

# 再版序

## 從 1.0 到 2.0，開啟中小店家數位行動行銷新紀元

時光飛逝，從我首度介紹 LINE 官方帳號作為中小店家數位行動行銷利器的那一刻起，到今天，LINE 官方帳號已進化成一個更強大、更多元的工具。如今，我們站在 LINE 官方帳號 2.0 的新起點，本次改版集結了從 LINE 官方帳號 1.0 到 2.0 的豐富輔導經驗——從最初的 1,000 多家到如今超過 5,000 多家導入 LINE 官方帳號的企業，融合操作技巧與心法，在每個章節與功能介紹中，提供實用的指南，讓您能立即付諸實行，並看到實際效果。透過實地操練和注意每一個環節，我相信您也能創造屬於您的成功故事。

回溯幾年前，當我開始介紹、推廣 LINE 官方帳號時，許多店家還停留在網路廣告和傳統行銷的階段。但今天，我很驕傲地看到越來越多的店家利用 LINE 官方帳號實現了他們的行銷夢想，並成功進入了「分眾行銷」的階段！特別是 LINE 官方帳號 2.0 帶來的一系列令人興奮的新功能，如分眾標籤、分眾+、集點卡以及優惠券和圖文選單等，這些新功能為中小企業和在地店家提供了更精準地鎖定目標客群的方法，並提供了更個性化的服務，讓店家有機會用更少的預算和時間，達到更好的行銷效果。

從 a la sha 三天創造 12,000 好友募集，三百萬業績達標；到海鮮王網路電商 4 小時完售 300 多組海鮮披薩，再到 Queen House 法式手工甜點在地店家 3 小時完售 130 個草莓生乳捲，這些生動的成功案例不僅證明了 LINE 官方帳號的有效性，也展示了中小企業和在地店家如何利用這個強大的行動行銷工具，在數位時代創造了無窮的可能性。

## 開始即是成功

我們的使命始終沒有改變，那就是幫助中小企業和在地店家成功轉型至數位行銷，並通過 LINE 官方帳號與顧客建立持久而有意義的關係。在過去幾年中，我們的團隊不僅幫助許多企業成功導入 LINE 官方帳號，還見證了他們如何通過這個平台創造了令人驚喜的業績增長。

我經常告訴我的學生和輔導對象：「開始就是成功！」幾年前許多人還在猶豫、質疑是否要投入經營 LINE 官方帳號，至今真正成功的，都是那些早早採取行動的人！先做再慢慢修正，只要您願意開始，並跟隨本書的指導一步一步地實踐，我相信您也能創造屬於您的成功故事。

藉此機會，我衷心希望本書能為您的數位行銷之旅提供有價值的指引，並祝您在數位行銷的道路上一切順利，屢創佳績！

劉滄碩



# 目錄 Contents

## Chapter

# 1

## 讓店家化被動為主動的行銷利器

- 1.1** 六十歲阿伯也會用的行動行銷利器：  
LINE 官方帳號 2.0 2
- 1.2** 就是這四個理由，  
讓店家瘋狂愛上 LINE 官方帳號！ 10
- 1.3** LINE 官方帳號四大利器，  
一用就熱賣，不用再聽天由命！ 14
- 1.4** 三種官方帳號  
一看就懂！ 15
- 1.5** LINE 認證帳號  
讓你擁有更多曝光資源 18
-  **獨家 1.6** 跟著這樣做，  
「認證帳號」快速申請通過！ 21
- 1.7** 超簡便！  
LINE 官方帳號一般帳號申請流程解密 24
- 1.8** 一次搞懂  
LINE 官方帳號增值服務 27
- 1.9** 多人管理好輕鬆，  
隱私超安全 34

## 邁向成功店家準備篇

- 2.1 別急！蹲得低才能跳得高，洞悉 LINE 官方帳號管理介面！ 40
- 2.2 LINE 官方帳號要脫穎而出，就看基本設定／狀態消息吸睛度 45
- 2.3 關鍵第一次親密接觸，決定你的印象分數！ 49
- 2.4 LINE 官方帳號基本檔案設定，建立鮮明的服務與資訊 60

## 好友招募成功術

- 3.1 作法超簡單，這樣就讓客人加入我的 LINE 官方帳號好友！ 70
- 3.2 好友吸睛招募術 / 實體店家 & 網路店家超級實戰指南 76
- 3.3 運用這些誘因，好友招募功力立即倍增！ 89

- 4.1 群發訊息：  
用親切口吻，創造店家個性！ 100
- 4.2 分眾訊息：  
有效節省行銷預算，降低封鎖、提升業績！ 114
- 4.3 漸進式訊息：  
讓訊息的溫度流進客戶心中！ 141
- 4.4 一對一聊天：  
拉近店家與顧客親近度的最佳利器！ 153
- 4.5 自動回應訊息：  
提供便捷服務，創造店家價值！ 182
- 4.6 LINE VOOM：  
讓店家資訊廣為傳播的最佳途徑！ 201
- 4.7 優惠券／抽獎券：  
創意趣味，創造 30% 超高開封率 212
- 4.8 集點卡：  
殺手級服務，強勢登場，創造高回客率 224
- 4.9 進階影片訊息：  
停留視覺目光的影音，超高購買率 241
- 4.10 多頁訊息：  
群發主打商品，導購超方便！ 244
- 4.11 圖文訊息：  
滿版吸睛視覺效果，超高導購率 250

4.12	圖文選單： 超酷炫的圖文選單，超吸睛！	256
4.13	問卷調查 (投票 / 問卷)： 創意互動，保持新鮮感	265
4.14	分眾 +： 自動貼標，投其所好，把訊息推播給對的人	273

## Chapter

# 5

## 終極心法篇

5.1	LINE 官方帳號成功店家都是這樣做的， 跟客人互動就是要…	298
5.2	LINE 官方帳號這樣用太可惜， 粉絲、好友傻傻分不清楚！	303
5.3	LINE 官方帳號這樣賣， 什麼商品都好賣！	307




## 1.5

# LINE 認證帳號 讓你擁有更多曝光資源

## 1.5.1 熊大兔兔海報製作功能

認證帳號可以協助你的店家擁有許多的曝光資源。當你申請通過「認證帳號」，在管理後台就會有一個功能選項，可以讓你製作可愛的熊大、兔兔海報，不用另外花錢請設計師就能做到喔！

 **動手試試看：** 打開電腦管理後台 → 主頁 → 增加好友人數 → 增加好友工具 → 店頭宣傳 → 建立海報

### 海報

以下載招募好友用的海報。將海報貼在店舖內，邀請顧客將官方帳號加入好友吧！

選擇海報設計



綠色       白色 (可填入文字)       簡約綠

選擇海報文章

- 您可在LINE獲得優惠券囉！
- 加入好友就能獲得優惠券！
- 各種優惠資訊都將在LINE上通知您！
- 加入好友就能獲知好康消息！
- 取得店家的最新消息！
- 將店家設為好友吧！
- 可透過LINE預約！
- 加入好友來累積來店點數吧！
- 透過LINE聯絡我們！
- 加入好友的廣告活動實施中！

設定加入好友管道 (選填)



- 「製作海報」的功能目前僅開放給認證帳號使用。
- 熊大、兔兔、饅頭人等 LINE 角色因有角色肖像權，請勿任意更改其圖像。

## 1.5.2 搜尋曝光度提升

「認證帳號」最大的好處就是可以被搜尋到。相信大家都有使用搜尋引擎的習慣，今天想要吃什麼義大利麵，或是要到哪邊旅行，就會先上網搜尋，查找一下有什麼推薦的餐廳或是民宿。同樣地，現在店家通過官方帳號的「認證帳號」申請，只要有人在使用 LINE 搜尋好友、聊天訊息，就有機會被列出，而且現在還可以用「搖一搖」的功能，不僅是運用在搜尋好友上，還可透過搖一搖，就會針對你所在的地方，搜尋列出附近「認證帳號」的店家喔！

### LINE 好友搜尋處

- ▶ 打開手機 LINE → 好友 → 搜尋想要查詢的「關鍵字」。

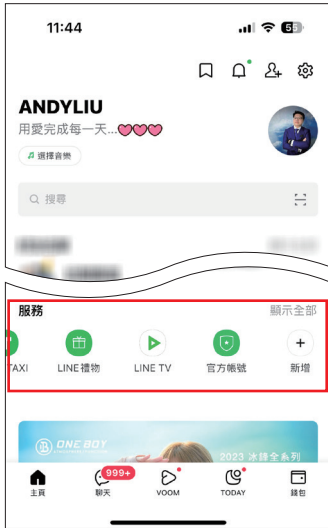
例如左圖，當我們搜尋「咖啡」時，不僅僅會找出名稱有「咖啡」的好友之外，還會將所有認證帳號中有「咖啡」的店家，都列出來！

### LINE 聊天對話視窗

- ▶ 打開手機 LINE → 聊天畫面 → 搜尋想要查詢的「關鍵字」

例如右圖，當我們在好友聊天對話視窗，搜尋「蜂蜜」時，不僅會找出聊天訊息中包含「蜂蜜」的訊息之外，同樣的也會將所有名稱含有「蜂蜜」的「認證帳號」店家秀出來喔！

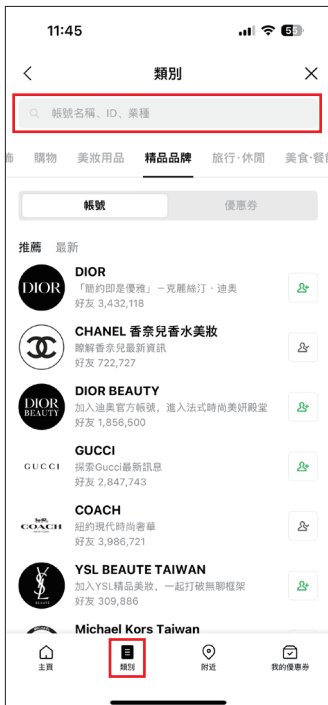




## LINE 設定畫面中官方帳號列表

▶ 打開手機 LINE → 主頁 → 服務 → 選擇「官方帳號」→ 點選「類別」

目前在 LINE 主頁當中，會有一個「服務」列，其中會有一個「官方帳號」選項！如果沒有顯示，可以點選「顯示全部」，即可看到！



進入「官方帳號」後，最上面就可以看到搜尋框，可以針對「帳號名稱」、「ID」或「業種」搜尋你想找的關鍵字。

畫面下方也可以看到「類別」，點選後就會看到左圖，依據不同的行業類別，列出企業帳號和認證帳號！

大家可以發現，申請認證帳號好處多多，還可以增加許多曝光的機會，心動了嗎？想要趕緊申請「認證帳號」嗎？讓我們繼續看下去！

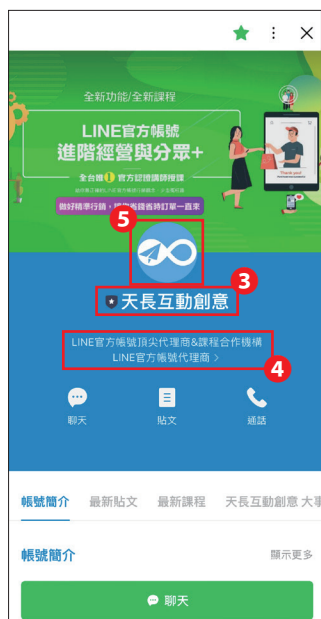


## 2.2

# LINE 官方帳號要脫穎而出， 就看基本設定／狀態消息吸睛度

瞭解 LINE 官方帳號管理與操作之後，你便可以開始量身訂做基本的店家內容！

 **動手試試看：** 打開電腦管理後台 → 設定 → 帳號設定



- 1 打開電腦管理後台，找到右上角「設定」。
- 2 點選「帳號設定」。
- 3 帳號名稱：填寫 LINE 官方帳號名稱，通常為店家名稱。



- 「認證帳號」：一經通過認證申請，則無法再修改帳號名稱。
- 「一般帳號」：變更後七天才可再次更改。

\* 帳號類型說明可參考 1.4 節。

- 4 狀態消息：帳號說明與描述文字。



狀態消息：變更後一小時內無法再次變更。

2

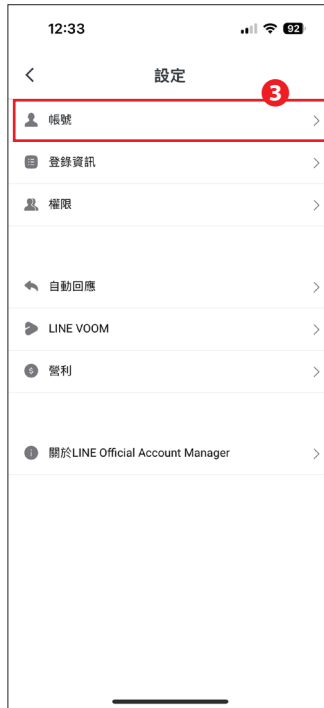
邁向成功店家準備篇

- 5 基本檔案圖片：店家的 LOGO 照片或大頭貼。
- 6 預覽基本檔案：可觀看基本檔案呈現的方式，詳細設定可參考章節 2.4。



- 基本檔案照片 (大頭貼)：變更後一小時內無法再次變更基本檔案圖片。
- 檔案格式：JPG、JPEG、PNG
- 檔案容量：3MB 以下
- 建議圖片尺寸：640px X 640px

 **動手試試看**：打開手機 App → 設定 → 帳號



- 1 打開手機 APP，點選小房子「主頁」頁籤。
- 2 點選「設定」。
- 3 找到「帳號」並點選。



- 4 基本檔案照片：點選「照相機」圖示，可以上傳大頭貼照片。
- 5 帳號名稱：填寫 LINE 官方帳號名稱，通常為店家名稱。此帳號為「認證帳號」，因此沒有「鉛筆」圖示，無法再修改名稱。



- 「認證帳號」：一經通過認證申請，則無法再修改帳號名稱。
- 「一般帳號」：變更後七天才可再次更改。

- 6 狀態消息：帳號說明與描述文字。點選「鉛筆」圖示，可以修改狀態消息。

LINE 官方帳號設定中，除了可以修改「基本檔案圖片」（大頭貼）、封面照片、LINE 官方帳號名稱之外，還有一個「狀態消息」選項，對於「認證帳號」的店家，影響非常大，如果你想要增加曝光度，就需要好好地善用「狀態消息」的設定喔！

## 什麼是狀態消息呢？



- 首先，打開 LINE，在好友列表中，會呈現如同左圖一般。
  - 前面有盾牌的就是 LINE 官方帳號，你可發現盾牌後面除了「帳號顯示名稱」外，還有一排比較小的文字，這排文字就是所謂的「狀態消息」！
  - 「狀態消息」中的文字，可以幫助店家被搜尋到，增加曝光度喔！
- \* 可參考 1.5 節「LINE 官方認證帳號讓你擁有更多曝光資源」。

由芊香園藝<sup>1</sup>的例子中，可以看到店家在狀態消息中設定「園藝資材 賀禮盆栽 花卉果樹 品種豐富」，當有人搜尋「園藝資材」、「賀禮盆栽」、「花卉果樹」時，就有機會找到芊香園藝，因此不難看出「狀態消息」的重要性，如何充分的運用這二十個字的空間，來增加關鍵字被搜尋到的機會，將會是店家脫穎而出的重要關鍵！

此外，提醒店家，不要因為想要增加搜尋曝光度，就設定一大堆奇奇怪怪的關鍵字。因為「狀態消息」的內容也會影響到客人加入的意願，最重要的，還是以「吸睛」為主，讓客人看到就有想要加入的意願，才是店家需要多多花費心思的地方。

善用「吸睛」狀態消息，能夠創造搜尋曝光，提升好友好感度！

1 芊香園藝 LINE ID：@qou7698u

## 4.2

# 分眾訊息： 有效節省行銷預算，降低封鎖、提升業績！

過往在 LINE 官方帳號推播帳號時，我們只能選擇「群發訊息」，一次發送訊息給所有的好友。這個功能是最多數店家使用的方式，但是隨著數位時代的蓬勃發展，每一天、每一個人要接觸到的訊息實在是太多！根據「尼爾森媒體大調查」<sup>1</sup>，現今 LINE 不是只有傳訊通話的功能，更成為用戶獲取資訊的重要管道；然而，有高達 92% 的用戶表示，許多商家拋出的資訊實在太多太干擾，原因包括：「官方帳號推播太多廣告資訊會影響點閱意願」、「傳送太頻繁」、「訊息內容非所需」等，最核心的原因是因為用戶覺得商家發出的資訊跟他的需求相關性太低，當用戶覺得頻頻收到廣告或垃圾訊息，他們會覺得發出這些訊息的商家帳號沒有繼續追蹤的價值，再進一步就是直接封鎖帳號了。可見店家如何將「有用、有價值、有需求的資訊」發送給目標客戶，是一門非常重要的學問。

很多店家、學員看到這邊，不禁又擔心，那是否不要太常發訊息才對呢？甚至有些店家反而都不敢發群發訊息，因為只要每次發送就有人封鎖！其實也不需要因噎廢食，就舉一個我合作過的商家 Girl's Monday<sup>2</sup>，他們一開始時，也是幾乎每天都發群發訊息，但是長期下來，封鎖率都不超過 30%！這其實說明一點，不在於你發訊息給消費者的頻率多寡，而是在於你發送的訊息，是否真的是消費者所喜歡的！以 Girl's Monday 的好友（消費者）屬性來說，是喜歡逛街、瀏覽新款樣式，反而會去期待店家又有哪些新品上架，因此常常發送新品訊息，反而不僅沒有增加封鎖，還更能夠創造業績成長！

話雖如此，大家或許還是會擔心，如果我不太清楚客戶的屬性和特性，那群發訊息是不是風險還是很大，而且訊息量過高、效益又低的話，這樣反而會浪費許多行銷資源和預算。現在 LINE 官方帳號推出「分眾群發訊息」，可以讓店家針對特定主題，給予消費者有趣、有用的內容，而不再只是「一視同仁」，將同樣的訊息發給不同的群體，例如台灣幫棒農<sup>3</sup>，他們針對購買過的客戶一一註記「標籤」，例如

1 尼爾森媒體大調查：<https://linecorp.com/zh-hant/pr/news/zh-hant/2018/2466>

2 Girl's Monday LINE ID: @girlsmonday

3 台灣幫棒農 LINE ID: @ict3950z

有客戶買過火龍果、玉米，就為該客戶貼上「火龍果」、「玉米」的標籤，未來產季時，就可以針對有標記過「火龍果」標籤的客戶挑選出來，發送給他們最新商品上市的訊息。同理，如果有些客戶從來都沒有買過「芭樂」，那麼未來有「芭樂」上市，就不一定要發送給這些客戶，這樣不僅能達到節省訊息費用，也可以避免因為客戶不喜歡芭樂，卻常常收到芭樂的訊息，覺得很煩，進而封鎖店家！如此一來，透過長期的培養，養成好友獲取資訊的習慣，便能夠提升好友黏著度及對官方帳號的關注度。幫助店家更有效地節省行銷費用，更能夠達到降低封鎖率、增進業績的效果喔！

接下來，我們來看看 LINE 官方帳號後台在群發訊息功能裡提供了哪些豐富的分眾設定及運用功能，以及學會如何在聊天室為客戶下「標籤」，有效運用標籤做好客戶管理與分眾行銷！



分眾訊息設定是建立在「群發訊息」設定中，因此要先學會群發訊息設定唷！（可以參見 4.1.3）

## 4.2.1 依「屬性篩選」發送訊息



**動手試試看：**打開電腦管理後台 → 主頁 → 群發訊息 → 傳送對象 (篩選目標)

**1 篩選目標：**當我們在設定「群發訊息」時，選擇「傳送對象」時，可以看到「篩選目標」選項。

- 2 傳送對象名稱 (選填) :** 您可設定篩選條件名稱以利管理，該名稱主要是幫助記憶和分辨，若有填寫，則名稱將會多一個在「主頁」→「群發訊息」→ 訊息一覽 → 已傳送 (頁籤) 的「對象」欄位。若無填寫預設則為「篩選目標」。

內容	對象	傳送對象人數	進階設定	傳送時間
 2023/7-8月LINE官方帳號操作實用班	所有好友		訊息則數	2023/07/14 10:02
 2023/5-6月LINE官方帳號操作實用班	所有好友		訊息則數	2023/05/19 10:00
 2022/11-12月份LINE官方帳號操作實戰班	所有好友		訊息則數	2022/11/18 10:40
 2022/2-3月份LINE官方帳號操作實戰班	所有好友		訊息則數	2022/02/16 10:01
 2021/1月份LINE官方帳號操作實戰班	篩選目標		訊息則數	2022/01/14 15:32

- 3** 在依屬性篩選欄位右方，點選「鉛筆」圖示。
- 4** 接著可以看到可用於篩選的各種屬性，例如屬性分「加入好友時間」、「性別」、「年齡」、「作業系統」、「地區」等，選擇你要的篩選條件作設定。



- 注意上述屬性資料，是依據該 LINE 用戶所持有的貼圖、加入好友的官方帳號等使用狀況所推測出的結果。用戶的聊天及通話內容等一律不作為推測資料使用。由於少數用戶無上述可推測的屬性資訊，因此本頁面所顯示的推測人數與其他頁面所顯示的統計項目人數可能有所不同。由於推測資訊將隨時更新，在不同時間查詢到的推測人數可能有所不同。屬性中的「加

入好友期間」是由加入好友當天起計算的天數。由於實際反映好友的屬性資訊最長需要約 3 天，透過「依屬性篩選」功能傳送訊息時，所使用的也是 3 天前的屬性資訊。



- 5 設定篩選條件：勾選你想要篩選的好友屬性。
- 6 選擇好後按「設定」，即可儲存篩選條件。如下：



- 7 在此可以看到，我們已經選擇「年齡」屬性，篩選條件為「15~19 歲」以及「30~34 歲」。



- 篩選條件亦可以多選，只要重新點選「鉛筆」的部分，就可以修改和新增篩選條件。例如我們加選「性別」與地區，如下圖：

依屬性篩選 「屬性資料」說明

性別	✎	✕
女性		
年齡	✎	✕
15~19歲 / 30~34歲		
地區	✎	✕
桃園市 / 新北市 / 台北市		

 **動手試試看**：打開手機 App → 主頁 → 傳送群發訊息 → 傳送對象 (篩選目標)

傳送對象

所有好友

依屬性篩選

篩選目標

設定篩選條件 >

傳送

< 設定篩選條件

預估人數 約8000人

100%

目標好友數所佔的百分比

篩選條件名稱 (選填) 0/100

輸入篩選條件名稱

可設定篩選條件名稱以便管理。

屬性

性別 設定性別 >

年齡 設定年齡 >

作業系統 設定作業系統 >

加入好友期間 設定加入好友期間 >

地區 設定地區 >

< 群發訊息

已傳送

2022/2-3月份LINE官方帳號操作實戰...

對象: 所有好友

訊息刪數

2021/1月份LINE官方帳號操作實戰班

對象: 篩選目標

訊息刪數

12月份超吸金美編班

對象: 篩選目標

訊息刪數

4月份LINE官方帳號課程

對象: 篩選目標

訊息刪數

LINE官方帳號2.0書及全新改版販售中

建立新訊息

- 選擇「依屬性篩選」。
- 點選「設定篩選條件」。
- 篩選條件名稱：填寫名稱群發後，名稱將會顯示在「主頁」→「群發訊息」→選擇「已傳送」的「對象」。
- 屬性：屬性有分「加入好友時間」、「性別」、「年齡」、「作業系統」、「地區」，選擇你要的屬性作分眾。
- 按下「<」回到前一頁。

## 5.1

# LINE 官方帳號成功店家都是這樣做的，跟客人互動就是要…

LINE 維繫著我們與好友之間的關係，而 LINE 官方帳號則讓店家和客人可以輕鬆地建立關係與對話，將客人當作是好友一般的對待與對話，是 LINE 官方帳號經營店家一定要具備的一項基本功，且讓我們來看看幾個案例，看看成功店家都是怎麼做到的。

### 5.1.1 魔法般的親切魅力，讓客人愛上你的訣竅！



「營造好友般的顧客關係」一直是海鮮王經營的目標。一開始只是單純地想要透過 LINE 官方帳號舉辦抽獎活動，沒想到意外引起廣大迴響，客人紛紛詢問是否開放購買，也因此開啟了與客人之間的對話，原本客人只是透過網站購物，使用 LINE 官方帳號後，客人可以更即時、更快速的透過一對一聊天和店家互動，而海鮮王成功之道，也在於不讓客服只停留在解決客戶問題與銷售層次，而是透過一對一的方式和

客人建立更進一步的關係，從親切的問候與回覆客人問題，每一個小細節都注意到「人情味」，打破虛擬店家無法像實體店家和客人接觸、碰面的隔閡，透過即時以及具有人情味的對話，大大地提升客人的黏著度，每天都會有數十位忠實的好友，在 LINE 官方帳號中問候「早安」，海鮮王也都一一回覆訊息，不漏掉、不輕忽每個訊息，讓客人有到賓至如歸的感受！

 如同好友一般的對話，就能充滿魔幻般親切力量！

「如同好友一般的對話」看似簡單，但是真的要落實，其實有許多小細節要注意，不把客人當客人看待，而是當作自己的好友看待，海鮮王不僅有安排固定負責回覆客人問題的客服人員，執行長也會不定時親自回覆，將每一個客人都當作自己的好友對待，客人自然而然地就會感受到跟「一般公司」只是由客服人員做回覆，很不一樣的互動經驗，透過親切、人情味，創造良好的互動體驗，讓客人的回流率大大地提升。

此外，海鮮王亦會透過定期的「抽獎活動」跟客人建立關係，最讓海鮮王覺得神奇的是，幾乎每次抽獎活動，抽中的得主，都還會詢問是不是可以加購，因為每次抽獎活動，送出贈品時，都是免運費，客人想到既然免運費，是不是可以加購其他商品一併寄送，當然不僅僅只是免運費這麼簡單，能夠有這樣的成效，還是在於平時累積下來的互動基礎與信任度！

### 海鮮王 / @seafoodking



#### 實績成效：

- 高單價產品也能暢銷：LINE 官方帳號分享限定波士頓龍蝦，3 小時內訂單量就突破 30 隻！
- 成交率最高的平台：LIN 官方帳號分享限定的 Pizza 商品，短短 4 小時內就賣出 300 多組！

## 5.1.2 糟糕，發生錯誤，別擔心這樣做，就可以扭轉劣勢

「賠錢都會送喔！」有一次因為抽獎功能設定上的問題，原本只打算送出三份禮物，結果在抽獎券發出後，不到一小時內，竟然已經有十位抽中，當時擺擺桌老闆想著：「抽多少送多少啊，讓好友高興最重要！」於是硬咬著牙，全數送出！但也因為這次的「美麗誤會」，收到許多客人的回饋，不僅覺得店家有誠意，更覺得老闆「夠意思」，還有許多客人都回覆：「會多介紹朋友購買！」來幫老闆加油、打氣，所謂「塞翁失馬、焉知非福」，經過此事件後，反而凝聚更多的忠實好友。

同時店家也發現，透過即時互動以及善用 LINE 官方帳號群發訊息特性，可以很方便地設計「快閃」活動類型的驚喜方案，炒熱銷售氣氛，同時又可以針對熟客人，直接表達自己的關心、問候。新客人有任何關於產品、購物的疑問，也可以透過 LINE 官方帳號獲得更即時、快速的回覆，藉由持續的互動與經營，擺擺桌也發現，好友自然的慢慢增加，而封鎖率也呈現降低的趨勢。

其實，像擺擺桌發生錯誤的問題，不僅僅只是在操作使用新的行銷工具時，店家有可能遇到，在平常經營時，也有可能因為不確定的原因而造成疏失，但只要店家秉持著誠信、真誠的態度，面對與處理，相信都能夠化危機為轉機，店家面對事情的心態，才是真正左右事件的發展關鍵！

