



# 行銷臺東－運用 TTPush 之 實例分享

臺東縣政府建立「TTPush APP」，透過轉換服務模式推動縣政，除提升施政滿意度外，同時達到行銷觀光以帶動產業發展之多重效益。

廖美鳳、邱芝珉、郭美君（臺東縣政府主計處處長、專員、帳務檢查員）

## 壹、前言

隨著資訊發展及人手一機的時代來臨，運用數位科技主動服務思維，擺脫過往傳統政策宣導實為必要，推力型政府勢必成為未來趨勢。近年來臺東縣政府（以下簡稱本府）順應這股潮流，開發「臺東縣雲端推播系統」（TTPush App）以推動縣政，強調主動為民服務的精神及機制，不再單方面釋放訊息，而是藉由一些改變讓民眾獲得資訊，促使民眾自發性參與公共政策，擺脫過往傳統政策宣導。

## 貳、背景分析

臺東縣地形狹長、幅員遼闊，人口結構更以老年人口及弱勢族群者居多，民眾申辦各項政府服務所耗費的交通與時間成本相對較高，爰本府前於民國 94 年創立縣民服務中心，強調一站式服務，讓民眾免於各局處間奔波，又於民國 100 年將縣民服務中心 219 項申請案件功能拓展至各戶政事務所，延伸服務到民眾厝邊，更於民國 101 年成立 1999 縣民服務專線與縣民信箱，以加強與民眾的連結，一通電話即可

查詢臺東大小事。

為推廣縣政，雖經網站公告、寄送資料交各級機關張貼或由里長通知，惟資訊即時性及主動性仍顯不足且能見度不高；有些活動係針對特定族群舉辦，囿於宣導方式無法精確針對目標族群行銷宣導，民眾參與度低且事前難以掌握民眾出席意願，致活動成效不彰；民眾有疑問時，透過 1999 服務專線或逕洽承辦單位，致承辦人員話務量與作業量龐大，而以公文或郵件往返更是效率不足又增添郵資負擔；在原有模式下尚無突破性做法，以獲

取民眾滿意度回饋與建議，及提出更貼近民眾需求之施政目標。為解決上述問題，本府導入推力型政府概念，建構「TTPush APP」。

另本府業務宣導預算長期由各局處自行編列運用，不僅資源分散，也使採購單位作業頻繁及主計處審核業務負擔龐大，爰亦同時檢討與精進行銷經費之預算編列及執行方式。

### 參、運用模式及推動方式

#### 一、運用模式－推力型政府

「推力」(Nudge)係2008年由芝加哥大學經濟學家理查德·塞勒(Richard H. Thaler)和哈佛大學法學院教授凱斯·桑思坦(Cass R. Sunstein)所提出，指透過提醒或輕「推」一下來對人的行為產生影響「力」，即透過良好的設計，誘導人們做出更好的選擇或決定。

近年來，許多國家運用「推力」所發揮之行為誘導來執行公共政策，致力成為「推力型政府」，甚至設置獨立運

作的推力小組，專責推動政府公共服務及強化智慧型政府功能，以開創新的服務模式。相關實例如：新加坡政府將寄給雇主的納稅催繳通知，由原本白色改為粉紅色，結果如期繳稅的人增加了3%至5%；丹麥哥本哈根則是於地上畫出一雙雙綠色腳印，引導人們走向附近的垃圾桶，便讓街上亂丟的垃圾減少了46%。

本府參考此理念，希藉由建構「TTPush APP」數位政府服務思維，運用雲端巨量資料的特性，以「資料力量」驅動，擴大公共服務深度與廣度，深化資訊服務整合，運用「群眾

智慧」的方式，落實政府透明治理及服務，將公共服務精確地傳送到縣民手中。

#### 二、推動方式

##### (一) 服務就在你身邊

本府藉由最為貼近每一位民眾的智慧型手機，以TTPush主動推播縣政服務(實際操作畫面詳附圖)，由過去被動等待做到「主動通知」的小小提醒，當民眾申辦個人業務，更能主動告知或回報進度，並於本府舉辦活動辦理線上簽到退功能，同時能即時獲得民眾參與活動回饋意見。配合民眾

附圖 TTPush APP 實際操作介面



資料來源：TTPush APP。

## 專題

閱讀訊息習慣，所有政令宣導以圖為主、文字為輔記憶點宣導取代原本文字堆疊。

### (二) 臺東金幣之運用

為提高民衆參與動機，更以虛擬貨幣概念推出「臺東金幣」當作誘因，各局處於 TTPush 上宣導業務或推廣活動時，得搭配問卷發放金幣，當民衆答對或查填內容即可獲得「臺東金幣」，累積一定金幣量後可於特約店家免費兌換商品或折抵金額等，並結合繳納停車費功能，民衆只要綁定車號，就會主動提醒民衆繳交停車費，只要臺東金幣還足夠便可抵扣停車費。

### (三) 強化橫向溝通

為使 TTPush 順利推行，特別成立跨局處首長專案會議，解決跨局處間聯繫與協調問題，由各局處主管擔任業務督導，並指派專人為聯絡窗口，經由會議討論推播訊息運用原則，輔導系統教育訓練課程，持續滾動式檢討，由上而下且水平相輔的合作，並由國際發展及計畫處（以下簡稱國計處）整合

處內三個科的專業，成立跨科 TTPush 系統行銷推廣小組，強化府內橫向溝通，統整 TTPush 業務宣導及活動行銷訊息，以最短時間內達到最大的效益。

### (四) 整合經費之運用

配合臺東金幣之發放，於籌編 106 年度預算時，將原各局處所編列宣導業務行銷活動經費之預算，彙整編列成一筆由國計處控管，當各局處有宣導業務需求時，將相關業務推廣內容及發放金幣預算簽請國計處統籌辦理。並將 TTPush 委由廠商管理，每月初由廠商匯出各家統計報表發送給店家確認，核對無誤後於報表加蓋店章連同發票或收據送平台管理廠商，廠商彙整統一向本府辦理經費核撥，藉以簡化採購流程並減輕審核撥付之負擔。

### (五) 活絡產官學交流

與臺東大學合作，將系統設計、行銷策略、訊息傳遞等與民衆互動的過程，融入大學教學課程中，由該校師生協助檢視系統、深入分

析使用機制，並協助推廣至少 100 位縣民，記錄其使用心得回饋本府，作為系統改善升級及後續行政策略之參考，貼近民衆操作簡便需求。同時也提供師生有實際參與公共事務，協助制訂相關政策的機會，了解民衆所需甚至說服其使用並定期回饋意見，讓所學得以致用。

另分別於臺東市區、縱谷地區、南迴線及海岸線辦理多場公開招商說明會，深入各鄉鎮市廣邀在地店家加入特約行列，期能使臺東金幣更具吸引力，增加民衆使用意願，除提高店家能見度以刺激消費帶動商機外，同時活絡產官學交流活動。

### (六) 多元創新運用

首創於春節期間拜年活動，以臺東金幣紅包發放給縣民；又參與全國性活動時扮演催票角色，鼓勵民衆踴躍投票，如 107 年內政部消防署舉辦搜救犬網路票選活動，本府消防局透過 TTPush 鼓勵民衆踴躍參與投票，獲得第三名佳績。搭配宣傳熱氣球嘉年華活動，



與臺東縣創客園區中的團隊合作，設計一套抓熱氣球遊戲 APP，將熱氣球佈置在全縣境內各處，民衆可透過抓熱氣球累積金幣，增進與民衆互動。更推出「我是 V 型人」－數位縣民活動，讓更

多戶籍非臺東的民衆能夠成爲臺東數位縣民，與臺東縣民享有同等優惠，期能於辦理國際熱氣球嘉年華、國際衝浪公開賽、鐵人三項等大型活動時，吸引更多認同臺東、愛臺東的遊客或參賽者

加入，在帶動觀光的同时爲店家帶來商機。

## 肆、推動效益

### 一、業務輕鬆推

自本府建置並推行 TTPush 起，節省通知民衆案件申請進度所耗時間與相關電話簡訊費、文宣海報印製及張貼費用外，本府也能獲得服務滿意度回饋，調整服務方式並改善未來舉辦之活動，加深民衆對政府信任感。

### 二、活動好踴躍

截至 109 年 6 月底止，TTPush 累積會員數已逾 7 萬人，推播超過 1 萬多則縣政宣導，近 6 百萬讀取人次，吸引全民熱烈參與各項活動，並隨時關注本府相關活動，如免費接種疫苗、捐血、子宮頸癌免費篩檢、戒菸及減肥等競賽活動、各局處免費之節慶活動及課程等，比起過往傳統宣導之成效平均提高了 2 倍以上。

### 三、民衆超滿意

利用發放臺東金幣做爲廣



● 熱氣球嘉年華光雕活動



● 鐵人三項活動

# 專題

宣之方式，提高民衆閱讀宣導內容及填寫問卷之參與度，將原本僅能用於宣導用途之公務預算，化爲獎勵民衆宣導的獎勵金幣，將縣政宣導預算發揮至最大效益。

## 四、內外都得益

藉由上列推動方式，除簡化各局處業務宣導辦理流程，同時減輕主計處經費核銷作業。另透過訊息傳達過程，提升本府職員文字編修能力，改變過往制式文字，培訓對文字

圖片使用敏感度，讓民衆感受親切能夠直接明瞭，強化與民爲伍觀念，以更平易近人的方式傳遞訊息。除此之外，亦帶動臺東縣產業之能見度並提升行銷效益，達到一筆費用多重效益之目的（附表）。

## 伍、結語

本府做爲全臺第一個推力型地方政府，體認到民衆「知的重要」，著手建置 TTPush，同時於全縣佈建 TTFree WiFi，目前熱區已達 575 個並陸續增

建中。爲持續強化服務深度及廣度，更以 TT (TaiTung, 臺東) 爲品牌廣爲應用，從智慧政府、綠能智慧園區等方向，設置了如 TTFit、TTVolunteer 等應用程式，以及打造一個「我在太平洋邊創業」的 TTMaker 創新空間，提供青年朋友創業輔導及創業基金補助。未來更不排除讓臺東金幣跨出縣境流通，與有意推行虛擬貨幣的縣市跨域合作。本府透過這些改變，在推動縣政的同時提升施政滿意度，並行銷臺東縣觀光帶動地方產業發展，期以翻轉臺東成爲國際幸福城市。

附表 智慧親民推力型政府成本效益

項目	運用前的做法	運用後的做法	成本效益	
			時間成本	經費擷節
業務推廣	郵寄、傳真等傳統模式傳遞訊息，無法精準並即時得知推廣成效及統計受衆人數	推播超過 1 萬則以上訊息，並超過 6 百萬讀取人次	每則訊息傳達及成效收集至少減少 80% 時間	減少紙張印刷及簡訊傳送，整體費用大幅下降
活動舉辦	活動參與度無法精準掌握，民衆回饋問卷處理耗時	200 場以上報到活動，超過 6 千人次到場響應	活動傳達及民衆回饋意見收集，至少減少 90% 以上時間	除廣宣費用擷節外，轉以發放臺東金幣方式，進而提高民衆參與意願達 50%，使預算更有效運用
民衆服務	以人力撥打電話或簡訊郵寄通知民衆，告知申請或詢問之業務處理狀況	省去人力耗費時間通知民衆，同時節省電話簡訊費、文宣海報印製及張貼費用	平均每月 2 千件，每月約可節省 3 萬分鐘	平均每月 2 千件，一年約可節省 12 萬元
產業行銷	各商家自行廣告行銷	結合金幣兌換將商品於平臺上架，增加商品能見度，合作店家已超過 200 餘家，並持續增加中	節省部分廣告費支出並達到行銷效益，參與的店家業績平均成長 2-3 倍	

資料來源：本府 TTPush 及臺東金幣行銷推廣營運案報告書。

## 參考文獻

1. 臺東縣政府 TTPush 及臺東金幣行銷推廣營運案報告書。
2. 臺東縣政府國際發展及計畫處 (2019)，生活臺東一機搞定，高齡友善城市創新成果獎成果報告書。
3. 天下雜誌網站 (2016.01.05)，網址 <https://www.cw.com.tw/article/5073689>，「推力型政府」推人民走對路。
4. ETtoday 新聞雲 (2019.01.09)，網址 <https://www.ettoday.net/news/20190109/1352429.htm>，虛擬貨幣消費趨勢！「臺東金幣」發展成熟 尋求跨縣市合作。❖