HP / January 03, 2011 06:25PM

[Mr.6] Space Jam破官網讓人懷念當年，只要開一個「官網」本身就是美好成就

這周末美國人在瘋一個網站，你看到這個網站，還真的會瘋了！

這個網站是「Space

Jam」

，一開始是在Reddit上面爆紅的，現在美國部落客很喜歡到Reddit去挖新聞，TechCrunch的文章就對此事件的前後做了一個完整的描述。這個網

站，是麥可喬丹當年的電影，它不是網友亂蓋的，喔天，它是一個「官方網站」！我還記得那是我大學的時代，和朋友去看這場電影，好懷念的

日子……網路人看了這個網站，肯定也立刻陷入了懷念氣氛中，都要感謝這個網站，一直都沒有換過。

是的，照理來說，這個遠在1996年所蓋的網站，就算是華納兄弟開的，應該也已經下架、取消了，沒想到，這個網站竟然神奇的被保留下來，閒置在那邊，沒人知道，直到被網路人無意發現，放到討論區，大家一起欣賞著這個破破爛爛的網站，嘖嘖稱奇！

「這麼爛的網站，當年真的是一部電影的主題網站？」

「麥可喬丹怎麼能接受這麼爛的網站？」

文章在整體做了一場分析之後，最後的結論，真的讓人深省。他們說，上周末的風潮顯示我們或多或少、或裡或外，都不得不承認，我們其實都很懷念「那個年代」，那個年代是，「當我們擁有一個『官網』，無論它長得多醜，單單開設了它，本身就是一個了不起的成就！」（having a website, no matter how bad, was an achievement in itself）

說得好啊！

它的意思是，現在的官網，真的沒這麼「簡單」了，至少，絕對不是「開設了它，就很了不起了」。多少廠商花了半年，刻了一個官方網站出來

，炫麗的動畫，像孔雀一樣和同行比一比，不料，開了之後也沒人拜訪，業界傳開了，沒人敢再這樣隨便花錢刻第二個官網。

Space

Jam的「官網」，也突然讓我們領悟，似乎自己這些年來，有點被迷思了

。我們老是認為，一個官網，就是要讓訪客進來認識我們公司的？或說，一個官網，是拿來作「行銷」用的

，製作官網的預算，應該來自於行銷預算。

真的嗎？

Space Jam讓我們想起，當年，為什麼我們開官網。那，好像不是拿來做行銷的。當年我們開官網，彷彿我們開一間店，一定要有一個「招牌」

似的；那個年代只要架出一個「招牌」，本身就是一個成就，真的就完成了一個重要的事情。這就令我們開始思考，我們是否走歪了？

我們是否給現代的官網，不適合它的「任務」？

最近有兩個「任務」，我覺得可以作為參考：

例子一，來自這篇介紹一個有趣減重服務的文章，這個例子是一個新的減重網站，它的服務很簡單，只要你加入會員，它就天天在

早上8:00整寄一封簡訊給你

，要你收到後，立刻到體重機旁邊量一下最新的體重，並且將這個體重數字通過簡訊再「回傳」。這樣的動作，一開始你只是不耐煩的回覆了，

回覆了一個月以後，它告訴你，「可以回到官網去，我們已經將你這幾天的體重變化，在官網上面製成一張圖表了！」後來，你變成一定要上這

個官網去查查看你體重的變化，每天的簡訊，也變成在提醒你可以回到官網去看看你體重的變化！讓我們想到，如果官網的目的不只是讓人看，

而是讓你的網友，可以收到「主動通知」呢？而主動通知，也不斷的將他們帶回到官網呢？或許這是給官網的一個不錯的「新任務」！

例子二，也是這周的新消息

，福特汽車即將推出一個APP，同時給iPhone也給Android，你說，大企業做APP，甚至把官網都做了一個手機版，有什麼了不起？了不起的是，

這個福特的APP不是拿來看一些美食、交換一些地點資訊用的，它是可以直接和福特車上的系統「同步化」。使用者只要下載這個APP，平常排

隊等麥當勞，可以「遙控」車上的系統

，做一些設定之後，它直接會和汽車上的GPS說話，設定好相關的資訊！雖然我們不是福特汽車，沒有必要遙控使用者車上的系統，但現在我們

可在iPhone上面使用calendar功能，可以直接同步到Gmail等等，或許，官網的下一個功能，是想辦法在你的產業裡，提供一些「同步化」服務

，同步到Google、同步到Facebook，讓使用者高興的使用你的官網，因為他們想要使用「同步化」服務！

這兩個案例可見，如果「官網」不再拿來作行銷，可以拿來做的「非行銷任務」還很多！

去年我們曾辦一場「Mr.6團隊過年前發表會」，今年我們亦打算在1月28日（五）下午舉辦第二年的「Mr.6團隊過年前發表會」

，祝大家新年快樂。去年我們就是在過年前的發表會「首次」發表我們在Facebook的狀況，今年我們也會首次發表五個行銷新做法，

其中之一是「非行銷用途的官網」，免費參加，位子有限，歡迎立刻填表報名。

上周才剛剛寫到，最近Facebook的大新聞之一，就是他們終於開始在某一些網站測試「Instant Personalization」(立刻個人化)，像TripAdvisor趁

你在看「紐約」這一頁時，就會秀出你的朋友在「紐約」的動態，你到Clicker找線上電視節目，也會看到你朋友也看了哪些電視節目。今年，如

果Facebook終於排除爭議，對所有網站都開放了「Instant

Personalization」，我們可玩的東西可多了，不過，我覺得這還不夠，我們真的已經厭煩，開一個官網，還要去煩惱「有沒有人來看」了──

誰說官網一定要拿來作行銷用途？你的官網能不能跳出行銷的範疇，直接創造銷售，或直接給網友其他的功能。

我們總不能只是懷念，「只開了一個官網，本身就是一個成就」的日子。

本文轉錄自 Mr. 6 。