

公部門行銷／學者：別玩老梗 「對準族群」才有效



以往政府部門宣導政令，總是正經八百或一板一眼，已無法讓民衆埋單，網路發達、資訊爆炸，要吸引民衆目光，宣導打入民衆心坎，學者認為最重要是「對準族群」，才能達到效果。

朝陽科大行銷與流通管理系主任陳文國表示，公部門以創新手法拍攝宣傳影片值得肯定，但這類型短片可能成功也可能失敗，例如動畫電影群眾以孩童、學生或親子為主，影片主題以八點檔鄉土劇手法可能無法對焦，甚至達不到應有的宣傳效益。

他建議宣傳時，應先思考「族群是誰？」「為什麼要拍這個？」「達到什麼樣的效果？」找對族群尤其重要，否則再好影片也無法引起共鳴。

弘光科大文化創意產業系副教授王靜儀建議，除了抓準訴求對象，題材也不可過於老梗，搭上流行熱潮與話題，內容夠新穎，才能吸引目光，衝高網路聲量。