



檔案行銷與增值綜述

主講人：李政達



檔案定義

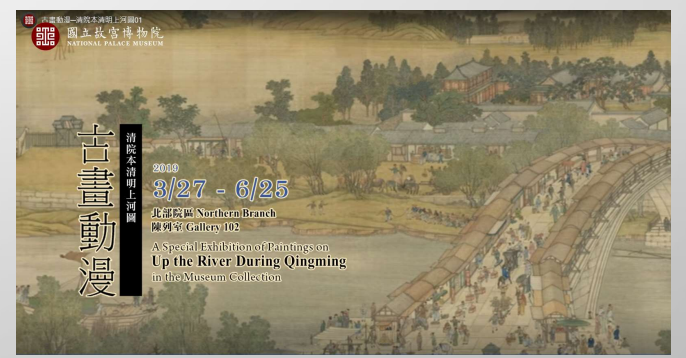
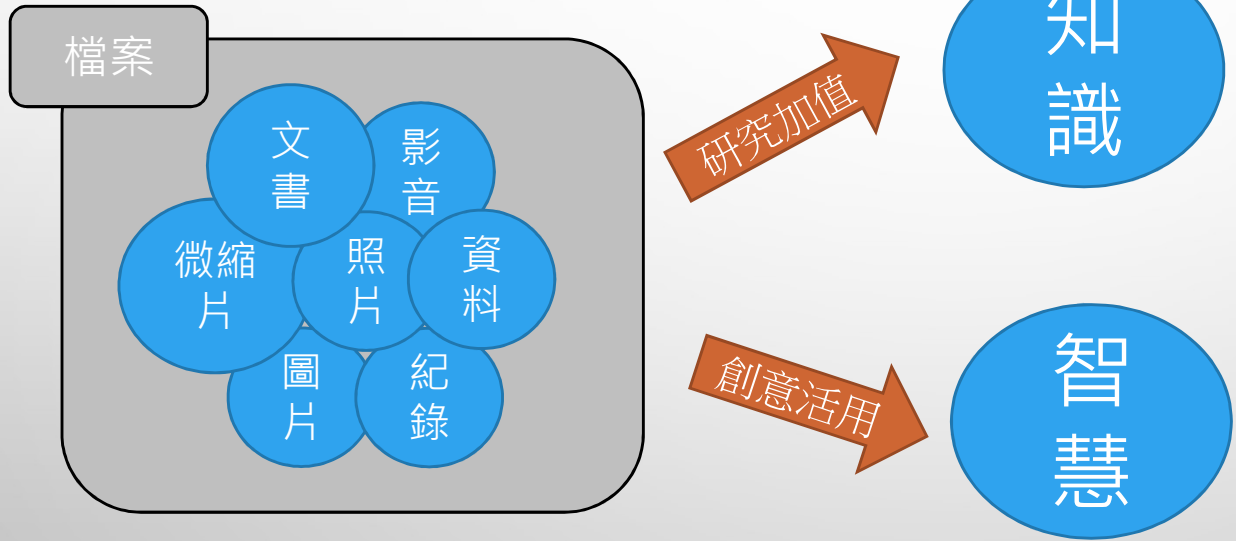
廣義：

- 包括公私立機關(構)、社會組織、家庭、個人所產生的所有紀錄，如文件、照片、書信、手稿、影音等

狹義：

- 檔案法規
 - 檔案指各機關依照管理程序，而歸檔管理之文字或非文字資料及其附件。
- 檔案法施行細則：
 - 指各機關處理公務或因公務而產生之各種紀錄資料及其附件，包括各機關所持有或保管之文書、圖片、紀錄、照片、錄影(音)、微縮片、電腦處理資料等，可供聽、讀、說、寫或藉助科技得以閱覽或理解之文書或物品。

檔案關係



檔案價值

檔案型態

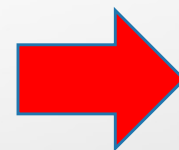
- 公文書
- 書畫、相片、錄影音資料

檔案價值

- 歷史見證
- 創新素材
- 國家記憶

檔案功能

- 行政稽憑
- 法律信證
- 史料研究



行政價值

法律價值

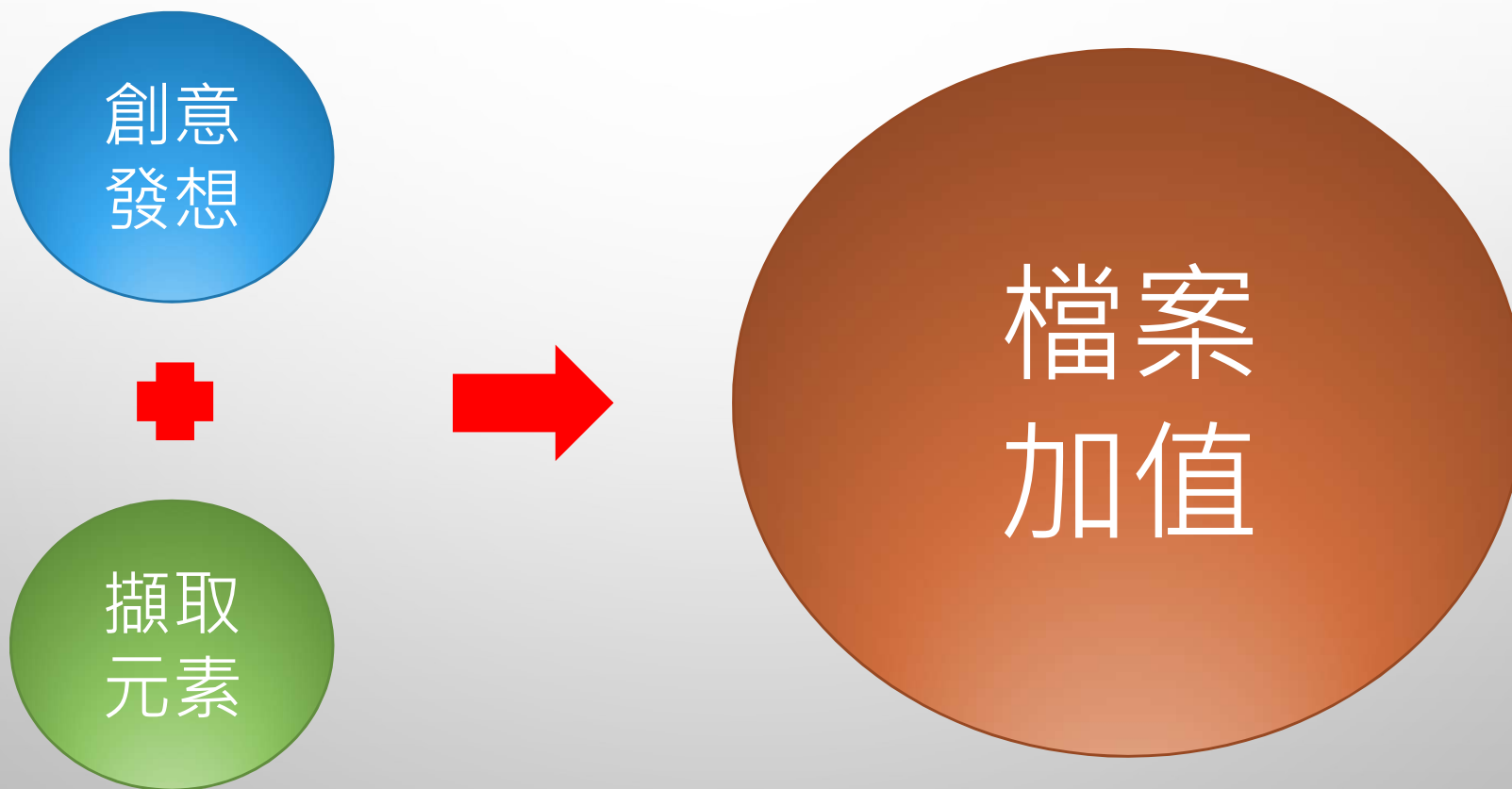
稽憑價值

資訊價值

歷史價值

藝術價值

檔案價值



檔案加值應用重點

擷取元素

- 圖案或外型(藝術性)
- 資訊內涵(歷史、人文、自然)

創意發想

- 直接轉用
- 間接詮釋

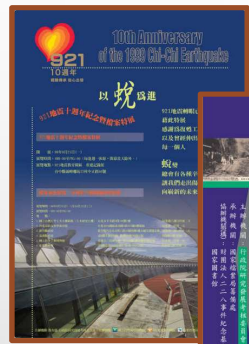
客群

- 目標對象，顧客的需求期待
- 如何引發情感產生共鳴

具體可行

- 盤點資源(人力、物力、經費)
- 制定計畫、落實執行、檢討精進

檔案加值應用類型



行銷定義

以顧客為核心，是創造和傳遞價值的一種功能和過程，依據標的運用不同行銷策略組合與整合性的行銷規劃。

政府機關行銷

- ◆ 政府以「管制」和「法令」作為工具，企圖改變民眾行為，**效果有限**。
- ◆ 政府機構透過行銷，來改進**服務績效**和**提升組織形象**。
- ◆ 政府機構若想要**滿足民眾需求**及**傳遞真正價值**，行銷是好的方式。
- ◆ 政府機關運用行銷**喚起民眾的支持**，改變他們的感受及提升政府機構自身表現

檔案行銷的目標

目的

1. 促進檔案應用
2. 宣傳檔案政策及服務方針
3. 普及檔案知識
4. 提升檔案意識
5. 鼓勵參與檔案事業
6. 交流檔案工作經驗
7. 發揮檔案功能
8. 提升檔案事業形象

效益

1. 擴大服務的範圍
2. 提升顧客滿意度
3. 檢討資源的分配
4. 爭取外界的資源

行銷策略

行銷策略(7P)	內容
產品(Product)	有形標的；無形標的
價格(Price)	金錢或非金錢(時間、精神)；交換成本
通路(Place)	取得產品之地點、時間、管道
推廣(Promotion)	說服溝通；產生行動的動機
人員(People)	提供產品或服務人員
實體呈現(Physical Presentations)	周遭狀況；空間與功能；標示、符號
過程(Process)	服務程序及作業流程

產品(PRODUCT)

- ◆ 行銷成功之**關鍵**
- ◆ 根據目標市場加以**定位**
- ◆ 產品可以是有**形的**、**無形的**



價格(PRICE)

有形成本

1. 產品價格
2. 規費
3. 花費時間
4. 交通便利性

無形成本

1. 機會成本：犧牲其他活動的意願
2. 心理成本：擔心自身素質不夠

通路(PLACE)

實體

1. 設置檔案應用服務處所
2. 實體檔案展
3. 巡迴展
4. 導覽解說
5. 研討會
6. 出版品書店展售

線上

1. 機關網站
2. 檔案目錄查詢系統
3. 線上檔案展

推廣(PROMOTION)

- ◆ 推廣可說是**說服溝通**，包括透過廣告、人員推廣、促銷、直效行銷(如廣告文宣、電子郵件或電話行銷)。
- ◆ 推廣策略制定前先**確定產品、價格及通路**。
- ◆ 推廣主要目的是確保目標顧客瞭解產品或服務內容，並說服他們將體驗這些好處，並**產生行動**的動機。
- ◆ 推廣「**產品的好**」勝於「**好的產品**」。
- ◆ 吸引顧客的**目光**：創意、顧客喜好、與切身相關。
- ◆ 推廣**管道**：善用免費管道，或採付費管道，包括電視、平面、戶外、廣播、活動廣告及網路等。

人員(PEOPLE)

- 人員是：
 - 產品（服務提供者）。
 - 通路。
 - 推廣工具。
- 人員應接受**專業訓練**，具備產品的專業知識及服務禮儀。
- 在**服務型**產品上，人員特別重要。

實體呈現(PHYSICAL PRESENTATIONS)

- ◆周遭狀況：交通便利性會影響顧客到訪意願，空氣品質、溫度、噪音、音樂及氣味等會影響顧客到訪停留時間的長短。
- ◆空間與功能：依據服務內容安排適當的面積、位置及動線，並配置需要之設備等。
- ◆標幟、符號及人工造景：設計服務場所運用多元元素錦上添花，例如教育檔案展模擬懷舊教室場景，提供觀展者更豐富的體驗。



過程(PROCESS)

- ◆過程是指顧客獲得服務或產品之間有關的作業程序、規範、管理與指導原則等。
- ◆建立服務過程標準和規範，有利於提高服務品質的管理。

例：制定檔案申請應用作業規定

- 明確受理窗口、分工及作業程序。
- 清楚標示作業表單、應備文件、服務地點及時間—明定收費標準、處理及回復時間。

結論

- 妥善整理及保存檔案
- 養成挖寶習慣
- 循序漸進

- 檔案行銷最重要的核心理念「顧客導向」。
- 檔案推廣策略制定前先確定產品、價格及通路。
- 檔案行銷服務人員特別重要。
- 檔案行銷必須系統性的計畫結合團隊合作。

謝謝聆聽