

2025花田祭第十一次工作小組會議 會議記錄

一、會議時間:114年09月17日(三)19:30~21:30

二、會議地點:實體+線上會議

三、主席:張勝哲 會議記錄:劉碧霞

四、出席人員:場佈組組長林子良、活動組組長周家宏、志工組組長李昀儀、
張書杰、小編劉俞町

請假人員:募資組組長羅國誌

五、上次會議決議代辦事項追蹤:

(一)、大群組發布「9/25 志工會議」正式通知+報名/出席表單。 **已完成**

(二)、9/19 前完成舊志工名單比對, 列出未回流名單與人數缺口。 **未完成**

(三)、阿民哥協助逐一聯繫常態志工, 優先補足10/11、10/12下午。 **未完成**

(四)、對外招募啟動:臉書、志工群組、社區與業者;提供可直接轉發的貼文範本。 **已完成**

(五)、冰箱貼採購:出報價單供杰哥與理事長覆核;確定霧面款後下單(掌握2-3日交期) **已完成**

(六)、9/18 09:30 與鄉長會談:確認記者會場地或改短影音, 以及出資與經費。

未完成

(七)、與杰哥確認10/10 音樂會與開幕串接與成本邊界;舞台搭設時程之備援方案確認版。 **未完成**

(八)、Grace 開立硬體需求Google表單(帳篷、桌椅、流動廁所), 設定回收期限與內控流程 **已完成**

(九)、立牌比價:索取報價並完成決標 **已完成**

(十)、整理新聞稿+主視覺+照片素材, 優先提供國誌/執行長/副執行長投媒 **已完成**

(十一)、11家店家文案催收, 明確回傳期限。 **已完成**

(十二)、海報排程執行:本週8家、下週8家、下下週8家, 確保如期上線 **已完成**

(十三)、Google地圖/資訊及line@上架活動重點, 與FB/社群訊息一致 **已完成**

六、議題與決議:

(一)、如何擴大宣傳與行銷策略?

目標客群 (TA) 與現況:

1. **LINE** 社群用戶輪廓:目前社群約1022人, 主要為中彰投地區50至70歲的年長者, 佔比高達97%, 但許多早期成員已不活躍。
2. 當前挑戰:現有行銷管道(FB、LINE)多為老客戶, 分享率低, 難以擴散觸及新客群。行銷訊息僅羅列店家, 主軸模糊, 民眾反映「不知道活動在玩什麼」。

擴大行銷與導流策略:

1. **LINE** 官方帳號行銷:決議購買9月及10月每月800元的群發方案(3000則/月), 預計每月發送3次。10月份訊息必須包含導覽QR code, 方便用戶直接點擊。
2. 社群擴散:在「我是彰化人」等地方性社團及休閒農業、觀光等同屬性社群發布活動資訊, 爭取新客分享。請求花露、菁芳園等合作夥伴及劉克襄等意見領袖協助分享貼文。
3. 結合「彰化設計展」導流:
4. 採取「吃豆腐」策略, 將設計展帶來的全國性人潮導流至自身活動。
5. 在設計展會場周邊設置附有活動QR code的實體立牌或桁架, 並設計小遊戲等互動誘因, 吸引路過民眾掃描參與。

行銷內容優化:

1. 建立主題標籤:將24家業者的活動歸類, 建立如 #生活美學、#生態導覽、#音樂會、#DIY體驗 等Hashtag, 讓消費者能依興趣快速篩選。
2. 優化Facebook貼文:

3. 增加視覺內容:每則貼文除EDM外,應附加3-4張店家特色高品質照片。
4. 活用標註 (@):在貼文中標註相關店家、合作夥伴及意見領袖,以提高擴散性。
5. 整合性宣傳品:
6. 總海報:因各店家獨立海報無法呈現活動全貌,需製作一張整合性總海報,清楚說明組織架構、集點流程與贈品樣式。
7. 獨立活動網頁:決議沿用2023年的Google協作平台範本,修改內容以快速建立今年的活動專屬網頁,作為統一的資訊出口。
8. 新聞稿:目前提供的主視覺與素材過於貧乏,需要再豐富化。

(二)、集點解謎與兌換活動界定

謎題保密:謎題內容將於活動當天才對志工揭曉,以維持謎題隱密性。

兌換規則與獎勵

1. 集點卡:分為「花鄉卡」與「田尾卡」,每張對應12家店。
2. 基本兌換:在同一張卡的兩個類別中各集滿3個章(共6個章),可兌換一次贈品(如一個冰箱貼)。
3. 最終決議:採用疊加方案,集滿整張卡12個章可再兌換一次。因此,每張卡最多可兌換兩次,兩張卡合計最多可兌換四次。
4. 集章點設計:只有23家之故,將要求遊客至少需在比較偏遠八號曲辰邊再增加一個謎題並蓋章。
5. 主要贈品:冰箱貼:共四款,以「傑克與魔豆」故事為主題的完全不同圖案(如傑克、魔豆、巨人、黃金鵝),尺寸為6x5.5公分,單價38元。增加兩款新圖案需增加設計費。
6. 特別獎勵:提議為集滿四款冰箱貼的參與者再增加一項獎(悠遊卡),以增加話題性。
7. 兌換點:設置於「富良田」與「遊客中心」。

(三)、付費活動與報名機制

1. 核心決議:無付費以Google表單進行預約。協會處理網頁購物車的若干業者。

(四)、志工管理與訓練

1. 招募現況:約有35位志工已發布會議通知。10月11日與12日下午時段因遇連假,人力持續短缺。
2. 志工會議與訓練:
 - 會議時程:9月25日18:30為志工會議,10月2日晚上為全體會議。
 - 參與規定:強調只有報名服務的志工才需參加,且務必參與教育訓練,否則現場將無人指導。
 - 訓練籌備:需開始準備志工會議流程(Rundown)及教育訓練PPT,內容包含志工職責說明。
3. 人力需求與職責:
4. 服務台與兌換處:需規劃並增加紀念品兌換處的志工人力。
5. 聯絡機制:需提供各站點志工聯絡電話給業主,特別是早班志工的電話需確保正確,以利業主聯繫與工作交接。
6. 志工裝備:必備名牌、智慧型手機(或至少需會操作)。

(五)、硬體製作與時程

1. 硬體需求:硬體需求單(Google表單)已發出,待統計完成後交由廠部主處理報價與採購。桌椅計畫向公所借用,帳篷(600元/頂/日)將詢問農會是否可借用。
2. 文宣品製作:立牌:150公分高的立牌已完成比價(23面共2萬5千元未稅),製作時程約3天。
3. **QR Code**時程:解謎活動的QR Code連結最晚需於9月23日或25日前取得。
4. 解決方案:先完成立牌版面設計,待取得QR Code後立即貼入設計稿並火速送交印刷廠,以趕上10月初的成品交付。
5. **EDM**(電子海報):將先發布不含QR Code的版本,待QR Code產出後再生成新版。
6. 設計檔案:因設計公司無法提供AI原始檔,將協調其協助生成新版EDM,或退而求其次使用JPG檔進行後續處理。

(六)、會議與工作分工

會議時程:

1. **9月22日 18:30**:業者共識營(遊客中心)。合作廠商「奇步」先於17:30對理監事進行說明,以展示活動雛形並凝聚共識。
2. **9月25日 18:30**:志工會議。
3. **10月2日 晚上**:全體總動員會議。

工作規劃：

1. 核心小組規劃階段已近完成，下一步將邀請理監事、志工及各組組員全面參與並進行工作分配。
2. 9月22日會議後一週將召開擴大會議，進行詳細工作分配。
3. 未來將以每週一次的頻率召開會議。
4. 溝通材料：需製作一份完整的活動工作手冊(PPT)，包含活動目的、架構與遊客視角流程，方便未持續參與者快速理解。

七.Next Arrangements

(一)、輔導單位溝通：於9月19日早上9:20在公所集合，準備9:30與鄉長會談，說服其參加10/10的公益音樂會開幕致詞。

(二)、行銷與宣傳

1. 為LINE官方帳號購買9月及10月的群發訊息方案。
2. 規劃10月份的LINE推播訊息，內容須包含活動導覽的QR code。
3. 將活動資訊發布到各大地方性及主題性FB社團。
4. 聯繫並請求意見領袖及合作夥伴(花露、菁芳園)協助分享活動。
5. 將活動資訊提供給輔導老師(謝明奇)協助推廣。
6. 規劃在「彰化設計展」會場周邊設置實體的QR code立牌或桁架。
7. 豐富化新聞稿的內容與素材。
8. 整理所有店家的活動內容，建立主題標籤，並規劃FB貼文策略(附加照片、使用Hashtag與@標註)。
9. 取得Google協作平台帳號，複製並修改範本以建立今年的活動專屬網頁。

(三)、活動與店家

1. 向相關窗口修正並溝通清楚最終的贈品兌換規則(包含可兌換四次的疊加方案)。

(四)、設計與製作

1. 追蹤設計公司，確保解謎活動的QR Code在9月23日前產出。
2. 與設計師溝通，將紀念品從兩種圖案改為四種不同圖案。
3. 協調取得設計檔案(AI檔或JPG檔)，以利後續宣傳品修改。
4. 追蹤硬體需求Google表單的統計結果，並將數量提交給場佈組。
5. 針對帳篷，向農會詢問是否可提供借用。

(五)、志工與內部管理

1. 向已報名的志工佈達9月25日與10月2日的會議資訊，並強調教育訓練的強制性。
2. 待志工排班表確定後，提供給負責人以製作簽到單。
3. 準備志工會議的流程(Rundown)與教育訓練的PPT簡報，並安排講師。
4. 規劃服務台與兌換點所需的志工確切人數。

(六)、行政團隊：

1. 確認志工所需的名牌與手機等裝備的準備事宜。
2. **Grace**：負責發送下週二(9/22)的會議通知給理監事與業者。
3. 製作活動工作手冊(PPT)，並追蹤廠商「奇步」提供所需文案資料。
4. 規劃9月22日會議後一週的擴大會議，準日

八、下次會議時間

9月24日(三)下午7:30，理事長招待所，請與會人員準時出席。