

113 學年度第 1 學期 行銷企劃書撰寫課程檢核 審查結果

序號	主題	評審意見與修改建議	結果
1	麥當勞	<p>評審意見：</p> <p>行銷企畫書內容完整，提出的行銷策略具有亮點及可行性，實屬佳作。</p> <p>修改建議：</p> <p>企劃內容主要針對學齡兒童，活動時間多侷限於假日，建議加入學齡前兒童，可以填滿平日的時段。</p>	通過
2	松屋	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. PPT 中 TA 的附件，有四項資料，並未表示內容。 2. 清楚定義松屋經營的問題-知名度不足。 3. 二次元文化人物眾多，未說明為何採用寶可夢，而非鬼滅之刃....。 4. 未說明採用寶可夢的原因，以及選用哪幾個寶可夢，以及採用的原因。 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 具體提出松屋的客群與喜歡二次元族群的重疊性。 2. 說明松屋的客群的特質，以及選用寶可夢的原因。 3. 依據採用的寶可夢，具體設計出產品的外觀(至少三品項) 	通過
3	NIKE	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 以運動盛事來消化庫存想法可行，但可能消化的數量無法無預期。 2. 評估出來的馬拉松人數，是以台北馬拉松為例，請提供其他企業冠名舉辦的馬拉松人數。 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解 NIKE 庫存商品類別，找出要捐贈的單位。 2. 依據報名費、預估參加人數，設計提供給路跑者的參加贈品，以及要捐贈商品。 3. 提出適當的傳播方式。 	通過
4	寵物居服員	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 未詳細介紹毛孩居服員企業，但在競爭對手分析中提到，毛孩居服員的經營規模大。 2. 發現問題為「現有平台只注重代遛狗服務」，對「寵物的陪伴」，忽略寵物的健康。 3. 但是目標族群為沒時間遛狗的上班族，與寵物健康似乎沒有直接相關。 4. 如果是要經營寵物營養品市場，競爭對手應該分析現有寵物營養品市場。 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 詳細說毛孩居服員目前的經營模式，如營業項目、有多少員工？營業額？ 2. 詳細說明毛孩居服員接單的方式，以及安排居服員的方式。 3. 說明產品設計的根據，為何選擇關節強效、化毛專科、免疫力平衡等產品。 4. 為何選擇訂閱制？請比較訂閱制與購買制的優劣。 	複評

113 學年度第 1 學期 行銷企劃書撰寫課程檢核 審查結果

序號	主題	評審意見與修改建議	結果
5	肯德基	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 企劃動機明確指出因健康及環保意識，已有多家速食餐廳引進植物肉，肯德基目前為止尚未有相關慘品。 競爭者分析以聚焦於各家的植物肉相關產品。 市場區隔採用年齡與健康意識沒有問題。 目標族群有誤，以 18-25 歲注重飲食健康的人為目標族群是乎不是主要植物肉採用者。 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 建議將市場區隔可加入可對於永續環境理念，此族群為植物肉先驅採用者，並提出符合該族群意識形態的產品及推廣策略。 其他競爭對手已早於肯德基提出植物肉產品，最為後進市場者，須提出與市場佔有者差異化的產品。 	複評
6	三媽臭臭鍋	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 明確指出商店遭遇的問題。 PEST 的結論是三媽臭臭鍋應該合理調整價格，並確保食材品質沒有問題。分析與所提的 4P 策略脫鉤。 目標族群 25-45 歲，喜歡創新，有消費能力，有穩定收入的族群？請確定該族群的消費特質，是否真的為三媽臭臭鍋的目標族群。 環境分析與所提 4P 策略無相連。不知為何產生產品策略為茶香養生鍋、米食火鍋。 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 請確定目標族群的消費特質，是否真的為三媽臭臭鍋的目標族群。 根據以上目標族群的特質，設計符合其需求的產品。 	複評
7	CAMA 咖啡廳	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 請分析 CAMA 市占率下原因。 未分析 CAMA 面臨的困境，到底是成本過高？還是營業收入下降？找出問題再想解決方案。 企劃內容錯誤，所以產品為自動售票機。與企業經營項目不符。 環境分析與所提 4P 策略無相連 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 確實分析 CAMA 面臨的困境，找出問題再想解決方案。 要導入訂餐機，屬於通路策略，請提出點餐機客制化的功能。 	複評

113 學年度第 1 學期 行銷企劃書撰寫課程檢核 審查結果

序號	主題	評審意見與修改建議	結果
8	85 度 C	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 動機為該公司缺乏健康導向的產品，想要企劃低糖的產品。 2. 競爭對手選擇錯誤，應該選擇小蛋糕、有內用座椅的商店。 3. 目標市場為 18-50 歲中等收入族群，請確認該族群在採購蛋糕時最核心的考量因素(請提出三項)。 4. 產品知覺圖採用因素不適當，應有較成立時間對於消費者在選擇產品時更重要的因素。 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 企劃目標為設計健康趨勢的產品，但企劃內容說明不足。 2. 競爭對手請以目前已採用低糖蛋糕而且生意不錯的內用蛋糕店為主。 3. 確定目標族群特質及需求，具體設計產品，而非僅是註明低糖、健康的蛋糕。如果無法設計產品，請家產品推廣策略，如平面廣告或影片廣告。 	複評
9	自動貓咪剪指甲機	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 動機未提到貓咪飼主在幫貓咪剪指甲時面臨的困境。 2. 缺乏對於目前競爭市售產品的比較 3. 智能剪刀對貓咪指甲感測準確度無法評估。 <p>修改建議：</p> <p>請加強描述採用的技術，確保安全剪甲的可行性。</p>	通過
10	7-11	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 動機提到「吸引學生顧客來店消費，拓展客源並提升多樣化」。請提出 7-11 客群中，學生的佔比過低的支持。 2. 總體環境分析應該是 PEST，個體環境分析應該是 SWOT，並非策略發想。 3. PEST 分析混亂。 4. SWOT 提出利用品牌優勢提高市佔率策略，與之後的提出「智慧優惠券系統」策略，毫無相關。 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 請確實分析 7-11 的競爭環境，確認其面臨的困境或威脅。 2. 進行 STP 分析，找出行銷企劃實施的對象。 3. 針對企劃實施對象規劃 4P 策略。 	複評
11	COLD STONE	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 有明確指出 COLD STONE 季節性消費的特質。 2. 企劃目標為透過集點活動來吸引消費者回購，並未完成相關分析及提出策略? 3. STP 的 	複評

113 學年度第 1 學期 行銷企劃書撰寫課程檢核 審查結果

序號	主題	評審意見與修改建議	結果
		<p>市場區隔(S)：變數為職業、生活型態、行為變數、地理區隔 目標市場(T)：為 18-41 歲喜歡冰淇淋的顧客，請說明分析過程？ 市場定位(P)：為獨特的製作過程讓顧客在享受美食的同時，能感受到互動性和社交分為。 S、T、P 三者似乎沒有關連性。</p> <p>4. 企劃 4P 未考慮 STP，內容也不見創意。</p> <p>修改建議：</p> <p>1. 重新分析 STP</p> <p>2. 依據目標族群的特質設計冬天冰淇淋的 4P，可以是新口味的產品企劃或是推廣企劃。</p>	
12	一日票行銷企劃書為 行旅行一日遊	<p>評審意見：</p> <p>1. 用心收集資料並提出日本旅客對於手作的需求。</p> <p>2. 本題雖有提出新的套票，但對定價策略無法提供定價模式支持，考量因素較為簡略。</p> <p>修改建議：</p> <p>1. 分析北捷所有悠遊券的價格、內容以及銷售狀況。</p> <p>2. 分析國外旅客來台旅遊勝地，以及其他旅遊期待與需求。</p> <p>3. 分析日本、韓國、新加坡、香港地等與台灣地區相近的地區，大眾運輸系統的 FREE PASS 票卷。</p> <p>4. 以上因素，並結合北北特色考量，再提出新的票卷設計。</p>	通過
13	大潤發線上購物	<p>評審意見：</p> <p>1. 企劃書所提大潤發線上購物問題為 APP 下載量逐漸減少，消費者評論 APP 介面不好操作，缺乏資料支持。</p> <p>2. PEST 應為企業環境發生變化，對企業經營產生的影響，而非策略發想。</p> <p>3. 選擇 30-50 歲有穩定經濟的男性為目標族群的因素不具說服力，請重新選擇目標族群，並詳細描述該族群特質及消費行為。</p> <p>4. 企劃書提出四個對策，未與前面環境分析，SWOT 分析以及 STP 有關聯性。</p> <p>修改建議：</p> <p>1. 企劃書所提企業面臨的問題為 APP 使用量及操作介面，但是企劃所提 4P 卻沒有提出對應的解決方案</p> <p>2. 請確實了解 APP 下載量逐漸減少的原因</p> <p>3. 分析目前 APP 使用對象，分析其對 APP 的需求，並提出優化 APP 的策略。</p>	複評

113 學年度第 1 學期 行銷企劃書撰寫課程檢核 審查結果

序號	主題	評審意見與修改建議	結果
14	欣亞數位	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 企劃提出二個問題「市佔率過低」、「大多數人不懂電腦零組件」，請確認「市佔率過低」過低是因為「大多數人不懂電腦零組件」造成的？還是其他因素，如經濟景氣下降？知名度不夠？評價不佳？或者競爭者過多？ 以缺乏硬體知識為目標族群似乎不適當，要教育缺乏硬體知識到他們能下單組裝電腦，對商方而言都需要很長的訓練成本。 有建立一個簡易的示範網頁。 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 先確認市佔率過低的原因 修正目標族群，有經濟能力在乎孩子學習的家長，應該不是主要目標族群。建議改為對於稍有硬體裝修背景，重視電腦 CP 值者。在加上其他市場區隔變數。 描述目標族群的特徵，購買 3C 產品的需求之後，重新修正行銷策略。 	通過
15	EATWITH	<p>評審意見：</p> <p>對於私廚評鑑廚師的著墨很多，但此題目不屬於行銷企劃書，較屬於人力資源之員工能力提升範疇。</p> <p>修改建議：</p> <p>題目修改，仍可以私廚平台為對象，提出 4P 建議為產品企劃-設計私廚產品，或者歸廣策略-打開 EATWITH 知名度，或產品企劃-設計初次嘗試私廚的客戶方案來提升業績，或者通路策略-如改善服務流程等。</p>	複評
16	黑松飲料	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 未清楚說明黑松的運動飲料 請定義產品辨識度？ 問題定義為產品辨識度不足，但為說明黑松的運動飲料目前辨識度不足的支持證據。 未說明目標市場為何為 18-40 歲健身愛好者？ 目標市場特徵為注重體能恢復及身體管理，願意投資專業運動飲料，該族群為熟悉常見運動飲料了，所以他們應該也很熟悉 FIN 的品牌，把此產品放在健身房的策略，似乎無法提高產品的辨識度。 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 請釐清黑松的運動飲料面臨的問題，是辨識度不足？市佔率過低？ 確認題目後，找出產生問題的原因，再提出解決方案。 請分析黑松運動飲料目前的消費族群，並找潛在顧客，並將他們訂為目標族群，提出有效的 4P 策略。 	複評

113 學年度第 1 學期 行銷企劃書撰寫課程檢核 審查結果

序號	主題	評審意見與修改建議	結果
17	中捷運優惠卡	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 未提出台中捷運面臨的困境，以及企劃要解決的問題。 2. PEST 的社會文化、技術環境內容錯誤，應該提出 PEST 的改變對於企業營運的影響。 3. 台中捷運的競爭對手，應該是公車及機車。 4. STP 為年齡 15-55 歲通勤族，喜歡逛商圈及外食者。未詳細描述該族群的特質，故未設計出符合該族群的商品。 5. 產品中捷優惠卡產品及價格設計過於草率，未見相關資料或數據支持。 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 明確找出目標市場，例如以通勤方式區分機車族、公車族，或以身分區分銀髮族、白領、粉領、藍領上班族、中學生、大學生、或者外地遊客等，了解該族群需求，並設計出吸引該族群放棄原本交通工具的方案。 	複評
18	悟饕池上飯包	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 未描述企業現況及經營上面臨的困境。 2. 品牌特色為「傳統池上飯包、品牌歷史悠久，訴求健康與品質。」請說明目前為止針對健康與品質推出的產品，以及其他方案。 3. 產品特色一般族群的日常便當、針對慢性病的特製便當，以及針對中高齡層設計的低油、低鹽、低糖便當，現有資源是否能支持多樣化的產品線。 4. 需評估不同支線的產品，如慢性病的特製便當，以及針對中高齡層設計的低油、低鹽、低糖便當的市場需求量。 5. 成本估算不合理： <ol style="list-style-type: none"> (1) 食材每月成本 30 萬，一天約為 1 萬元，預計每日銷售 1000 個便當，故食材成本每份 10 元。如何採購到高品質、低鹽配方，符合健康標準的便當。 (2) 配送成本每月 5 萬元，每月銷售 3 萬個便當，一個便當盒、餐具、外袋，只需不到 2 元。 (3) 只有估算生產設備維護？沒有估算況增生產線的成本？ (4) 配送成本每月 10 萬，約每天 3000，平均配送每個便當 3 元 (5) 每天 1000 個便當，人力成本僅估算 15 萬元，不合理。 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 針具目標市場提出健康餐點的解決方案，包括產品設計製作、訂購、配送以及金流等環節。。 2. 修正成本效益評估。 	複評

113 學年度第 1 學期 行銷企劃書撰寫課程檢核 審查結果

序號	主題	評審意見與修改建議	結果
19	Airgo	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 有明確定義機車族面臨的空汙問題 2. 但提出空氣淨化頭盔作為解決方案，是現有印度公司的產品，未有新的 4P 企劃 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 依據台灣市場及消費者特質，設計或改良印度 AirGO 的頭盔。 2. 引進印度 AirGO 的頭盔，依據台灣市場及消費者特質，提出推廣企劃方案。 	複評
20	麗嬰房訂製服	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 有清楚分析出企業面臨的問題與 SWOT 2. 有清楚定義目標族群為新生兒的父母，並找出其分布年齡層 3. 但 SWOT 發想策略為「精緻定位嬰兒服」以及「把一些營收虧損嚴重的分店關閉並且轉型」，但 4P 策略卻是提出一個「嬰兒包屁套組」，前後未呼應 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 如果要產品定價較高，可鎖定彌月贈品市場，加上客製化的服務，例如刺繡父母及嬰兒名字或刺繡嬰兒照片 2. 如果是給父母選購的產品，由於包屁衣穿著時間很短(3 個月以內)，一件 3000 元的產品，需調整售價 3. 或者提出鼓勵生產的策略，如針對一胎、二胎、及三胎以上的家庭，給予不同的購買優惠，並透過媒體宣傳 	通過
21	OK 超商自主結帳	<p>評審意見：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. STP 設定與其他超商相同，並未針對 OK 特質找出利基族群。 2. 市場區隔為「都市邊緣小型社區」「住宅區」「通勤路線」，但市場定位卻為「網購取貨的便利性」及「支持社區活動」，前後不符。 3. 產品企劃為「OK 超商自助結帳機」，應該不屬於產品企劃，而是屬於行銷通路企劃。而且對於都市邊緣小型社區而言，應該較為用不到。 <p>修改建議：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 重新思考 OK 超商面臨的困境，以及導致困境的因素。 2. 分析 OK 超商與其他競爭者在差異。 3. 重新訂定有別於其他超商的行銷策略。 	複評