

淺談農產品部落格行銷

陳世芳

摘要

隨著資訊網路社會化，運銷通路的多元化，農產品運銷通路不單是透過批發市場、販運商、零批商、超市，生產者為減少多階通路的運銷費用，逐漸朝直銷通路延申拓展市場，而直銷除了宅配之外，電子商務上也使用網路拍賣，並成立部落格，藉由網路推廣，吸引團購等潛在消費者。本文探討部落格定義、基本特質、分類，臺灣部落格的使用狀況、部落格行銷功能性、經營部落格的秘訣、農產品部落格行銷現況。

前言

比爾蓋茲曾說部落格是繼 e-mail、BBS、MSN 之後，第四個改變世界的網路應用，部落格是除了電視、報紙、雜誌之外，不容忽視的新媒體，也有人稱之為新聞媒介 3.0 版，由於網路科技發展迅速，商業行銷在民國九十年初左右，運用部落格技術門檻較建置網站低、可跨平台互動、即時發佈、有時間順序、自主性高、強調個人化、可與讀者互動、形成小眾市場等特質，來進行行銷活動的宣傳及消費者溝通，這股風潮也被具有網路行銷經驗的農民所採用。

內容

網路百科全書對部落格定義為在網路上依照相反之時間順序定期發表文章的平台，所發表文章，基本上需具備標題、主文、靜態連結網址與發表之日期時間，同時也可以加上迴響、分類與引用之功能，在所發表文章之旁側，則列有外部連結的網站或部落格。Jorn Barger 在 1997 年提出 Weblog 的縮寫，最早 Web log 代表的是一種技術性的記載，記錄各種封包在伺服器之間的往來，或者是在什麼時候哪個 IP 的電腦提出了什麼要求。

部落格以分享者的分享行為，分為支持群組、線上日記、個人專欄、共同合作等四種類型，線上日記類型是指私人話題為主，且個人開設的部

落格屬性，記錄版主日記或生活點滴等較無特定主題之內容，支持群組是指私人話題多，且多人群體維護的屬性，如偶像或政治人物的部落格，個人專欄類型是由個人開設，但有主題性的內文，如旅遊專欄、美食、寵物、農產品等，合作的內容創造類型是主題性話題為主，且多人開設的公開性議題，如公益團體、公司企業之部落格。依據創市際市場研究顧問公司 2009 年之抽樣調查，有超過九成的受訪者有經營或瀏覽他人的部落格，其中 44.3% 有經營個人的部落格，49.2% 沒有經營個人部落格，沒有經營任何部落格也不會瀏覽他人部落格佔 6.5%。經營部落格的原因為發表文章、作品、影音、照片佔 43.5%，抒發自己內心壓力或情緒佔 41%，分享生活週遭發生的感受及心得佔 40.2%。沒有使用部落格的原因有 56.9% 沒時間、太忙，其次是不喜歡隱私攤在陽光下。

部落格行銷功能性：1. 利用部落格可增加創意來源，對外創造一個與世界溝通的窗口，對內打造員工互相激勵、交換意見的溝通平台；2. 直接與廣大群眾對談，清楚知道市場需求，進而打造優良產品；3. 持續與消費者對談，讓消費者從過去被動的角色轉為主動決定何時與賣方產生互動；4. 藉由部落格營造優質的經驗，進而將消費者變成推廣大使，提高顧客的忠誠度。目前應用部落格行銷之農產品有葡萄、甜柿、米等，使用部落格行銷之農民具有之特質：1. 年輕自主意識高的青壯年農民；2. 喜歡用文字、影像和顧客溝通互動；3. 有感情表達敘述、說故事的能力。而成功經營部落格的秘訣則必須切合實際、熱情投入、時常更新、大量連結、在其它部落格留言、樂在其中、盡情發揮、使用訂閱機制、創意標題。

結 語

部落格具有社群、互動、串聯功能，扭轉了資訊僅能由大眾媒體傳播方式，部落格讓每個人都能成為記者與資訊傳遞者，對於缺乏能力運用電視、雜誌、廣播等大眾媒體的小農，也能藉此佈局小眾市場社群行銷。目前應用部落格行銷之農產品有葡萄、甜柿、米等，農民在投入農產品部落格行銷需先瞭解網路使用者行為，自我要求產品品質與品牌形象，避免負面影響，部落格內容應避免侵害他人著作權，適合具有網路行銷經驗之小農，選擇價高、質輕、易保存之農產品，佈局小眾市場社群行銷，加深與

潛在消費者溝通互動，未來農產品部落格行銷使用狀況有待進一步分析與評估。

參考文獻

- 1.王子衡、賴雅妍 2010 宅經濟面面觀 致悅出版社。
- 2.李宗儒、陳英慶、林正仁 2006 線上合購與部落格在台灣水果的創新應用 農林學報 55(4)：275-286。
- 3.郭盈廷 2007 部落格行銷功能性與其有效利用之方法 東海大學工業設計學系碩士論文。
- 4.翁碩瑜 2007 資訊分享者行為之研究-以部落格分類為例 中興大學科技管理研究所碩士論文。
- 5.創市際市場研究顧問公司 2009 創市際網路社群(部落格)小調查。
- 6.張展嘉 2006 知識分享之研究—以部落格論壇使用者其知識分享意願為例 中興大學科技管理研究所碩士論文。
- 7.黃萬傳 2009 國產水果生產者經營團購新興市場之分析 中州農業 8:16-22。
- 8.資策會產業情報研究所 2008 台灣網友部落格使用行為初探。
- 9.經濟部智慧財產局 <http://www.tipo.gov.tw>。
- 10.蕭家福 2005 部落格經營獲利模式探討 台灣科技大學管理研究所碩士論文。
- 11.蕭照平 2008 部落客可信度指標之探討 中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 12.Jeremy Wright 2006 Blog marketing : the revolutionary new way to increase sales, build your brand, and get exceptional results. McGraw-Hill Companies, Inc., New York.
- 13.Hsu,Chin-Lung., and Lin,J.C.C. 2008 Acceptance of blog usage : the roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation. Information and management 45(1) : 65-74.