

肆、司法保護



i幸福
**檢舉賄選
人人有責**

104 年度正副總統暨立委選舉
facebook 成果冊

反賄選策略
網路行銷

2.0

反賄選策略 網路行銷

2.0

目錄 Content

為什麼使用網路行銷？

- 02 網路崛起
- 03 網路特性

為什麼使用臉書作為宣傳的工具？

- 04 社群網站 Facebook 在台灣使用率普及
- 05 Facebook 的粉絲團功能
- 06 延續著網路行銷
- 06 經營臉書團新策略
- 08 民衆回饋

洞察報告

- 12 按讚分析
- 13 觸及人數
- 14 粉絲專頁瀏覽次數
- 15 貼文
- 23 影片
- 24 用戶

臉書大事記

- 08 粉絲團人數破千
- 09 最多按讚的文章
- 09 配合活動更改封面

貼文賞析

為什麼使用 網路行銷？



網路 崛起



網路崛起 1990 年代開始，網路成為政治傳播帶來新面貌 (Gibson & Ward, 2002)。甚至在 2000 年間迅速開花結果 (Foot & Schneider, 2002)。隨著 Web2.0 的時代來臨，網路社群所發揮的影響力越來越大，許多候選人不得不重視這股力量，「社群媒體」加入競選戰局，從候選人層面和選民層面上都有網路影響的痕跡。

網路成為宣傳行銷的工具，網路相較其他的競選傳播媒體便宜且方便許多，網路的特性如便利性、匿名性、無國界、即時性、互動性、去中心性、自主性強等特質 (Walther J.B., Anderson J.F. & Park D.W., 1994) 讓行銷創造出無限可能。



網路特性

綜觀學者們 (Corrado & Firestone, 1996、Benoit & Benoit, 2005、Gulati & Williams, 2007、Klinenever & Perrin, 1996) 對於網路競選的特性共同歸納出以下特點：「多媒體」、「互動」和「相對便宜」這三項元素。網路能夠乘載多媒體的資源，包還了文字、圖片、影像、聲音等等，提供民衆更多元的資訊方式。同時網路的進用成本很低，無論是民衆還是宣導機關，都可以用相對低廉的成本上網接收 / 發布資訊。當然學者也提到即時性、互動性，網路沒有時間和地點的限制，候選人可以即時發布 / 回應訊息，也使民衆的互動性提高。宣導機關可以透過網路直接和民衆對話，可以不用像傳統媒體必須經過記者編輯的審核，不至於被新聞守門人，或是編輯台控制所扭曲。

我們可以看到從 2008 的美國總統歐巴馬到 2014 的台北市長柯文哲都充分的抓到這股流行的趨勢，透過網路進行行銷宣傳。不僅是政治人物如此，政府單位也要跟上時代的潮流，運用創新的媒體來增加行銷的效果，達到宣導的最大效益。



為什麼使用 facebook 作為宣傳的工具？

Facebook 在台灣使用 率普及

隨著科技日新月異的進步，部落格 (Blog)、臉書 (Facebook)、Youtube 等都變成最熱門的網路宣傳平台。2008 年美國總統選舉，所有候選人都使用線上「社會網絡」(social networking) 來與美國的選民作互動。根據調查，此次選舉中有 10% 的人表示自己曾經使用 facebook 或 MySpace 來參與選舉；另外則有 35% 的受訪者表示透過網路去觀賞選舉影片 (Druckman, Kifer, & Parkin, 2007)。

在台灣，Facebook 是目前最普遍的社群網站，使用的年齡層不僅只是 20 幾歲的青少年，更擴大到 65 歲以上的人都有。除此之外，Facebook 還有「粉絲團」的功能，成為一個方便且便宜的行銷平台。

對照傳統媒體和網路媒體的差異，分別在傳播速度、時空限制、成本、機能性、互動性、閱聽眾自主性、呈現方式、曝光度以及資訊內容等方面都有所不同。網路媒體傳播速度快、不受時控限制且成本低廉環保，具有高機能性可以隨時修改，與閱聽眾的互動性也較高，民眾可以即時的線上回應，網路需要閱聽眾自主性的蒐集資料，故參與度較高，在內容方面，網路可以整合多媒體資訊，同時運用不同方法整理資訊給民眾，內容淺白但可以提供超連結分享更有深度的資訊，網路可以透過分享和下載來傳遞和保存資料。而傳統媒體則反之。



Facebook 的 粉絲團功能

Facebook 的帳號身分分為三種模式「個人」、「社團」、「粉絲團」，有別於個人和社團的身分，粉絲團可以公開讓所有人接收到訊息，且具有以下特色方便管理。

共同管理

共同管理，可以同時設有很多位管理員共同管理，權限不會集中在個人，也方便大家一同協助編修粉絲團的文章，我們線上同時有六位管理員共同維護臉書粉絲團。



統計數據

臉書粉絲團還有統計數據等功能，方便管理者分析，強化並掌握粉絲的網路使用習性，並對症下藥給予他們最適切的資訊，讓民眾能明確的接收訊息。



排程功能

排程功能，能夠將之後欲發文的文章先安排好，設定預計發布的時間，系統變化在該時間再將文章公開。管理者可以預期先規劃好排程，方便許多。



多媒體

多媒體載具，網路的功能就是能夠將多種不同的媒體訊息同時呈現出來，為了因應這樣的趨勢，在經營臉書粉絲團的策略中我們也盡量用不同的媒體來呈現資訊，包含影片、音樂、圖片、文字、超連結等。



延續著 103 年網路行銷

才剛結束 2014 的九合一選舉，緊接著在 2016 是我們總統、副總統以及立法委員的選舉，每次遇到選舉屏東地檢署的同仁都卯足全力共同參與宣導活動。

當然反賄選的宣傳通路也越來越多元化，除了安排檢察長、檢察官親自下鄉宣

導，在本屬的內網、外網以及法務通訊上發布屏東地檢署新聞外，我們也製作話題在平面報紙以及電視媒體上曝光，我們也延續去年的「I 幸福·愛屏東·反賄選聯盟-屏東地檢署」臉書粉絲團，並透過改變經營策略等方式將它發光發亮。

1

專業訓練：
給予站在第一線採訪、拍照的佐理員們專業的訓練，於 104 年 10 月 21 日以課程的方式教導佐理員如何在宣導場次中拍出漂亮的照片以及撰寫出生動的文章的能力。

2

文字簡單明瞭：
有別於以往將整篇新聞稿複製貼上，上傳的文章字數大約在 300 字內，漂亮的圖案和簡單的文字較符合網路使用者的使用習慣，在下標部分也希望大家可以多一點創意，才可以吸引到網路鄉民們的目光。

另外，延續去年的「I 幸福·愛屏東·反賄選聯盟-屏東地檢署」臉書粉絲團，今年我們採用新的臉書經營策略，為了配合網路媒體的使用習慣，新的經營策略分為

五大點「專業訓練」、「文字簡單明瞭」、「圖像化」、「規格化」、「主題化」、「多媒體影音」以及「分享地方社團」。

3

圖像化：
圖片比起文字更吸引觀眾，且顯而易懂，我們期待透過一張照片能夠傳達最多訊息，讓觀眾能夠一目了然，這次的發文我們都希望能夠搭配圖案或是影片連結等，來增加關注度。

規格化：
在上傳文章的部分，照片必須經過後製、組圖，並加上這次反賄選的 LOGO 來強化反賄選的 VI(visual identity：視覺識別)，讓民眾看到照片就知道出自於屏東地檢署發文的。



4

i幸福

文字簡單明瞭

幸福·愛屏東·反賄選聯盟·屏東地檢署
由 Mi Mo 發佈 [?] · 2015年12月21日 · 0 · 0

萬金聖母教堂「聖誕光影幸福婚約」
明年1月16日 讓我們用手中的選票 給自己心愛的人 更好的未來
屏東縣104年度集團婚禮於本月11日在臺灣歷史最悠久的天主教堂萬金聖母殿前廣場舉行，19對來自全臺各地的新人，當天在聖母殿五光十色的燈飾與聖誕光雕秀的浪漫氛圍下交換信物，並於與會民眾的熱烈祝福聲中互許終身。



圖像化

規格化 logo

經營臉書粉絲團 新策略

5

主題化：

針對這次的反賄選宣導，我們歸納出「33鄉鎮篇」、「7分局篇」、「職業篇」、「立法委員篇」等不同的主題，相同主題的文章採用一致的排版來表現，讓版面看起來更有一致性。

6

多媒體影音：

在去年的臉書粉絲團經營的心得中有提到，影片的連結點閱率較高、且較多人分享，故在此次的行銷策略中，我們除了分享其他人的影片外，屏東地檢署也自製簡單的短片。

7

分享地方社團：

為了增加地檢署發文的曝光程度，臉書管理員將發文分享在相關的地方性社團，讓民眾有親近的感覺，進而連結到屏東地檢署的臉書粉絲團。

- 
James Young 屏檢好棒棒!
 收回讚 · 回覆 · 發訊息 · 1 · 1月5日 22:45
- 
張春嬌 黃檢察長玉垣...反賄第一名
 收回讚 · 回覆 · 發訊息 · 1 · 2015年12月16日 12:13
- 
李俐蓉 讚讚讚讚讚
 讚 · 回覆 · 發訊息 · 2015年11月15日 10:25
- 
陳宣丞 讚! 繼續加油!
 收回讚 · 回覆 · 發訊息 · 1 · 2015年10月10日 10:36
- 
文匠 熱血反賄選，跟著檢察長親自帶領往衝~衝~衝...
 收回讚 · 回覆 · 發訊息 · 4 · 2015年10月9日 22:07

民衆回饋

▼民衆提出質疑

有別於以往的官方正式回覆，相較於攏長且費時，也會給民衆一種威嚴感，我們這次在經營臉書粉絲團的時候也會碰到民衆給予我們回應，我們也及時的給予回覆。利用臉書即時、方便、便宜等的特性，成為與民衆相互溝通的良好管道。

在回覆的內容部分，主要分為兩種形式，公開回覆和私下回覆。第一種為直接在貼圖底下留言，通常是給予正面的評價和鼓勵。有時也會在貼文中提出質疑，我們也能即時的回應民衆的質疑，並佐以資料回應民衆，通常能得到正面的評價。

李錦旭 反賄選，有何良方呢？用了沒？
 讚 · 回覆 · 24分鐘

Mi Mo 您好，法務部除了宣導之外，還是需要民衆的良知與配合透過檢舉，我們才能確實的抓到賄選

提供您一些數據資料，在103年的九合一選舉中，透過民衆的檢舉，檢察官提起169件當選無效，而最後定罪的有28件

選舉類別	起訴當選無效(件)	判決確定當選無效(件)
98年三合一選舉	41	27
99年基層選舉	42	35
99年區縣中選委	61	44
101年第八屆立法委員	2	0
103年九合一選舉	169	28

讚 · 回覆 · 5分鐘

Mi Mo 另外提醒您，您的檢舉是有效的
 92至104年度統計資料顯示，屏東發放的檢舉獎金是全台第六名，總額發放了五千兩百多萬的獎金！

別	縣	選舉賄選案件		
		件數	人數	核發金額
合計		2174	3482	407,339,999
1	桃園地檢	444	470	28691666
2	基隆地檢	321	607	4125000
3	新竹地檢	275	337	21645000
4	南投地檢	179	222	26975000
5	彰化地檢	165	162	61400000
6	嘉義地檢	127	134	8625000
7	屏東地檢	110	294	52125000





▼民衆詢問有關檢舉獎金事宜

2015-7-01 2:19



請教一下，檢舉賄選，當事者已經被提告
獎金何時才會發放給檢舉者？

2015-7-01 8:37

謝謝您的提問檢察官將賄選案件起訴時，就可以先領到金的4分之1。
一審法院判決有罪時，可以再領到金的4分之1。
等案件判決有罪確定時，可以再領到2分之1。

▼民衆邀請於活動中懸掛反賄選布條



您好 禮拜天我們廣場有要辦一個棒球轉播 紅布條可以拿來掛嗎？

2014-11-14 14:23

太好了~~請問場地在那???

由Wendy Cheng所傳送 [?] [?]



我們總隊

小玲~~謝謝~~收到!!!21U比賽嗎??

由Wendy Cheng所傳送 [?] [?]

臉書粉絲團還有私訊的功能，民衆也可以私底下發訊息給我們，統一由主任觀護人程文珊來回覆內容。

私訊的內容有民衆邀請屏東地檢署於活動中懸掛訪會布條。也有民衆來詢問反賄選領取獎金的相關事宜。

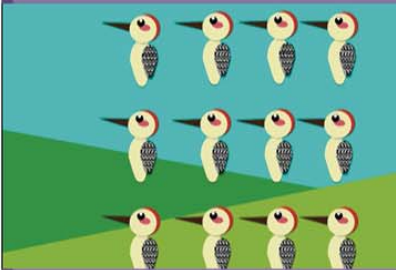


臉書大事記

粉絲團 人數破千

今年的十月初 (104/10/09)，我們臉書粉絲團的按讚人數破千，結至 2015/12/31 日止，將近有一千五百多位的臉書團粉絲持續關注屏東地檢署的粉絲專頁，是去年的三倍之多。

為了慶賀臉書粉絲團人數破千，屏東地檢署檢察長、書記官長及主任觀護人特別錄製破千影片。



▲圖為當時慶賀臉書團人數破千的特製封面照片

最多按讚的文章



我們的發文頻率盡可能達到每一天發一則文章。從 9/15 開始統計至 12/31 總共發文的篇數為 150 則，平均發文的按讚數也高達 56.03 個讚，更在 11/3 的烏龍派出所文章中突破 658(含分享至東港好厝邊社團)人按讚，為目前最多人按讚的文章。

10/8 東港迎王祭的文章也有 339 人按讚。屢屢創下粉絲團經營的紀錄，比照其他縣市所經營的反賄選臉書團更勝佳績！

幸福·愛屏東·反賄選聯盟·屏東地檢署 新增了 7 張新相片 — 與鄭博介。

由 Mi Mo 發佈 · 2015年11月3日 ·

烏龍派出所所在屏東！真人版兩津勘吉一同反賄選
屏東縣新園鄉烏龍村有個烏龍派出所，不僅如此，還有真人版的兩津勘吉。為了配合宣導特別找了一位貌似卡通人物的林文欽警員，拍攝許多趣味的宣導人形立牌。

裝身做兩津勘吉後聲名大噪，林文欽警員私下便衣買飲料都會被民眾認出，在地方小有名氣。當然，屏東地檢署也希望藉由兩津勘吉的魅力，為我們宣導反賄選的觀念！

新園鄉烏龍村 烏龍派出所 真人版兩津勘吉

已觸及 10,431 名用戶 [加強推廣貼文](#)

讚 留言 分享

幸福·愛屏東·反賄選聯盟·屏東地檢署、Lin Chia Ching、鄭惠純、鄭博介以及其他 121 人都說讚！

28 個分享

配合活動

幸福 檢舉賄選 人人有責

行動代號：**啄木鳥公民**

0800-024-099 專線服務 4

LINE 官方帳號：@fjia

▲法務部主視覺宣傳海報

攜手反賄 i 屏東 守護家園 You & Me

活動時間：11/21(六) 10:00-12:00

活動地點：屏東市中山公園(椰林大道)

現場除了有精美表演還有抽獎
獎品包含禮券、康樂、腳踏車、還有平板電腦
屏東地檢署 歡迎大家一同參與

▲攜手反賄 i 屏東 守護家園 You&Me

黃教授 ON AIR! 反賄選新聞插播

蕃薯之聲(角)廣播電台

▲黃教授 ON AIR 反賄選新聞插播

我們量身訂做臉書粉絲團的封面，並針對特定的活動更換臉書團封面，除了有基本款的隨著不同主題更換，增加民衆的新鮮感。

屏東地檢署的文章活潑生動且多元性，更常被轉貼分享，也就是因為屏東鄉親的熱情與鼓勵，支持著我們繼續推動下去。