

考試院第 12 屆第 23 次會議考選部重要業務報告

民國 104 年 2 月 12 日

壹、考選行政

國考資訊活潑簡單，善用媒體 E 化思維

一、前言

隨著網路科技與 3C 設備快速發展、網路社群新興蓬勃，政府施政回應這股新趨勢成為重要課題。政府對於政策推動，也強調網路溝通重要性，要求政策與科技相互結合，透過科技的運用，落實具體行動。行政院最近舉辦「網路發展趨勢研習營」，著重貼近「婉君」民意與網路媒體溝通，讓民眾對政策有感。

考試院辦理國家考試拔擢人才蔚為國用，面對這股潮流時，可借助網路行銷。103 年國家考試報名人數約 53 萬人次，較 102 年下降 15 萬餘人次，本部為擴大考試宣導能量，使新興網路族群了解考試訊息，特別規劃 Q 版公仔活潑貼圖，促動雙向優質溝通。

二、推動過程

本部以現有形象識別圖像吉祥物狀元公仔為基礎，依考前叮嚀、考試準備、考後榜示、考試祝福、節慶用語及日常用語等分類(如附表)，製作成 24 款情境貼圖，分置於全球資訊網及國家考試臉書粉絲團專頁，網友可至全球資訊網免費下載。其規劃重點如下：

(一) 與各考區縣市政府合作

貼圖納入各考區縣市政府名稱及識別 LOGO，並商請縣市政府 Line 官網、各考區縣市政府網站，連動最新動態報考訊息，讓社會人士掌握第一手國家考試報名資訊。

(二) 結合大專校院網路資源

貼圖納入各大專校院名稱及識別 LOGO，並商請學校網站廣為連結考試活動，強化網路世代溝通機制，以吸引應屆學子踴躍報考，進入公門服務社會。

(三) 對應考人表達應景祝福

個別 Email 派送 103 年報考者(約 53 萬人次)新春貼圖電子賀卡，除叮囑 104 年考試行事曆外，也祝福渠等「名登金榜」、「洋洋得意」，再接再厲，有志竟成。

(四) 對學者專家表達感謝

以Email派送103年協助本部典試工作的學者專家新春貼圖電子賀卡，感謝參與典試工作為國掄才的辛勞，並祝福教研豐碩，身體健康。

三、行銷途徑

擴大考試宣傳有助於維持穩定報考人數，以104年導遊領隊考試為例，本部除於全球資訊網刊登相關訊息外，並刊載於主管機關、縣市政府、大專校院及相關公會等網站。經統計報名人數51,780人，相較103年51,703人，人數相當，無明顯下降。

本次擬再加上本部全球資訊網電子報(5.5萬會員人數)、網路報名首頁(89.3萬會員人數)、e管家(45.9萬會員人數)多管道發布。同時，貼圖活動將配合上載於不同社群軟體平台，並加值運用於各種考選刊物、考試宣導品、國考講座、國考宣導、數位製作等行銷載體，深化與社會大眾之互動與分享。

四、結語

本部104年新春記者會將發表第一版狀元公仔貼圖，後續亦秉持e化便民精神，結合各考區縣市政府、大專校院及考試用人機關之客製化製圖需求，增加多元貼圖款式，為確保智慧財產，刻正申請商標註冊，以提供更為友善、便利、貼心之貼圖服務，即時傳遞國家考試動態資訊。

附表 本部狀元公仔貼圖類型

考前叮嚀	考試準備	考後榜示
1. 國考報名囉 2. 報名快截止 3. 早點睡 4. 提早出門 5. 准考證要帶喔 6. 加油 Go Go	1. K書中 2. 臨時抱佛腳 3. 去考場 4. 偶遇熟題 5. 好好衝刺	1. 再接再厲 2. 我考上了 3. 我需要安慰 4. 公門好修行
考試祝福	節慶用語	日常用語
1. 金榜題名 2. 狀元及第 3. 魚躍龍門 4. 光宗耀祖 5. 考運 up up	1. 新春如意 2. 洋洋得意	1. 超讚 der 2. 甘溫啦