

以WEB2.0創新來協助非營利組織： 以喜憨兒社會福利基金會為例

郭峰淵 *Feng-Yang Kuo*

Department of Information Management,
National Sun Yat-Sen University

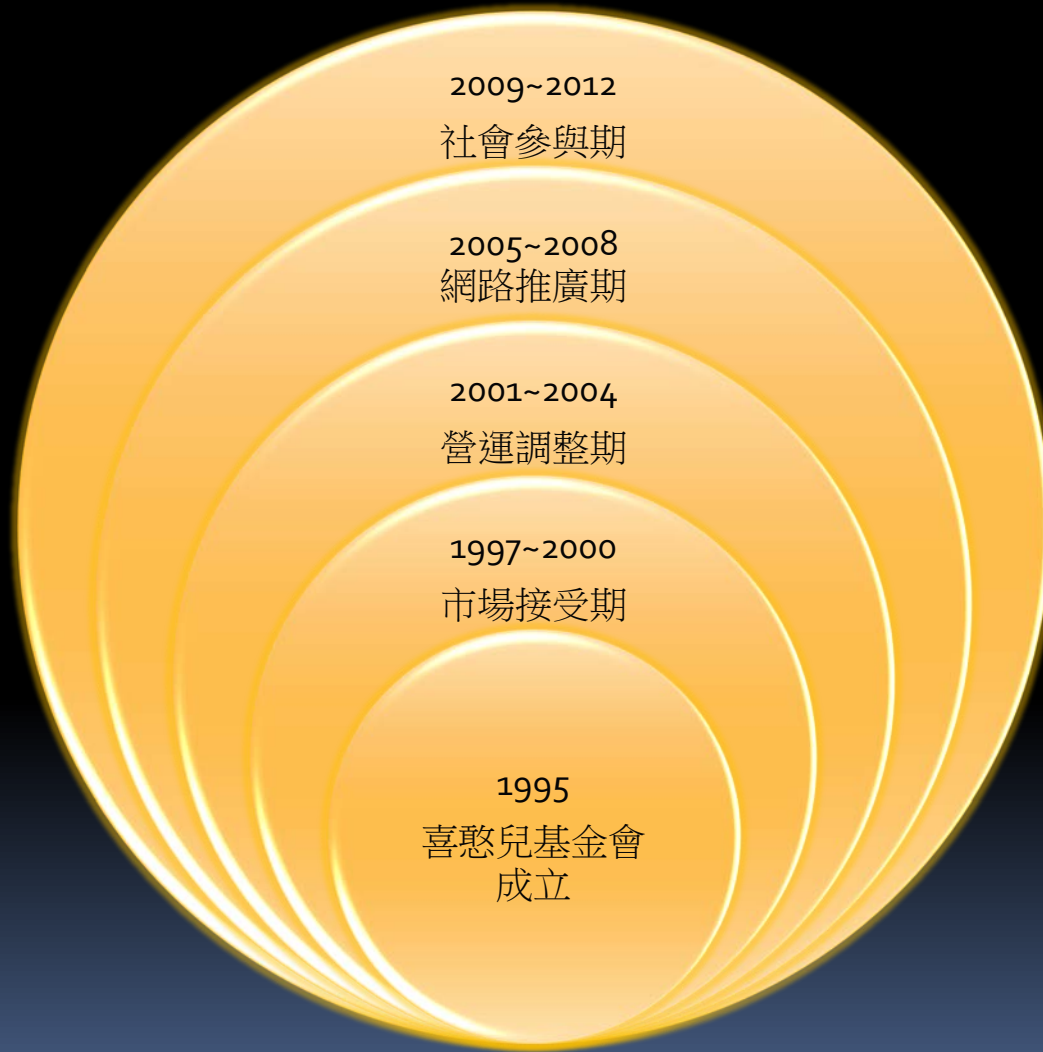
張幼霖 *Yu-Lin Chang*

Children are Us Foundation

鄞俊波 *Chun-Po Yin*

Department of Information Management,
National Sun Yat-Sen University

喜憨兒社會福利基金會





非營利組織 (NPO)

- 第三部門
- 經費限制
- 人力與資源不足
- 透過電視頻道或平面媒體把理念分散
- Words of mouths

網際網路的興起

- 成長最快速、最大的媒體
- Web 2.0: Wiki、Youtube、Blog(部落格)及 Facebook
- 2008年3月公佈的報告「Power to the People – Social Media Tracker Wave 3」中評估，全球約有1.84 億個Blog
- Facebook至2010年5月，台灣註冊人數已達650萬人，全球註冊人數超過5億活躍用戶 (Checkfacebook, 2010) → 8億 in 2011

UGC (User Generated Content) or UGM (User Generated Media)

■ UGC

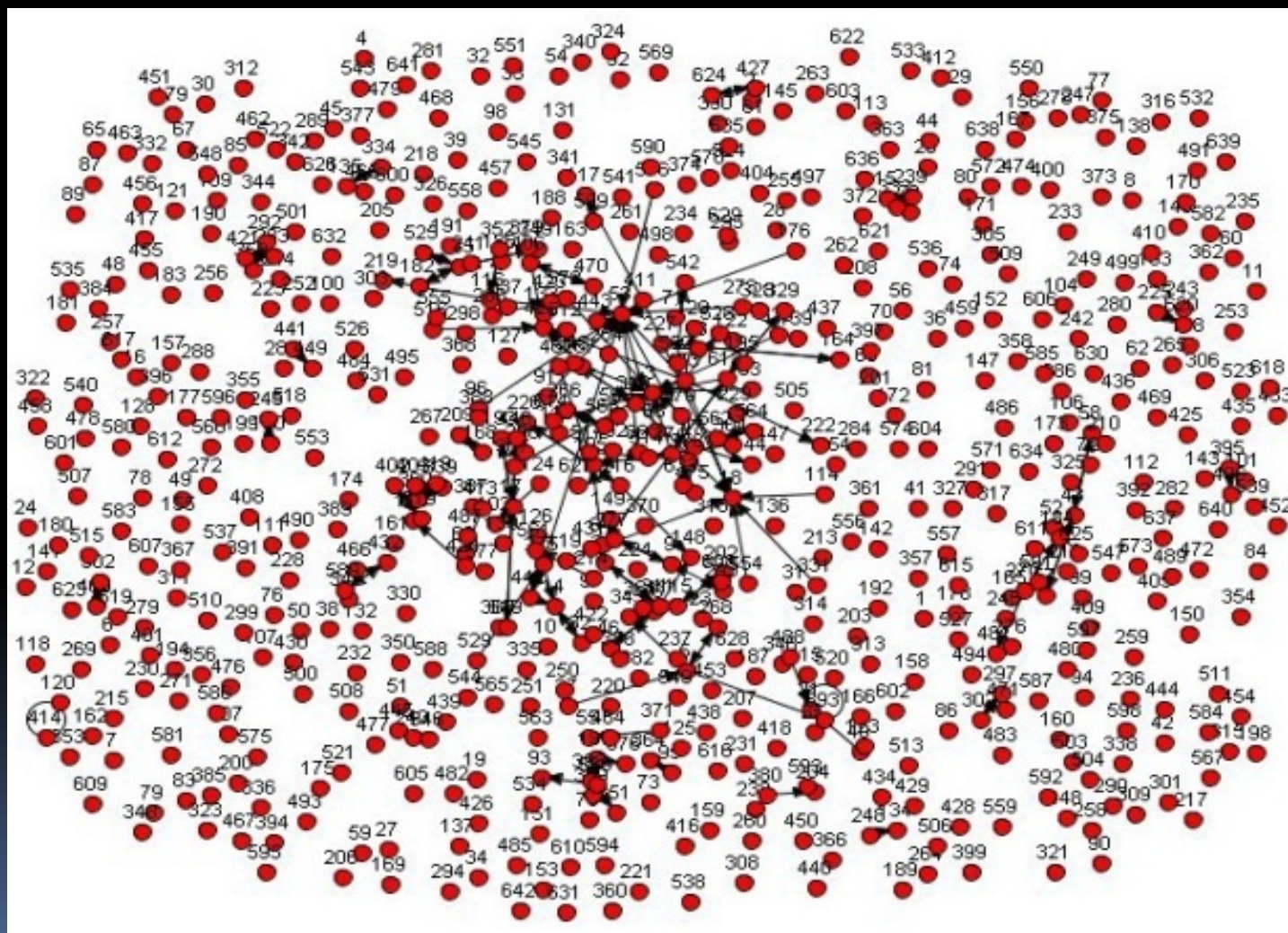
- 是「使用者」、「內容」與「平台」三方所構成的新服務型態
- 使用者將自行創作內容或整合他人創作，以文字、圖片或視訊等形式，將其作品放置於開放性的網站平台上，公開或封閉地提供予其他網路使用者瀏覽

- **Blogosphere**是由 **Blog**之間透過回應 (comment)、參照 (references) 以及喜好或推薦的 **Blog** 站，所形成的交互連接的群體網路

Blog連結性與訊息散播的能力

- **Blog**本身具連結性與訊息散播的能力，如：
 - **Blogrolls**:它是指是Blogger會有趣定期瀏覽的Blog連結列表
 - **Comment**:是Blog所提供的社交互動功能，讀者都可以在Blog的文章中發表其對該篇文章的觀點或意見
 - **Permanent link**:意指單篇內容在裡的永久連結位置。由於一般的首頁不斷更新，唯有使用永久連結位址，才能正確的被他人引用
 - **TrackBack**:則提供讓發表回應的Blogger有系統地追蹤或收集自己曾經在他人的Blog所發表過的評論的功能
 - **RSS** :讓訊息可以快速流傳，達到擴散效果

無米樂的Blog社會網路發展



Hsiu-Chia Ko, Chun-Po Yin, and Feng-Yang Kuo, "Exploring individual communication power in the blogosphere," *Internet Research*, Vol. 18, No. 5, 2008. pp. 541-561.

Blog貼紙

- **Blog貼紙(廣告)**是一種新興的廣告模式是屬於消費者自建廣告(Consumer-generated advertising)的類型
- **Blogger**主動張貼傳遞的訊息種類分為兩種
 - **商業廣告**：在**Blog**上張貼商業廣告訊息，經來訪的網友點擊該廣告訊息，**Blogger**就可以得到廣告商所分配的廣告收入
 - **公益廣告**：張貼公益廣告、協助傳遞訊息的方式，表達**Blogger**本身對公益的認同與支持

How to take advantage of Blog?

- 看板 / (かんばん) / **billboard**
- highly visible outdoor advertising
- witty slogans
- distinctive visuals




Dynamic billboard



- Web2.0雙向溝通及閱聽人具主動傳播的特性，更可以避免單一來源傳播模式的缺點
- 利用Blog組織網路社群，讓Blogger主動為組織宣傳，成為NPO的代言人
- 利用Blog等創造人物與故事與群眾互動
 - 透過闡述自己的觀點及經驗，或對某NPO的認識，可以將資訊傳遞給讀者
 - 運用網路上所進行的「電子口碑傳播」，讓口碑傳播超越實體的人際接觸，使口碑的力量發揮地更加快速，傳播範圍也更廣泛

Innovation: 部落格聯播

■ 喜憨兒公益頻道示意圖



[聯播 → 加入串聯行動](#)
[捐款 → 憨兒工作訓練](#)
[購買 → 喜憨禮購物城](#)
[劇團公演索票](#)
[開朗少女明星記](#)
[努力不懈的代名詞](#)
[挑戰自我無限可能](#)

張貼完成，請各位部落長回到你的部落格頁面中，檢視是否有成功張貼頻道或貼紙。

公益頻道	愛心貼紙	公益頻道
 <p>聯播 → 加入串聯行動 捐款 → 憨兒工作訓練 購買 → 喜憨禮購物城 認真工作，真帥! 超級賽亞人的孫悟空 愛使心中充滿喜樂 前進校園—東光國小</p>		 <p>聯播 → 加入串聯行動 捐款 → 工作訓練專案 購物 → 喜憨禮購物城 一閃一閃亮晶晶 舞出最認真的感動 憨兒的綠行生活 創造新生活</p> 

加入聯播FAQ

Innovation: 部落格聯播

- 張貼方式: 喜憨兒公益頻道、愛心貼紙、網站連結、RSS串聯等加入方式

加入喜憨兒公益聯播，把愛傳出去～

邀請您跟您朋友，加入喜憨兒公益聯播，讓更多朋友一起響應。
只要擁有個人網站或部落格，熱心公益，即可加入愛心部落格。

步驟1 張貼公益頻道或愛心貼紙

參加資格：只要您擁有個人網站或部落格，熱心公益，即可加入愛心部落格。

張貼方式：張貼喜憨兒公益頻道、愛心貼紙、網站連結、RSS串聯，在您的個人網站或部落格。

★ **各家部落格張貼示範** 請點選你個人的部落格平台，詳看張貼方式。



張貼完成，請各位部落長回到你的部落格頁面中，檢視是否有成功張貼頻道或貼紙。



牛媽媽~

我們家都不屬牛喔~當然也不姓牛啲...

訂閱部落格

心存好意 腳走好路 身行好事 惜緣種福 ~我要留言



牛媽媽

最新文章

長耳兔筆套

分類: 珠意串串

這隻是兔子啲

最特別的是 耳上是



送愛到部落

- 聯播 → 加入串聯行動
- 捐款 → 慈兒工作訓練
- 購買 → 喜憨禮購物城
- 劇團公演索票
- 開朗少女明星記
- 努力不懈的代名詞
- 挑戰自我無限可能

◀ 2011 ▶ ◀ 十月 ▶

日	一	二	三	四	五	六
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

更新日期
2011/09/30 09:44

留言板

統計資料

今日人數: 15
 累計人數: 31095
 發表文章: 267
 相片數量: 448
 回應數量: 373

搜尋

搜尋

站內 全站

我要回應 我要引用

回應 (1) | 引用 (0)

Innovation: 部落格聯播

- 在技術上張貼「喜憨兒公益頻道(立即訊息)」是將以下的HTML敘述的加入到的欲聯播的部落格【自訂欄位】之中：

```
<iframe src="http://blog.twm.com.tw/lovechannel.php" width="125"  
height=195 MARGINHEIGHT=0 HSPACE=0 VSPACE=0  
FRAMEBORDER=0 border="0"></iframe>
```

- 張貼「喜憨兒愛心貼紙」則是將加入以下的HTML敘述：

```
<a href="http://blog.twm.com.tw"><br><br></a>
```

Innovation: 部落格聯播

- 聯播內容的掌控及傳播
 - 在技術上個案基金會可以進一步掌握在公益頻道(橫幅廣告及文字超連結)及愛心貼紙(橫幅廣告)的內容，有募款專案及電子商務年節檔期(年節、母親節、中秋節..等)，即可規劃內容排程，更換聯播內容連結至指定活動網址
- 回饋機制
 - 對於已加入聯播的Blog，個案基金會的網站提供了個人專屬Banner，可以自行設計圖樣，並可以超連結至Blogger所擁有的Blog
 - 透過流量的排序，基金會的活動網站上會列出各愛心Blog的貢獻

發展模式



運用**微型網誌**，建立**網路分眾傳媒**！

部落格聯播事件表

	第一階段						第二階段	
	2007.06	2007.07	2007.08	2007.09	2007.10	2007.11	2007.12~ 2010.12	
網路	*部落客廣告 *官方網站 *部落格	部落客廣告 官方網站 部落格 *網路志工	部落客廣告 官方網站 部落格 網路志工 *kijiji	部落客廣告 官方網站 部落格 kijiji *中秋節EC	部落客廣告 官方網站 部落格 kijiji *線上付款	部落客廣告 官方網站 部落格 kijiji *彎彎代言	部落客廣告 官方網站 部落格	部落客廣告 官方網站 部落格
非網路	*雜誌廣告 *簡訊刊物 *媒體報導	雜誌廣告 媒體報導 *CF播出	雜誌廣告 媒體報導 CF播出 *記者會	雜誌廣告 媒體報導	雜誌廣告 媒體報導	雜誌廣告 媒體報導 記者會	雜誌廣告 媒體報導	雜誌廣告 媒體報導

部落格聯播

- 部落客廣告(BloggerADs)
 - 藉由張貼公益廣告、協助傳遞訊息的方式，表達 Blogger 本身對公益的認同與支持
- 官方網站
 - 社會大眾接觸基金會最直接也最快速的方式
- 網路志工
 - 網路志工與學生的屬性，號召學生申請擔任志工
- 人氣部落客代言
 - 彎彎代言

成果

成果:倍數成長的注意力—43個月創造數億的眼球數

2007年6月~2008年5月 部落格聯播統計表

月份	Jun-07	Jul-07	Aug-07	Sep-07	Oct-07	Nov-07	Dec-07	Jan-08	Feb-08	Mar-08	Apr-08	May-08	Total
參觀次數	86,705	237,642	393,714	504,306	571,946	802,093	858,319	875,507	631,804	707,053	689,074	744,579	7,102,742
網頁數	256,833	764,970	1,225,565	1,749,791	1,762,905	2,841,477	3,098,357	3,504,703	2,132,491	2,488,080	2,200,017	2,411,055	24,436,244
點擊數	1,026,273	2,270,175	3,325,842	4,133,760	4,226,044	8,620,134	8,340,941	8,700,658	6,458,458	8,024,537	7,602,020	8,855,317	71,584,159
Blog加入數	71	138	130	85	54	161	64	79	46	59	63	45	995

2008年6月~2009年5月 部落格聯播統計表

月份	Jun-08	Jul-08	Aug-08	Sep-08	Oct-08	Nov-08	Dec-08	Jan-09	Feb-09	Mar-09	Apr-09	May-09	Total
參觀次數	754,382	795,416	882,066	736,933	878,172	68,7149	598,238	452,816	507,147	624,434	690,937	588,472	8,196,162
網頁數	2,275,476	2,312,750	2,794,282	2,065,914	2,705,293	2,019,322	1,742,544	1,508,296	1,471,898	1,817,822	2,063,391	1,736,336	24,513,324
點擊數	8,805,146	9,350,956	10,546,108	8,320,269	9,051,536	7,404,951	6,450,494	5,986,436	6,084,476	8,130,316	9,411,809	10,027,098	99,569,595
Blog加入數	68	69	73	61	60	69	56	55	62	61	68	59	761

成果:倍數成長的注意力—43個月創造數億的眼球數

2009年6月~2010年5月Blog聯播統計表

月份	Jun-09	Jul-09	Aug-09	Sep-09	Oct-09	Nov-09	Dec-09	Jan-10	Feb-10	Mar-10	Apr-10	May-10	Total
Blog加入數	97	48	34	36	16	38	44	33	20	30	97	48	434
參觀次數	641162	726330	692481	667944	662608	727054	1002504	1179872	903647	1292894	1089496	1488049	11074041
網頁數	1785451	1976302	1981981	1714234	1607378	1758634	2704971	3317243	2550509	3543733	2704519	4020152	29665107
點擊數	9161300	9347245	8796044	8273778	7745133	8207448	9738995	11051414	9605324	13103285	11124458	14508875	120663299

2010年6月~2010年12月Blog聯播統計表

月份	Jun-09	Jul-09	Aug-09	Sep-09	Oct-09	Nov-09	Dec-09	Total
Blog加入數	54	38	53	50	34	92	55	376
參觀次數	1402243	1432203	1337899	1233382	1468955	1234772	1342497	9451951
網頁數	3820164	3684304	3441979	3216020	3794867	3032506	3046922	24036762
點擊數	14249940	14034115	14031508	12686702	14375035	12771529	13050186	95199015

成果:倍數成長的注意力

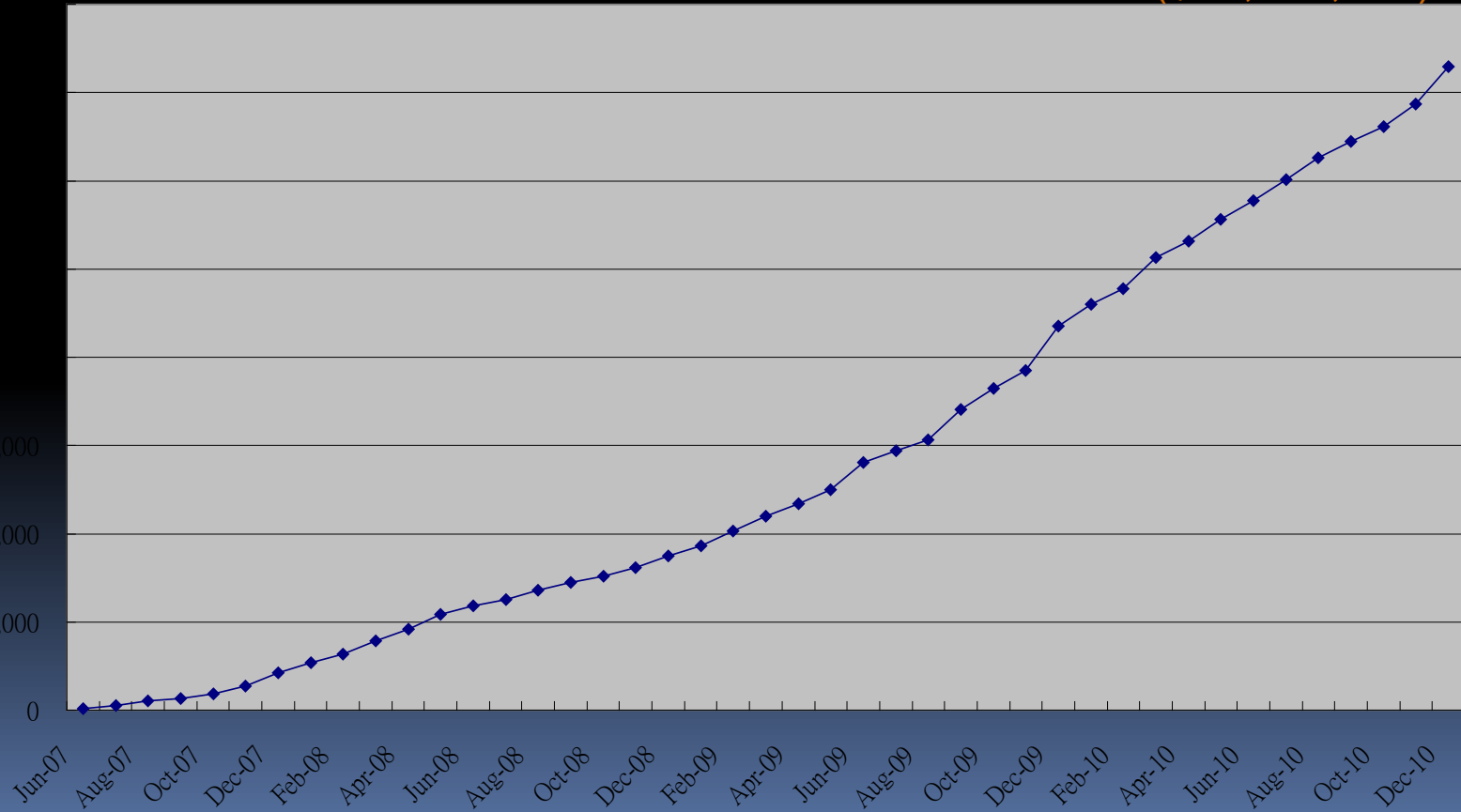
- 部落格累積數
 - 已累積至2,566 個
- 點擊數
 - 43個月已超出3億8仟多萬次(387,016,068)
- 參觀次數 (人次)
 - 累計的參觀次數達35,824,896次
- 網頁數
 - 累計的網頁數總和為102,651,437頁

成果:穩定成長的捐款及產品銷售的增加

- 43個月捐款金額累計已達3仟6佰4拾7萬多元(NT36,478,949)
- 43個月捐款人數累計已達13,481人
 - 線上捐人數成長迅速
- 產品銷售
 - 2008年9月基金會的中秋節銷售的業績較前一年大幅的成長，成長幅度高達4.2倍
 - 網路銷售成長幅度驚人

捐款金額趨勢(累計)圖

(\$36,478,949)

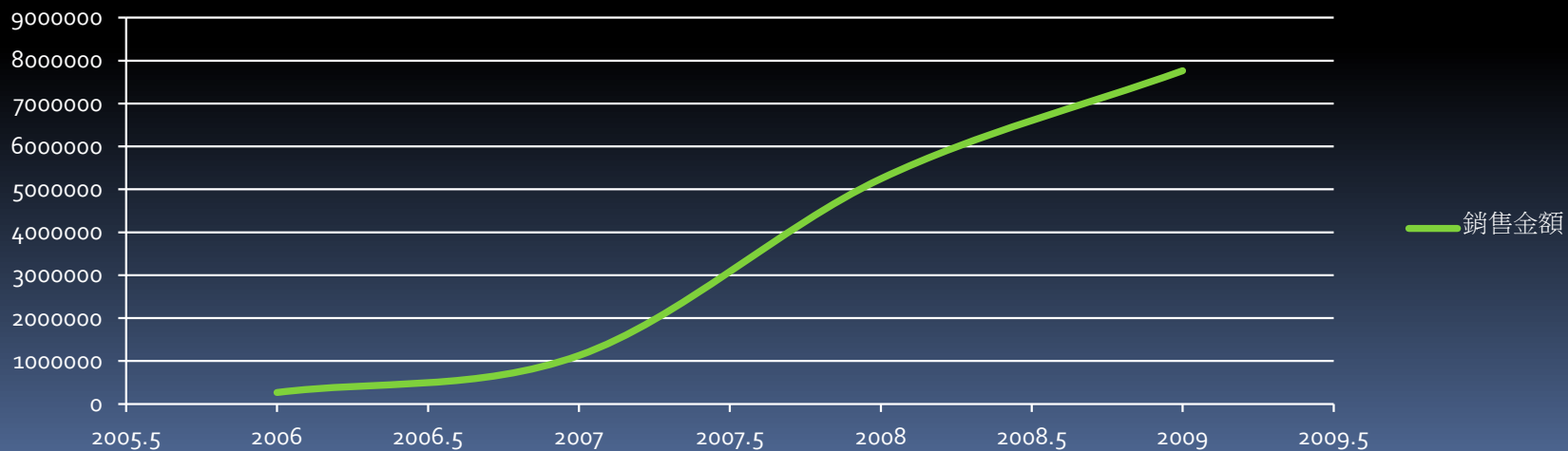


產品銷售成長迅速

	2006	2007	2008	2009
銷售天數	30天	30天	27.5天	30天
部落格數	0	約300個	約1,000個	約1,500個
訂單筆數	92筆	565筆	934筆	1,593筆
銷售件數	664件	2,195件	9,755件	15,246件
銷售金額	269,503元	1,130,700元	5,245,882元	7,763,270元

月餅銷售，
五年成長28倍！！

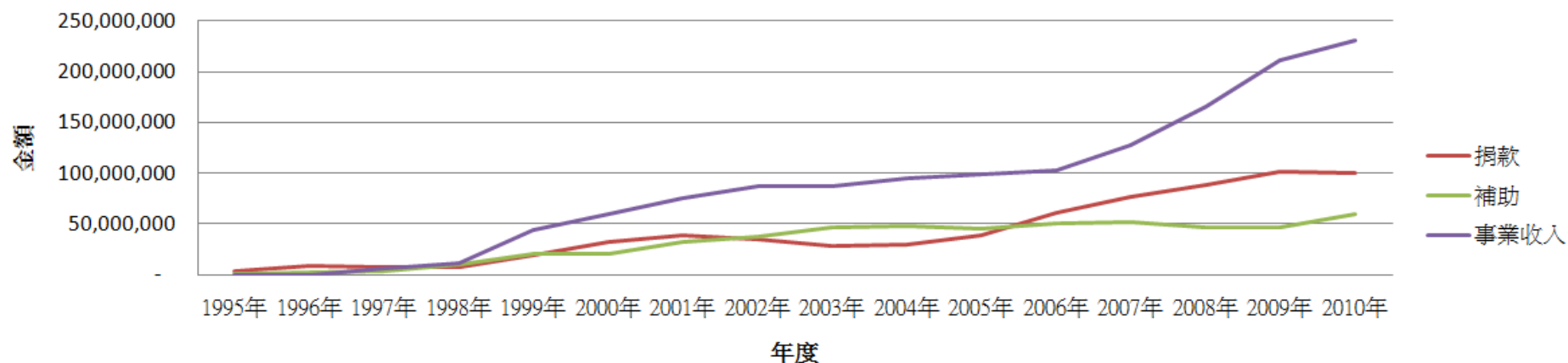
銷售金額



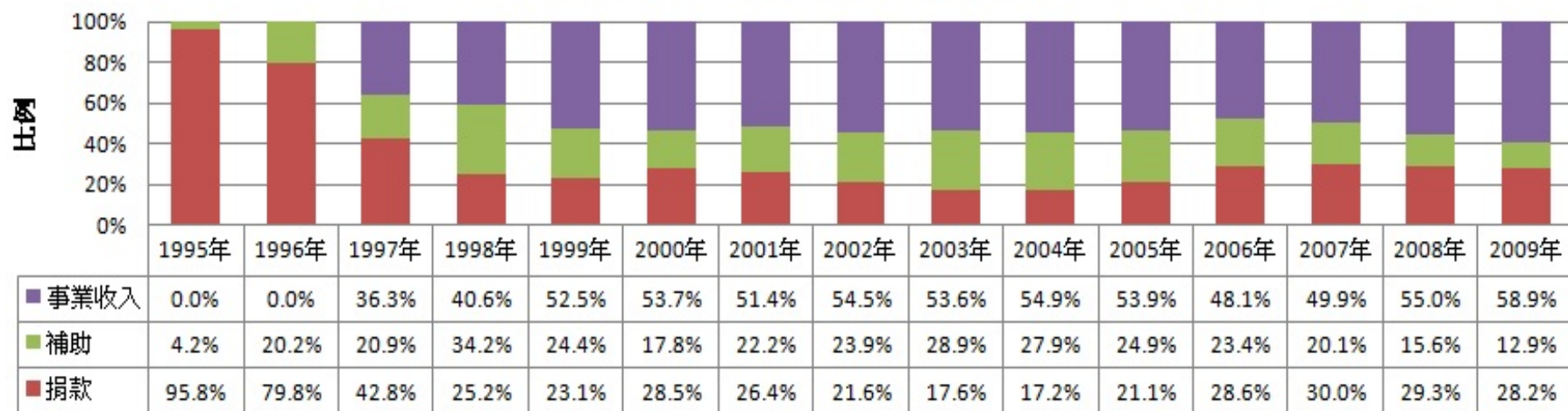
分析及討論

從財務軌跡來觀察

1995-2010 收入來源趨勢圖



1995-2009 收入來源比例圖



喜憨兒的公益排名

資料來源：東方消費者行銷資料庫（公益團體）

排名	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
樣本數	1344	1344	1344	1344	1344	1344	2000	2000	2000	2000
1	慈濟功德會	慈濟功德會	慈濟功德會	慈濟功德會	慈濟功德會	慈濟功德會	慈濟功德會	慈濟功德會	慈濟功德會	慈濟功德會
2	兒童燙傷基金會	兒童燙傷基金會	兒童燙傷基金會	兒童燙傷基金會	兒童燙傷基金會	世界展望會	世界展望會	世界展望會	世界展望會	世界展望會
3	消費者文教基金會	喜憨兒基金會	喜憨兒基金會	陽光基金會	世界展望會	兒童燙傷基金會	兒童燙傷基金會	兒童燙傷基金會	喜憨兒基金會	創世基金會
4	喜憨兒基金會	消費者文教基金會	沒有/不知道	消費者文教基金會	喜憨兒基金會	兒童福利聯盟	消費者文教基金會	創世基金會	創世基金會	紅十字會
5	世界展望會	陽光基金會	陽光基金會	世界展望會	陶聲洋基金會	消費者文教基金會	聯合勸募	聯合勸募	兒童燙傷基金會	兒童燙傷基金會
6	兒童福利聯盟	陶聲洋基金會	董氏基金會	喜憨兒基金會	陽光基金會	喜憨兒基金會	創世基金會	喜憨兒基金會	伊甸基金會	聯合勸募
7	董氏基金會	世界展望會	晚晴婦女基金會	陶聲洋基金會	家扶基金會	陽光基金會	中華兒童及家庭扶助基金會	消費者文教基金會	聯合勸募	生命線
8	婦女救援基金會	婦女救援基金會	陶聲洋基金會	家扶基金會	家扶基金會	聯合勸募	喜憨兒基金會	陽光基金會	兒童福利聯盟	喜憨兒基金會
9	陽光基金會	兒童福利聯盟	兒童福利聯盟	伊甸基金會	兒童福利聯盟	陶聲洋基金會	兒童福利聯盟	陶聲洋基金會	消費者文教基金會	消費者文教基金會
10	聯合勸募	董氏基金會	婦女救援基金會	聯合勸募	董氏基金會	家扶基金會	陽光基金會	兒童福利聯盟	陽光基金會	伊甸基金會

分析及討論

(1)善用本身組織公益形象及媒體的輔助

- 個案「喜憨兒基金會」本身即是具有知名度公益團體
- 藉由不同傳播管道及方式的訊息發佈，使其宣傳能達成共振的效果

(2)部落格聯播與社會網路的形成

- 個案基金會利用「部落格愛心貼紙」、「部落格公益頻道」等方式，使龐大數量的Blog加入聯播
- 聯播Blog數量的增加，這些Blog彼此及與個案基金會的網站之間的連結，形成了一定規模的社會網路

分析及討論

(3) 訊息擴散: 外部、內部的傳播力量及意見領袖

- 內部及外部的力量
 - 跨過關鍵多數的量
 - 大眾媒體及Blog社會網路形成傳播的內外部力量
 - 意見領袖如彎彎、Sana的代言

結論與建議

經理人建議



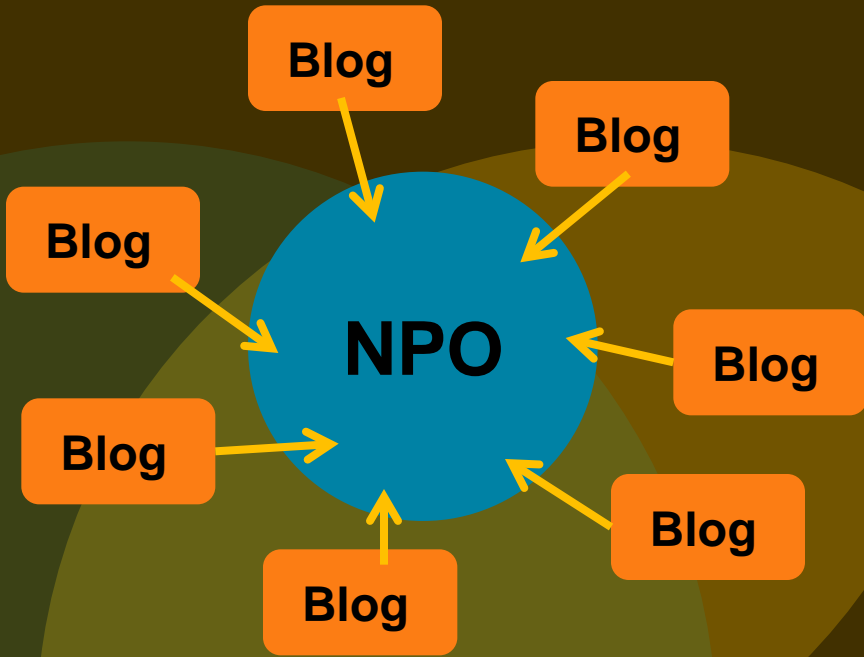
結論與建議

(1) 持續維持聯播的網路力量

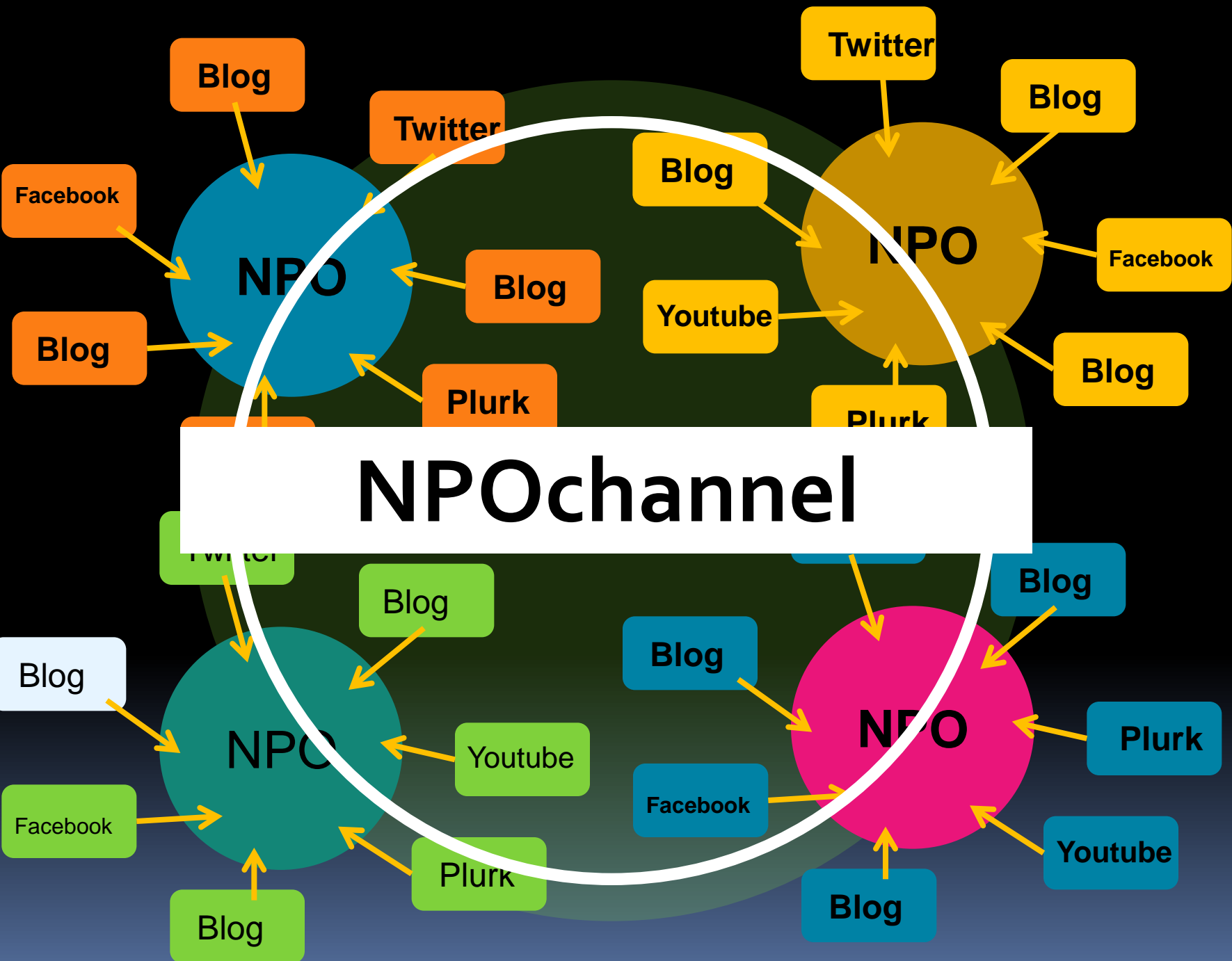
(2) 持續的溝通

(3) 社會網路分析的協助

(4) 飽和的思考



NPOchannel





謝謝您的聆聽與指正!!