

兩大策略循序漸進，所有問題一次搞定

浪止回頭

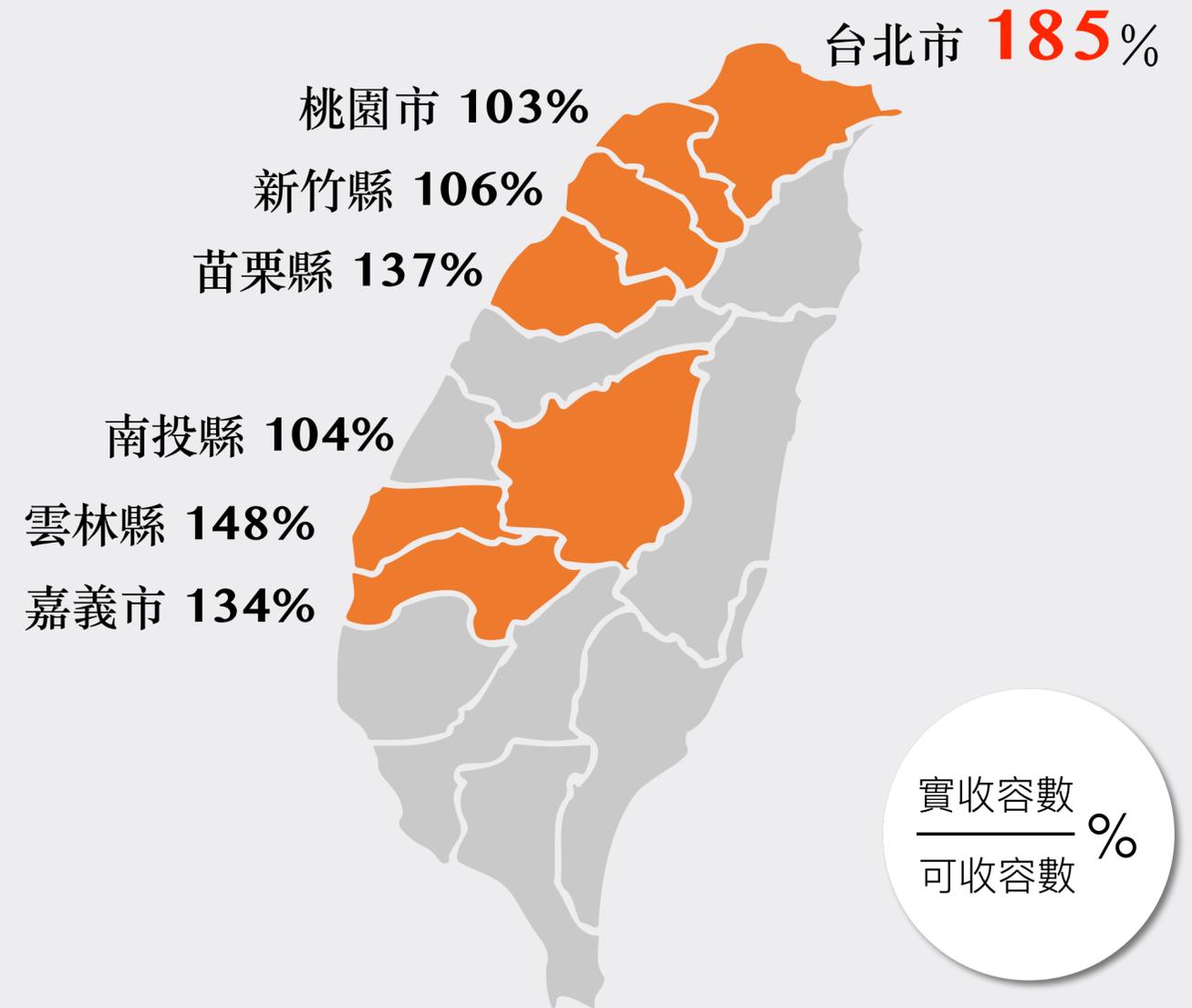
「解決問題，從頭開始」



現況說明

台灣自2017年2月起，全面實施零撲殺，卻導致收容所內的流浪動物數量暴增，專業人員無法負荷，TNR系統不夠完善，無法根本解決流浪動物源頭控管的問題。

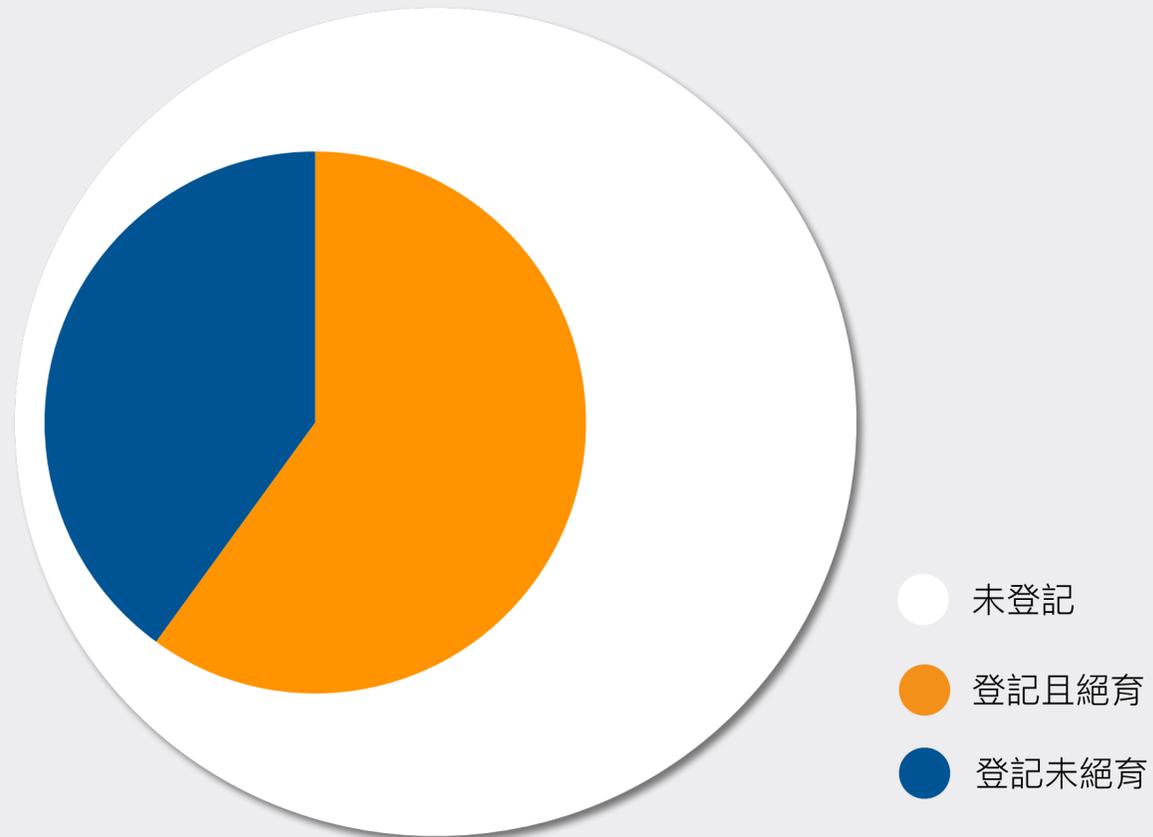
在零撲殺的時代，零安樂死的觀念逐漸普及，民眾認知到生命的價值，卻缺少飼主精神和寵物登記與絕育的觀念，不管是主動棄養還是被動走失的寵物都是流浪動物不減反增的隱憂。



資料來源：動物保護資訊網

現況說明

台灣目前有153萬隻具寵物登記之犬貓，尚有61萬隻未完成絕育的動作，大約**四成**，其餘未登記之犬貓，數量無從得知，健康與否、有無懷孕更是難以控管。

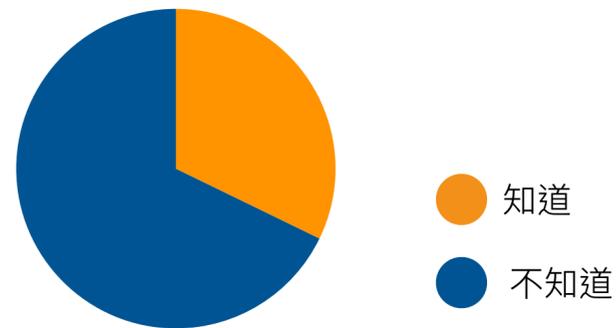


針對本次主題，我們藉由**網路問卷**的方式，蒐集民眾意見，進一步洞察民眾對登記與絕育相關政策的認知與感知，本次總共收集**202份**有效問卷。

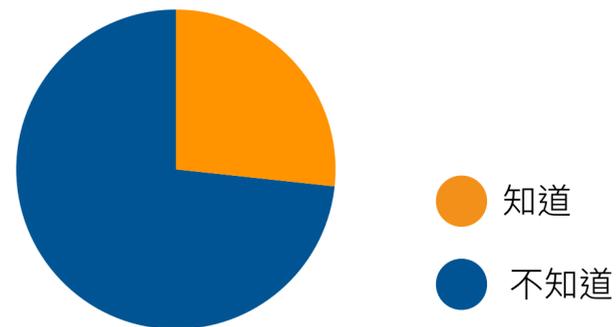
資料來源：行政院農委會

情境分析一

Q1：過去已知曉，犬隻未做登記是違法行為



Q2：過去已知曉，政府有在推動登記/絕育補助金



政策推廣不良，民眾資訊接收不足

過去政府在推動政策時，往往訴諸於傳統文宣，甚至在行政機關門前拉起紅布條，認為這樣就能達到訊息的有效傳播；近年開始有主管機關嘗試經營社群網站，與大眾增進互動，但操作的方式與線下模式大同小異，只是將公文經過美編，再一次的陳列在另一個平台上，造成政策的觸及人數不盡理想。

好點子構想

行銷面：政策不落潮流

行銷要吸睛、要有趣，又不能失去主軸，大眾的味蕾要怎麼抓？過去政策推廣保守、缺乏新意與話題性，無法引起大眾關注，更別說產生共鳴，傳播效果與投入的成本不成正比。

在眼球經濟的時代，擁有吸睛的魅力非常重要，有質量的內容與創意視覺是良好政策傳播的第一步，必須跟上大眾的步伐才能進行有效溝通，將傳播效益最大化。



亮點 | 廣告吸睛



報點 | 話題有趣



淚點 | 議題反思

亮點 | 廣告吸睛

沒人能抵擋可愛的事物

貓和狗一直以來皆有各自的擁護者，網路上的聲浪也未曾停止，我們把線上的戰爭拉至線下，推動貓系和犬系的捷運車廂，並將政策包裝在其中，除了隱晦傳遞議題，更有機會增加話題曝光。透過視覺化車廂設計，搭配「寵物登記和絕育」的標語，讓喜愛貓狗的民眾們，能接收到重要的政策資訊。



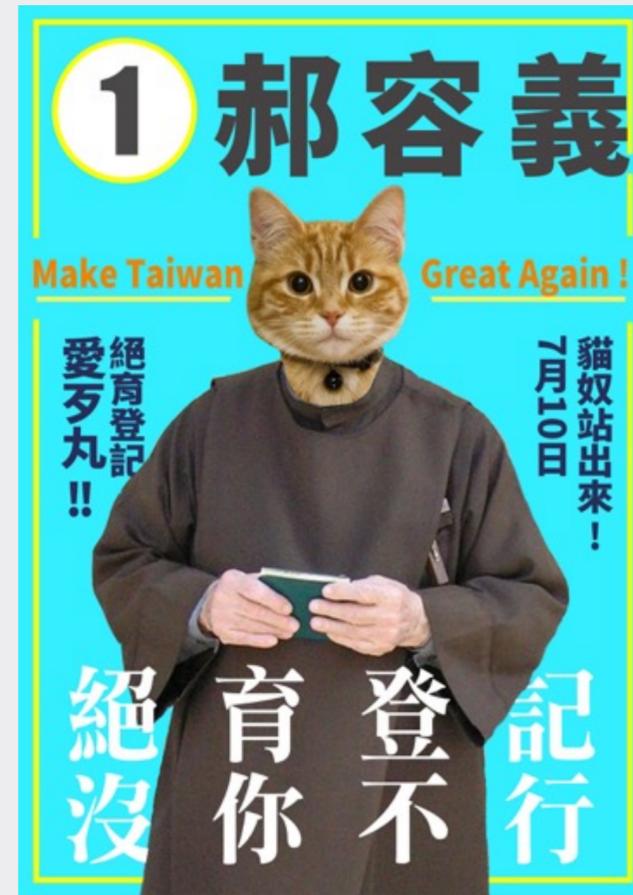
報點 | 話題有趣



結合時事議題

選舉熱潮來襲，搭上選戰話題

推出浪浪候選人，架設大型選舉看板在人潮匯集中心，透過kuso手法提出寵物登記與絕育相關政策，製造民間討論的話題。



現況說明

情境分析

好點子構想與策略

合作機關

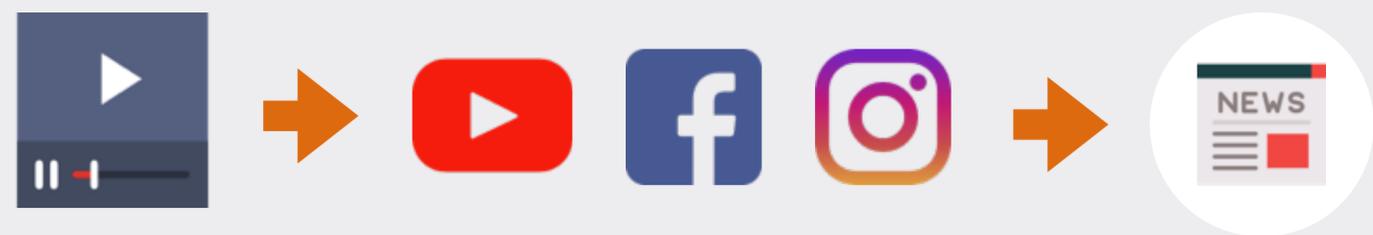
效益評估

淚點 | 議題反思

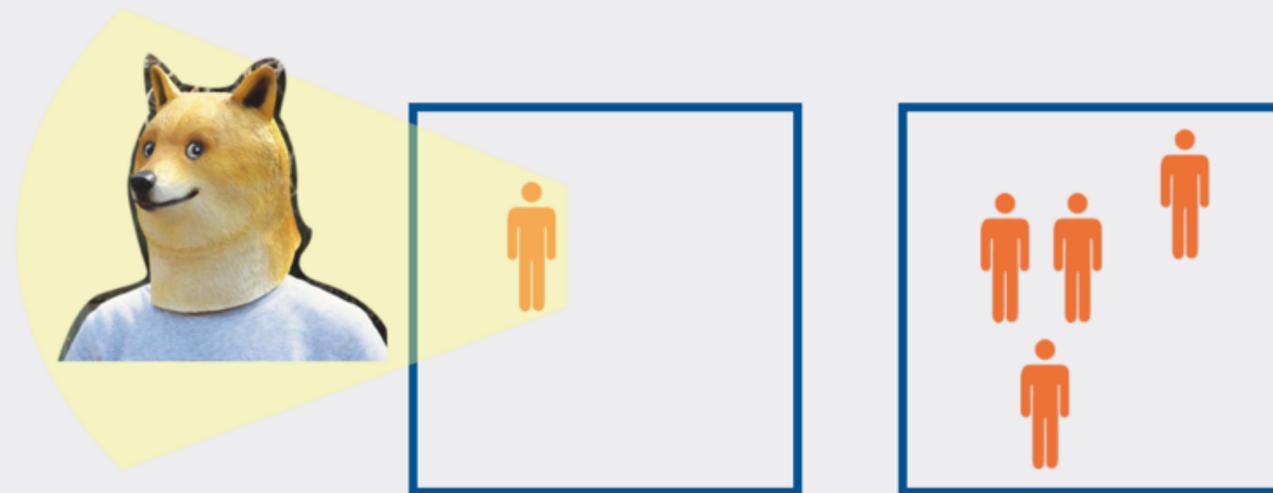


狗頭人行動短片

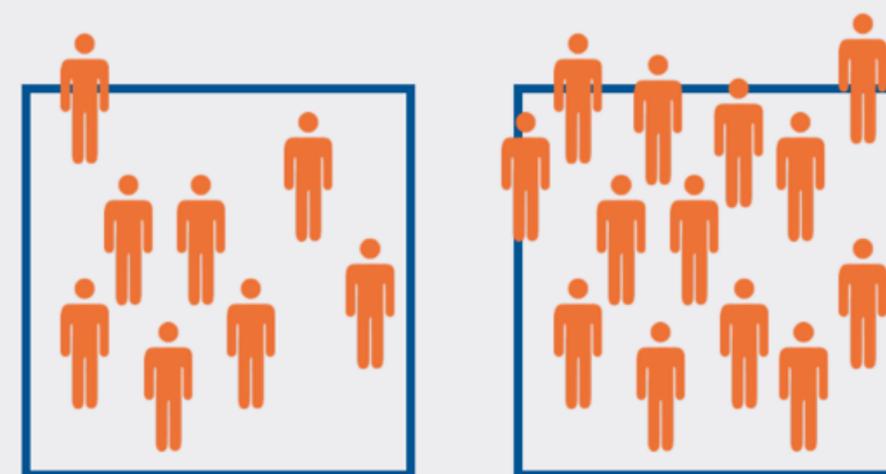
在辦公大樓電梯、公車車廂內，透過工作人員穿戴貓狗頭套，佔據空間的方式，呈現實施零安樂死後若不重視登記及絕育，流浪動物超載的問題將會影響你我的生活。以快閃的方式，讓民眾預見未來場景，進行反思。



製造情境，蒐集民眾反應拍成廣告短片，並在社群平台上發酵，除了讓當事人留下深刻印象，也使閱聽眾省思議題。



突然間狗頭人充滿整個空間



好點子構想 / 針對非都會區

推薦人獎金 - 人際行銷

補助金發放僅針對飼主本身，反而少了宣傳效果，推薦人制度將補助金由個人拓展到他人層次，推薦其他飼主完成寵物登記或節育就能獲得獎金。

利用人際傳播以「滾雪球效應」將補助的訊息快速傳散。搭配政府現行的寵物絕育車，讓推薦人能申請預約專車到住家附近，提高非都會區進行寵物登記和絕育的意願。

推薦人領取獎金資格

- 須提出完成寵物登記或絕育的寵物晶片代碼
- 僅限本年度進行之家犬貓

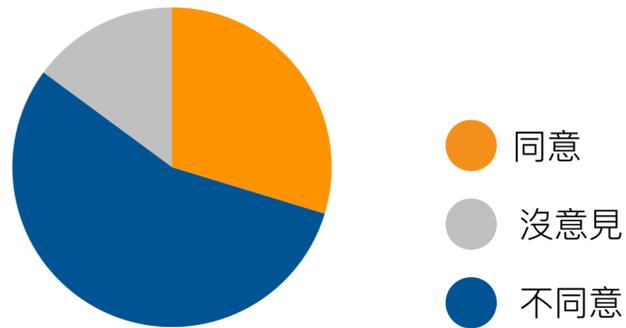
推薦獎金金額（不限次數申請）

- 推薦寵物登記獎金**100元**
- 寵物絕育 公犬貓**300元**，母犬貓**500元**



情境分析二

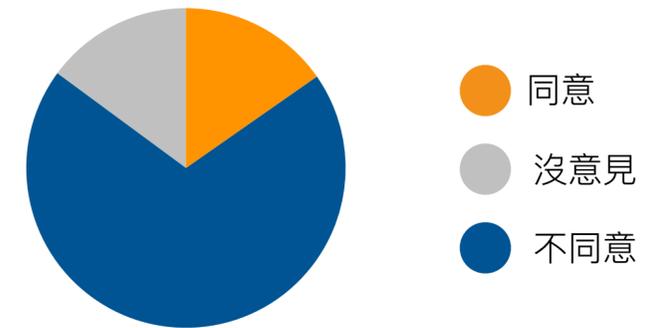
Q1：帶寵物至獸醫院過程繁雜



Q2：認為寵物指飼養在家，無需登記



Q3：認為寵物登記費用很高



問卷結果顯示，**大部分民眾對於寵物登記的觀念持有正向的立場**，那為什麼仍無法提升飼主落實政策的比例呢？我們推論，**寵物晶片功能太過單一**，導致誘因不足。

現行晶片技術

目前台灣的寵物晶片使用 **RFID**（無線視頻辨識），一種無線通訊技術，可以通過無線電訊號識別特定目標並讀寫相關數據。

晶片容量小，僅能儲存代碼和飼主資料

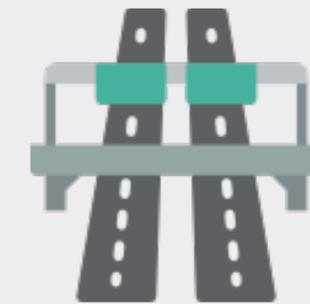
寵物晶片
目前功能

寵物登記

防走失

RFID 應用案例

1. 國道透過 RFID 進行收費



2. 牧場透過 RFID 技術來管理動物



好點子構想

制度面：加強政策利因

醫療數據系統化，疾病管理更全面

在現有RFID技術上加值，使用15碼晶片作為醫療系統的編碼，擔任為寵物身分證，當寵物就醫時，取代過去以紙本紀錄病歷的模式，獸醫直接將診斷內容輸入雲端，累積資料庫的數據，飼主也能透過網站查看注意事項、定期追蹤。



好點子構想

制度面：加強政策利因

完善資料整合，政府民眾共享資源

系統資料建檔，改變過往多對一的疾病通報模式，讓主管機關透過資料庫整合全台動物醫療紀錄，立即掌握疫情走勢，更能通過系統發布即時資訊提醒飼主。此外。飼主也能下載手機程式，搜尋瀏覽與自家寵物相關的文章與報導。



Step.1
選擇想查詢的區域
縣市： 區：



Step.2
查看生活圈寵物分佈



Step.2
瀏覽寵物相關文章
關鍵字：



項目合作機關

項目名稱	對應機關/合作對象
貓系犬系捷運車廂	合和國際股份有限公司
偽選舉看板	內政部營建署建築管理組
狗頭人行動短片	廣告公司、寵物社群
推薦人獎金	各地方政府
醫療紀錄整合平台	行政院農委會、獸醫診所
手機應用程式	電腦軟體服務業：app開發公司

現況說明

情境分析

好點子構想與策略

合作機關

效益評估

效益評估

整體企劃在於建立大眾對於流浪動物議題「知感意」的過程，從知道議題、透過活動及影片產生情感，提高對流浪動物問題的重視和行動意願，引導他們落實寵物登記和絕育的政策。



現況說明

情境分析

好點子構想與策略

合作機關

效益評估

LEARN



犬貓系捷運車廂

吸引大眾目光，增加民眾接觸議題內容的頻率。

捷運每日平均有**230萬**人次搭乘，淡水信義線與板南線的當日進出人次更高達300多萬，觸及人數高。乘客又以**20至40歲**的年輕世代為主，更樂於接受新觀念。



偽選舉看板

宣導內容有記憶點和話題性，增加議題聲量。

大型看板架設在**其他選舉人看板附近**，藉由選舉人的個人魅力，吸引民眾目光共同宣傳議題。

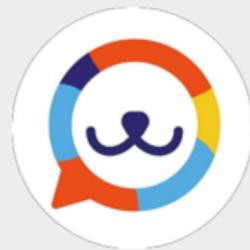
FEEL



狗頭人行動短片

透過情境反思，提高民眾對流浪動物議題的重視。

讓民眾感受流浪動物所衍生的問題，捕捉他們的反應，讓影片更有真實性。與**知名寵物社群**合作，讓影片在各大寵物網站做推播。



ETtoday 寵物雲
追蹤人數：156.6萬



寵物資訊粉絲團 Pet info
追蹤人數：60.9萬



推薦人獎金

每個縣市補助金預算皆不同，推薦人獎金預算預計**提撥補助金的百分之十五**，若該縣市推薦人獎金預算為十萬元，因為推薦而進行登記的犬貓約1000隻，絕育則250隻，其中宣傳效益不計其數。

DO



寵物醫療系統

台灣目前已有153萬隻具寵物登記之犬貓，透過晶片 ID 結合雲端醫療系統，可以建立至少153萬筆大量的犬貓健康數據資料，這些資料可以讓犬貓資訊在各個寵物醫院流通，也能讓政府透過大數據分析，做好寵物的**疾病預防和藥物管控**。



手機應用程式

互動式的手機應用程式設計，提供飼主 DIY 寵物生活日誌的功能，及飼主交流飼養心得的平台，並提供搜尋資訊的服務，這些誘因，預計能夠吸引**下載10萬次**以上，藉此提高登記意願。

謝謝大家

We are 犬貓數量有限公司

