

# 102 學年度教育部優質精進計畫

## Facebook 行銷實務

主講者：周茂楨 老師

服務單位：愛迪生開發事業有限公司

# Facebook 企業行銷實務 2013 年版

| 章 節   | 頁 次 |
|---|-----|
| <b>壹.最新粉絲專頁簡介及現階段企業問題</b>                   |     |
| 一、版面介紹                                      | 1   |
| 二、七個吸睛的地方                                   | 2   |
| 三、管理員界面                                     | 3   |
| 四、現階段企業問題                                   | 4   |
| 五、facebook 整合網站(或 Pchome,Yahoo 等商店及拍賣)的七大步驟 | 5   |
|   |     |
| <b>貳.粉絲專頁的設立與拓展</b>                         |     |
| 一、專頁設立：命名與開宗明義                              | 7   |
| 二、導入粉絲專頁的流程(企業如何做)                          | 9   |
| 三、粉絲拓展：該如何開拓質量好的粉絲？                         | 10  |
| 四、關係維護：該如何維繫粉絲忠實度？                          | 10  |
| 五、廣告投放：該如何評估 FB 廣告投放預算/效益？                  | 11  |
| 六、流程表                                       | 12  |
| 七、如何增加粉絲人數                                  | 13  |
|   |     |
| <b>參.FB 客戶關係行銷-感動+互動+行動</b>                 |     |
| 一.感動:例如:三行情書                                | 15  |
| 二.互動:例如:今天你最讚和 Threadless                   | 17  |
| 三.行動:直接讓客戶購物成交                              | 17  |
|   |     |
| <b>肆.粉絲專頁的進階應用</b>                          |     |
| 一、粉絲專頁應用程式設立                                | 17  |
| 二、把粉絲變會員客戶,讓你可以隨時和他連絡                       | 17  |
| 三、用 APP 在 facebook 上辦活動                     | 17  |
| 四、粉絲專頁經營案例分享                                | 18  |
|   |     |
| <b>伍.給學員及貴公司的建議</b>                         |     |
| 建議表   | 19  |
|   |     |
| <b>附件</b>                                   |     |
| 亞馬遜的經營之道                                    | 21  |
| 粉絲專頁和粉絲數的統計                                 | 24  |
| Facebook 最新社群外掛元件 (Social Plugins) 完整介紹     | 25  |
|   |     |

# 壹.facebook 粉絲專頁簡介及現階段企業問題

## 一、版面介紹:[以MOMA服飾來看](#)

文字說明部份[請參考](#)

不要和個人頁的朋友和[社團](#)搞混

兩個注意事項：

### 1、粉絲專頁類別：

1) 官方粉絲專頁：您必須是該品牌、人物、商標或公司的代表人（或經授權）

| 類別         | 基本資料    | 詳細資料               |
|------------|---------|--------------------|
| 地方性商家、企業   | 地址、營業時間 | 網址、停車資訊、公共運輸       |
| 品牌、產品或機構   | 成立時間    | 網址、公司概覽、使命、產品      |
| 藝人、樂團或公眾人物 | 地點、聯絡電話 | 網址、個人資訊、傳記、電子郵件... |

### 2) 個人專頁和粉絲專頁的差異比較

| 個人檔案頁 ( Profile Page ) | 粉絲專頁 ( Fans Page ) |
|------------------------|--------------------|
| 一般帳號                   | 特許帳號               |
| 朋友 (雙方認可)              | 粉絲 (單方加入)          |

|  |   |
|--|---|
| 個人管理<br>( 加入帳號上限 5000 )  | 1 位主管理員<br>( 粉絲數無限制 )   |
| 無數據分析  | 提供精準行銷數據分析  |
| 除了「相片、影片、轉貼連結、網誌、活動」等內建功能及分頁外, 使用者可依需求外掛(遊戲、 社交...)應用程式 以擴充社交功能。 | 除了「相片、影片、轉貼連結、網誌、討論區、活動」等內建功能及分頁外, 管理者可依需求外掛 (FMBL、 工具...) 應用程式以擴充行銷功能。 |
| 個人檔案名片貼<br>相簿名片貼<br>粉絲名片貼  | 分享按鍵<br>粉絲視窗<br>粉絲專頁名片貼   |
| 網址自訂名稱   | 網址自訂名稱<br>(須達 25 粉絲)  |
| 聊天室、站內訊息 (收件匣)   | 站內訊息 (專頁更新通知) - 通知粉絲  |
|  |   |

詳細內容請參閱:<https://www.facebook.com/help/>

## 二.七個吸睛的地方



人事經理俱樂部  
已在 Facebook 上註冊。

要和人事經理俱樂部聯繫，現在就馬上註冊 Facebook 吧。

[免費註冊](#) [登入](#)

公司為你報名參加愛進生  
舉辦的訓練課程，未  
助有趣又有效果。  
待參加哦！

人事經理俱樂部  
4,090 人說讚 · 8 人正在討論這專頁

產品/服務  
主要是提供企業界的人事經理門及上班族和求職者相互  
討論的地方,討論如何找工作,如何選人才,如何訓練人  
才,如何生涯規劃及如何經營事業及人生的地方。

關於

相片

網誌 254

樂在學習

樂在購物網

PayPal

8

焦點動態

人事經理俱樂部  
13分鐘前

facebook.com/photo.php?fbid=712598392089889&set=...

### 三.管理員界面

#### 管理員介面

編輯專頁 ▾ 建立粉絲團 ▾ 使用說明 ▾ 隱藏

| 貼文 · 通知 <span>1</span>   |       |  |          | 訊息 <span>1</span> <a href="#">顯示全部</a>   |  |
|--|-------|--|----------|--|--|
| 留言   | 總觸及率? | 付費觸及率?   | 推薦?      |  |  |
| 經典的談判影片  | 304   | --   | 加強推廣貼文 ▾ | 張偉俊 (2)<br>@ http://www.facebook.com/LifeR...  |  |
| 人事經理俱樂部更新了封面相片。  | 5     | --   | 加強推廣貼文 ▾ | 張玉玲<br>Hi, 好久不見,看到你的地址: 地點 士...  |  |
| 尋找網站設計夥伴乙名: 為什麼叫我...   | 1,120 | --   | 加強推廣貼文 ▾ | 游廷輝<br>@ 您好: 我是游廷輝服務於采風...   |  |
| 業務代表的客戶通路開拓  | 196   | --   | 加強推廣貼文 ▾ | 黃才昱<br>請告知最近有空時間? 兩個時段 企業...   |  |
| 業務文化   | 210   | --   | 加強推廣貼文 ▾ |  |  |
| <b>贏得更多「讚」</b> <a href="#">查看讚動態</a>   |       | <b>洞察報告</b> <a href="#">顯示全部</a>                                     |          | <b>邀請朋友們</b> <a href="#">顯示全部</a>  |  |
| 建立廣告，讓更多人對你的粉絲專頁說讚。<br><b>人事經理俱樂部</b><br>4,089 個人覺得這...<br>產品/服務<br>贊助<br><a href="#">宣傳粉絲專頁</a> |       | 觸及人數: 看過你貼文的人<br><b>1,118</b><br>▲4,200.0% 從前一週<br>快來試用全新的粉絲專頁洞察報告 > |          | Chris Changa <a href="#">邀請</a> ✕<br>Judy Chou <a href="#">邀請</a> ✕<br>Cherry Wu <a href="#">邀請</a> ✕<br>Hwei-ing Kuo <a href="#">邀請</a> ✕ |  |

## 四.現階段企業問題

### 1.基礎不穩:操作的人連 html 的基本概念都沒有

html語法簡介,請直接參考

<http://www.powmo.com>

其中最重要的語法是 **iframe**

**iframe** 是一種把外部網頁嵌入自己網頁的一種語法

語法如下:

```
<iframe src=" 網 站 網 址 " width="780" height="30" marginwidth="0"
marginheight="0" scrolling="no" frameborder="0" align="center"></iframe>
```

<iframe>標記說明

src="sample.htm" iframe 指向的網頁位置

width="450"height="200" iframe 的寬和高

scrolling="yes" 有沒有捲軸(yes 或 no)

align="center" 對齊方式

frameborder="0" 有沒有邊框,預設為有

例如:**youtube** 的影片,**Google** 的地圖及 **facebook** 自己的 **Social Plugin**

### 2.太多的雜訊,使得網路行銷失焦

您真的認為網路上一些人寫的文章教你如何做便真的能讓你的生意更好嗎?  
這很像股市中的擦鞋童理論,太多人談的東西,大概便沒什麼價值了!

### 3.不了解主機空間及域名等基本原理解

**facebook** 專頁和網站及主機空間的配合

什麼是網域名稱及主機空間,又要如何申請(用電腦展示)

推薦<http://www.bluehost.com>

步驟一.註冊你的粉絲專頁

步驟二.練習google docs 的線上資料庫(問卷調查作法)

步驟三.練習google sites的簡易網站建置

注意 所有的超連結要用選擇另開視窗

步驟四. [https://apps.facebook.com/static\\_html\\_plus/](https://apps.facebook.com/static_html_plus/)

步驟五.將步驟二和三的問卷和任何網頁填進去fb的分頁

```
<iframe src="https://docs.google.com/spreadsheet/embeddedform?formkey=dDJub2VmcGh1aZpSDRjMFIGVS05QXc6MA" width="760" height="764" frameborder="0" marginheight="0" marginwidth="0">載入中...</iframe>
```

紅色部份要改為你自己的...

```
<iframe src="https://sites.google.com/site/actcenter168/" width="760" height="1340" frameborder="0" marginheight="0" marginwidth="0">載入中...</iframe>
```

紅色部份要改為你自己的...

下面兩個步驟供進階者研究,可省略

步驟六. <http://www.facebook.com/pages/create.php>

步驟七. 應用程式加入粉絲專頁

```
https://www.facebook.com/dialog/pagetab?app_id=228732710523298&display=popup&next=http://www.facebook.com/
```

注意要把上面的 id 改成你自己的 應用程式 id

## 貳.粉絲專頁的設立與拓展

### 開宗明義

可以直接商業化嗎(直接在 facebook 上成交)? Yes, you can.

很多專家說社交網站要先交朋友再賣東西…，這點我們非常不贊同，因為那就回到所有網路業者的老路，**先燒錢作夢，不管績效**。

開宗名義的明示這是提供資訊交流及做生意的地方，不要變成慈善性、公益性、或不好意思賺錢的粉絲專頁，否則會賺不到錢。(黑人事件翻版)

似是而非的見解或未切實際的範例

坊間有許多 facebook 技巧班、程式班、行銷班等等，大多談到 facebook 的程式面及粗淺的行銷技術，及粉絲數量、網站流量等，沒人指出企業應用的真實面：成交數。

他們大多舉大企業的例子：例如星巴克、漢堡王等世界級企業，或航空公司的一元機票等例子，那些到底是 facebook 幫了這些企業，還是這些企業幫了 facebook，很難定論。

又或舉一堆名人例子,如歐巴馬,蘇貞昌…，但這些也是花了很多財力及人力的”例子”；

要不就是一些只有流量，完全沒有成交量的所謂人氣粉絲專頁，例如：反 xxx 粉絲團、安全是回家唯一的路…等等

原因總結分析：便是這些行銷公司或作者基本上，都是未接受真正的商業訓練，及企業經營實務，他們很年輕，所以可以玩出很多網路上的新東西，但忽略了商場最重要的原則…真實的成交、真正的營收 \$\$\$。

### 粉絲專頁垃圾信化

這是值得注意一個現象，為什麼呢？當年 Email 行銷也是紅透半邊天，但最後反而變成垃圾信的代名詞，以台灣為例，當只有 2300 萬人時，email 帳戶卻有 1 億個，這廣告要如何做？或者我們可以預見到台灣的實體企業，以經濟部登記的約有 70 萬家，而粉絲專頁若到達數百萬頁時，要如何有競爭力而不被淹沒呢？

## 專頁名稱命名：

- 1) 考量重點：
  - 命名要聯想到 XXXX 說「OOOOOOOOOO」真讚
  - 方便關鍵字搜尋
  - 可激起認同感和注意力
  - 別掛羊頭賣狗肉
  - 品牌和議題內容做結合注意：不會把市場拱起來後，結果自己賺不到錢
- 2) 方式：主題性名稱 vs. 公司名稱  
舉例：林志玲粉絲團 vs 凱渥名模粉絲團  
攝影迷分享粉絲團 vs 新娘攝影公司粉絲團  
人事經理俱樂部 vs 愛迪生開發事業有限公司  
愛·旅遊 vs 雄獅+桂冠+可樂+燦星+東南+東森
- 3) 考慮重點與粉絲的親和性，接觸更多族群
- 4) 建議：主題性名稱 > 公司性名稱(補強：可在資料欄註明公司資料)經營粉絲專頁不要給太多訊息，在行銷上，就只介紹一個議題、一個專案內容，就這個內容去經營，才有辦法找到你要對話的人。先有主軸吸引網友進來後，再來經營品牌。

## 導入粉絲專頁的流程(企業如何做)

### 案前規劃

#### 確立專頁目的

形象式宣傳－提高知名度

產品是半成品，面對製造商(B to B) 或是 法令不允許直接銷售產品，可做形象廣告式的專頁

促銷式宣傳－拉抬產品及經銷商

產品是直接或間接面對消費者(B to C)的行業，可以做 facebook 網路行銷

### 市場調查

找出同業在 fb 上的粉絲專頁，看人家如何做

參考大公司(7-11)或知名之粉絲專頁

分析出本身公司的優劣勢

### 做出分析及建議表

選定主持人

美女牌絕對有用，若再加上學歷及專業或知性，那是超級吸票機。專業性行業則訴諸專業了。

設定目標：以年為單年，設定粉絲數量目標

例如：消費性產品(B to C)：要有 50,000 個 / 年.

地方性服務業(診所)：5,000 個 / 年.

服務業+通路( )：10,000 個 / 年.

當然，前 3 個月可做測試，檢討目標及方向。

擬定產品訴求

依各公司產品定位，建議也是要有主軸(focus)，勝於散亂主題。

### 擬訂行銷計畫及編列預算

先不做大量花錢的廣告

要有成效評估，不能趕流行，讓數據說話

專頁經營

表現型態：多媒體 + 自己寫的文章 + 轉貼文案

每天以不超過 2 則為原則

大眾化及專業化的平衡(軟性及硬性)

建議多用「益智類問答」

增加粉絲

facebook 上可每天定量加朋友，再由朋友變粉絲

更精緻的作法是加朋友的朋友

由同質性的粉絲網加朋友或部落格中挖準客戶

從活動 + 日常的銷售留粉絲資料(一定要填寫 email)

有了粉絲後的促銷

直接以活動發佈 + 訊息通知 + Email 行銷

互通有無，禮尚往來

結合實際的人際互動及持續深耕。(這點最重要)

一旦成交成為客戶，未來會延伸可能整個家族朋友，所以要持續深耕。

成效檢討

**有效度測定：**

要有測量成效的標準,而最重要的標準便是把現金回收.雖然俗氣,卻是王道.

**粉絲拓展：該如何開拓質量好的粉絲？**

族群鎖定

有購買力的粉絲

興趣相投的粉絲

**關係維護：該如何維繫粉絲忠實度？**

和粉絲相關的事

讚美粉絲

有趣和幽默

即時性服務

有效的客訴處理

## 廣告投放：該如何評估 **FB** 廣告投放預算/效益？

### 1.最基本的 fb 內建功能

編輯專頁 ▾ 建立粉絲團 ▾ 使用說明 ▾

2.在初期成立粉絲專頁時,建議花費 10000 元廣告預算,使用**FB**的廣告投放,先讓粉絲專頁先衝出 1000 名左右粉絲的量,才不會讓粉絲專頁看起來太難

看.請參考:

<http://rebuzz.tw/2013/04/facebook-outbound-marketing-advertise-guideline.html>

### 3.但之後便建議使用自力型廣告:

如:邀請真實世界中業務往來的朋友及客戶

搭配 **Email** 行銷

搭配打卡活動

搭配實體行銷活動

## Facebook 企業行銷工作流程表

| 大項               | 細項                       | 考慮重點  | 執行結果及檢核   |
|------------------|--------------------------|---|-----------|
| 案<br>前<br>規<br>劃 | 1. 確立專頁目的                | 1) 形象式宣傳<br>2) 促銷式宣傳  |           |
|                  | 2. 市場調查                  | 1) 同業 fb 粉絲專頁、<br>2) 同業在 blog 及其他網路上行銷方式<br>3) 參考大公司(7-11)或知名之粉絲專頁<br>4) 本身公司的優劣勢分析<br>5) 分析及建議表                |           |
|                  | 3. 選定主持人                 | 美女牌+學歷+專業或知性=超級吸票機<br>要有社會經驗,PM 經理很適合或專職的人員   |           |
|                  | 4. 設定目標                  | 1)多少月內 粉絲人數達 人<br>2)實際成交數：  |           |
|                  | 5.擬定產品訴求                 | 1) 產品定位：<br>2) 行銷主軸(focus)  |           |
|                  | 6.擬定行銷計劃                 | 請自行擬定   | 要有測量成效的標準 |
|                  | 7.編列行銷預算                 | 製定預算表   |           |
| 執<br>行<br>作<br>業 | 1. 專頁經營                  | 設定 Post 文章頻率及使用媒體.<br>文章是一定要每週 1 篇以上  |           |
|                  | 2.檢視反應情形<br>(填寫至一張日報表便可) | 1. 設計一張週報表,記錄 post 文主題,<br>反應情形(分讚及回應,正面及反面情形 )<br><br>2. 記錄使用媒體及粉絲增長及減少量<br><br>3.記錄活動或其他促銷活動的真實反應,最重要的是下訂及成交. |           |
|                  | 3.定期備份                   | 1. 購物車及會員的頁面一定要獨立出來   |           |

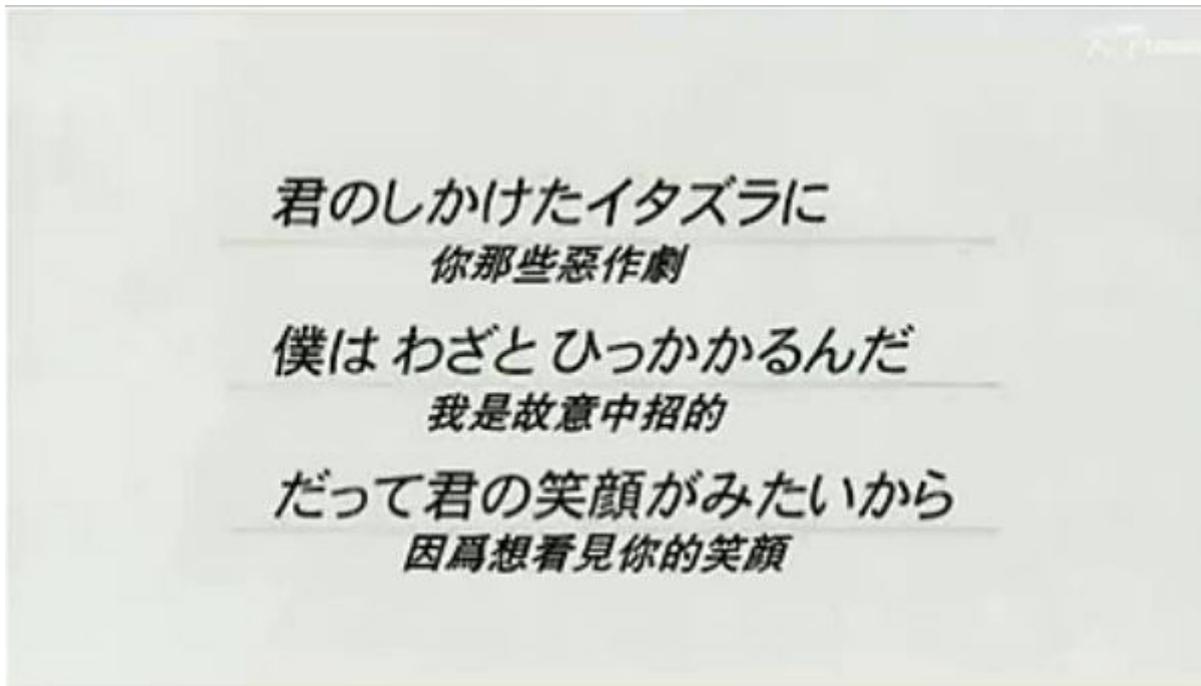
## 如何增加粉絲人數

| 時期   | 具體作法   |
|------|--|
| 草創時期 | <p>可設定在 <b>0 到 3000 名</b> 粉絲時的作法</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 採用親朋好友邀請法           <ul style="list-style-type: none"> <li>.每天寄送一定的 <b>email</b> 邀請,請親朋好友加入你的粉絲團</li> <li>.有會員的寄給會員.</li> <li>.每天點 <b>facebook</b> 推介的新朋友,邀請他們為朋友,再一週後請這些新朋友轉當粉絲.</li> </ul> </li> <li>2.採用資料庫法           <p>這是採用以往的 <b>email</b> 行銷,請 <b>email</b> 公司為你代發目標客群.</p> </li> </ol>   |
| 促銷時期 | <p>設定在 <b>3001 到 10,000 名</b> 粉絲時的作法</p> <p>又可分為廣告及活動 其中廣告要花非常大的預算,在此先不討論.</p> <p><b>活動: 準則 3G: Game.Girls,Gift</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.其中 <b>Game</b>:若採用自製方式也要投入許多製作及研發經費,所以可考慮用混合法.就是採用現成的活動應用程式,加上外包裝(<b>EDM</b> 設計),例如 <b>711OPEN</b> 的”小天使活動”.或製作了一張精美的 <b>EDM</b>,圖文並茂的講一些心得、故事或文案,最後用一個按鈕超連結到免費的投票程式.</li> <li>2.<b>Girls</b>:不要懷疑,正妹或美麗的熟女,遠勝過講道理的專家.如果又兼具知性的美女,那真是要讓她來帶專頁了.</li> <li>3.<b>Gift</b>:就是優惠活動啦</li> </ol> |

|                |   |
|----------------|---|
| 促銷<br>時期       | <p><b>活動的心法</b></p> <p><b>心法一：送試用品不如送正貨！</b><br/>     根據統計，網路行銷活動送試用品顧客的回購率大約在三到四成，但是如果今天把贈品改送與市面販售產品相同的正貨，回購率至少可以拉升到七成至八成。重點就在於，<b>Gift</b> 的應用就是要贈送能夠有效提昇標的物有直接關係的贈品。</p> <p><b>心法二：讓客戶回到真實的銷售點(店頭)</b><br/>     理由類同心法一。</p> <p><b>心法三：創造真正的品牌支持者,送企業自有的產品或服務</b><br/>     買 xxx 送 wii, 買 yyy 或 小摺, 難怪你永遠是 xxx, yyy 了。</p> <p><b>心法四：創造稀少珍貴性</b><br/>     便宜沒好貨,送的太隨便反而會有反效果</p> <p><b>心法五：激起輸贏的比賽</b><br/>     如星光大道,各種排行榜和電玩遊戲中的積分排名都是例子<br/>     還有更簡單的搶頭香活動.早點名活動.</p> <p><b>使用工具:免費的國人自製 Hot deals.</b></p> |
| 自動<br>增生<br>時期 | <p><b>當粉絲超過 10,000 名以上時,只要維持一定的活動,話題,甚至只靠寫文章,也每天會有相當數量的粉絲自動增生,到此時,您的 facebook 行銷,才算苦盡甘來,可以享受甜美的果實.</b></p> <p>例如:侯文詠.,吳念真,背包客棧等.</p>  |

## 參.FB 客戶關係行銷與銷售商機

一.感動:例如:三行情書



二、互動:例如:今天你最讚和 Threadless

三.行動:直接讓客戶購物成交

# 肆. 粉絲專頁的進階應用

## 一、粉絲專頁應用程式設立

要先分清楚建立粉絲專頁和建立應用程式的不同



建立應用程式

<http://www.facebook.com/pages/create.php>

## 二. 把粉絲變會員客戶, 讓你可以隨時和他連絡

### 1. 一般的程式設定



再來請看電腦操作.....

### 2. 應用程式加入粉絲專頁

[https://www.facebook.com/dialog/pagetab?app\\_id=228732710523298&display=popup&next=http://www.facebook.com/](https://www.facebook.com/dialog/pagetab?app_id=228732710523298&display=popup&next=http://www.facebook.com/)

注意要把上面的 **id** 改成你自己的 應用程式 **id**

3.請粉絲填會員表

### 三.搭配企業行銷活動及購物車

#### 企業行銷活動:

當然要有宣傳工具:edm,會員報或facebook上[付費的活動程式](#)及塗鴉牆都可以

#### 購物車

1.請將您在 Pchome、Yahoo、樂天、郵政商城或公司自建網站的網頁中那一格一格的商品 選貼複製到 **Google Sites** 上

把 **Google sites** 的寬度做成 寬 770 px,高 1500px 以內

2.因為您需要有一個 具有 **https** 加密功能的網站,才能正常顯現在 **facebook** 的 **tab** 上.所以請寫 **email** 給老師,告訴我你的 **google sites** 網址,老師會回信給你.告訴你如何設定.

老師的 **email** : [jameschou168@yahoo.com.tw](mailto:jameschou168@yahoo.com.tw)

#### 用 **APP** 在 **facebook** 上辦活動

基本上都是要付費的,因為程式難寫的互動程式,若要請人寫,動輒數十數百萬,所以選擇提供 **facebook** 互動及可辦活動的平台,是一良好選擇.

推薦: [www.woobox.com](http://www.woobox.com)

#### 四、粉絲經營案例分享

| 公司名稱                          | 產品及服務   | 一年內<br>粉絲數<br>量 | 粉絲專頁行銷策略  |
|-------------------------------|---|-----------------|---|
| <a href="#">MOMA服飾</a>        | <b>MOMA SQUARE</b> 成立於時尚人文彙集的信義區，提供輕鬆舒適的生活空間。2011 全省超過 50 家門市並於南京東路精華地段打造 <b>MOMA Women Palace</b> 女性專屬時尚空間，同年更以人文、閱讀為主題，重新開幕了 <b>MOMA</b> 復南店。 |                 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.大量美圖</li> <li>2.活動</li> <li>3.優惠</li> </ol>  |
| <a href="#">金車股份有限公司</a>      | Kavalan wiskey  |                 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 目前素材非常多,花費也非常多,很好發揮<br/>目標客戶:所有成年人</li> <li>2. 因法令關係,無法寄 edm</li> </ol>   |
| <a href="#">大老巷護康科技股份有限公司</a> | 專業生產 <b>電腦溫水洗淨馬桶座</b> ，為國人創立第一個屬於台灣的品牌，於是將 <b>Electronic</b> (電子的)和 <b>Loo</b> (廁所)兩個單字結合，吸收了台灣科技、產品理念及時尚美學， <b>E-LOO</b> 便誕生了。                 |                 | <p>因為這產品非常獨特,直接強攻消費者.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2.產品可直接在 <b>facebook</b> 上成交.</li> <li>3.以搜尋技術找出正在各室內裝潢網及居家佈置網的網友</li> <li>4.搭配每月 30 萬份 edm,比美 <b>ikea</b> 的巨量.</li> <li>5.與各室內 <b>fb</b> 及裝修網互貼.</li> </ol> |
| <a href="#">Threadless</a>    | 一個很棒的 T SHIRT 網站  |                 | 以創新的商業模式,建立本小利多的大企業   |
| <a href="#">Red Bull</a>      | 35,285,856 人說讚 · 303,119 人正在討論這專頁   |                 | 很多創意元素可參考   |

## 伍.給學員及貴公司的建議

### 1. 跟其他粉絲專頁作朋友

單打獨鬥的成效一定不如群策群力來得好；換句換說，如果能夠與其他 Facebook 粉絲專頁合縱連橫的話，效益會更上層樓。你可以透過分享其他（友好的）粉絲專頁的優質內容，吸引他的讀者群過來點讚，擴大你的粉絲專頁讀者群。

### 2. 分享原創內容

持續且穩定提供優質原創內容是讓粉絲專頁持續活躍的不二法門，當粉絲分享貼文的同時，你的粉絲專頁就會跟著被散播出去。新增相片貼文則是增加內容最有效的方法，不管是手機照片、網路照片，切記符合著作權（創用 CC）就萬無一失。

### 3. 在貼文標籤上你的粉絲專頁

在貼文或留言時多替你的粉絲專頁標上標籤，可以增加曝光與傳播的速度。輸入 "@粉絲專頁名稱"，就會跳出下拉選單，選擇你的粉絲專頁就可完成標籤。

### 4. 在你的個人檔案加入粉絲專頁連結

用戶在編輯個人動態時報 "關於" 的 "學歷與工作經歷" 中，設定粉絲專頁作為你的個人資料，而非地標頁或其他社群專頁，也是增加粉絲專頁曝光的管道之一。（到右上方的[編輯專頁]，執行[更新個人資料]，在右側[基本資料]裡就能看到粉絲專頁的短網址）

### 5. 在 E-mail 簽名檔加入你的粉絲專頁連結->馬上辦

日理萬機的你收發的 E-mail 一定不計其數，如果能夠在 E-mail 簽名檔上加入粉絲專頁的連結，也可以讓你的客戶從 E-mail 連到你粉絲專頁，這也是一個提昇粉絲專頁曝光的良方。

### 6. 多在朋友的 Facebook 動態時報留言->這個要依賴程式

粉絲專頁與粉絲的朋友之間的關係，是需要多多維護與經營的，因此對他們的留言互動也是很重要的，互動頻率夠高，能提昇專頁內容在粉絲動態消息（俗稱塗鴉牆）的出現頻率。

### 7. 透過 Facebook 應用程式來舉辦活動->這個有現成程式

如果行銷預算充足，你還可以選擇透過 Facebook 的應用程式來進行贈獎或競賽活動，如此一來除了能夠提高產品的知名度外，也能再次吸引尚未點讚的人加入。

### 8. 在你名片加上 QR Code->這個值得學習

在名片上放上 Facebook 粉絲專頁網址的 QR Code，能夠透過手機掃描連直接連結到粉絲專頁，也能夠提高用戶按讚的機率。

### 9. 刊登 Facebook 廣告->由貴公司自行決定

Facebook 刊登廣告的型態與設定相當彈性，你可以自行決定廣告投遞的對象、時程、預算等，是讓你的粉絲專頁人數成長最有效而直接的方式，切記要明確知道廣告投遞對象（也就是粉絲的屬性），才能將預算花在刀口上。

### 10. 在外部網站中加入 Facebook 讚方塊->馬上辦

如果你有網站的話，可以把 Facebook 提供的讚方塊原始碼嵌入你自己的網站上，網友造訪網站時就能直接替你的 Facebook 粉絲專頁點讚。

### 11. [加入打卡功能](#)->馬上辦

### 12. 加入購物車程式->請貴公司 MIS 和老師連絡

## 附件 1：亞馬遜的經營之道

### 1.完善的管理

網上交易的管理，更準確地說是為顧客完成網絡空間與現實市場的雙重管理——創造性地將內容、場景和基礎設施結合起來。亞馬遜的戰略是：掌握更多的關於客戶的數據，從而給每個客戶提供一個獨特而又無法抗拒的選擇。恰如 Forrester 研究公司分析家布萊特·戴克瑪所說：通過建立一個龐大的信息帝國，亞馬遜正在全方位地包圍顧客。

### 2.對顧客負責

亞馬遜成功的另一個秘訣是“負責任”。亞馬遜知道責任心是讓網上購物者感到放心的關鍵。吸引客戶訂貨的秘訣就是讓他們感覺到你確實在那裡關注著一切，網上購物不會讓他們失望。這正是亞馬遜做得最好的地方，也是亞馬遜的成功之處。網上購物與到商店買東西不一樣，顧客看不到商品，也無法與任何人交流，所能做到的僅僅是向 Cyber 空間發一訂單，然後懷著美好的願望等待。或許在第二天就收到了貨物，但也可能在一周後收到一封 e-mail，說貨物已售完。

### 3.快速行動

亞馬遜上網經營比其他競爭者要早，它的優勢不僅在於建立一個顧客資料庫，而且在於學會如何在網上銷售。當別的競爭者剛踩油門準備進入時，亞馬遜已經進入加速狀態。

### 4.依靠科技

亞馬遜將書店定位為高科技產業，而不是流通業。傳統書店靠的是門市的店員，但在亞馬遜最多的卻是軟件工程師，是技術的不斷創新。這就是為什麼美國在短短幾年當中雖然冒出 1000 家網絡書店，甚至傳統書店的領先業者跨足網上交易，而亞馬遜仍處於領先地位的原因。亞馬遜的成功有一半歸功於科技，亞馬遜首席執行官貝索斯早就洞悉商業價值與科技的必然關係。貝索斯說：“網絡商業將是極度重要的。對許多垂直性產業（像書籍銷售），重要性更是很快就會到來。網站的確可以在許多產業增加商業價值，而之前科技必須盡量成熟。”正如專家所言：未來對所有零售業者的挑戰，就是去決定科技與自己所從事的零售行業的相關程度。

### 5.快速的搜索

亞馬遜使用快速的 64 位 500M 內存的 Alpha 服務器和一流的 Internet 鏈接。亞馬遜的站點功能極為便利與快速。一個普通的產品介紹的頁面大約 38K，可以用一個普通的 Modem 在 13 秒內下載下來。這樣為顧客上網提供了很大的方便。除了搜尋選項之外，顧客也可以同時瀏覽 23 種不同的主題，節省了上網的時間，增加搜索的速度。使網絡書店雖然沒有傳統書店的臨場感，但貨比三家的機會卻更為容易。

### 6.詳盡的貨物清單

到亞馬遜購物，顧客知道自己可以找到任何書。一個詳盡的清單有兩個好處，首先，它表明網站經營者是認真的，更重要的是，顧客首先發現了他所需要的商品，大多數人會當場下訂單。

### 7.明確的承諾

在產品的介紹說明上，亞馬遜都告訴你是否有現貨及何時能送到家。這樣明確的承諾讓顧客感到網上購物確實可行。沒有什麼比在每頁上都寫著“有現貨，24 小時內送到”更能吸引顧客了。當然，最好要說實

話，對顧客負責，如果做不到，至少說明哪些有現貨，哪些暫時缺貨。

## 8.清爽變化的主頁

亞馬遜的主頁是整潔而且專業化的。主頁上也有圖片，但不是太多也不太大，你不會在亞馬遜站點看到花裡胡哨的動畫，他們並不想用 HTML 技術給你留下印象。亞馬遜的主頁每天都有一些變化，並不是為了展示更多的產品，而是為了表明他們對新動向的關注。改變每天的推薦物，使站點有所變化。一個每天都有變化的站點當然是一個精心管理的站點。

## 9.E-Mail 的快速處理

亞馬遜對收到的 E-Mail 反應很快，你可以親自給它發一個試試。亞馬遜在收到顧客訂單後立即給他發 E-Mail 確認，在寄出客戶所訂物品後，再發一個 E-Mail，並附帶物品的記錄號。顧客喜歡這種方式，因為這樣做消除了網上購物的不確定性。顧客用反應時間來評價網站的競爭力。如果 30 分鐘內回復，給顧客的印象很深；一天後回復，不會給顧客留下什麼印象；如果一周後才回復，將失去一個顧客。

## 10.特殊的服務

電子商務並沒有客戶服務的終結，在網絡空間，彬彬有禮的服務也許比以往在商業主街上更重要，良好的顧客服務是擴大網上銷售量的關鍵，亞馬遜提供多種特殊服務。廣告可能會讓人們來訪問你的站點，但良好的聲譽才讓人們買東西。一點就通的設計，任何人在亞馬遜網絡書店只要買過一次商品，亞馬遜就會記住購物者的相關資料，下回再購買時，只消用鼠標點一下欲購之物，網絡系統就會幫你完成之後的手續，其中包括消費者的收件資料，甚至刷卡付費也可由網絡系統代勞。

一九九九年底，亞馬遜開始販售玩具。當時有些顧客反應，因為亞馬遜以玩具原盒寄送，小孩在耶誕節前就知道耶誕禮物是什麼，收到禮物時沒有驚喜，減少很多樂趣。

對於這樣的抱怨，亞馬遜原本可以單純地在顧客購買禮物時，告知他們玩具會以原盒運送，希望父母自己能多加注意。就像到玩具店買禮物一樣，家長必須自己設法不讓小孩看見禮物。但是，亞馬遜做得更多。在接獲抱怨後，亞馬遜便購買了大批成本不高、堅固耐用的塑膠袋材質，替顧客包裝他們的耶誕禮物後，才寄送出門，當季便迅速解決了部份顧客所提出的問題，並且降低其他顧客連絡亞馬遜，重複抱怨相同的情形。主動出擊的客服，不只提高顧客的滿意度，更成為企業的競爭優勢。

## 11.實惠的價格

在亞馬遜幾乎所有的書店都打折，亞馬遜曾經自稱是舉世最大的折扣者，有高達 30 萬種以上的書目可以進行購買折扣優惠。的確，少了中間商抽成剝削，促使亞馬遜銷售的書籍或其他商品，有著較為平實的價格。當然也有另外少數的幾家書店價格更便宜，但差價很小。最便宜並不是最重要的，重要的是讓顧客感到無需考慮價格，因為顧客知道，在這兒找到一本書，不可能在別的地方找到便宜很多的同樣一本。所以顧客甚至不願再去別處找，讓顧客知道他們無需光顧別的站點。亞馬遜書店已經有超過 40 件以上的商品，包括書籍、音樂、唱片和視盤，可以省下高達 40% 的售價。提供實惠的商品是亞馬遜的堅定信念，貝索斯曾表示：“拒絕提供折扣優惠是一項極大的錯誤。大部分網絡企業失敗的原因，都在於錯估了價值的定理。”媒體問過貝索斯：一家公司如何在網絡上攫取最大的市場？貝索斯回答：“在網絡上‘價格’必須要有競爭力。值得慶幸的是，網絡商業相較於傳統商業來說是屬於規模化商業，重要的特征是高額的固定成本以及低度的可變成本。”以實惠的價格建立競爭力，並回饋顧客，始終是亞馬遜的重要經營策略。

## 12.快速的送貨

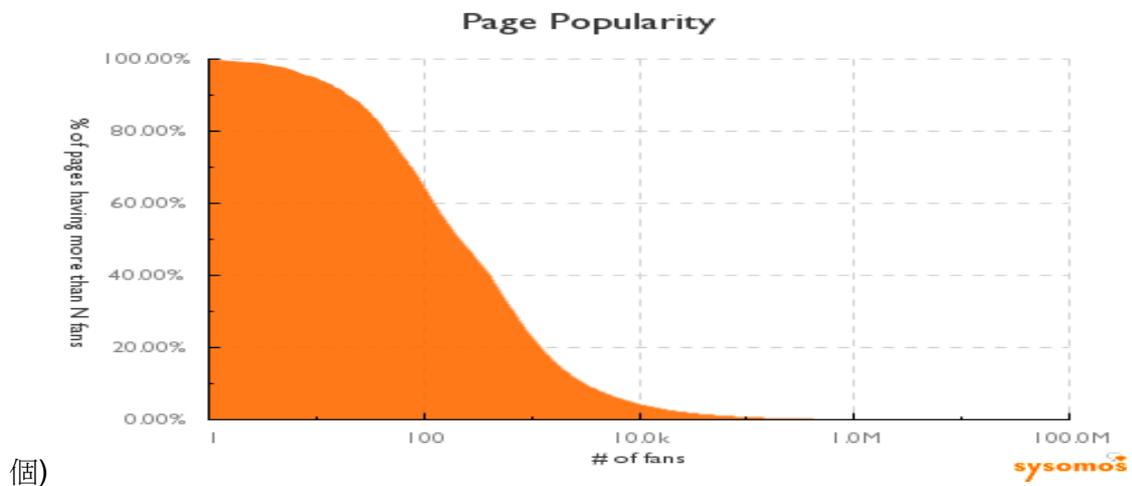
亞馬遜快速的送貨時間，是其受好評的重要原因。亞馬遜書店對於訂貨到達的時間有一恆等式：所需的送貨時間=找到訂貨商品+裝運時間。

人們認為網絡經濟是泡沫經濟，適當的泡沫能夠刺激經濟增長，而這種泡沫應當不斷地被實際的增長所充盈，否則就會破滅。一個行業發展的起飛階段真正重要的不是盈利，而是增長速度和市場份額，在行業的早期增長過程中，保持高速增長和佔有市場領先份額具有極為重要的戰略優勢，每個企業都有可能成長為未來的巨人，無法、也沒有必要區分誰是將來的輸家。《時代》周刊主編沃爾特認為：“亞馬遜沒有利潤以及整個公司或許是個大泡沫本身也成了網絡致富故事的一部分，亞馬遜首席執行官貝索斯是那些數以萬計的公司名稱後面‘帶點的’、沒有賺錢卻有很高市值的網絡公司的象征。”相信未來，相信自己的未來觀會被證明是正確的——這是貝索斯堅定的信念。他認為世界上有些事情要以“亞馬遜方式”來解決，也就是要有長遠眼光。“人們滿懷激情地相信互聯網和電子商務的未來，因此他們也多多少少是帶著這種信仰來投資的。我們確信，一味專注於短期的利潤。肯定是一個大錯誤，我們當然必須關注長期的利潤”。

## 附件 2：粉絲專頁和粉絲數的統計

經統計：

- 95% 的粉絲專頁擁有超過 10 名粉絲
- 65% 的粉絲專頁擁有超過 100 粉絲
- 23% 的粉絲專頁擁有超過 1,000 粉絲
- 4% of 的粉絲專頁擁有超過 10,000 粉絲
- 0.76% 的粉絲專頁擁有超過 100,000 粉絲
- 0.047% 的粉絲專頁擁有超過 100 萬粉絲 (實際上只有 297 個)

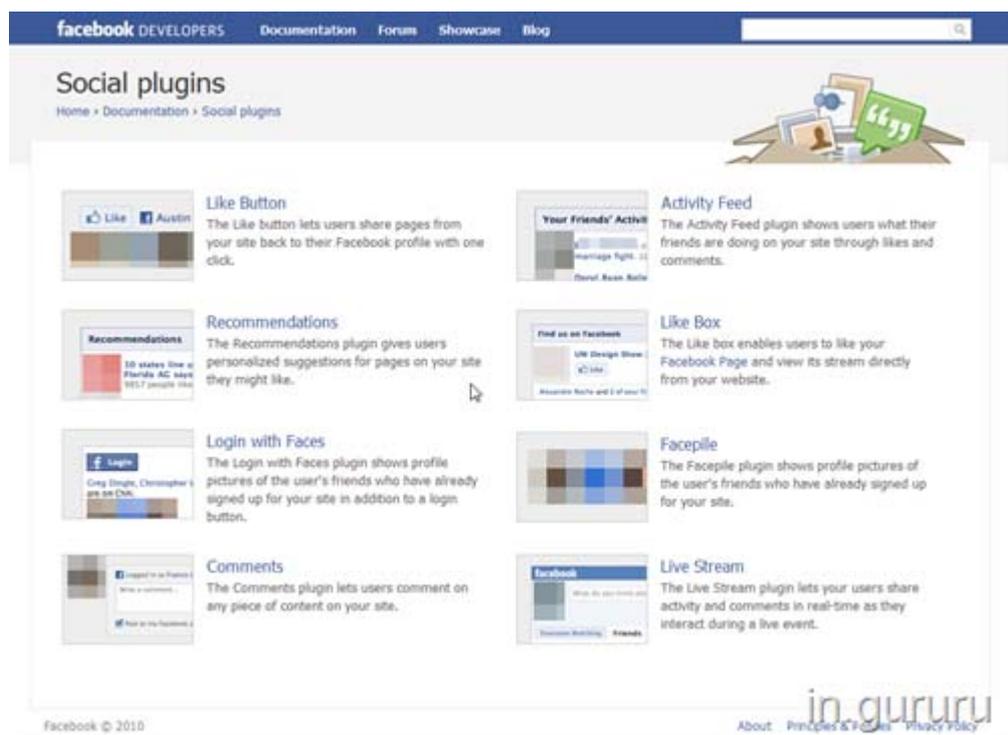


附件 3:

## Facebook最新社群外掛元件 ( Social Plugins ) 完整介紹

### Facebook 社群外掛元件(Social Plugins)(新推出)

下圖則是 Facebook 新推出的社群外掛元件總頁面。不過目前頁面仍為英文描述。



### 1. Facebook 『讚』 按鈕(Like Button)

社群外掛元件第一個功能為『讚』按鈕。簡而言之，就是把塗鴉牆中的讚連結功能，變成按鈕型態讓人嵌入網站之中。由於他們設計的很精巧，因此實際嵌入使用的感覺，還蠻像在Facebook按讚的樣子。

若您需要此按鈕，只需要連結至[Facebook 『讚』 按鈕\(Like Button\)](#)，並進行相關設定後，便可以取得內嵌的程式碼。

URL to Like (?)

Send Button (XFBML Only) (?)

Send Button

Layout Style (?)

Width (?)

Show Faces (?)

Show faces

Font (?)

Color Scheme (?)

Verb to display (?)



成為你朋友中第一個說這讚的人。

http://www.joiss.com

### 你的 Like Button 外掛元件程式碼:

**HTML5** XFBML IFRAME URL

1. Include the JavaScript SDK on your page once, ideally right after the opening <body> tag.

This script uses the app ID of your app: **Joiss** ▼

```
<div id="fb-root"></div>
<script>(function(d, s, id) {
  var js, fjs = d.getElementsByTagName(s)[0];
  if (d.getElementById(id)) return;
  js = d.createElement(s); js.id = id;
  js.src = "//connect.facebook.net/zh_TW/all.js#xfbml=1&appId=377311139014455";
  fjs.parentNode.insertBefore(js, fjs);
})(document, 'script', 'facebook-jssdk');</script>
```

要兩個都copy

2. Place the code for your plugin wherever you want the plugin to appear on your page.

```
<div class="fb-like" data-href="http://www.joiss.com" data-send="true" data-width="450" data-show-faces="true"></div>
```

確定

## 2. Facebook 傳送按鈕(Send Button)

Get a Send button

URL to Send (?)

Color Scheme (?)

light ▼

Font (?)

▼

Get Code



## 你的 Send Button 外掛元件程式碼:

**HTML5** XFBML IFRAME URL

1. Include the [JavaScript SDK](#) on your page once, ideally right after the opening `<body>` tag.

This script uses the app ID of your app: **Joiis** ▼

```
<div id="fb-root"></div>
<script>(function(d, s, id) {
  var js, fjs = d.getElementsByTagName(s)[0];
  if (d.getElementById(id)) return;
  js = d.createElement(s); js.id = id;
  js.src = "//connect.facebook.net/zh_TW/all.js#xfbml=1&appId=377311139014455";
  fjs.parentNode.insertBefore(js, fjs);
})(document, 'script', 'facebook-jssdk');</script>
```

2. Place the code for your plugin wherever you want the plugin to appear on your page.

```
<div class="fb-send" data-href="http://www.joiis.com"></div>
```

確定

### 3. Facebook 分享語法(Share Script)

目前在 Facebook 官方網站上，已經沒有公布 "分享" 的語法了，只剩下網路上仍舊流傳著的許多語法。

在這邊我們把它系統化，並且清楚的分享給您，請依照下面步驟進行設定：

1. 網頁中的 HTML 標籤設定為：

```
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml"
```

```
xmlns:fb="http://www.facebook.com/2008/fbml">
```

2. 在網頁的 之間，也就是您想要加入分享按鈕的地方，貼上這段程式碼：

```
<a name="fb_share" type="box_count" href="http://www.facebook.com/sharer.php">分享這篇文章</a>
```

```
<script src="http://static.ak.fbcdn.net/connect.php/js/FB.Share"
```

```
type="text/javascript"></script>
```

以上兩個步驟即可完成。

特別注意的地方是，這個分享語法在貼到 Facebook 時，他所抓取的內文資料，是您這個網頁的 網站描述 (description)，也就是：

<meta name="description" content="xxxxx"> 這裡面的內容，而不是這篇網頁的文字內容。

---

## 4. Facebook 建議閱讀視窗(Recommendations)

---

我們初看到建議閱讀視窗的感覺有點像熱門文章排行，不過它整合進了Facebook的社交功能。在使用者登入Facebook後，便可以看到該使用者的朋友曾分享推荐您的網站相關連結。若您需要此視窗，只需要連結至[Facebook 建議閱讀視窗\(Recommendations\)](#)，並進行相關設定後，便可以取得內嵌的程式碼。

The image displays the configuration interface for the Facebook Recommendations widget. On the left, there are several settings sections: 'Domain (?)' with a text input field containing 'http://in.gururu.tw'; 'Width (?)' with a text input field containing '300'; 'Height (?)' with a text input field containing '300'; 'Header (?)' with a checked checkbox labeled 'Show header'; 'Color Scheme (?)' with a dropdown menu set to 'light'; and 'Font (?)' with a dropdown menu. A 'Get Code' button is located at the bottom of the settings panel. On the right, the 'Recommendations' widget is shown. It features a 'Login' button and a message: 'You need to be logged into Facebook to see your friends' recommendations'. Below this, there are two article recommendations from 'in.gururu - 網路。科技。新趨勢: 永遠中間過站不會停的高鐵鐵路火車' (4 people shared this) and 'Google試算表應用範例會作網路教學 (一) 客戶資料表之建立' (2 people shared this). The widget is identified as a 'Facebook social plugin' and includes the 'in.gururu' logo at the bottom right.

---

## 5. Facebook 登入按鈕(含其他已加入該站的好友大頭照)(Login with Faces)

---

過去Facebook聯外通(Connect)便有推出登入的按鈕讓網站主內嵌。而這次則變的更簡單，只

需要三項設定，便可以取得該登入按鈕。

同時，此登入按鈕更具備了列示該登入使用者的好友大頭照功能。簡而言之，當該使用者的好友同時也是您的網站會員，它就會在登入按鈕下方列示他的好友之大頭照清單。

若您需要此按鈕，只需要連結至[Facebook 登入按鈕\(含其他已加入該站的好友大頭照\)\(Login with Faces\)](#)，並進行相關設定後，便可以取得內嵌的程式碼。



---

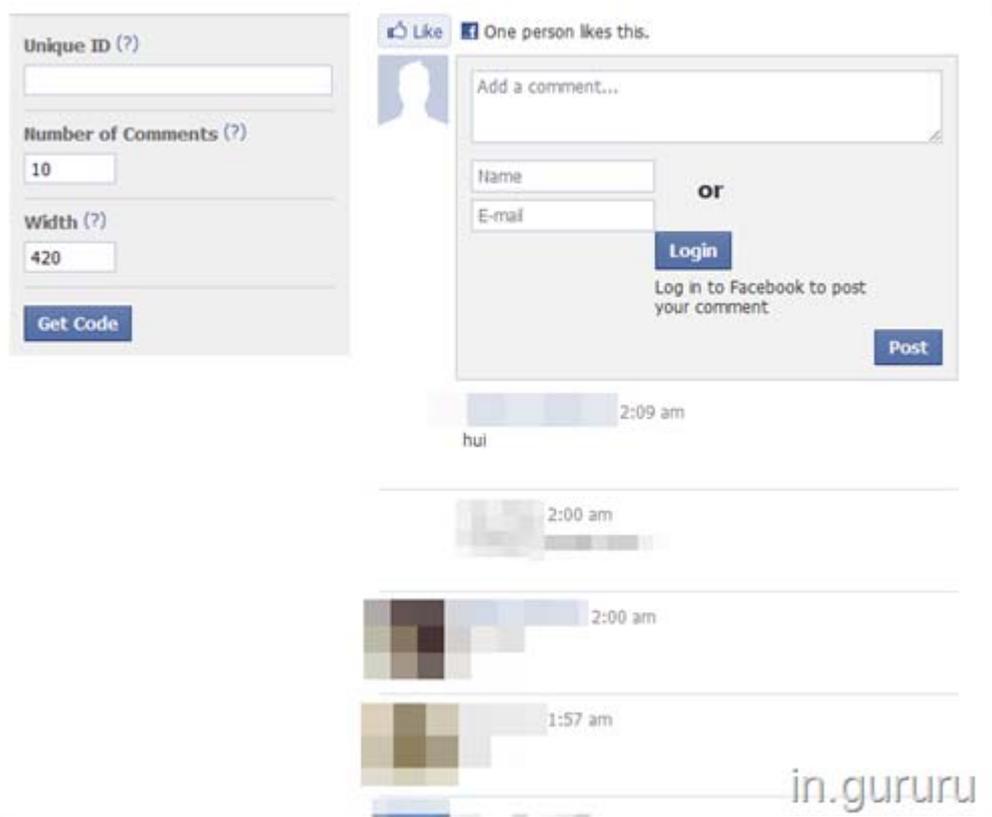
## 6. [Facebook 回應視窗\(Comments\)](#)

---

舊有的Facebook工具中，便包含了回應視窗。這個工具主要的目的是，讓沒有留言版的網站頁面，能夠透過Facebook回應視窗的機制，達成留言兼訊息傳播的目的。

而在新的社群外掛元件中，回應視窗更整合進了『讚』按鈕。又有讚、又有留言，是不是蠻像在Facebook當中的感覺呢^^

若您需要此視窗，只需要連結至[Facebook 回應視窗\(Comments\)](#)，並進行相關設定後，便可以取得內嵌的程式碼。



---

## 7. Facebook 近期動態視窗(Activity Feed)

---

我們認為近期動態視窗是這次所推出的八種社群外掛元件當中，最具有實用效益的工具。原因無它，因為它可以讓網站中的各項所嵌入的Facebook社交分享活動，進行類似Facebook站內的動能彙總之作用。我們蠻推荐大家使用此功能，藉以增進使用者分享的動機與樂趣。若您需要此視窗，只需要連結至[Facebook 近期動態視窗\(Activity Feed\)](#)，並進行相關設定後，便可以取得內嵌的程式碼。

Domain (?)  
www.gururu.tw

Width (?)  
300

Height (?)  
300

Header (?)  
 Show header

Color Scheme (?)  
light

Font (?)

Border Color (?)

Get Code

Recent Activity

Login You need to be logged into Facebook to see your friends' activity

shared GURURU 嘆網路  
【評論】Facebook的塗鴉牆、社團與粉絲專頁懶人包 · 8 hours ago

shared GURURU 嘆網路  
【網路名片】自訂個人化 FACEBOOK 網址 功能開放了! (附完整設定教學) · about a week ago

Facebook social plugin

in.gururu

## 8. Facebook 『讚』視窗(Like Box)

如上所述，『讚』視窗可能是由粉絲視窗更名而來。大家近來應該常在各大網站之中，看到這個內嵌的功能。此功能可以讓人們直接在網站中，瞭解該網站所成立的粉絲專頁之動態，同時，也可以直接透過按『讚』的方式，加入該粉絲團。

若您需要此視窗，只需要連結至[Facebook 『讚』視窗\(Like Box\)](#)，並進行相關設定後，便可以取得內嵌的程式碼。



---

## 9. Facebook 好友大頭照(Facepile)

---

好友大頭照其實是上述所說的登入按鈕的一部份，不過它少了登入的動作。

亦即當該使用者的好友同時也是您的網站會員，只要使用者是登入狀態，就會列示他的好友之大頭照清單。我們認為此功能有可能是為了增加網站設計上的彈性而來。亦即讓登入按鈕與好友大頭照能分置在網站的不同處。

若您需要此功能，只需要連結至 [Facebook 好友大頭照\(Facepile\)](#)，並進行相關設定後，便可以取得內嵌的程式碼。

Num rows (?)

Width (?)

Get Code

in.gururu

## 10. Facebook 即時動態串流(Live Stream)

即時動態串流其實在舊有的Facebook工具中便有提供，這有點像是即時的留言版。在國外，常整合於電視台的線上影音直播之討論區塊中。不過要使用這個功能前，您必需先申請一個Facebook API的App ID。

若您需要此功能，只需要連結至[Facebook 即時動態串流\(Live Stream\)](#)，並進行相關設定後，便可以取得內嵌的程式碼。

App ID (?)

Width (?)

Height (?)

XID (?)

Get Code

facebook Privacy

Connect or Sign Up for Facebook to discuss this event [Connect or Sign Up](#)

Everyone Watching

3 minutes ago

6 minutes ago

21 minutes ago

22 minutes ago

24 minutes ago

37 minutes ago

This is a sample of what everyone watching is saying in.gururu

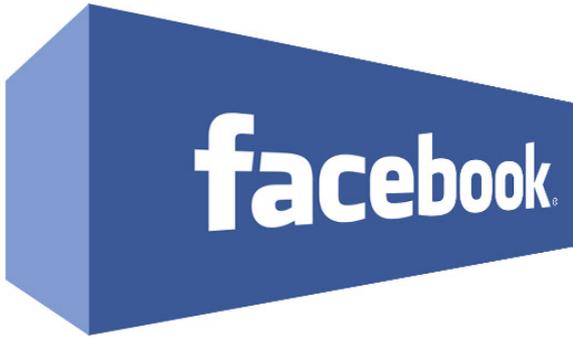
## 如何讓粉絲數轉換為成交數(這是本課程的最重要章節)

**直接行銷：**直接告訴消費者我要和你做生意，就像無情的消費者只要撿便宜是一樣的道理，當然你的產品品質及服務仍然要是最佳水準

**架構好購物車及金流：**既然直接,就把產品專頁直接做在 facebook 上(這樣也可以直接顯現企業級專業，擺脫業餘者糾纏)

**虛擬通路和實體通路結合:**有店頭及實體公司的存在及證明,仍然是對消費者最大的實證及保證

**縮短通路，直接命中消費者：**無論如何，facebook 只是一行銷工具，仍然要符合行銷學上的基本道理→縮短您和消費者之間的距離，不要玩測驗、玩遊戲、交朋友等一直在繞圈子，賺錢要緊。



Facebook ( 臉書 , 以下簡稱 FB ) 有個「身份認證」系統 , 根據 FB 表示 , 這是因為 FB 推行的「**實名制**」 , **一個人**只能擁有一個帳號 , 而且必須是真名 , 且為了防堵廣告商 , 所以才會有這個身份認證系統 ( 安全檢查手續 ) 。

\* 帳號被封鎖有不少可能性 , 建議您可先參考「[Facebook 帳號被停用 / 帳號被封鎖 處理辦法](#)」 , 找出被封鎖的原因 , 再針對各種問題用對應的認證身份方法。



考慮安全因素，你的帳號暫時被封鎖了

If this account reflects your real name and personal information, please help us verify it.

出現這畫面那表示你需要先完成這個手續才能**繼續使用 FB**

### 常見狀況

常出現在**同一個 IP** 同時登入兩個 ( 或以上 ) 的帳號時出現 , 有時登入本尊後換分身的話也會出現。

針對這點 , 個人在登入分身帳號時 , 會用 Google 瀏覽器的無痕式視窗來登入。

## 處理辦法

### 步驟 1. 按「繼續」

**輸入下方文字**

在下方輸入兩個英文單字，並以一個空白鍵分隔。  
無法辨識下方圖中的文字？換成別的字或播放 captcha。



請輸入圖中的文字：

這是什麼？

**送出**

### 步驟 2. 輸入安全驗證中的文字，然後「送出」

為了驗證你是這個帳號的擁有者，請你辨識在下面相片中被圈出來的人。如果你不確定牠們是誰，請點選「略過」。

**開始**

### 步驟 3. 有時會出現需要辨識朋友來認證的要求，有時不會。

\* 之前辨識朋友成功後，就可以解除封鎖，但最近（2012 年 5 月），辨識朋友成功還是要輸入手機號碼才行。

**使用行動電話驗證你的帳號**

您使用的電話號碼只能驗證一個帳號。輸入號碼之後，您會收到一個用來驗證您 Facebook 帳號的驗證碼。您的電話號碼只會用來驗證帳號，任何人在沒有您的同意之下，無法共享您的電話號碼。

**輸入電話號碼**

### 步驟 4. 輸入電話號碼

Please Confirm Your Number

國別碼： 台灣 (+ 886)

電話號碼： Enter your number

Confirm number by  Sending me a text

繼續 取消

## 步驟 5,

在「電話號碼」處輸入你的手機號碼 ( 09xxxxxxxx ) 後選「寄簡訊給我」後按下「繼續」即可。

約 3 分鐘內就會收到簡訊，在新跳出的介面輸入簡訊中的代碼即可。( 6 個字的英文數字 )

請注意：一個手機號碼只能認證一個帳號。

如果您沒有手機、剛好換手機門號、手機永遠收不到FB傳來的簡訊，那就只能用證件去認證，請參閱：[Facebook 帳號被封鎖 \( 證件認證 \)](#)

FB 對於同一個 IP 登入多個帳號這事越抓越嚴格，被封鎖帳號後就只能用手機認證，有分身的朋友請注意。