

務實行銷方法

走過兩、三年的歷程，蘭博家族的運作重點放在推動培基計畫、學習計畫和教育計畫以提升家族館的體質，朝向建構專業博物館之路邁進，進而建立起優質的品牌形象。在務實的考量下，不願腳步太快砸了招牌，時至今日蘭博家族行銷計畫的推動相形之下較為緩慢，但也可說是較趨於保守，著重介紹蘭博家族，以資訊提供為主。

在蘭博家族協會成立前，蘭陽博物館籌備處於2000年籌劃出版「走訪宜蘭博物館家族」摺頁和導覽書，前者精簡、後者詳實介紹蘭博家族的成員，含括各成員的館內展示、地點、交通方式、開放時間、服務項目等資訊，將成員的所在位置標示在同一張地圖。在宜蘭的地圖上，蘭博家族已成為共同行銷的一體。

隨著時間的演繹，蘭博家族的成員有些許的異動，新版「走訪宜蘭博物館家族」摺頁的製作也轉由蘭博家族協會籌劃，於今(2002)年初完成。新版摺頁考量到一般遊客慣以地緣週邊景點旅遊的習性，蘭博家族家族館依所在位置以地理行政地區分成五大區塊(由北到南：頭城、礁溪；宜蘭市；員山、三星、大同；五結、羅東和冬山、蘇澳)，開始朝向以區域串聯角度行銷家族館。



「宜蘭博物館家族」導覽書、舊版摺頁、及新版摺頁

另外蘭陽博物館籌備處出版的季刊—「蘭陽博物」(即本刊)，特闢有「家族館采風」專欄，讓蘭博家族定時發聲，如本文的目的，讓讀者瞭解我們的成長軌跡和脈動，也可藉此吸引理念的支持者。

藉由承辦去(2001)年度文建會社區文化之旅，蘭博家族協會也著手試辦以家族館為體的文化旅遊行程，於去年7月至11月間推出四條主題路線：路線一—舊城、新象、南門情；路線二—文化、產業、鄉土情；路線三—博物館築夢之旅；和路線四—營造家園博物館。四條路線相當受到社會大眾歡迎，報名不多時即全數額滿；活動中，行程的內容也受到極多的讚賞，家族館證明是“有料的”參訪點，讓未來「家族套裝行程」前景可期。