

研習  
報告Level up! 圖書館新興服務策劃研習班  
報告

讀者服務組 張青玉組員

為增進圖書館及資訊服務單位在職人員對於圖書館新興服務發展的認識，中華民國圖書館學會每年7月至8月委託圖書館單位或各大專院校圖書資訊學系規畫圖書館知能研習課程。本次由臺師大以「行銷科技」、「創意策展」與「文創設計」三大主軸，自111年7月5日(二)至7月7日(四)，以線上授課方式，辦理為期3天的「LEVEL UP!圖書館新興服務策劃研習班」，邀請學界、產業與圖書館界同道從相關議題趨勢發展引介到實務運用，帶領學員探索與思考圖書館服務的升級與深化。課程內容豐富多元，第一、二天著重在「行銷科技」部分，「創意策展」及「文創設計」則安排在第三天進行分享。

【表 1 2022「LEVEL UP!圖書館新興服務策劃研習班」課程表】

日期	7/5(二)	7/6(三)	7/4(四)
0900-1200	行銷科技創新應用 與趨勢分析  講師：張佳榮 臺師大企管系	區塊鏈技術 於數位服務之應用  講師：王思永 畢卡索顧問有限公司	桌遊融入推廣服務 構思與實作  講師：陳素美 高醫圖書館
1200-1330	午休	午休	午休
1330-1450	圖書館有個優吐伯- 自媒體網路影音與 在圖資行銷的應用  講師：胡家紋 台科大應用科技 學士學位學程	數據驅動的 精準行銷實務  講師：王秋鎮執行長 沂動行銷	圖書館文創 商品設計與規劃  講師：蘇育萱/劉昫如 臺師大出版中心
1450-1510		休息/換場	
1510-1630		數據驅動的 精準行銷實務II  講師：梁哲瑋 集仕多	

## 一、行銷科技創新應用與趨勢分析

何謂行銷科技? MarTech 一詞是我首次聽到的詞彙，它是「New」、「Marketing」、「Technology」的結合，利用科技來幫助行銷工作的進行。行銷科技的興起，和社群媒體、網路與行動裝置上網有密切關係，但大家往往過度強調了科技，因而造成許多的亂象，如 2000 年的網路泡沫化、2008 年的 APP Store 開發亂象、2008 年區塊鏈延伸之虛擬貨幣、2012 年的大數據、2016 年的人工智慧、2019 年的 NFT 等，所有工具不能是只為開發而開發，以人為本才是價值所在之處。利用商業生態圈的建置，從心理學、社會學、物理學、環境永續等跨領域整合思維，重新審視消費者需求與問題，提出以商業生態圈為基礎之行銷科技創新模式，以數據為能源，隨時動態修正。

「內部數據看差異，外部數據看趨勢」，從自身組織的文化背景、專業經驗、過去成功數據、過去失敗數據、內部消費者需求，找出自身可做到的差異化；外部則是可參考成功標的之經營方法、相似需求之市場經營、外部熱門竄升的聲量趨勢及外部消費者的需求，去發掘新問題。以圖書館而言，我們也可透過整合內外部數據，分析後形成策略，並制定動態修正機制，精準掌握讀者需求並解決問題，以永續經營的策略，留住認同品牌理念的讀者，以及瞭解不使用圖書館的人為什麼不使用，進而挖掘出潛在讀者。

## 二、圖書館有個優吐伯-自媒體網路影音與在圖資行銷的應用

本場次講師是以預錄影片的方式進行，三部影片分別為「自媒體概念 YT 影音製作入門」、「聲音表情與面對鏡頭」及「手機幫」。

自媒體(WEDIA)為網際網路時代用語，由於社交網路的興起，每個人都具有媒體、傳媒的功能，卻不具有傳統媒體運作架構的個人網路行為，普通大眾可經由數位科技，與全球網路相連，隨時分享他們本身的生活新聞，新媒體時代人人都是導演！

講師也講述了在拍攝影片時的聲音表情與面對鏡頭的技巧，提供練習方法，透過錄音及實際拍攝，擁有足夠經驗後，可更加得心應手。除了拍攝影片使用外，在訓練導覽員時也是很好的參考。最後講師還分享了「商攝拍人與拍物」，多種實用的小技巧，利用不同的攝影角度、色彩、陳設，帶出作品不同的寓意，可運用在影片拍攝、展覽布置上。

## 三、區塊鏈技術於數位服務之應用

區塊鏈是一種分散式帳本的技術，本質上是一個去中心化的資料庫，透過自身分散式節點進行網路數據的儲存、驗證、傳遞和交流，這種特定的技術思想可以用大多數語言來實現。區塊鏈在無法建立信任關係的網路上，無需藉由任何第三方中心的介入就可以使參與者達到共識，以極低的成本解決了信任與價值的可靠傳遞難題。

聽完上述的說明文字，大家仍是有點難以掌握區塊鏈的概念，在講師後以「所有的交易紀錄，都存在必要的節點裡面，很多台電腦都存放一模一樣的紀錄，要每個都竄改是有困難的，因此區塊鏈有去中心化，不容易被竄改的特性」的解說後，我有較為理解區塊鏈的概念。

區塊鏈適合處理「信任問題」、「有價資料」、「複雜的多方協作」、「授權頻繁事務」、「中介機構的不足」、「加密貨幣的底層技術」，因此應用於多種領域，如「成就系統學歷與學術活動上鏈」、「IP、音樂、娛樂產業上鏈」、「醫療產業上鏈」、「運動挖礦」等。另外講師也介紹了現今熱門的「元宇宙」與「NFT」，課程後對於這些常耳聞的數位科技新名詞，終於有了較清楚的認知。

#### 四、數據驅動的精準行銷實務

第二天下午的課程，首先由沂動行銷的王執行長分享 LINE 官方帳號行銷實務，LINE 官方帳號分為三種，一般官方帳號(灰盾)、認證官方帳號(藍盾)、企業官方帳號(綠盾)。根據用量有不同的收費方式，輕用量為免費，有提供 500 則的免費訊息；中用量月費為 800 元，提供 4,000 則免費訊息，加購訊息 0.2 元/則；高用量月費為 4,000 元，提供 25,000 則免費訊息，加購訊息 0.15 元起降，中用量及高用量使用者可使用官方帳號分眾。

課程中以台中市立圖書館官方帳號舉例，好友數為 33,131，假設此官方帳號為中用量，每月發送第一則「新書通知」訊息給所有好友的訊息費用就需要 5,863 元  $[(33,131 - 4,000) \times 0.2]$ ，對圖書館而言，是相當高昂的訊息發送成本。另因好友數愈多發送訊息的成本越高，因此 LINE 官方帳號相當需要精準行銷。「分眾+」為官方帳號後台功能，可將好友分門別類，針對指定條件受眾，傳送精準的分眾訊息，舉例於官方帳號發送一圖文表單，提供選擇「膚質」的選項，假如你選擇了「敏感性肌膚」，那後臺就會給了此好友一個「敏感性肌膚」的標籤，未來針對不同膚質產品進行行銷宣傳時，就可直接篩選出具各種膚質標籤的好友，精準地傳遞符合需求的產品資訊。

我們在思考如何加強活動宣傳時，剛好有考慮是否要設置圖書館的 LINE 官方帳號，課程剛好給我們很好的參考。

	輕用量	中用量	高用量
固定月費	免費	800元	4,000元
免費訊息則數	500則	4,000則	25,000則
加購訊息費用	不可	0.2元/則	0.15元起降 (請參閱加購訊息價目表)
免費使用 官方帳號分眾+	無	有	有

備註：實際費用以 LINE 官網為主

【圖 1 line 官方帳號收費方式】

第二場次則由集仕多梁哲瑋執行長，分享集仕多研發獨家的 AI 主播技術，AI 主播擁有成本優勢，解決影片製作成本、設備成本以及 NG 吃螺絲、後制耗時、重拍、上字





希望提升館員專業知能以提供讀者更好的服務。首先以策展方式進行，製作了大型撲克牌，將布展剩餘的合成板材做的 17 張 SDGs 目標卡，完成第一個遊戲雛型，試玩後請講師診斷，開啟了每週的桌遊會議。

創作桌遊注意的重點，要注重每個回合過程，如何讓遊戲更有趣，勝利條件的訂定，是議題式?只靠運氣?遊戲的平衡方式?遊戲如何結束?如何分勝負?遊戲的核心目標：時空背景腳色，要解決什麼目的?一項桌遊的開發完成，需要太多細節，需要組員間不斷地交流並保有對創作桌遊的熱情，其後陸續完成「尬生活」、「小事雖小但有用」等遊戲，在高餐圖的 youtube 上也有分享關於桌遊封測、實境解謎策展等影片。(高餐圖 youtube：[https://www.youtube.com/channel/UCyDmy\\_53VnLUq7xBI35BCTA](https://www.youtube.com/channel/UCyDmy_53VnLUq7xBI35BCTA))

## 六、圖書館文創商品設計與規劃

「在圖書館待久了，就會變設計師？」講師開頭的第一句話，就讓我會心一笑，原來各個圖書館都是如此！臺師大的出版中心隸屬圖書館下，負責學校的出版及禮品業務，在做給「學校」還是做給「圖書館」的設計方面，是有不同的考量點，學校更重視百搭經典款，圖書館則可走特製設計款路線。預算方面也是，沒預算採取公版少而美，有預算則可客製化，擁有獨一無二感。

設計商品前，需參透產品設計的理念及特色，顏色、LOGO、地景、建築、吉祥物等，什麼樣的商品才能吸引讀者眼光?實用性很重要!另外好的文案力，可賦予商品故事性，設計就是言之有物；好的商業攝影，則可為第一印象加分。商品設計販售後，繼續進行滾動式調整，從熱賣產品中找出成功因素，從產品中選出經典款，並對滯銷產品進行分析。

售價部分利用成本加成訂價法(cost-plus pricing)，價格=單位成本+單位成本×成本利潤率=單位成本(1+成本利潤率)，成本包含商品製作成本、學校行政管理費、人事、場地、水電、稅務等。

定位會影響品牌風格走向，文創品牌：精緻、高單價，與師大的關聯性不大，LOGO 上需弱化師大意象，與大師合作，創造全新商品；學校福利中心：強化學校 LOGO 符號，需要與學校有強力關聯，商品須與校內師生日常用品結合，價格必須以服務學校師生為主，要有經典常賣款，與系所合作推出；校友中心：高單價禮品、強化學校 LOGO 符號、校景設施，需要與學校有強力關聯。

在商品上市前還需準備文案、商品照、活動 DM，進行實體商品陳列擺飾，考量陳列擺設與消費者動線，再辦理各式宣傳活動，如分眾宣傳、搭配節慶活動促銷等。

三天的課程，循序漸進地從現今科技的發展趨勢，帶到圖書館創意策展、再到商品的文創設計，每場講題都讓我獲得相當多的專業知識，感謝師大圖書館的用心安排，在未來也會汲取本次課程經驗，希望創造出更貼近讀者需求、吸引人的圖書館推廣活動。