

越南小米之家行銷企劃

一. 目的效益

目的

小米科技是中國一家行動通訊終端裝置研製與軟體開發的企業，以中低價位進軍手機市場，並以飢餓行銷之手法搶佔手機市場，然而目前主要銷售方式為網路訂購，實體店面少之又少，在中國僅有 19 家，在海外則在香港及台灣各開設一間，為了將小米的產品引進越南，將與小米科技協商，成為獨家代理，並在越南胡志明市設立一間實體商店，成為全球第 22 間小米之家。

願景及使命

越南有 9,000 萬人口，據統計，在 2014 年共銷售 2,870 萬支手機，較 2013 年成長 13%，智慧型手機佔 41%，較 2013 年成長 57%，有逐年成長之趨勢，低價手機是主要成長的產品，而小米手機在智慧型手機市場屬於中低價位，價格較一般智慧型手機低，亦較容易被消費者所接受。

方向目標：初步先在越南南部第一大城，也就是我所居住的城市：胡志明市，開設第一間小米之家，若銷售成績亮眼，將陸續推出其他產品，也不排除在北越首都：河內，進行展店計劃，讓小米產品在越南擁有廣大的市佔率。

階段目標：據越南手機市場銷售統計，60%的智慧型手機低於 150 美金，且 2014 年第四季螢幕 5 吋~5.5 吋手機是智慧型手機主要成長的產品，表示消費者較偏愛低價的大銀幕智慧型手機。因此，在開幕期間，將選擇在人流最多的第一郡，舉辦一連串的宣傳、促銷及抽獎...等各項活動，以吸引民眾到店參觀、增加曝光率，並透過受專業訓練的員工進行產品的介紹，讓消費者留下良好的第一印象，期望開幕後的第一個月便能在越南的智慧型手機市場搶佔一席之地。

效益

1. 第一年每月預估平均銷售 170 支，在建立知名度後，預計第五年每月平均可銷售 900 支。
2. 取得獨家代理，成為越南第一家販售小米手機之專賣店，未來可視銷售數字攻佔中、北越及西部市場。
3. 未來若有對外展店計劃，營收將成倍數成長。

二. 內容要點

策略議題：越南小米之家成立後，將只銷售一般民眾普遍能接受的 2 項產品：手機及平板，藉著這 2 項產品試市場水溫，除了銷售之外，將在實體店面進行展示及體驗，讓「米粉」們可以碰得到、玩得到，兼顧銷售及廣告之效益，屆時消費者將可體驗新產品所帶來的驚奇。

企劃方針：1. 店面之裝潢以高科技感為主要訴求，以吸引消費者的目光。2. 招募 5~6 位員工，進行職前專業培訓，成為一優秀團隊，未來若有展店計劃，這些員工將成為種子幹部。3. 產品簡單化。4. 員工之薪資將高於市場行情，以減少流動率。

商業模式：1. 建立「價格簡單，功能卻不簡單」之口碑，以加強消費者之購買意願；2. 因售價低，銷售數量必須較對手來的高，才能創造最大的營收；3. 因為在越南是獨家代理，並無其他通路可購買，當口碑建立起來後，會吸引更多的消費者前來購買，若是其他的 3C 賣場也有意願加入銷售，我們在評估其效益及可行性後，亦可進行批發。

S：薪資愈高的人，會想購買高端產品（如 Apple、Sony），而個性也會影響購買意願，衝動型及時尚型的年輕人會想買最新、最酷炫的手機，故我們以收入及個性作為市場區隔。

T：以中低收入的年輕族群為目標市場。

P：以「價格簡單，功能卻不簡單」之紅米系列手機為市場定位。

三. 地理範圍：前期以越南南部為主要銷售地點，未來再視銷售狀況，再決定是否向中、北及西部擴展。

四. 實施方式

產品：紅米 2 及小米手機 4i 二款手機、小米平板。

定價：採用小米官網販售之價格。

通路：小米之家、網購及宅配。

促銷：開幕期間進行 1 個月促銷活動，再配合小米提供之各項方案進行促銷，往後再視小米活動進行促銷。

五. 實施期間

2016.01.01-2020.12.31

六. 執行團隊規劃：

開幕第一年，執行長 1 人、一般員工 6 人，採 2 班制；第二、三年，每年增加員工 2 名；第四、五年，因業務已趨於穩定，所以不再增加。

七. 所需經費

資本額設定 200 萬。主打紅米系列之手機，待建立知名度及口碑後，再增加銷售品項。