

Agilvy

如何企劃 行銷策略

主講人：張志浩

1. 什麼是企劃？

定義一： 為了尋求可行方法，來解決問題的一系列思考過程。

定義二： 為了達成預期目標或解決某一問題，激發多數人的創意，有效運用手中的資源，選定一個或以上的可行方案，並確實執行。

- 有問題、有目標
- 解決方案
- 系統化、邏輯化、具象化
- 思考的過程
- 確實執行

3. 企劃書的種類

- 一般企劃書
- 行銷企劃書
- 新產品上市企劃書
- 廣告企劃書
- 員工訓練企劃書
- 公關企劃書
- 促銷企劃書
- 投資可行性企劃書
- 年度經營企劃書
- 企業長期發展企劃書
- 其他…

3. 什麼是行銷？

行銷是一種過程，運用價格、通路、推廣的方式，將商品或服務，以交換或交易的方式來滿足個人或組織的需求。

4. 4Ps vs 4Cs

Product 產品

Price 價格

Promotion 推廣

Place 通路

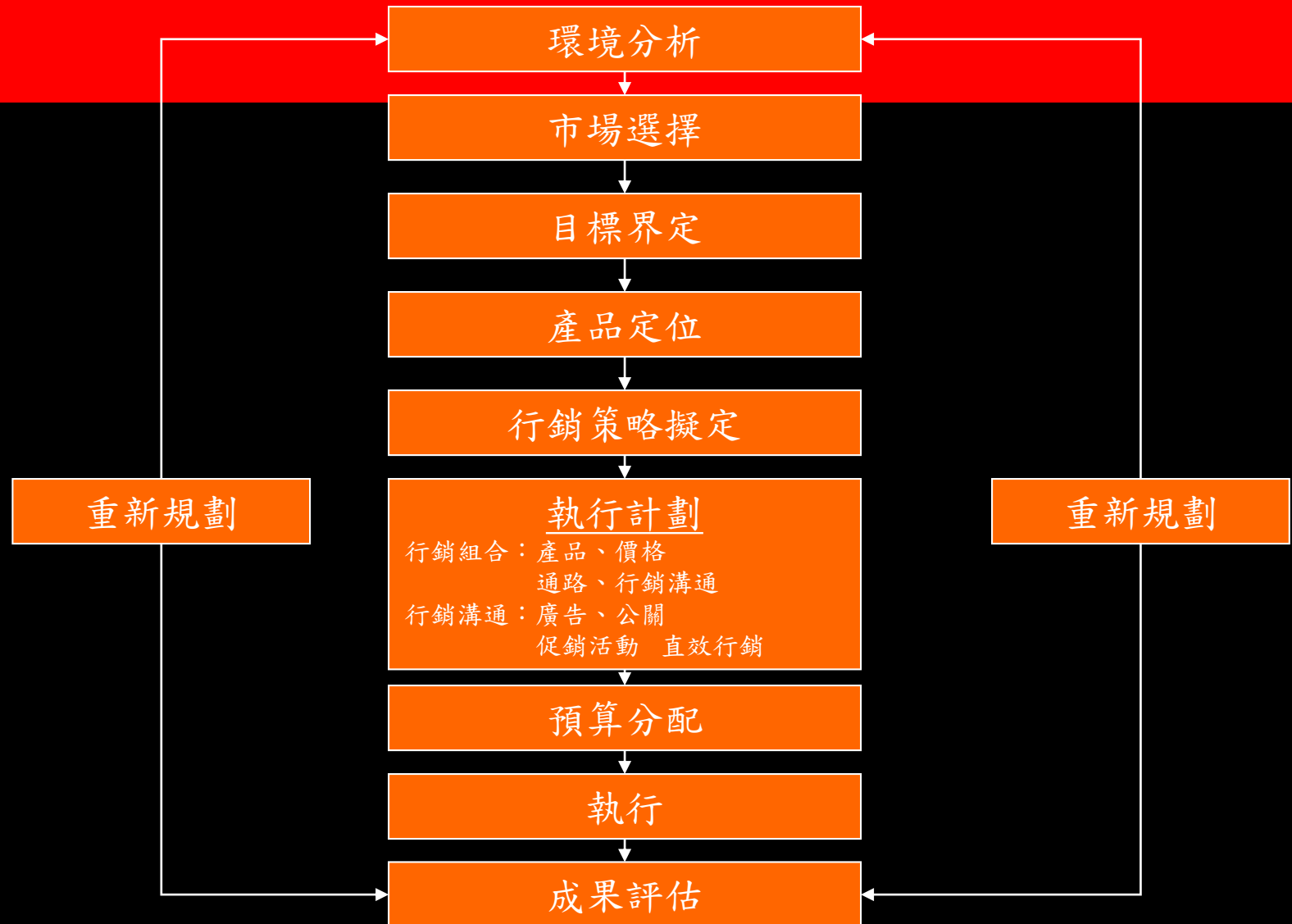
Customers' Needs 客戶

Affordable Cost 成本

Communication 溝通

Convenience 方便

5. 行銷計劃流程圖



6. 行銷溝通的工具

廣告

1. 電視
2. 廣播
3. 平面媒體
4. 戶外看板
5. 包裝
6. 郵寄函件
7. 目錄
8. 陳列物
9. 小冊子
10. 電話簿

促銷

- 競賽
- 獎品
- 試用品
- 展覽
- 發表會
- 折價券／點券
- 折扣
- 娛樂節目
- 贈品／折價物
- 折扣

公關宣傳

- 新聞稿
- 演講
- 研討會
- 年報
- 公共關係
- 捐贈

直效行銷

1. 電視
2. 廣播
3. 平面媒體
4. 戶外看板
5. 包裝
6. 郵寄函件
7. 目錄
8. 陳列物
9. 小冊子
10. 電話簿
11. 電話行銷

數位行銷

1. 網路廣告
2. 關鍵字
3. 行動行銷
4. 社群行銷
5. 口碑行銷

7. 行銷企劃書的內容

- 環境分析： 檢查表、資料蒐集、SWOT
- 市場選擇： 市場區隔、目標對象
- 新產品發展： 可行性評估、產品測試
- 行銷目標：
 - a. 期間 (Period)
 - b. 目標市場、對象 (Target)
 - c. 行銷預期成效 (Performance)、成果及量化
- 產品定位： 產品區隔、定位
- 行銷策略： 達成行銷目標、所將運用何種
行銷組合策略：產品、價格、通路
行銷溝通組合（廣告、公關促銷、直效行銷）
- 執行計劃： 對象、目標、利益、執行細節、溝通媒體
- 執行時間表：Who Does What By When

— 預算分配：目標預算法、百分比法、競爭者評估法、損益平衡分析

— 評估分析：

- 質的分析：計劃本身、執行時間配合人員素質...
- 量的分析：財務支出、營收、成本控制、回應成果與成本之關係，如ROI、KPI、CPM、CPR、CPO. Frequency、Reach、TARPS...