

網路宣傳～產銷班宣傳網頁之製作

高雄區農業改良場 鄭文吉

※本文已於2001年11月發表於農業世界雜誌219期66-72頁※

前言

前幾期連載的內容大多以整體的觀念介紹為主，本期開始將陸續探討實務層面的問題，也就是透過網路進行農產品電子商務時，所可能需要面對的問題，以及可能的因應對策。然而，正如之前幾期連載中一再強調的，模式是死的，人的想法是活的，商機瞬息萬變，誰的腦筋夠靈活，誰就能贏。因此這邊介紹的大多只是一些基本的原則，真正的應用還是要靠各位腦袋中的點子才行。否則，這邊介紹的東西，大家都知道了，那也沒什麼特別了。

網際網路最大的特性，就在於它可以讓人們輕易的獲得世界各地的資訊，同時也可以輕易地將自己的資訊傳送到世界各地去。這種特性使得網際網路成爲一種新興的傳播媒體。因此本期要介紹的，就是網路行銷中最爲人所熟知的部分～網路宣傳。

架設網站之前

由於網際網路四通八達無遠弗屆，因此理論上所有架在網路上的企業網站都可以被全世界的使用者看到。由此推論，放在網站裡面的產品宣傳廣告，當然也可以打破時空限制，全年無休地對全世界使用者進行宣傳。因此，幾乎所有的公司行號，一談到資訊、網路，第一個想到的幾乎都是「先架個網站再說」。

這樣的想法其實也不能說有什麼錯，因爲就技術層面來說確實是這樣。不過，如果以爲只要架個網站擺在那裡，就可以讓全世界使用者看到，參觀人潮不斷，然後財源就會滾滾而來，那也未免太高估網路的威力了。各位不妨這麼想，假設現在我們在台北火車站的牆壁上放了一個大型廣告看板宣傳我們的農產品，由於每天進出台北火車站的人數以十萬計，這樣宣傳效果應該很好吧？理論上應該是這樣，所以要在那邊放廣告要花很多錢。然而大家自己回憶看看，我們進出火車站時看到多少個廣告看板，然而，你記得幾個廣告內容是在講什麼碗糕嗎？

我的意思當然不是說作廣告沒用、作網站也沒啥用處，而是希望大家在架網站前能夠先有個心理準備。宣傳網站當然要作，因爲這是貴公司(或者貴產銷

班)的門面，也是給那些沒法像瘋子一樣全省走透透的消費者認識貴公司的唯一途徑。因此有人說，未來可能根本沒有「網路公司」這個名詞，因為所有的公司通通都是網路公司了，連個網站都沒有的公司，可能會像現在連個招牌都沒有的商店一樣，根本沒有人知道有這家公司存在。

然而，網站不是做好放著就行了，還是必須經由其他的管道宣傳，把人潮吸引到你的網站來，這樣才能得到產品宣傳的效果。

因此網路宣傳大概可以分為兩部分，一個是架設一個產銷班宣傳網站，把所有相關的產品資料和宣傳廣告等等通通放在裡面，提供消費者認識你們的管道；另一方面則是進行主動宣傳，讓消費者知道世界上有你們這一群人，組成了某某產銷班、某某農產品生產合作社或者某某策略聯盟等等，然後有個關於你們的網站在什麼地方，至於詳細的內容就不需要(也沒辦法)寫得太多，有興趣的人自然就會到網站上去看，看了之後若覺得不錯，自然就會下單訂購了。

和現實生活中的商店相比，網路商店最大的特色是，在網路上，大家的網站看起來都一樣大(因為螢幕就是那麼大)；而且，不管公司的經營規模如何，在網路上大家都是同樣只有一個網站。例如7-11有超過2500家門市部，但在網路上也只有一個網站，而不會設了幾千個網站。因此在網路上，小規模小資本的小公司也能和大型企業平起平坐、相互競爭。這時，如果小公司能有創新的點子，往往便能打敗大企業的網站，在網路上取得競爭優勢。對於一向居於弱勢地位的農業生產者來說，特別是現在即將加入WTO，本土農業面臨外來農產品競爭的壓力，這些優點更顯得重要。

網站裡要放什麼東西？

網路宣傳廣告的目的既然只是要把人潮吸引到你的網站來，那麼內容就不用寫得太詳細，只要告訴人家網站在哪裡就好了。免得人家看得眼花撩亂，反而抓不到重點。真正詳盡的內容和聲光效果，就留著在網站裡面慢慢發揮好了。

至於網站的規模要作多大，裡面要放多少資料，就看你想玩多大而定了。大到可以獨立營運，進行線上訂貨線上付款的網路農產品電子商城；小到只有一個畫面，放些產銷班的產品簡介和聯絡電話等等，這樣也未嘗不能算是一個企業網站。其實，要架設一個真正能獨立營運的網路商店有點勞師動眾，一般個別的農友或產銷班實在不太適合來作這樣的大工程(有興趣的朋友，不妨翻回去參考這個系列報導之二~網路菜市場的基本架構)。這邊所提的「網站」，其實都只是介紹產銷班的宣傳網頁而已。

然而，不管你的產銷班宣傳網頁內容再簡單，至少也該包含下列幾項：

1. 產銷班班名：連個名稱都沒有，那還像話嗎？
2. 主要生產作物：這樣人家才知道你們在賣什麼。最好是能夠有產銷班自創的作物品牌，讓人一看就知道是貴班的產品，不會跑錯家。
3. 生產季節：這樣人家才知道什麼時候可以有東西買，不會白跑一趟。最好還能讓人家預約訂購，這樣也比較能預估採收量及銷售量，心理也會比較踏實

點，而消費者也能夠提早取得貨品。

4. 規格與售價：在網站上，人家看到的商品只有一張照片而已，因此這個照片和商品描述應該建立其權威性。例如你說天霸王級的蓮霧一顆就有半斤重，人家到時候收到的東西就應該是這樣子，而不能隨便送個次級品給人家。這就表示你賣的農產品必須經過嚴格的分級包裝程序，不同的等級區分有其客觀水準，這樣才能讓顧客能夠有足夠的信心憑照片下單採購。
5. 聯絡管道：當消費者逛了你的網站，如果對你的產品有興趣想要購買，這時網站應該提供各種能夠與你聯繫的管道，以應付各種可能的需求。例如在網站上放置電子信箱的超鏈結，消費者逛完後點選一下，就可以啟動寄信的功能，但如果貴班資訊化程度並不高，好幾天才上網一下，那人家寫來的電子信件根本不能馬上聯絡到你，那還不如不寫，免得造成反效果。
6. 其他相關資訊：除了上述幾項產銷班本身的基本資料外，網站最好還能提供一些與生產的作物相關的資訊，例如栽培管理的方法，烹調加工的方式等等。以免讓人家一進來，就只看到各種宣傳術語，說你們的東西有多漂亮，價錢有多便宜等等，到處都是錢錢錢，這樣對方下次大概也不太有興趣再來第二次了。

網站引用他人資料的注意事項

上面說的都是一些基本原則，要把網頁做到多複雜，還是得看本身的需求和願意投入的時間人力而定。不過，由於產銷班本身能夠製造的資訊可能不是很多，許多相關資訊通常得從各種報章雜誌、試驗研究報告或者其他網站取得，這時就得格外小心著作權的問題。

一般來說，如果資料來源是其他的網站，可以在我們的網頁裡做個超連結，讓使用者點選後出現那篇資料的網頁就行了，這樣可以減少許多打字的時間。如果是轉載書面資料，在打字製作網頁時就必須注意遣詞用句，事先聲明這篇文章的來源，可能的話，最好能事先連絡原作者取得對方的同意，這樣通常就比較沒有問題了。

下面列出幾種常見的錯誤網頁做法，希望大家如果要製作自己的網頁時，最好能加以避免，免得惹上不必要的麻煩：

1. 在網頁裡製作分割視窗，以超連結方式將其他網站的文章整合起來，然後出現在你的網站的小視窗裡面。這樣看起來雖然好看，卻會讓人產生錯覺，以為這些資料都是貴站自己製作的。最好能將別人的文章以獨立網頁的方式呈現，而不要放在自己網站的分割視窗裡面，這樣就比較沒有爭議了。
2. 直接將書面資料或別人網頁上的文章剪過來貼在自己的網頁，卻未標明資料來源，甚至連原作者的名字都消掉了。這樣會讓人產生錯覺，以為這篇文章是你寫的。如果原作者看到了，可能就有得吵了。因此要轉載別人的文章，至少也該聲明出處和作者，給人家尊重一下。
3. 更嚴重的狀況是，有些人不但剪貼別人的文章資料來製作網頁，還把原作者的名字消去，換上自己的名字。這樣的舉動根本不能以不小心、沒注意等等

藉口來搪塞，而是標準的剽竊行爲。只要原作者想告，十之八九都會輸得很慘，因此特別需要避免。

寫這些主要是想給有心自己製作產銷班宣傳網頁的朋友作個參考。或許有些產銷班的網頁是委託別人代爲設計的，但至少自己也該有基本的認識，免得被人家偷偷陷害了還不自知，日後出了問題就給自己負責了。

結語

以上介紹了幾個建置產銷班宣傳網頁時需要注意的事項，有了自己的網頁，等於是在網路世界中開了一個聯絡的窗口，讓全世界的使用者能夠透過這個網站知道有你們這個產銷班存在。

有了網站其實不表示就有商機了，萬一沒有人來看，作網站也沒有用。因此網路宣傳的下一步便是，如何透過網路將你的網站推銷出去，讓全世界的使用者知道有這個站存在，這樣才能吸引人家來看，作了網站也才有效果。這就是下期將要探討另一個重點～網路廣告，敬請期待。