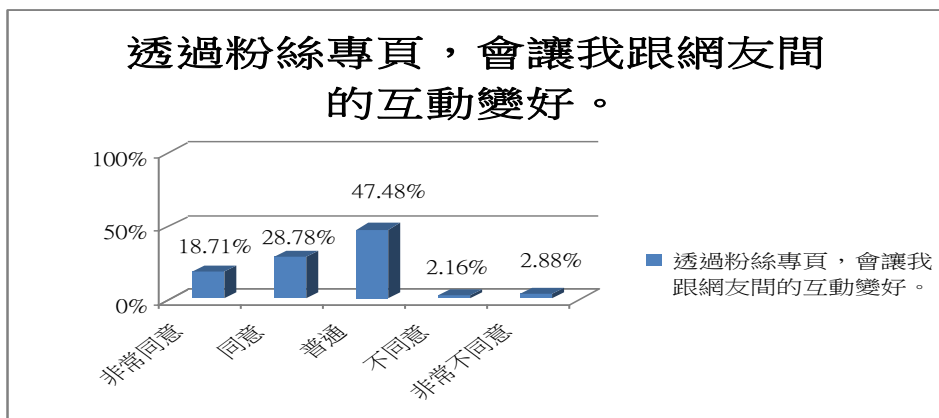


圖 7 使用粉絲專頁後增進與網友互動

由圖 7 可知，將近快五成的同學認為，使用粉絲專頁後，對於和網友間的互動變好並沒有明顯的感受。

#### 八、透過粉絲專頁，會讓我對關注的主題/人物更了解。

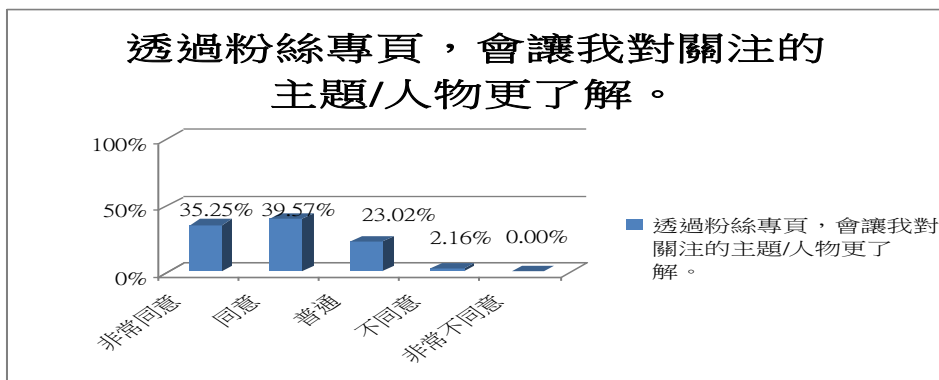


圖 8 使用粉絲專頁後更了解關注主題或人物

由圖 8 得知，佔據近七成的學生覺得能藉由粉絲專頁對主題或人物增加瞭解。

#### 九、我會因為玩線上遊戲，而關注相關粉絲專頁。

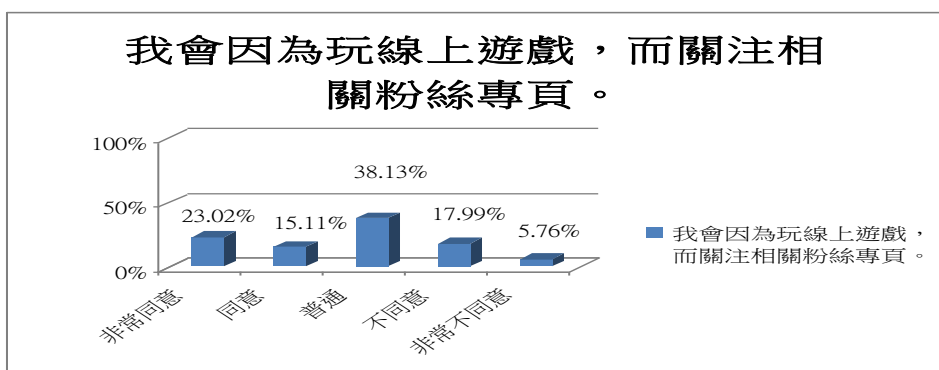


圖 9 玩線上遊戲而關注粉絲專頁

由圖 9 得知，因為玩線上遊戲而關注粉絲專頁的比例還不到四成，也許是粉絲專頁提供的資訊不多或不完整，才導致人數沒有想像中的高。

十、我每天都主動關注粉絲專頁的訊息。

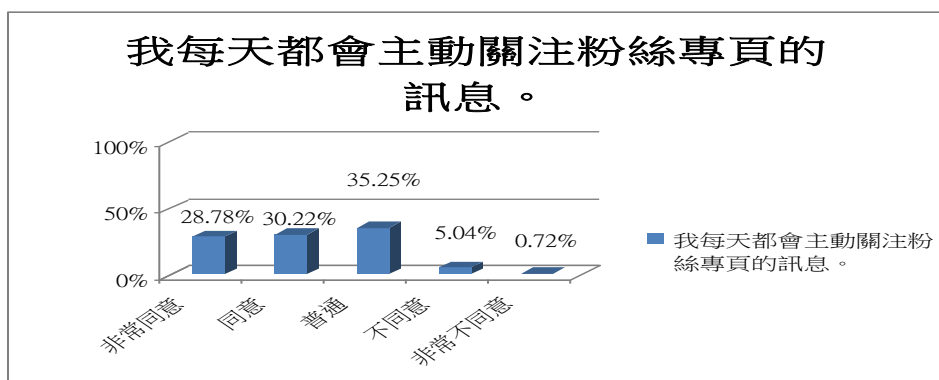


圖 10 每天關注粉絲專頁

由圖 10 得知，有將近六成的學生表示，每天會主動關注粉絲專頁的訊息。

十一、我會主動在粉絲專頁 PO 文（發問）訊息。

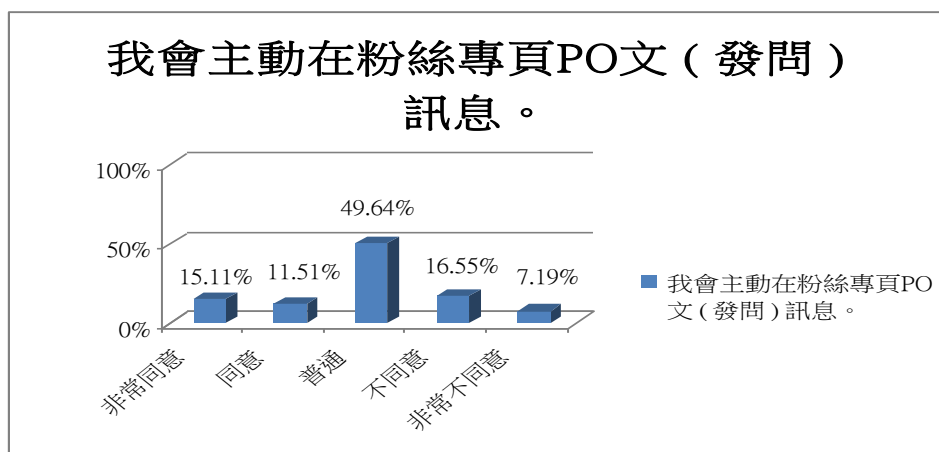


圖 11 主動在粉絲專頁 PO 文

由圖 11 得知，會主動在粉絲專頁 PO 文的學生不到三成，顯示學生較常當個訊息的接收者，而非訊息的製造者。

十二、當粉絲專頁有「按讚+留言就能抽獎」的活動，我會參與。

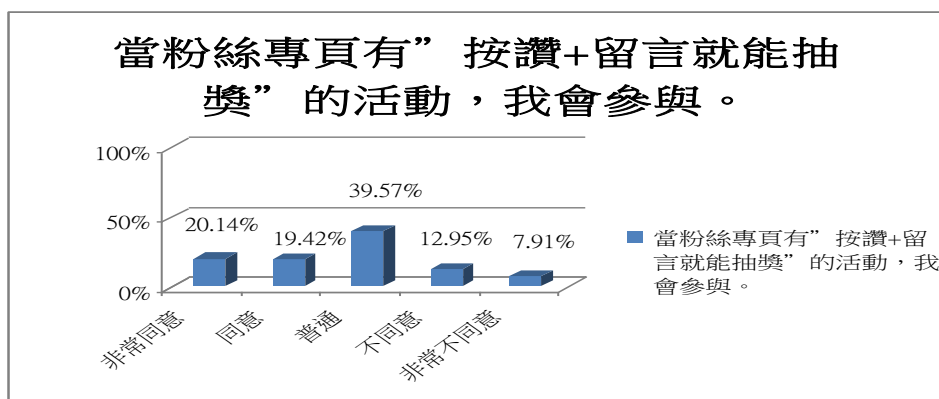


圖 12 參與粉絲專頁的活動

由圖 12 得知，表示會參與「按讚+留言就能抽獎」活動的人數比例不到四成，這數據並沒有想像中的高，可能是舉辦的活動並未引起學生的興趣所造成。

十三、當粉絲專頁有商品或（明星週邊）的團購，我會購買。

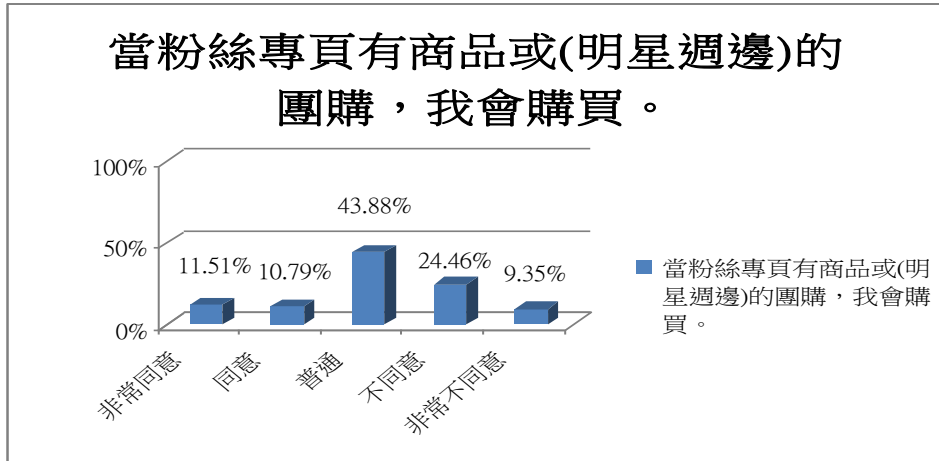


圖 13 對粉絲專頁商品購買意願

由圖 13 得知，對於粉絲專頁推出商品的購買意願看來不太高，表示會購買的比例只有二成左右，也許是粉絲專頁經營者並未真正了解網友的需求或喜愛，才會造成這樣的結果。

十四、在粉絲專頁看到喜愛的商品，我會將資訊分享給朋友。

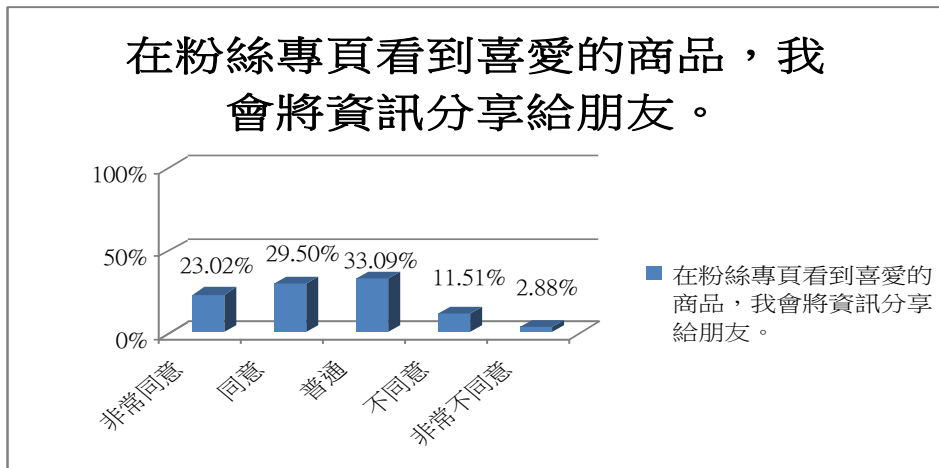


圖 14 分享產品訊息給朋友

由圖 14 得知，願意將專頁產品資訊分享給朋友的學生有五成左右。

十五、粉絲專頁辦活動時（例如:揪團看動漫展），我會參與。

### 粉絲專頁辦活動時(例如:揪團看動漫展)，我會參與。

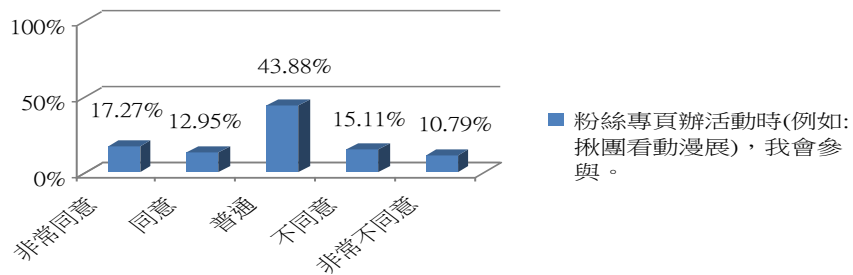


圖 15 參與粉絲專頁舉辦的活動

由圖 15 得知，學生參與粉絲專頁所舉辦的活動意願不高，竟然只有三成左右的比例，這也反應出粉絲專頁所舉辦的活動對學生而言，並不是那麼具有吸引力。

## 肆、結論及建議

根據蒐集的文獻資料及問卷施測的結果，本組得到以下結論與建議。

### 一、結論

#### (一) 粉絲專頁互動及分享形式

粉絲專頁想經營成功還能打響知名度，內容一定要不冷場，最重要的是分享的東西要夠吸睛。除了以往在動態上「按讚、留言」，現在的粉絲專頁透過小編與粉絲互動，只要小編說話有「內容」、「有梗」，粉絲團絕對是熱絡的，成功讓粉絲能將資訊分享出去，甚至讓粉絲期待專頁訊息之更新。

#### (二) 粉絲專頁帶來商業效益及行銷模式

想藉由粉絲專頁賺錢說難不難，畢竟它就是一個很好的平台。所以有滿多小編都會利用「按讚分享並留言」的活動來吸引人潮，將自己的商品成功銷售出去，尤其是很多小編會到國外幫忙代購，其中賺取差價之利益也是商業效益。

除此之外，粉絲專頁上行銷的模式其實很多種，普遍看見的都是創立社團，但粉絲專頁有其方便性，有小編能定期管理甚至與粉絲互動，將賺錢的機會大大提升了。也因為它的便利性，節省了很多時間，更不需要花費太多資金及人力，透過資訊分享以及辦理活動方式，就能成功達到賺錢的目的。

#### (三) 問卷施測結果分析

問卷施測的結果中顯示，學生大多數都有在關注粉絲專頁，問卷受測的性別上，女同學較多一些。有在關注粉絲專頁的粉絲們，幾乎每天都會主動到粉絲專頁觀看是否有更新狀態。多數同學關注的粉絲專頁大概 1-5 個左右，專頁的類型上幾乎集中於心情小語的類型，每天心情的變化也有所不同，更能透過粉絲專頁來抒發一下自己的情緒，甚至可以在粉絲專頁上 PO 文與粉絲一起分享喜、怒、哀、樂。

根據分析結果，大多數同學都覺得使用粉絲專頁，與網友的互動不一定會變好，但還是會透過粉絲專頁來瞭解主題及人物等資訊。因為玩線上遊戲而去關注粉絲專頁的人數，也沒有想像中的多，但仍有多數的同學表示，每天都會主動且持續關注自己想瞭解的粉絲專頁，以便掌握更多消息及資訊。值得粉絲專頁經營者關心的是，在問及粉絲專頁推出商品會購買的比例只有二成左右，以及粉絲專頁推出的活動會參與的比例也不到四成。依本組揣測，同學們可能是屬於喜歡在粉絲專頁裡聊天或增進人際關係的類型，或者單純只是想透過 Facebook 粉絲專頁關注明星藝人的動態更新而已，對於商品的購買及活動的參與並非那麼有興趣。

也許在專頁上推出的商品及舉辦的活動上，購買的意願及參與的意願都不高，但是仍有多數粉絲願意把粉絲專頁相關訊息分享給朋友。粉絲團的經營模式是透過訊息的分享，及參與活動集結消息得知商品的資訊，最主要的商機並不是透過專頁進行買賣的行為，而是利用這些不必花錢就能順利招攬客人的模式，這是多麼一舉兩得的方式！

不可否認的是，粉絲專頁的成立已經越來越盛行，經營良善的粉絲專頁，不但滿足了粉絲的需求，經營者也賺滿了荷包，創造雙贏的局面。但粉絲專頁的類別太廣，每位粉絲的需求也不盡相同，想要在競爭激烈的粉絲專頁中脫穎而出，如果吸引粉絲持續熱

情關注專頁，將成為經營者最大的課題。

## 二、建議

藉由蒐集的文獻及問卷施測的結果，本組提出以下幾點建議。

- (一) 在粉絲專頁獲得利潤的同時，也希望不定時提供相關優惠回饋給粉絲。
- (二) 希望小編能有更多技巧性的管理，增進與網友之間的互動，達到減少生疏的效果，以利粉絲專頁的永續發展。
- (三) 掌握社群平台的發文技巧還有舉辦活動，試著與粉絲接觸及互動，相信有助於流量的增加，進而擴展粉絲團的人數及增強粉絲們的向心力。
- (四) 粉絲專頁經營多少會遇見酸民，希望小編們能有企圖心讓酸民化為自家粉絲，化阻力為助力。



## 參考文獻

- 01 邱小黑。網路行銷零元本舖。2011年05月28日  
<http://epromotor.pixnet.net/blog/post/34057097-facebook-%e7%b2%89%e7%b5%b2%e5%b0%88%e9%a0%81%e7%99%bc%e6%96%87%e4%b8%83%e5%a4%a7%e5%bf%85%e5%ad%b8%e6%8a%80%e5%b7%a7>
- 02 博士：黃燕忠 研究生：楊雲竹。中國文化大學資管研究所。2011年06月  
<http://ir.lib.pccu.edu.tw/bitstream/987654321/20027/2/gswweb355.pdf>
- 03 NORIKA。2013年6月25日 <http://norika.tw/?p=2401>
- 04 指導教授：楊台寧 研究生：黃彥超。中國文化大學企管系。2013年06月  
<http://ir.lib.pccu.edu.tw/bitstream/987654321/25217/2/fb130913095437.pdf>
- 05 美和科技大學資管系教授。林筱增 1 苑梅俊 2 鍾亦筑。2012年  
[http://ir.meiho.edu.tw/bitstream/987654321/1848/2/Facebook%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E8%88%87%E9%A1%A7%E5%AE%A2%E9%97%9C%E4%BF%82%E7%AE%A1%E7%90%86%E7%AD%96%E7%95%A5%E5%88%9D%E6%8E%A2\\_%E6%9E%97.pdf](http://ir.meiho.edu.tw/bitstream/987654321/1848/2/Facebook%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E8%88%87%E9%A1%A7%E5%AE%A2%E9%97%9C%E4%BF%82%E7%AE%A1%E7%90%86%E7%AD%96%E7%95%A5%E5%88%9D%E6%8E%A2_%E6%9E%97.pdf)

## 附錄一 問卷

### Facebook 粉絲專頁使用調查

親愛的同學您好：

我們是商用資訊科三年三班的學生，以下是份針對 Facebook 粉絲專頁使用調查之問卷，您所提供的寶貴僅供學術研究用，您的基本資料我們絕對保密不外流，請您放心填寫，謝謝您的幫忙。

高英高級工商職業學校  
指導老師：盧沛明老師  
資處 3-3 第 4 組 敬上  
民國 102 年 12 月 09 日

#### 一、受訪個人資料

1. 請問您的性別是：

1.  男 2.  女

2. 請問您有使用或關注 FB 粉絲專頁嗎？

1.  有（請跳至第 04 題繼續作答）  
2.  沒有（請跳至第 03 題繼續作答，並結束問卷）

3. 請問您為何不使用或關注粉絲專頁？

1.  覺得無聊 2.  麻煩 3.  沒興趣 4.  沒時間

4. 請問您平均多久使用或關注粉絲專頁？

1.  每天 2.  1-3 天 3.  3-6 天 4.  7 天以上

5. 請問您經常關注的粉絲專頁大約有幾個？

1.  沒有 2.  1-5 個 3.  6-10 個 4.  11-15 個 5.  16 個以上

6. 您經常關注的粉絲專頁有哪些類別？（可複選）

1.  心情小語（ex: 搞笑、生活趣事）  
2.  星座與心理測驗  
3.  （社團）網路服飾  
4.  公眾藝人（ex: 五月天）  
5.  品牌（ex: NIKE）  
6.  遊戲  
7.  娛樂（ex: 電視節目、電影）  
8.  其他（請說明）\_\_\_\_\_

\*以下問題，請以您個人參與粉絲專頁的實際方式與感受填答

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
01. 透過粉絲專頁，會讓我跟網友間的互動變好。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02. 透過粉絲專頁，會讓我對關注的主題/人物更了解。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03. 我會因為玩線上遊戲，而關注相關粉絲專頁。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04. 我每天都會主動關注粉絲專頁的訊息。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
05. 我會主動在粉絲專頁 PO 文（發問）訊息。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
06. 當粉絲專頁有”按讚+留言就能抽獎”的活動，我會參與。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
07. 當粉絲專頁有商品或(明星週邊)的團購，我會購買。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
08. 在粉絲專頁看到喜愛的商品，我會將資訊分享給朋友。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
09. 粉絲專頁辦活動時（例如:揪團看動漫展），我會參與。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>