

閱讀存摺：集點行銷在公共圖書館

Reading Passbook：Reward Program in Public Library

葉奕辰

I-Chen Yeh

臺北市立圖書館閱覽典藏課課員

Section Assistant

Circulation & Preservation Section,

Taipei Public Library

【摘要】

為推廣閱讀，臺北市立圖書館率先全國於 108 年 1 月起，啓用「點閱成金・閱讀存摺」集點系統。透過借閱圖書或參加特定活動集點，持北市圖個人借閱證之讀者即可於「閱讀存摺」平臺上累積點數與兌換獎勵。

本文將會說明閱讀存摺的操作、運作方式，以及 108 年閱讀存摺滿意度調查中得到的意見，供圖書館之同道參考。

【Abstract】

To promote reading, since January 2019 Taipei Public Library has taken the lead nationwide by enabling the use of “Reading Passbook”, a reward program . Through borrowing books or participating in certain activities, users can collect rewards points and redeem the prizes on the Read Passbook.

This article will show how Reading Passbook work, and some advice obtained from satisfaction survey of Reading Passbook in 2019.

關鍵字：集點行銷、閱讀存摺、公共圖書館

Keywords：reward program、reading passbook、public library

壹、閱讀存摺的概念來源

集點行銷觀念源自於日本，後來臺灣仿效日本，在 2005 年 4 月統一超商推出臺灣第一個集點活動 kitty 週年紀念 3D 磁鐵，造成廣大民眾迴響，成功開創了新的市場，使得其他超商也紛紛跟進，逐漸演變成各大超商集點行銷競爭（張嘉倩，2007）。各大業者後續紛紛仿效推出具吸引力贈品以刺激消費者的購物意願。

近年來，集點已成顯學，不只是信用卡，各大超商百貨等實體店家紛紛走入數位點數時代。集點（points），是遊戲化（gamification）經常會使用的遊戲元素。透過安排遊戲設計元素在非遊戲的情境中，鼓勵使用者更加投入眼前任務，享受達成的樂趣（葉乃靜，2014）。

在行銷領域，集點驅動內在動機的特性在短期活動用於刺激顧客消費，而長期運用則有增加顧客回購率、提高顧客忠誠度之效（曾皇儒，2019）。在零售業中，集點提供顧客加入會員的誘因。藉著「會員制—手機應用程式會員卡—集點制」的框架，除了省去實體點數累積和兌換的不便，還能有效整合顧客於各據點消費的長期紀錄，輔助企業未來行銷計畫的訂定，也提供更精準推播促銷資訊給潛在消費者的管道（陳書榕，2019）。連集點兌換商品、加價購活動，都可以作為曝光新商品方式，可說是一魚多吃。

在教育領域，集點的遊戲化機制則是將繁瑣零散的行為可視化，以具體數字回饋給學習者，並如同線上遊戲中角色的經驗值一般可累積。集點配合目標的設立，有助於提升學習者完成任務的內在動機，正增強學習者行為，故常用於培養長期習慣的情境。例如，學校利用集章卡片鼓勵學生表現良好行為，又或是記帳程式以代幣系統鼓勵使用者確實每日記帳。

過往在公共圖書館的場域中，集點也常被運用為推廣活動使用的遊戲化元素。然而，實施方式多為各閱覽單位各自辦理之短期活動。規模小、時間短，

使得集點在公共圖書館的運用較限縮於提高短期借閱量，又或是促使民眾投入閱讀推廣活動的手法，較難鼓勵民眾培養長期的閱讀習慣。近年來，日本為推廣閱讀風氣吸引學生借閱圖書，率先推出「讀書存摺」是日本山口縣下關市的市立中央圖書館，仿照一般銀行的晶片存摺製作，再以專用的補摺機自動登錄借閱明細，如：借閱圖書書名、借閱日期，除可保留讀者完整借閱歷史，且讀書存摺可刷出書本金額，落實「知識即是財富」，滿足讀者成就感（愛傳媒，2015）。

貳、閱讀存摺讀者端的操作

為提升閱讀風氣，增加讀者走進圖書館參與閱讀活動意願，臺北市立圖書館（以下簡稱北市圖）於 108 年 1 月 28 日率全國之先，導入閱讀可以存錢的概念，啟用「點閱成金·閱讀存摺（以下簡稱閱讀存摺）」系統。

閱讀存摺系統善用讀者借閱歷史紀錄，誠如一般商業會員集點活動，讀者透過借書，即可自動累積閱讀點數，如：臨櫃借書 1 冊 1 點、自助借書 1 冊 2 點，每日最多累積 20 點，並可將累積點數於「閱讀存摺」平臺上兌換書籍、文具、禮券、生活小物等獎勵品。換言之，讀者集點兌獎步驟簡易，主要有三：借書累積點數、線上兌獎、到館領獎。

讀者由館藏查詢系統登入「閱讀存摺」平臺，即可由「我的點數」、「點數明細」查看點數累積之狀況，點選「我要兌換」瀏覽、兌換平臺上的獎勵品，只要點數充足且該項獎勵品仍有庫存，便可憑借閱證、行動借閱證條碼或是「待換清單」中的獎勵品條碼，於兌換期限內至指定館領取獎勵品，惟部分獎勵品須再達成指定條件，才能在現場兌換獎勵品。

就閱讀存摺平臺之介面，主頁左側放閱讀存摺服務的簡介，右側設計了顯著的紅色數字為讀者目前累積的點數，點數旁的綠色問號則是隱藏版之閱讀存摺 Q&A 及功能說明，並有四大功能按鍵，分別是「我要兌換」、「待換清單」、

「點數明細」、「兌換紀錄」（如圖 1），多數讀者第 1 次看到自己的點數都驚訝又開心，直言：「怎麼這麼好，借書集點還可換獎品」，並想進一步探究點數兌換方式，除提升北市圖形象，更可鞏固讀者忠誠度，提升借閱量。



圖 1 閱讀存摺主頁畫面

次頁上方針對四大功能作簡要說明，當讀者點選「我要兌換」功能，則該項功能鍵會顯示橘色，以示區別。為便利讀者瀏覽獎勵品，提供上架新舊、點數大小排序、兌換狀態篩選及兌換地點篩選，以便讀者操作使用（如圖 2）。



圖 2 閱讀存摺「我要兌換」畫面

若以教育應用的角度而言，點數低的獎勵品等同是小而容易的目標，像是有些手機遊戲常見的「每日登入禮」或實體店家「月月好禮」，希冀藉由穩定贈品培養穩定客群，北市圖的部分分館安排每月或每季上架獎勵品，無非是吸引讀者每月或每季到圖書館走一趟，借幾本書回家，讓讀者維持長期借書之閱讀習慣。此外，點數高的獎勵品則是向讀者提出閱讀挑戰，需達到一定借閱量，方可獲得獎勵品，最常推出寒暑假學童集點活動，提供具吸引力的文具、玩具、桌遊等不少高點數的獎勵品，鼓勵兒童讀者利用寒暑假廣泛閱讀、大量閱讀。

「待換清單」功能，讓讀者可查看待換品項，並直接使用手機產生行動條碼至服務櫃檯兌獎。因應人手一機時代，透過響應式設計避免重複建置系統，讀者一手掌握手機操作閱讀存摺平臺各項功能，讓服務更加值。

現在，各企業無不重視顧客忠誠度，並擬定各種活動計畫鞏固既有客群，北市圖以數位集點式「閱讀存摺」系統，希望為喜愛閱讀的既有讀者帶來更多借書樂趣，以及協助家長提升孩子對閱讀興趣並培養閱讀習慣，更想藉由具誘因獎勵品吸引潛在讀者走進圖書館且親近閱讀。

參、閱讀存摺的營運

北市圖將啟動「閱讀存摺」系統視為一項新興服務，究其本質亦是一種集點換獎、成本低且活動時間長的促銷工具，需要投入長期營運規劃。

將目光拉遠，不只聚焦在兌換，以讀者的角度來看投入使用閱讀存摺的過程，正如行銷上 AIDA 模型，是由認知（awareness）、興趣（interest）、慾望（desire）、行動（action）四個階段形成一連串行為導向。也就是說，讀者最初先是透過各種管道知曉閱讀存摺之存在後，對這項服務感到興趣想去了解服務內容，並產生想要兌獎的慾望，最後並真正的投入使用閱讀存摺。如果初始使用經驗就一如期待，後續可能便會轉換成為長期使用。整套過程轉換成營運者的策略，就如下表一所示，牽涉到行銷宣傳、獎勵品、第一線館員對使

用者的支援、閱讀存摺系統本身。

表 1 使用者行為與營運者策略表

讀者的行為	認知	興趣	慾望	行動	忠誠
營運者的策略	廣大易接觸的宣傳	能被理解 宣傳內容	獎勵品吸引兌換	自動系統、 使用支援	長期穩定的維持慾望
牽涉面向	行銷宣傳		獎勵品	系統、第一線	全部

在讀者認知和興趣的階段，北市圖配合大小活動檔期，利用線上、線下多元管道推廣閱讀存摺。線上方面，在圖書館網站首頁公告或館藏查詢系統均有宣傳，另外配合各館主題活動，在首頁、市圖之窗、電子報、臉書粉絲專頁上持續推播閱讀存摺的訊息。線下方面，各閱覽單位選擇館內明顯處張貼閱讀存摺海報，部分分館更加強宣傳，如同速食店展示玩具般，設置「閱讀存摺的獎勵品展示專區」，又或重設自助借還書機的借還書收據所顯示文本內容，納入閱讀存摺的上架資訊。

文宣內容，除以「知識即是財富」暗喻借書存點數的「閱讀存摺」，亦會強調獎勵品和點數連結，讓讀者理解閱讀存摺就如同超商集點活動，只要累積點數就能夠兌換獎勵品，更甚者，透過閱讀存摺系統，現在每個人在北市圖借書就可自動累積點數，而這些點數仿如北市圖虛擬貨幣，點數好比鈔票，惟只能兌換閱讀存摺平臺的獎勵品。



圖 3 閱讀存摺海報

爲了降低進入門檻，在寒暑假等旺季的大型活動中會以「大獎」搭配「點數加倍」的促銷方式吸引民眾踴躍借書。108 年 7 月 1 日起配合北市府台北通政策，凡新辦或補辦個人借閱證且結合台北通成功便贈送 300 點，並以【恭喜您獲得閱讀存摺 300 點】電子郵件通知，還宣傳當時集點活動提供「超商虛擬購物金」等獎勵品，直接促成讀者初次使用經驗。

在讀者慾望的階段，作爲集點誘因的獎勵品是讀者最在乎的部分，然因公共圖書館服務本質是知識中介者而非商品販售者，較不能像商業集點以自己通路的商品做爲點數免費兌換或加價購的品項，或提供商品折扣、新上市商品等。北市圖在倉儲空間和經費的限制之下，獎勵品選擇偏向體積小、易保存的物品，如生活用品、文具、桌遊、書籍或是禮券。部份獎勵品則是從既有的資源整合、再創造，例如：二手書、好書交享閱的圖書兌換券、過期期刊兌換券、或分館附近商家提供優惠券等。

在讀者行動的階段，則回歸到會員集點系統及整個兌換體驗，牽涉到閱讀存摺系統和第一線館員的服務兩個層面。在會員集點系統方面，相對過去蓋章集點或集點卡的模式，閱讀存摺系統可以自動整合同一名讀者在不同閱覽單位的借閱紀錄並轉換成點數，只要刷借閱證便能兌換獎勵品，讀者無需擔憂集點卡遺失，並免除館員與讀者雙方確認集點情況及紙本註記之人力及時間。再者，獎勵品有相應庫存量與兌換量的控管機制，確保讀者不會因獎勵品兌換完畢而向隅。最後，閱讀存摺系統係將北市圖整體之行銷資源和集點推廣活動予以整合及運用，使得閱讀推廣不再是單一館活動或單一呈現，而是全館集點活動在同一平臺呈現，便於讀者由統一管道獲取集點活動資訊。至於支援服務則仰賴第一線館員於服務櫃臺引導初次或不熟悉的讀者使用閱讀存摺平臺，並向讀者解釋如何集點及兌換獎勵品等，有些熱心館員還會主動向常來借書讀者推廣這項服務。

使用者忠誠的階段，北市圖目前的上架活動尚採取「以大包小」的模式，

也就是在寒暑假旺季推出全館性活動以達到較高的行銷效益，平時則鼓勵各閱覽單位自行辦理集點活動與服務據點之社區使用者互動，以更由在地的視野推出合宜集點活動。

北市圖近期陸續整合資源，將市民生活講座、每月一書推廣活動等既有服務逐步納入閱讀存摺服務，未來將持續就系統、獎勵品、活動規劃整合等面向進行優化，以提升服務。

肆、成果與檢討

閱讀存摺於 108 年 1 月 28 日啓用至該年年底，累積 5,606 兌換人次，58 個閱覽單位共上架 948 種品項。為改善閱讀存摺的使用體驗，北市圖遂於 108 年 11 月對閱讀存摺進行滿意度調查。

- 一、**調查時間**：108 年 11 月 1 日至 11 月 30 日止，共 30 天。
- 二、**調查對象**：從閱讀存摺服務於 108 年 1 月 28 日開辦至 108 年 10 月 31 日止，曾經使用過閱讀存摺兌換獎品的 1,737 位讀者。
- 三、**調查方式**：採線上問卷方式，問卷內容分為五大部分：基本資料、閱讀存摺服務之使用經驗、兌換獎勵品經驗、對閱讀存摺服務之滿意程度評量、開放意見。
- 四、**實施方式**：透過電子郵件寄發線上問卷給 1,737 位讀者，並以填答贈送閱讀存摺 100 點，以及由填答者再抽 20 名獲得 100 元超商禮券作為誘因，獎勵讀者填答。
- 五、**調查時間內**，以電子郵件寄發 1,087 份問卷，回收有效問卷 520 份，回收率為 47.8%，受訪者對於閱讀存摺服務之整體滿意度為 7.78（滿分為 10 分）。以下就問卷的回饋進行整理，分為系統介面、獎勵品、兌換規則三個部分。

項目	建議內容
系統介面	<p>主要為獎勵品分類篩選、手機版障礙、和原本硬體嵌合等。</p> <p>1. 新增獎勵品分類篩選需求</p> <p>目前閱讀存摺現有的排序系統有點數高低、上架時間新舊，分類則是獎勵品的兌換狀態及兌換館。部分讀者建議設有兌換條件的獎勵品可增加篩選機制，或提供點數級距的分類。</p> <p>2. 手機版障礙</p> <p>閱讀存摺雖有提供行動網頁版，但部分的操作仍延續電腦版的操作，例如手機版的兌換地點仍舊是採用電腦版較小的下拉式選單，導致行動版的兌換地點不易點選。</p> <p>3. 和原本硬體嵌合</p> <p>有讀者建議，應該在自助借書機直接顯示現有點數，以省去另外要自己到閱讀存摺上檢視的麻煩。</p>
獎勵品	<p>主要是希望獎勵品的數量能增加、種類更豐富、分布更均勻。</p> <p>讀者具體建議獎勵品類型，如實用禮券、虛擬點數、館方與私人企業或社區商家募集獎勵品、多提供圖書等。</p>
兌換規則	<p>主要是就同一獎勵品兌換限制、借閱收據條件、跨館領獎等方面規則感到不悅。</p> <p>1. 同一獎勵品兌換限制</p> <p>指在閱讀存摺上同一項獎勵品只能被同一讀者兌換一次。當初規則如此訂定是因獎勵品的資源有限，若有少</p>

	<p>數讀者大量兌換特定獎勵品，會影響其他讀者兌換權益。</p> <p>2. 借閱收據條件</p> <p>指在閱讀存摺上，部分閱覽單位除了點數外，尚會附加兌獎條件，如五張該館的借書收據。關於本項的建議，主要是部分閱覽單位當時設下的收據數量門檻偏高，有環保及增加兌換困擾的疑慮。調查結束後有觀察到不少分館皆有進行調整，例如改為領獎當日借閱該館幾冊，或以其他方式取代。</p> <p>3. 跨館領獎</p> <p>指在閱讀存摺上，獎勵品無法如同預約書轉移到他館兌換，只能到指定館領取的規則。該項規則的訂定主要是因部分上架獎勵品，是屬於各閱覽單位自行舉辦的活動。另是部分獎勵品的價值偏高，無法以既有的物流系統運送。</p>
--	--

系統方面，除去上述兌換前端介面，還有後端系統的「獎勵管理」功能也有待改善。北市圖參酌使用者和館員意見釐清真正需求，評估每一項需求必要性，以整體性的思維檢視各個修改方案，避免方案之間互相衝突，或是修改後衍生新的可預見的問題，待條列清楚修改需求後，與系統廠商確認修改系統可行性及報價，並思考施作的優先次序，逐項改善，讓經費能夠得到最有效的運用。

獎勵品方面，未來逐步由獎勵品種類、數量、上架時間等面向進行調整，而獎勵品豐富性亦會廣納各館獎勵品建議藉由集體採購方式以量制價，以提升獎勵品數量。

兌換規則方面，同一項獎勵品僅能兌換一次，因資源有限，為求公平兌獎

所限。跨館領取獎勵品限制係因應各館獎勵品有限且集點活動無非是想鞏固在地社區讀者，故設限優先提供給當地讀者，惟讀者仍可自行前往該館進行兌獎。部分分館會設定兌獎條件亦是同理，但已提醒各閱覽單位修正兌獎條件，避免不環保或保留不易等爭議性條件。

北市圖將就系統、獎勵品及兌換規則持續編列預算或廣納意見進行改善，讓讀者愛上閱讀存摺平臺。

伍、結語

因應經費編列逐年下降的大環境，在現有資源的基礎上進行整合和創新，以滿足讀者需求並達到推廣閱讀的使命，是現今圖書館的重要課題。有鑑於商業環境中集點活動的成功，以及近年來在教育上的應用，北市圖嘗試整合過去的閱讀推廣活動，運用數位集點的「閱讀存摺」系統，藉此鞏固既有讀者並開發潛在讀者，提升圖書館使用率及借閱量。最終希望能鼓勵更多民眾走入圖書館，培養終身受用的閱讀習慣，擁有終身學習能力，更加享受閱讀的樂趣。

參考文獻

- 張嘉倩(2007)。便利商店滿額贈品收集動機與各階段行為特徵之研究，輔仁大學管理學研究所。
- 陳書榕(2019)。數位化商機！全家如何從 2%「超級用戶」中獲利 64 億？食力。取自：
<https://www.foodnext.net/news/industry/paper/5357357899>
- 曾皇儒(2019)。集點的行銷魔力一點數經濟。取自：
<https://mymkc.com/article/content/23160>
- 愛傳媒(2015)。知識及財富「讀書存摺」讓大家越來越富有。取自：<https://www.i-media.tw/Article/Detail/2533>
- 葉乃靜(2014)。建構有意義的遊戲化圖書館服務。《圖書館學與資訊學》，40(2)，67-76。