

員參加。綜合理監事會、館長日和家族館日的活動，協會不同的成員之間每個月都有交流互動的機會，對於各項工作的順暢推動有很大的幫助。

協會的簡訊和網站是家族成員間溝通觀念、交換訊息的工具。協會的網站除了提供即時而快速的溝通功能，主要還應該讓觀眾便於搜尋各家族館的資訊，以及作為中、小學博物館教育資源的資料庫，讓教師可以在此取得各種教學方案的參考；這兩方面內容的充實精進，有待長期的努力。有了網站分擔即時傳遞訊息的功能，簡訊的內容可以是值得慢慢思考的博物館專業學習資訊、各家族館經營者的心得及經驗分享、館員、義工或館藏特色的深入報導等。

協會也需要有系統的出版計劃，將各家族館的內容特色、各區塊的資源調查成果、發展出來的博物館教育活動方案，以摺頁簡介、手冊、套書等不同方式出版，提供觀眾得以認識並且分享蘭博家族的經驗。出版的形式應當活潑而具有可讀性，圖畫書、漫畫、小說故事書都可以，就是不要「調查研究報告直接變成書」。資料的轉化需要專業者的協助，版面最好也能經過設計，觀眾才會樂於接受。

要推動這麼龐大複雜的工作，需要理事會做清晰明確的決策、掌握方向，秘書處專職的工作人員必須積極學習專業的素養，提昇執行能力，否則，一切都將淪為紙上談兵而已。

協同發展，整體行銷

談蘭博家族的整體行銷，有必要先認清

「整體行銷」的意義。過去大家在協會裡所討論的「行銷」，嚴格講起來是「推廣工作」、「推銷」或「促銷」，它只是「整體行銷」的一環，如果協會只是汲汲於「促銷」，以蘭博家族現在的體質和所擁有的資源，很可能「吃緊撞破碗」，當被強力的推銷方案所吸引來的觀眾發出「不過如此」的感嘆，而不是驚奇與感動時，「蘭博家族」的招牌就出現了裂痕。援引自企業經營管理領域的行銷概念，包含五P的要素：產品、價格、地點、推廣以及人事。當我們把它挪到博物館經營的領域，用在蘭博家族協會的操作上，此「五P」也就有不同的內涵：

產品（Product）：

- 1.各家族館、其館藏品、館舍建築、場地、活動、設備以及所提供的服務。
- 2.由協會辦理的對內以及對外各項博物館教育、研習活動。
- 3.協會的館舍場地、硬體空間。
- 4.協會協助各家族館提昇專業水平的工作及能力。
- 5.以「家族」方式運作一縣博物館事業的概念和經驗。

價格（Price）：

- 1.會員繳了會費之後對協會的期待。
- 2.家族館受協會幫助之後對協會的義務。
- 3.觀眾、遊客的消費。
- 4.政府對協會的獎助和期待。

地點（Place）：

- 1.家族館所在的地理空間脈絡。
- 2.宜蘭縣的區域空間發展特性、交通網路。
- 3.與縣內其他文化設施和休閒產業的關聯。