

## 南台科技大學行銷系開設就業學程成果動態報表

填表人：黃中信			授課日期：97 年 12 月 09 日		
<b>一、基本資料：</b>					
系所名稱：行銷與流通管理系			課程名稱：品牌管理		
任課教師姓名：黃識銘			班級名稱：流通四甲與流通四乙合開		
<b>二、課程安排：</b>					
週次	主題名稱	授課教師	服務公司	服務職稱	授課時數
11	台糖美容保養品品牌策略	賴建銘	台糖公司品牌經理	總經理	3
<b>三、成果內容</b>					
<p>主題：台糖美容保養品品牌策略</p> <p>主講者：賴建銘</p> <p>開課班級：流通四甲與流通四乙合開</p> <p>任課教師：黃識銘</p> <p>附件(課程講義、講者名片、學生簽到表)</p> <p>摘要：</p> <p>一、創新品牌的品牌規畫。</p> <p>二、產品行銷策略&amp;廣告推廣規劃</p> <p>三、品牌策略</p> <p>1. 產品背景(整體市場狀況、知名度、主要通路、產品及特性、行銷活動目標與策略)</p> <p>2. 廣告目的與策略(媒體計劃、目的)</p> <p>3. 競爭範疇與態勢(分析你的對手是什麼樣的廣告風格、針對你的競爭對手做策略 計畫、對方動態、廣告資訊)</p> <p>4. 目標對象(消費者一天的生活，了解其生活型態及習慣，做成有效資訊)</p> <p style="padding-left: 20px;">誘因→考慮→尋找資料→選擇→購買→經驗</p> <p>5. 產品屬性對消費者之重要性排序</p> <p>6. 品牌元素的定位和企業形象的運用</p> <p>7. 品牌規劃 &gt;&gt;品牌策略&gt;&gt; 品牌定位&gt;&gt; 產品定位 &gt;&gt;目標市場 &gt;&gt;產品 USP</p> <p>8. 調查屬性對消費者之重要性排序</p> <p>極度重要 適合東方人肌膚 容易買到 可信賴的品牌</p> <p>一般抗老/延緩老化效果佳 包裝有質感,吸引人生技保養品的領導</p> <p>不重要的 我覺得親近的品牌 貼心的品牌專業人士推薦</p> <p>競爭者分析</p> <p>確立競爭者</p> <p>相同目標客戶群</p> <p>主要行銷通路重疊性高</p>					

產品範疇類似

定價區間類似

品牌經營積極度高

市場佔有率高一至二位

品牌滿意度及偏好度高

### 詩丹雅蘭品牌策略

以「詩丹雅蘭」高機能、智慧型保養品之品牌定位，發展系列產品

產品方向從熟齡肌膚適用之產品，往較年輕之目標客戶群延伸

先求產品深度，次求產品廣度，如先期專注於臉部保養全系列產品，第二階段再發展身體保養系列

品牌規劃 提供全方位的精純美容保養品

目標客戶群 22 - 40 歲未婚及已婚女性

了解自己、自我要求高

重視品牌/產品與服務的品質與價值

有工作或專業成就

價值主張

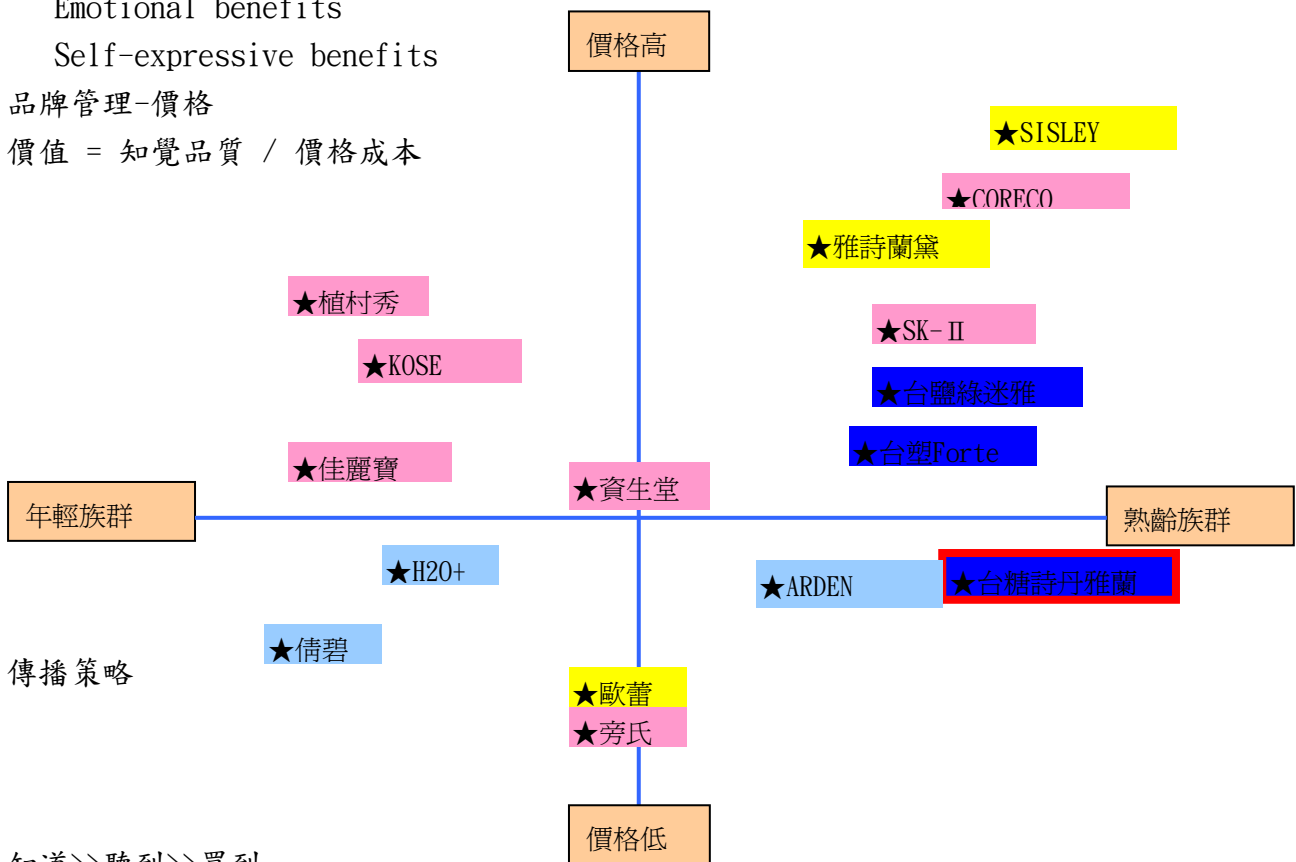
Functional benefits

Emotional benefits

Self-expressive benefits

品牌管理-價格

價值 = 知覺品質 / 價格成本



傳播策略

知道>>聽到>>買到

代言人策略

產品曝光時，在通路舉辦活動，以免費、折扣、試用方式接觸消費者。

口碑及置入行銷積極影響意見領袖。

配合廣告、公關、活動加速知名度的建立。

配合網路及活動與客戶維繫良好關係。

代言人廣告策略

CD+折價券或試用包

記者會出席

做詞作曲

錄音 FOR 情人節

TVCF 拍攝

策略：

以代言人及徵選廣告女主角來引起 TA 注意，凡是購買王力宏設計的卡莎特限量包，除可以獲得王力宏之 CD、親筆簽名之外，還有機會成為卡莎特之廣告女主角。

廣發試用包讓消費者接觸到產品（聽過或用過卡莎特、王力宏代言）

# 行銷系開設就業課程成果記錄剪影

拍照地點：T207

拍照時間：09:30~12:30



演講海報

老師介紹



主講人

聽講情況



聽講情況

演講投影片