

致理技術學院財務金融系  
財金實務專題



Chih 勝關鍵，Lee 財先贏

指導教授：蕭晴惠

學生姓名：郭爰廷、許念潔、  
孔維慈、賴婕眉、  
簡士鈞、李鎮宇  
劉又銓

中華民國一百零四年五月

# 專題題目：Chih 勝關鍵，Lee 財先贏

學校及科系：致理技術學院財務金融系

學生：郭爰廷、許念潔、孔維慈、賴婕眉、簡士鈞、李鎮宇、

劉又銓

## 摘要

隨著社會的變遷、時代的進步，人們的思維與想法也隨之改變，現代人不再只是把錢存在銀行而已，他們開始會自己理財，並嘗試各種投資方法。我們將以簡單的方式呈現給大家，而此網站不止是一般銷售平台，更是我們與潛在客戶的連結，透過免費及廣泛的資訊分享不以銷售為目的，卻又加深顧客印象；金融商品百百種，唯有一一了解才能服務更多客戶，由淺入深加以連結相互比較，各項產品都由基礎介紹再加以延伸，以便入門者不會有排斥，加以吸引大多非金融專業的客戶。

關鍵字

部落格行銷、金融商品、理財教育

# 目錄

摘要

目錄

第壹章 部落格動機與目的.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第貳章 部落格架構.....	3
第一節 研究流程.....	3
第二節 甘特圖.....	4
第參章 文獻探討.....	5
第一節 部落格的行銷特性.....	5
第二節 部落格的行銷價值.....	6
第肆章 部落格內容.....	8
第一節 部落格分類項目.....	8
第二節 創立構想.....	9
第三節 部落格架構圖.....	9
第四節 部落格內容形式.....	12
第伍章 部落格成效與回饋.....	16
第一節 互動回應.....	16
第二節 部落格回饋與人氣統計.....	20
第三節 活動回饋與人氣幫助.....	21
第四節 部落格成效.....	22
第五節 各項金融商品比較.....	23
第六節 文章比例分析.....	24
第陸章 結論.....	25
參考文獻.....	26

## 圖目錄

圖 2-1 研究架構流程圖 .....	3
圖 2-2 甘特圖 .....	4
圖 3-1 彎彎塗鴉日記人氣圖 .....	5
圖 3-2 CMoney 理財寶人氣圖 .....	6
圖 4-1 部落格版面配置圖 .....	9
圖 4-2 部落格代表圖像 .....	10
圖 4-3 文章分類列表圖 .....	11
圖 4-4 最新留言列表圖 .....	11
圖 4-5 保險文章示意圖 .....	12
圖 4-6 證券文章示意圖 .....	12
圖 4-7 銀行與金控文章示意圖 .....	13
圖 4-8 金融時事新聞文章示意圖 .....	13
圖 4-9 考照推薦用書文章示意圖 .....	14
圖 4-10 金融電影數及推薦文章示意圖 .....	14
圖 4-11 部落格內博客來連結示意圖 .....	15
圖 4-12 理財投資小知識文章示意圖 .....	15
圖 5-1 部落格回應比率圖 .....	19
圖 5-2 月份文章與人氣比較圖 .....	20
圖 5-3 活動文章示意圖 .....	21
圖 5-4 活動成效圖 .....	21
圖 5-6 部落格之財經類別排行榜 .....	22
圖 5-7 調整前文章比例分析圖 .....	24
圖 5-8 文章調整後比例分析圖 .....	24

## 表目錄

表 5-1 各項金融比較表 .....	23
---------------------	----

# 第壹章 部落格動機與目的

## 第一節 研究背景與動機

### 一、網路行銷的重要

網路行銷是一種全新的行銷方式，隨著寬頻的逐漸普及和企業網路意識的不斷提高，網路行銷方式再次成為人們討論的熱門話題，而討論的話題包括網路行銷應該採用哪些新的行銷工具、行銷方法。而「部落格行銷」就是其中一種工具，近年來已成為一個擁有龐大影響力的新興媒體，因為電腦的普及化以及生活水平的提升，串連了社群力、參與力、廣告連結價值，帶來顛覆傳統的行銷方式。部落格行銷具有傳播範圍廣、速度快、沒有地區性的限制的優點，使用者能在網站上享受發表個人思想、結交新朋友、記錄生活點滴與分享作品，屬於一種自由開放的世界，就像在網路上建立一個「家」。

### 二、部落格優勢

部落格不同於粉絲專業關鍵字搜尋較少，部落格文章完成後會主動分類關鍵字，這樣搜尋度將大量高於粉絲專業，且一般個人網頁的維護困難，而且管理成本非常低，更重要的是，部落格能夠讓資訊能夠快速更新，具有即時人際互動與強大擴散力的特性。部落格隨著構圖、排版……等，較能擁有個人風格，因此選擇以「部落格」作為行銷品牌的基石。雖然部落格行銷有不少的好處，但也需要我們花費人們另一種金錢，那就是時間了。部落格就像是我們每天要吃飯，幾乎每天都要更新，這樣才能有吸引讀者來參訪。

選擇 pixnet 為分享平台，主要為 pixnet 有較高知名度、功能健全、最新回饋置頂以便我們及時回應、以及版面豐富更能彰顯自我風格，近來更承接了無名小站的用戶。

### 三、投資理財與生活之息息相關

從遠古時代後，有了貨幣的發明以物易物沒落後，每天都需要錢，現今台灣社會薪資凍長遠追不上物價，多數人日常薪資難以負荷生活，此時投資理財將是一大重點，富人理財、窮人更要具備理財觀，相信已是現在多數人都認同，因此想透過部落格的行銷方式提供相關資訊，讓更多人了解投資管道得多元，風險與利益並存，才能活化資金運用。

總結出理財的重要與現代人對網路的依賴，多數理財行為都已經能在網路執行，所以用網路行銷理財相關內容為不可或缺的結合。

## 第二節 研究目的

將動機一步步完成，認真經營才能一一實現創立目的，達到最終目的建立品牌行銷自我價值。

### 一、 建立自我風格

走出自我風格，加入差異化，於金融商品介紹中同中求異，在瀏覽過人氣較高的部落格後，本組決定以趣味活潑為個人特色，運用大量圖例、漫畫、童趣圖片與淺白文字敘述及親切回應為本組最大特色，讓入門讀者不會有太大壓力與入門門檻。

### 二、 吸引大量人氣

有觀賞才有意義，吸引大量人氣才有機會行銷，本組舉辦活動廣泛吸引各方讀者，活動結束後人氣大幅上升；以及文章分享經營多面向資訊，增加連結率、搜尋度，藉以打響部落格名氣；人氣的吸引後需要有長期經營吸引讀者回流維持穩定的閱覽習慣將是主要關鍵，所以本組穩定發文，並對每項留言都用心回應，保持良好互動關係。

### 三、 建立部落格

以建立自我品牌觀念經營部落格，以資訊分享、用心經營提升品牌價值，藉由人氣培養以及自我風格的實現，創造品牌價值，以此行銷。

### 四、 以人氣了解讀者對哪方面金融商品有需求

藉由人氣、回饋可明顯發現熱門商品和讀者心中有興趣的商品種類，了解商機在哪，即時應變針對對讀者有吸引力的文章多加發揮。

### 五、 最終行銷自我

藉由部落格與產品的結合，吸引消費者來參訪，建立人脈關係，相輔相成，自我成長，達到行銷自我為目的。

## 第貳章 部落格架構

### 第一節 研究流程

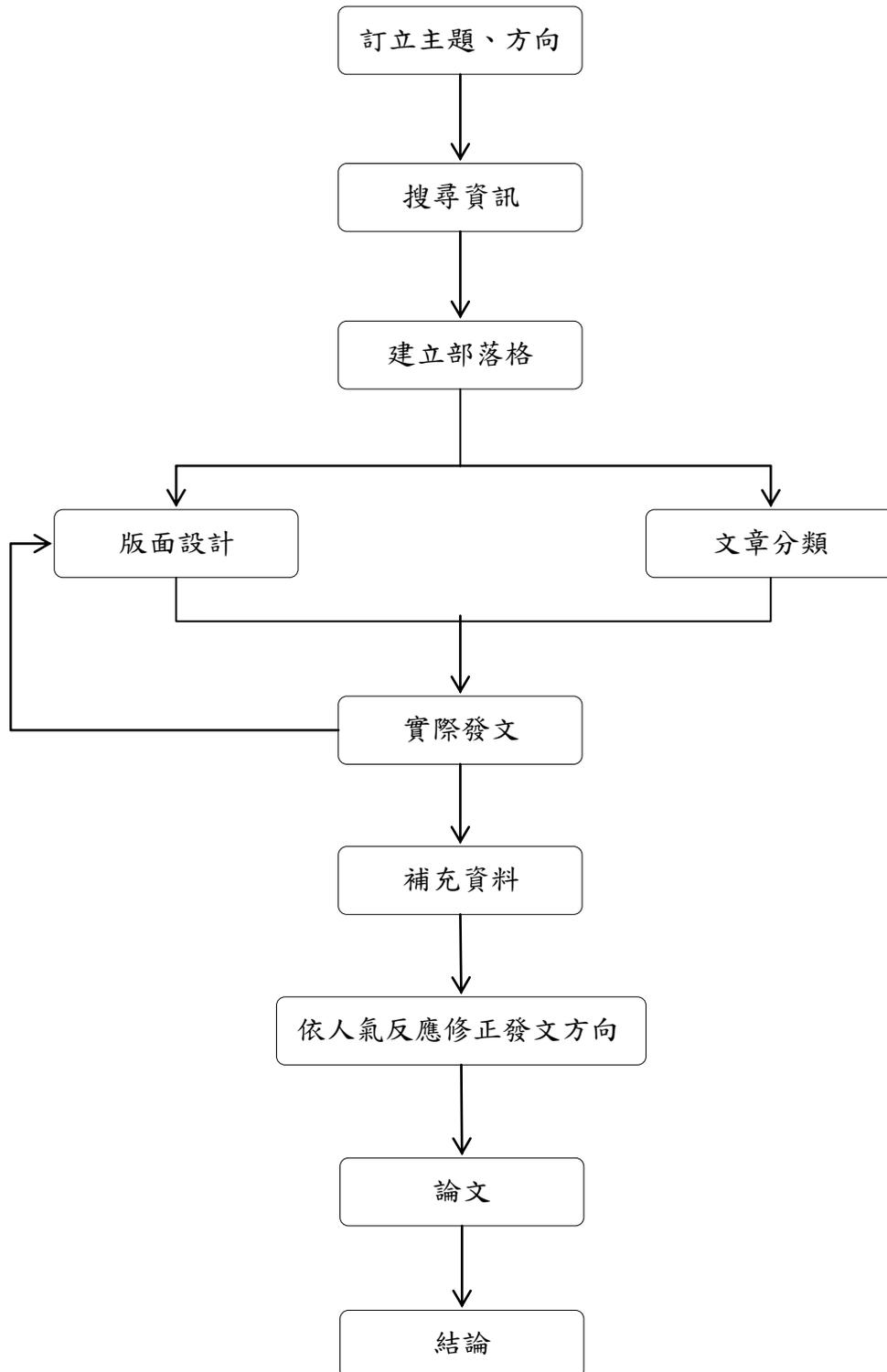


圖 2-1 研究架構流程圖



# 第參章 文獻探討

## 第一節 部落格的行銷特性

隨著科技時代發達的來臨，網際網路的世界已為人們創造更便捷的溝通與聯繫管道，而部落格已成為一個擁有龐大影響力的新興媒體，而其中即時人際互動與強大擴散力的特性，淺顯易懂的說明，只要透過網路搜尋，皆可以得到多種不同的資訊，更讓部落格成為許多企業商家和品牌熱愛的行銷工具。

部落格行銷(Blog Marketing)是一種新的口碑行銷方式，在網路行銷裡，帶來了熱潮，也帶動一些網路公司專門經營部落格行銷這塊服務，建構起部落客與企業之間的橋樑。部落格雖然說不是終極行銷工具，但卻是一個殺手級的應用，很多企業在搞不清楚什麼是部落格行銷的時候，其實他們在作的也是部落格行銷中必然會去做到的。

### 一、【彎彎運用部落格打響知名度，帶來廣告效益】



圖 3-1 彎彎塗鴉日記人氣圖

在《數位時代雙週》第 153 期報導當中介紹過，彎彎在部落格分享業於創作，以本身大頭的特徵，自創有趣 MSN 大頭貼，以及上班族或居家生活的 Kuso 的個人漫畫專著，貼近一般大眾的作息，引起網友廣大迴響，造就開站以來已有破上億的人次，這股契機成為部分商品的代言標誌，不僅與超商合作提供周邊商品，更是台灣第一個登陸 LINE 貼圖及 LINE camera 貼圖的創作者，成功為自身打造品牌，並且獲得收益與回饋。

## 二、【CMoney 整合軟體技術，推薦各種產品】



圖 3-2 CMoney 理財寶人氣圖

此部落格所提供的資訊，主要目的是提供跨領域的投資朋友，一個良好的投資觀念與經驗分享園地，並針對投資人不同的投資狀況給予適當理財投資建議，並且提供各種行銷軟體在自身平台上，透過不同選股工具，實際了解企業營運週期與狀況，一併獲得所有金融需求。

### 第二節 部落格的行銷價值

網路行銷部落格同時兼具「通路」與「媒體」的功能，使用上約有以下八大特性：(一) 交流互動性 (二) 即時性 (三) 低門檻性 (四) 個人化 (五) 知識累積性 (六) 易被搜尋性 (七) 分眾化閱讀 (八) 多媒體性。

部落格行銷內容多元化，依據自己個人嗜好，更改版面並且運用文字、圖片、動畫等不同傳播媒體表達，而且不需要是電腦高手，也可以輕易上手經營部落格，將有價值之知識累積與共享，與讀者雙向溝通。

#### 一、 部落格可以直接吸引到潛在的用戶

面對網路成千上萬的讀者，充分利用共同愛好者的圈子也很重要，剛成立的部落格應該嘗試對每一位留言者以個人化一一回覆，告訴他們你已經讀過留言，這會幫助加深留言者的興趣，若發佈的資料有滿足到訪客之需求，他將會定期追蹤，使部落格更快速成長，這會是個有效的行銷方式。

## 二、 藉由各種平台連結到自身的部落格，提升曝光度

現今寫部落格也是在建立聲譽，最注重品質與新穎的內容，是成功經營的關鍵。而當在發表第一篇文章時，部落格並不出名，沒人知曉，不會有很多讀者，而那些偶然經過的人，也不太可能透過外部的連結搜索出不具知名度的部落格，所以除了寫出令人映入眼簾的帖子之外，充分運用各大企業網站的連結更為重要，可將帶來排名及廣告宣傳效果。

## 三、 用戶從被動地接受網路信息，轉向為主動創造信息內容

在網路尚未發達的年代，用戶僅能接收網路資訊，幾乎沒有任何平台可以自由發布訊息。由於近年的部落格迅速蔓延了各種廣大媒體，更是因為免費使用，所以大家漸漸都在使用，也受到各個不少人的青睞，不管是在手機或在電腦都可以隨時隨地心情寫作，非常便利，不受到各種拘束，當然要適當做好與部落格之間關係，並細心灌溉它，設法想出如何讓觀眾眼福，該給些什麼，不會顯得枯燥乏味，經過時間累積出屬於自己的讀者。

## 第肆章 部落格內容

### 第一節 部落格分類項目

以完善的金融工具介紹，吸引大量人氣並增設多項活潑性分類加深自我風格。

文章分類	首要主題
一、保險	1. 人身保險 2. 財產保險 3. 責任保險
二、證券	1. 什麼是證券 2. 投資證券風險 3. 證券種類
三、銀行金控	1. 發展歷史 2. 業務內容
四、時事/重點新聞	1. 各國新聞 2. 心得分享 3. 未來走勢預測
五、金融電影/書籍分享	1. 金融書籍 2. 財經相關電影
六、考照推薦用書	六、 證照準備方式 七、 各類書籍比較
七、理財投資撇步	1. 理財小知識 2. 招財偏方 3. 投資心理測驗

## 第二節 創立構想

創立構想時以廣泛瀏覽相關部落格，比較其人氣高低與回應所對應其文章發表之內容，密集蒐集資料加以整合並於10月開始發文，利用平台分享金融理財知識、理財陷阱、金融相關書籍、及相關趣味文章。

有於部落格平台有太多同類型文章分享，於是我們大量使用多媒體，淡雅的版面，趣味的圖式，從文字大小到版面配置色彩應用，都經過思考比較，以及一段試水溫的過程，最後經由讀者回饋人氣反應等最直接表達，才定案為第三節部落格內容中的版型。

本組的客層目標為對金融理財有高度興趣卻對理財不勝熟悉的客戶，於是本組使用大量圖例與表格，由淺入深的說明，假設客戶不曾接觸過此類商品，大家可以一起互相學習。

本組的文章分享以保險、證券、銀行與控、重點時事、考照分享、相關電影書籍投資小知識、等八大類先以廣度取勝，再加深細分項，一一深入分類，以清楚明瞭分眾化閱讀呈現。

## 第三節 部落格架構圖



圖 4-1 部落格版面配置圖

圖 4-1 為部落格圖示，左側及上方列表都以動態呈現，當游標指到該處時動態列表才會出現！中央為「致勝關鍵，理財先贏」清楚標示出本組名稱，每篇文章以方格依日期由近至遠方便閱讀的即時性，版面配置加入多媒體以活潑有趣充分表現個人化風格，與其他部落格做出區分。

## 一、內容基本架構特點

### (一) 主題：Chih 勝關鍵，Lee 財先贏

我們是一群來自致理的學生所以將校名以英文方式呈現並拆入名稱中，”致勝”、”理財”來點題，強調理財的重要性，而我們網站主要為理財知識與金融工具的分享，希望這個網站可以增加讀者理財觀念的涵養，也帶給讀者幫助。

### (二) 代表圖像



圖 4-2 部落格代表圖像

在中國社會「雞」所象徵為家，有成家立業之意涵，多數投資人出發點都為使自己與家人帶來更加穩定的生活，所以希望所有讀者，可藉由部落格的文章帶來正確理財觀，不應收益而忽視風險，可以確實了解，投資之利弊。

親自手繪的卡通版雞，以活潑呈現，太陽眼鏡、領帶代表專業幹練之形象，雞有早起勤奮工作形象，期許我們組員可以帶給讀者專業、勤奮、認真又不失趣味之風格。

### (三) 文章分類



圖 4-3 文章分類列表圖

如圖 4-3 所示，上方列表文章分類展開後樣式可以清楚看出各項分類方式，與文章篇數方便讀者快速找尋文章。本組的分類方式由各項金融工具為主，以分眾化優勢清楚了解讀者喜好。

### (四) 回應評論



圖 4-4 最新留言列表圖

利用部落格回應加以區分肯定與建議，即時回覆加深互動交流之特性。

## 第四節 部落格內容形式

### 一、保險



圖 4-5 保險文章示意圖

本組藉由相關網站以及部分保險公司去蒐集相關資料，彙整並根據其屬性，來做事當的分類，提供給讀者相關的資訊。

### 二、證券



圖 4-6 證券文章示意圖

此分類較其他文章是較多讀者所不熟悉，所以我們分享是以多媒體特性輔助、表格分類、及相互比較。本項目文章在人氣排名中前十大就占了六篇之多，由此可見多數讀者雖對證券不甚熟悉，但卻有濃厚的興趣。

### 三、銀行與金控



圖 4-7 銀行與金控文章示意圖

本組藉由相關網站蒐集銀行與金控的基本資料，並且簡單介紹兩者業務處理項目，以提供讀者了解銀行與金控的差別。

### 四、金融時事新聞



圖 4-8 金融時事新聞文章示意圖

金融市場是一個地球村的概念，各國經濟息息相關，蝴蝶效應常常發生，唯有放眼全球才能有正確判斷，而只有每日的財經新聞才能幫助我們無國界的即時參與千里之外所發生的重大資訊。

## 五、考照推薦用書



圖 4-9 考照推薦用書文章示意圖

這是現階段我們的大優勢，各項證照如保險、證券等，相信大家都有考證照前搜尋推薦用書，讀書方法過，這分類大大幫我們增加許多想踏入金融業人士，以增加部落格曝光度，更是幫自己專業形象一大加分。

此分類互動性十分良好，許多考生藉此分類詢問考照方法，也增加本組的個人化，像是提供自身的考證照經驗，提供與他人不同面向服務，藉此區隔其他相關財經部落格。

## 六、金融電影書籍推薦



圖 4-10 金融電影數及推薦文章示意圖



# 第五章 部落格成效與回饋

## 第一節 互動回應

### 一、 保險

#### 如何動手買儲蓄險？

#1 Even 於 2015/03/28 15:25 回覆

所以不確定用錢計畫不要買？

儲蓄險比較建議，目前手上有多餘資金可以拿出來的人購買囉  
因為短期內是無法動用那筆錢的，中途解約，會賠了本金囉

fast and finance 於 2015/03/30 02:03 回覆

#2 陳品元 於 2015/03/28 19:21 回覆

如果中途拿回來會怎樣？

會有損失喔！所以要先規劃好  
除了違約，還有其他選擇可以降低損失的  
下面是我們文章的網址有小小介紹到囉  
<http://finance2015.pixnet.net/blog/post/266489467>

fast and finance 於 2015/03/29 17:13 回覆

#### 年金保險受歡迎的原因

#1 lee 於 2015/03/28 15:09 回覆

未成年也可以買年金保險嗎？

當然可以，年金是沒有這方面限制的，  
但以未成年來說，幫他們買一些教育基金也是不錯的，畢竟年金大多已退休時的保障，未成年可以晚幾年在做思考。

fast and finance 於 2015/04/12 22:22 回覆

在年金儲蓄險這方面，是較多讀者比較有興趣的，我們會以較簡單白話的方式來做回應，希望讀者們能用簡單的方式去了解儲蓄險的定義。

### 二、 證券

#### 買賣股價指數與股票的不同處

#1 陳品元 於 2015/03/30 00:28 回覆

請問一下買期貨的單位是什麼？

一般我們買股票的單位是『張』，  
擁有一張股票，代表你擁有這間公司的一小部分的權利。  
但在期貨的世界，買賣的單位是『口』，  
擁有一口期貨，代表你可以在未來買到約定數量的貨物。

fast and finance 於 2015/04/12 22:56 回覆

證券的種類較多種，會盡量用比較的方式，讓讀者們能夠了解其中的差異性。

### 三、 銀行

#### 銀行的廣義商業角色

#1  hanhan18  於 2015/03/29 17:48  

最近去銀行開個戶  
都會被問要不要保險或辦信用卡  
也太多元了

企業運用多角化經營策略可以達到以下效果

- 1.分散風險，提高經營安全性。
- 2.有利於企業向前景好的新興行業轉移。
- 3.有利於促進企業原業務的發展

fast and finance 於 2015/04/12 23:05 回覆

簡單介紹銀行，再針對讀者們提問的，再做深入的回應。

### 四、 金控

#### 金融控股公司之風險與衍生問題

#1  jojo  於 2015/03/28 23:25  

很詳細  
可以分批做介紹  
會更容易明瞭

好的，謝謝你的建議  
我們會在做修正的

fast and finance 於 2015/03/30 01:47 回覆

#2  Hini  於 2015/03/30 00:19  

不管成立哪類的公司  
多多少少會有風險和問題存在  
值得省思

是的，所以建議在成立公司之前，先做好評估  
研究內在外在的風險，如此一來，才能降低損失

fast and finance 於 2015/03/30 01:49 回覆

一開始，都單純的文字介紹金控公司，但有讀者反應其閱讀不易、不夠明瞭，所以對於其反應的問題，我們有在更正文章的排版，處理讀者所給我們的建議。

### 五、 金融時事新聞

#### 日股連 2 黑 日圓升

#1  楊宇軒  於 2015/03/29 13:22  

那日圓還會再貶嗎？

小波動是會有的，但日本首相安倍晉三政策為寬鬆貨幣，所以長期來講應該還是有貶值空間，如果有想投資日幣，可以在多觀察一段時間

fast and finance 於 2015/03/29 13:33 回覆

時事消息能幫助讀者更快掌握情報來源和應用在自己的理財規劃上，採用主觀加客觀的方式回應讀者。

## 六、 考照分享

### 高級證券人員 考照如何準備

#1  hanhan18   於 2015/04/12 23:32  

之前三月份的筆試沒過，現在在思考  
是要報名電腦的 還是等六月份的筆試呢  
想問這兩個難易度有差嗎??

電腦的話，題目是從題庫裡隨機抽取  
而筆試的話，大致上是會有一個方向，題目不會像電腦出的那麼雜

看你時間上的安排囉，電腦考的話，每個禮拜都有考試時間  
筆試就每3個月一次  
你可以趁著上次考完的記憶力，並且加強不足的，在馬上去考電腦的  
如果真的沒準備好，就建議你考6月份的筆試了

fast and finance 於 2015/04/13 00:36 回覆

依據自己所考證照的親身經歷，將自己遇到的情況分享給讀者，希望能適時的給予讀者幫助以及建議。

## 七、 金融相關電影及書籍分享

### 蘋果橘子經濟學

#1  小咪  於 2015/04/06 17:34  

台灣經濟越來越落後  
政府都需要給點決策  
人們才能安心阿

經濟是一個循環，相信之後會越來越好!!

fast and finance 於 2015/04/09 01:47 回覆

### 華爾街之狼

#1  hanhan18   於 2015/04/30 11:23  

我也覺得這部還不錯看  
人性的弱點之一就是揮霍不了快速致富的誘惑  
但其實天下哪有白吃的午餐呢?

是的，就是所謂魚與熊掌不可兼得的道理

fast and finance 於 2015/04/30 13:10 回覆

此分類為廣泛財經內容分享，吸引對書及電影有興趣的讀者，增加網站連結，加入此分類後，對人氣及回應都有諸多幫助，與讀者一同探討書中及電影內容。

## 八、理財投資小知識

### 過年到了，怎麼處理小孩子的壓歲錢？

#3 陳小點 於 2015/03/30 08:51

沒錯沒錯!  
有計劃的理財是對的!!!  
很淺顯易懂的說明~~~good

先規劃一下，才能了解金錢的流向，並且控制支出，才能真正儲蓄到喔

fast and finance 於 2015/04/09 01:53 回覆

### 小資族的四大投資管道

#1 陳品元 於 2015/03/28 23:32

如果想進行投資 那大約用幾成的薪水較恰當？

這個問題很不錯喔! 但其實沒有標準答案，  
隨著年齡、心態、薪水的高低等，會有很大的不同喔，  
如果可以請您分享您的投資想法，是保守型、或是追求高收益，以及您的薪水範圍，我們可以在一起討論喔!

fast and finance 於 2015/04/12 23:40 回覆

#2 王雅雅 於 2015/03/28 23:44

恩 所以有推薦的投資商品??

每個人都有每個人適合的方式。  
但我自己認為，對小資族而言，  
投資股票是比較適合年輕人的方式。  
除了可以賺錢以外，更重要的是，  
它不只是被動的買進，而是你本身會參與其中，  
一買一賣的決策思考中，你其實會學到最多！

fast and finance 於 2015/04/12 23:43 回覆

以平常思考到的問題，介紹如何投資或儲蓄的概念，用貼切的方式來  
做介紹，給予讀者對應的回應。

### 部落格回應比率圖

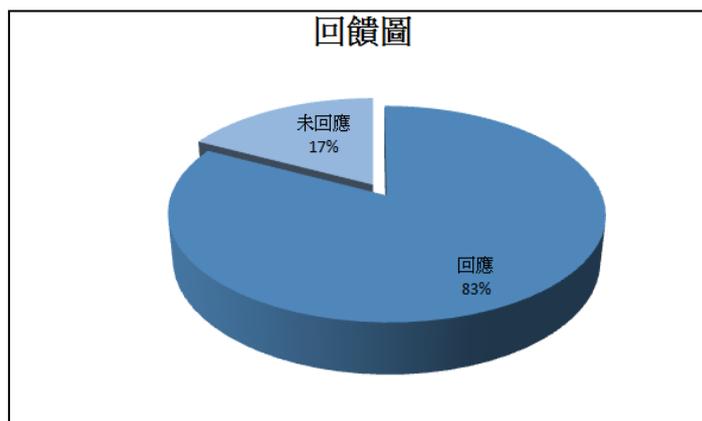


圖 5-1 部落格回應比率圖

圖 5-1 為讀者留言與本組回應比率圖，經由七個月部落格經營下來共累積 164 篇回應，共回應 138 篇，而有 26 篇未回應，經過分析 26 篇中有 14 篇為廣告留言，另有 12 篇為無效留言，因此本部落格於有效留言回應率為 100%，為講求迅速為讀者們解決問題，每篇留言回覆時間不超過 3 小時。

## 第二節 部落格回饋與人氣統計

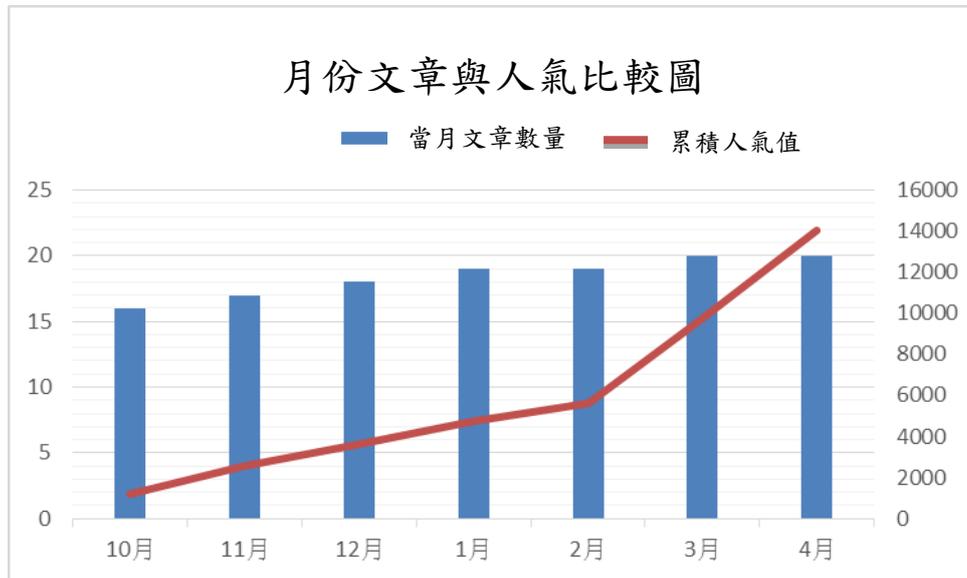


圖 5-2 月份文章與人氣比較圖

圖 5-2 為 10 月到 4 月人氣與文章篇數顯示，我們的人氣很明顯是經由一段時間的累積，在 2 月時人氣因文章內容偏向於銀行與金控實務介紹而不够吸引讀者，經由人氣不如以往，所以本組立刻做出改善並於三月活動的大力推廣人氣明顯的大躍升，使部落格不僅有固定的讀者，更慢慢累積新的客源。藉由此活動讓我們知道部落格行銷的價值，也得到讀者的回饋，在人氣圖上更能顯現人氣是需要用心經營出來的。

圖 5-2 充分顯現出部落格行銷的交流互動性與即時性，本組十分重視每一篇回饋，一當有讀者反映文章過於沉悶使人氣明顯下降，便反映出我們的問題，本組發文方向就立刻修正，並針對人氣文章加深分享，看這樣的改善是否有效。

而文章篇數每個月維持在 15 篇以上，如當月有重點新聞，本組會增加文章分享，增加讀者的瀏覽機會，以便養成定時瀏覽習慣。

### 第三節 活動回饋與人氣幫助



圖 5-3 活動文章示意圖

如圖 5-3 所示，本組於當天至西門捷運站推廣部落格之活動文章，以深入瞭解本部落格於在各類族群的看法，得到評價，從別人眼中更能了解到自身優缺點，才能加以改進。

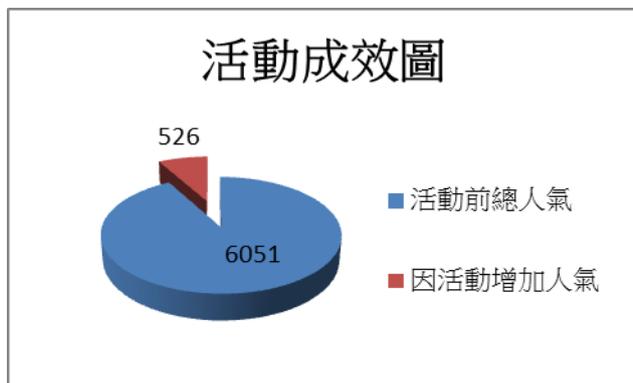


圖 5-4 活動成效圖

舉辦推廣活動目的，主要為了將部落格行銷出去以及提升人氣，如圖 5-4 所示，3/14 舉辦推廣活動人氣比例，原始人氣為 6051，而經過當天現場推廣後五個小時多增加了 526 個瀏覽人氣，占原始人氣比例 9%，由此可明顯看出舉辦推廣活動之成效。

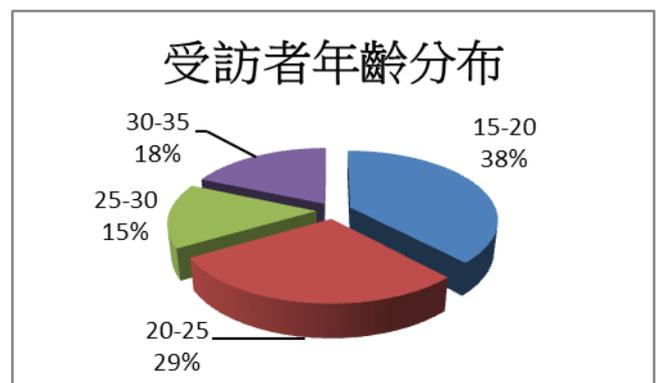


圖 5-5 受訪者年齡分布

如圖 5-5 所示，活動中將受訪者依年齡分類，我們刻意在推廣的過程中，針對不同年齡層的路人來進行訪問，以便了解各個年齡之間，它們所偏好得文章

類型以及金融商品的趨勢為哪一些。

## 第四節 部落格成效



圖 5-6 部落格之財經類別排行榜

很值得高興的是本組的部落格，曾經榮登於財經類別當中的第三名，由於第一、第二名他們所經營成立的時間長達於三到四年左右之久，而本部落格成立時間僅只有短短六個多月，能夠登上排行榜，是一件十分不容易的事情，由此可以看出，一個部落格，是需要努力的經營，才能成功將此給行銷出去。

## 第五節 各項金融商品比較

在這段經營部落格的過程之中，本組分別列出了七大類別來做比較，以便利於我們檢討各個分類中的優劣勢。

表 5-1 各項金融比較表

金融工具	文章篇數	優勢	劣勢
保險	24	有保險業專家可以提供專業解答。	多數保險文章集中於前三項主題。
證券	31	多數財經版面讀者都對證券類別有興趣，並大量使用圖表分析，成功吸引人氣。	組員於證券類別實作經驗不多，未來需要多加入實際操作。
銀行	5	多此一分類增加瀏覽量。	多數人都已熟知，較無興趣，文章多為沉悶調整版面於其他類別。
金控	6	多此一分類增加瀏覽量。	文章多為沉悶，調整版面於其他類別。
金融時事新聞	32	快速跟上熱門話題，使搜尋率高升。	不夠個人化，沒有自我特色，但經由調整加入心得與分析，已改善。
金融電影/ 相關書籍分享	7	活潑、趣味、易交流互動。	無
考照推薦用書	7	增加不同讀者瀏覽，多數組員多於近期考入證照，具有公信力。	無
理財投資小知識	12	活潑、趣味、增加個人風格。	無

## 第六節 文章比例分析

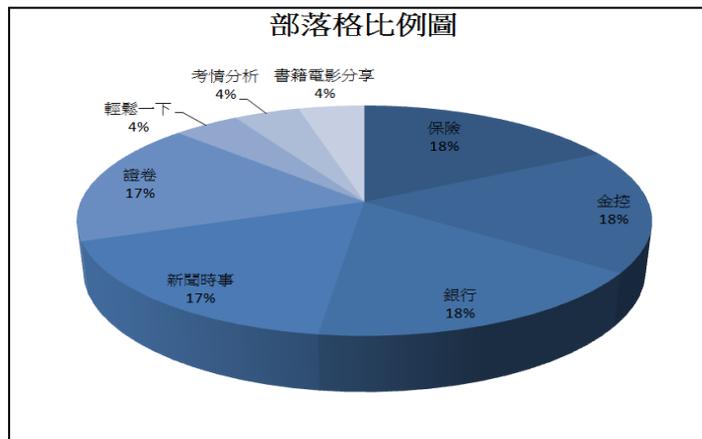


圖 5-7 調整前文章比例分析圖

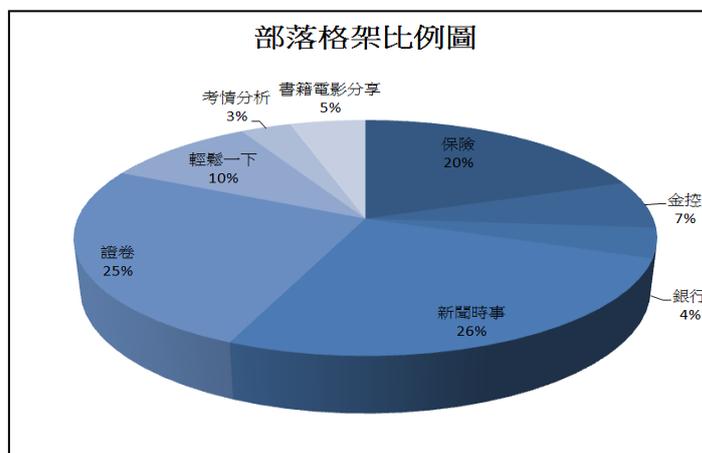


圖 5-8 文章調整後比例分析圖

如圖 5-7 所示，為本組一開始構思各類文章以相同比例進行，但經由初期發文後部落格分眾化閱讀特性，人氣明顯有高低落差。

如圖 5-8 所示，調整後，依讀者喜愛最終呈現之比例，其中最明顯為金控與保險類別大幅降低，根據互動顯示，這兩類別較其他略為沉悶、圖例較少，新聞時事與輕鬆一下比例增加最為明顯，而由後續人氣持續穩定增長，印證了我們發文分享調整是可行的。

## 第陸章 結論

即時、便利、成本低廉為部落格最重要優勢，但也因入門檻低，使得競爭激烈，身處資料爆炸得網路時代，每天有太多訊息，唯有走出個人風格、增加記憶點，才可能有一席之地。

主要客群在哪?如何使客群成為長期客戶?如何不被代替?這三個問題是執行一個部落格最重要的精髓:『主要客群的在哪?』藉由回應做出分析，對這個部落格有興趣的訪客，他們的年齡層，相互比較出與預先設立目標是否相符，『如何使客群成為長期客戶?』一段關係要長久，不可能只有一方付出一方一位索取，在我們經營模式中，與互利互惠為最高宗旨，以多數讀者都會多次留言，可以看出這方面我們有做到預期目標，『如何不被代替?』這是最重要的，相信大家都有上網蒐尋過，打一個關鍵字會跑出成千上萬的文章，能被點閱需要運氣，有了好運後，能否留下客戶目光將是決勝關鍵，本組勇於建立自我風格、積極經營、穩定分享、也不斷觀察成功部落格特性，加以學習內化，先由文章聚集人氣，慢慢的創造出自己的品牌價值。

經由這次學習，了解到經營一個部落格之不易，多少也伴隨著競爭，短短七個月的經營加上多次修正，從一開始發文方向、文章蒐集、版面配置、目標設定、行銷方法，以及實際運作後依照讀者喜好的修改，也摸索出不少心得，雖然還有一段努力空間，但在這過程中也成長不少，在製作實務中得到寶貴的經驗。

## 參考文獻

怪老子理財網。

[http://www.facebook.com/1.php?u=http%3A%2F%2Fwww.masterhsiao.com.tw%2F&h=DAQF8M\\_4X](http://www.facebook.com/1.php?u=http%3A%2F%2Fwww.masterhsiao.com.tw%2F&h=DAQF8M_4X)

商業週刊。<http://www.businessweekly.com.tw/>

數位時代雙週。第 153 期。

[http://mag.udn.com/mag/newsstand/printpage.jsp?f\\_ART\\_ID=65723](http://mag.udn.com/mag/newsstand/printpage.jsp?f_ART_ID=65723)

Money 錢理財規劃學習網。<http://www.money.net.com.tw/>

Dribs&Drabs 部落格設計實用教學。

<http://weilife.pixnet.net/blog/category/1358731>

李維特、杜伯納。蘋果橘子經濟學【擴充·修訂紀念版】。2010/01/04。大塊文化

哈利·鄧特二世。經濟大懸崖：如何面對有生之年最嚴重的衰退、最深的低谷。2014/03/08。商周出版

詹文男、蘇孟宗、陳信宏、林欣吾、2025 研究團隊。2025 台灣大未來：從世界趨勢看見台灣機會。2015/01。大立文創企業股份有限公司