

第二組 - 5000萬策略規劃

行銷項目	內容	內容/數量/時長	預估費用	總額	效益評估
明星 (上市記者會+線上直播)	楊丞琳 周興哲	一年 記者會 一日店長 品牌代言編曲	1000萬/年 記者會10萬/次 一日店長5萬/次 編曲100萬/首	1115萬	楊 youtube平均 點擊數三千五百萬 臉書追蹤者 335萬 周 youtube mv點 擊率1.6億
車體廣告 (捷運、公車、計程車、you bike)	設置看板 廣播	公車/100台/半年 計程車/100台/一年 you bike/100台/一年	公車:50萬 計程車:100萬 youbike:100萬	250萬	西門捷運站6號出口 、傍晚時段 (尖峰時段人流量)
廣告	官網	IG +FB 80萬/月 Google關鍵字 50 萬/月	960萬 600萬	1650萬	IG查看洞察報告, 裡面有分析數據, 估算數量
電視廣告		電視購物(1年)		400萬	收視率 (去電視台問檔期收視)
抖音	共10個網紅	611購物節:每位 兩支影片共三位 雙11:每位兩支影片共三位 其他時間:夏季 冬季各兩位	100萬	100萬	後台埋入追蹤碼/請網紅們提供數據
電視冠名	天之驕女 綜藝大樂門 台劇	100萬(一檔期) x3	300萬	300萬	收視率
KOL	20個 撰寫文案 +tag官方IG	20位網紅 每個月各2 篇	200萬	200萬	查看洞察報告, 裡面有分析數據, 估算數量

Youtuber	木曜一日系列 這群人	100萬(一檔期) 130萬(一檔期)	230萬	230萬	觀察後台數據
百貨公司品牌促銷活動	線下促銷活動 (週年慶、outlet)	新年:一檔 暑期:一檔	500萬/年	500萬	
口碑行銷	留言、分享	水軍	100萬/年	100萬	
顧問諮詢費	超哥	10萬 x 12(月)	120萬	120萬	

1月

1. 記者會 公布代言人
2. 電視廣告(整季)
3. 業配合作文(每個月兩篇)

2月

- 1.百貨公司品牌促銷活動
- 2.年度代言人品牌照片釋出
- 3.業配合作文(每個月兩篇)

3月

- 1.車體廣告(捷運、公車、計程車、you bike)開始持續到年底
- 2.所有業配合作文(KOL)
- 3.推出品牌專屬歌曲及電視廣告

4月

- 1.Youtuber上傳影片
- 2.業配合作文
- 3.快閃店(北部)

5月

- 1.電視冠名
- 2.百貨公司品牌促銷活動
- 3.快閃店(中部)
- 4.業配合作文(每個月兩篇)

6月

- 1.6月初開始行銷611購物節(請網紅開始上傳影片)
- 2.口碑行銷(水軍)行動
- 3.Outlet開始營運(6月初至7月底)
- 4.業配合作文(每個月兩篇)

7月

- 1.百貨公司品牌促銷活動
- 2.暑期電視劇冠名(台劇)

8月

- 1.KOL文案發布加標註
- 2.口碑行銷(水軍)行動
- 3.業配合作文(每個月兩篇)

9月

- 1.開學季優惠活動
- 2.快閃店(南部)
- 3.業配合作文(每個月兩篇)

10月

- 1.國慶日優惠活動
- 2.業配合作文(每個月兩篇)

11月

- 1.11月初開始行銷雙11購物節(請網紅開始上傳影片)
- 2.業配合作文(每個月兩篇)
- 3.周興哲雙十一當一日店長

12月

- 1.百貨公司週年慶(出清)
- 2.業配合作文(每個月兩篇)

整年

- 1.fb+ig
- 2.google ads

2022 重大事件

1. 1/29~2/6春節
2. 新年(1/31-2/5)
3. 2月15日元宵
4. 02/04-02/20 第24 屆北京冬季奧運會
5. 白色情人節
6. 4/30~5/2 勞動節
7. 五月母親節
8. 6/3~6/5端午節
9. 618購物節
10. 6月21、22 Amazon Prime Day 2021 亞馬遜全球購物狂歡節
11. 7月暑假
12. 7.18月蝦皮狂購節
13. 七月七夕情人節
14. 8/8/8 父親節
15. 8/22中元節
16. 9.9蝦皮超級購物節
17. 11.11雙11購物節、光棍節
18. 11月25、26、29日Thanksgiving 感恩節 / Black Friday 黑色星期五 / Cyber Monday 網購星期一
19. 12/12雙12購物節
20. 11月21日 - 12月18日國際足總世界盃
21. 7月4日 Independence Day美國獨立日、美國國慶
22. 12/25聖誕節
23. 跨年

百貨促銷檔期時間

- 1.母親節(5月中)
2. 周年慶滿千送百
 - 遠東百貨- (4/15-5/11)
 - 101- (6/10-7/31)
 - 三創生活園區(6/17-7/28)
 - BELLAVITA (6/28-7/18)
 - 大葉高島屋(6/30-7/18)
 - 環球購物中心(7/1-7/28)
 - ATT百貨 (7/9-8/1)
 - 新光三越-(7/16-7/28)
 - 統一百貨-(7/16-7/28)
 - 遠東SOGO(7/22-8/8)
 - 微風百貨(7/22-8/8)

行銷策略

- 1.聖誕節:聖誕佈置、交換禮物
- 2 購物節:可使用下殺、回饋、特賣標語都是絕佳的行銷手法
- 3.中元節宣傳手法:帶點禁忌的好兄弟議題近年來相當受歡迎,像是全聯將「抓交替水鬼」、「愛捉弄人的魔神仔」、「淒厲的紅衣女鬼」轉換成溫暖可愛的故事,不僅有著高討論度,也提升了品牌知名度與業績。
- 4.父親節:按摩椅與3C電器
- 5.各類情人節:巧克力甜品
- 6.母親節:各類飾品及化妝品等女性用品
- 7.各類運動賽事:成為贊助商\電視轉播置入廣告