

亞洲大學資訊傳播學系

106 學年度第十二屆畢業專題企畫書

題目：滷魔王行銷專案

指導老師：陸清達老師

專題成員：資傳 3A 104024003 李逸賢

資傳 3B 104024074 徐子茵

資傳 3B 104024097 陳佩萱

資傳 3B 104024060 梁瑤真

資傳 3B 104024070 陳昱仁

中華民國 107 年 03 月 06 日

107年畢業專題研究發表指導老師認可書

專題題目：滷魔王行銷專案

專題成員：

資傳三A 104024003 李逸賢

資傳三B 104024074 徐子茵

資傳三B 104024097 陳佩萱

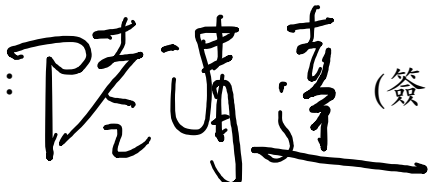
資傳三B 104024060 梁瑤真

資傳三B 104024070 陳昱仁

本人認可發表。

此 致

系所主管

指導老師： (簽章)

107年 03 月 13 日

目錄

動機與目的：	5
文獻探討：	6
研究方法：	9
2.1 專題執行方式	9
2.2 行銷方式	9
2.4 專題的創新	11
2.5 時程規劃	12
2.6 分工方式	12
預期結果探討：	13
結論與建議：	15
4.1 可能遭遇到的問題與困難進行探討	15
參考文獻	16
附件：	17

摘要

現在科技日新月異，網際網路逐漸發展並越來越成熟以致很多日常生活，如：購物、找資料、金融交易等都可以在網路上完成，但這麼多相同類型的店家相互競爭要如何從中脫穎而出，這時需要的就是行銷，許多人選擇用網路的行銷方式但也有人依舊使用傳統的行銷方法。

我們的專題結合產學合作案採取執行方式是網路行銷以及傳統行銷並行的方式來為店家提升營業額及曝光度，並利用兩種行銷方式所獲得的數據去進行分析和探討。

動機與目的：

現在的網際網路越來越發達，很多廠商及想創業的人都看準它散佈廣、可互動性高、不受限於時間地點的優勢開始用它來進行行銷，然而傳統的行銷手法還是很多人會去使用；我們想探討並研究在網路行銷的方式與傳統行銷的方式兩者哪種能更吸引消費者也讓廠商能獲得最佳的收益。

我們會把研究重點放在網路行銷，而在眾多的網路行銷方式中去探討哪一種類型的方式最能有效吸引消費者的目光並且購買，透過產學合作的行銷計畫案實施研究，將獲得到的數據研究結果統整出最有成效的網路行銷方法，並希望藉由我們分析後的數據能讓更多各種不同的新開店家或想改變銷售策略的店家 能參考並去選擇對自身最有幫助且能獲得最大效益的行銷方式。

文獻探討：

行銷就像公司就如同燈塔一般，可以指示公司順風遠航，遇到逆境時指示公司駛入避風港，讓船在航行中順著風向不斷調整，以最快的速度行進[1]。在本文獻探討中將對網路行銷以及傳統行銷中舉幾個常見的方式來探討：

- 內容行銷：這種行銷方式在於創造有價值的內容，運用創意十足且相關性高的內容創造新的思維、新的行動，帶動整個品牌的辨識度並吸引目標客群，與消費者互動使他們願意買單[2]。
- **SEO(Search Engine Optimization，搜尋引擎優化)或搜尋引擎最佳化**：SEO 是以網站優化達到自然搜尋結果排序最佳化，使網站擁有更高排名的優化過程[3]。
- **SEM(Search Engine Marketing，搜尋引擎行銷)** SEM 由關鍵字廣告 (Yahoo) / AdWords (Google) 及 SEO 搜尋排序最佳化兩大部份組成，關鍵字廣告以精準行銷為其特性[3]，相似於是付費版的 SEO，但他不像 SEO 要長時間優化而是透過付費的方式讓網站直接出現在搜尋頁面頂端[2]。

·社群行銷，它是利用社群媒體分享資訊，讓消費者參與，與他們互動並建立關係[2]。·PPC(Pay Per Click，點擊付費廣告)，這種行銷方式是每當廣告被點擊一次便須支付一次點擊費用的廣告[2]，廠商也可自行設定每日預算來控制成本[4]。

上面五種網路行銷的方法是目前最為常見的，接著傳統的行銷方法有：DM發送、信箱派報、廣告、看板、雜誌、電視，但隨著網路以及新數位行銷手法的崛起，傳統行銷現在已經不如以往受歡迎，主要缺點有三，耗費大量的金錢、無法追蹤成效、無法精準投遞給目標客群[7]。

對於產學合作廠商這類型的微型企業，除了可以使用傳統行銷之外，在網路行銷方面是搜尋行銷與社群行銷並用最佳。社群行銷非常適合圍繞於內容和品牌上引起討論、擴散，同時可以幫助企業佔領更多搜尋好結果，更重要的是，這是與粉絲和客戶互動的好方法，但社群行銷並不是那麼容易成功的推廣方式。最重要的是，每週需要花費不少時間、精力才能維持，對人的消耗度非常地高。每當你有一個需求或問題需要被解決的時候，你首先會去哪裡？

是不是去搜尋引擎的機率遠高於社群媒體？搜尋引擎除了能透過關鍵字廣告和 SEO 同時並進，還能夠和目前最夯的 FB 廣告相輔相成，而每週只需要固定幾次進行檢視和調整。然而他的缺點就是沒有足夠能力、知識是無法使網站出現在搜尋結果前三頁，而且互動性也不高，必須透過其他相關工具與之相輔；所以比較之後，兩者相輔相持能發揮更大的效益[6]。

研究方法：

2.1 專題執行方式

我們有與商家簽訂產學合作（附件一），並會採用傳統以及網路行銷並行的方式執行，因為這樣可以讓我們有足夠的數據能直接比較兩者不同行銷方式的差異。

2.2 行銷方式

因產學對象為剛創業的廠商，所以在品牌上的知名度有限，故我們把重點設定在以先提升曝光率為主。

網路行銷執行方式如下：

1. 建立品牌的專屬網站：

網站風格討論後以簡潔的風格排版為主、網站內的配色會以白色為底，打造出看起來乾淨、衛生、可靠的感受。我們也會在上面介紹店家的販售產品和其資訊，讓消費者點入網站時能看到有關商家的詳細訊息。

2. Facebook 經營粉絲頁，定時紀錄其觸及按讚人數。

3. 拍攝產品照與商品短片，並且比較純文字與影音的貼文中，哪一個項目較吸引大眾點閱。

4.提升訂購的便利性：

- Facebook:

在臉書上提供訂購選項，可以使用傳訊息或者填表格傳圖片檔給我們，就可以快速的訂購到想要的物品。

- Google 表單：

提供選項給消費者，只需在手機或電腦上選擇自己需要的產品品項及數量，並且輸入個人的聯絡方式，此訂單就會成立，並且傳到我們的手上。

- Line 訂購：

可以藉由加入老闆的line，並且傳送您要訂購的商品數量亦或者傳畫好的訂購單，就可以使訂單成立。

傳統行銷執行方式如下：

- 1.在校內以及校外規劃舉辦銷售活動約5場
- 2.每一個場次舉行天數1至3天
- 3.舉辦活動之前將黏貼海報宣傳在舉辦地點周圍活動舉行期間會拍攝活動花絮來記錄每一次的活動

2.3 行銷成效分析

成長率制定方式：目前採用的方式是將 2017/5 月～2018/3 月之間的總營業額除以每個月廠商的收入來去紀錄每個月營業額提升的百分比。

■未來期望

將業績成長率成長至 20%，在現階段我們已達成業績成長至 18%，將會在產學合作案結束前達成目標。

2.4 專題的創新

我們採用的是傳統行銷以及網路行銷並行的方式，而非用在傳統行銷及網路行銷之間擇一的方式進行，在網路行銷中透過為廠商建立的粉絲團以及網站可以讓其品牌有更多人能看見，並且在每次活動中都創造出不同的風格的小遊戲或推出折扣優惠，吸引經過的消費者的興趣並靠近嘗試。在活動前除了以傳統的方式貼海報、傳單，也會在粉絲團上發出貼文配合活動；活動期間會拍攝活動花絮，有消費者有興趣或購買時給予訂購單讓想回購的消費者能再次訂購。折扣優惠會不定時的配合粉絲團按讚和分享的方式讓消費者即使在活動結束後也能繼續收到相關訊息。

2.5 時程規劃

為了讓本專題順利完成，擬定的進程甘特圖如圖 1 所



圖 1 本專題的進程甘特圖。

2.6 分工方式

分工方式我們依據每個人所會的專長不同來進行分工，有人負責設計、有人負責攝影…等，如圖2所示。

分工表

	行銷活動企劃	紛絲團管理	文書	攝影/前置	設計	總務	剪輯
李逸賢 104024003	✓	✓		✓			
徐子茵 104024074	✓		✓	✓		✓	
梁瑀真 104024060	✓	✓		✓			
陳佩萱 104024097	✓			✓	✓		
陳昱仁 104024070	✓			✓			✓

圖 2 專題的分工表。

預期結果探討：

希望我們能在產學合作案結束之後讓廠商充分了解網路行銷以及傳統行銷方式之間不同的區別以及分別能帶來的效益為何，來讓店家有數據可以比較並在產學合作案結束之後店家能自行判別及選擇他想採用的行銷方式。以下是預期結果：

- 網站：能透過與 Facebook 粉絲團的連結讓消費者從網站上了解更多廠商的商品以及店家的資訊。

- Facebook 粉絲團：藉由觸及人數及瀏覽人數來讓提升廠商的曝光率，並藉由我們所發的貼文引起消費者的注意，使他們有興趣下單來嚐鮮，並藉由網路的優勢為廠商開發不同客群。

- 我們會用網路以及傳統行銷方式並行的方式來為廠商行銷，希望這樣能為廠商在營業額部份能較與我們合作前提升20%。

結論與建議：

本專題會以分析網路行銷以及傳統行銷的方式為主軸去進行相關數據的分析，並為店家提升營業額與增加曝光率和粉絲團關注。

4.1 可能遭遇到的問題與困難進行探討

在簽約時，廠商所設定的目標業績與我們了解並評估業者收益的目前狀況後覺得不太可行，進而向店家提出困難處。會發生此問題是因為廠商剛創業對自我期望高以致於目標訂得太高，經過多次交涉後廠商決定取消此條件，循序漸進的成長。

廠商對於我們提出的行銷方法會較不易接受與了解。會有此問題的產生是因為廠商剛創店且對網路行銷不熟悉，為了解決店家的疑慮，我們會找資料讓店家了解現今普遍的行銷策略內容並透過持續的溝通、協調，最後我們採用網路行銷與傳統行銷方式並行並且透過這個方式比較差異性。

參考文獻

[1]<https://blog.dcplus.com.tw/marketing-knowledge/starter/76616>

[2]<http://www.ihdigital.com.tw/2017-online-marketing/>

[3]https://www.flycan.com.tw/board/modules/newbb/viewtopic.php?topic_id=148

[4]<https://www.awoo.com.tw/ppc.html>

[5]<https://inboundmarketing.com.tw/blog/行銷方法.html>

[6]<https://imjaylin.com/sbm/>

附件：

附件一：

這是本專題與商家簽訂的產學合作案的收據，如圖 1：

圖 1

亞洲會編字第一〇六〇三六號

茲 收 到

費 別：滷魔王滷味委託辦理「滷魔王網路行銷」計畫經費

金 額：新台幣參萬元整

此 據

出 納：[李國新]

會 計：[李淑美]

校 長：[張其成]

中華民國 107 年 02 月 02 日

統一編號 17713214
地址：413台中市霧峰區柳豐路500號
戶名：財團法人亞洲大學
金融機構 台灣銀行霧峰分行
帳號：037004348377

第一聯 收執聯 第二聯 會計留存聯 第三聯 出納留存聯