

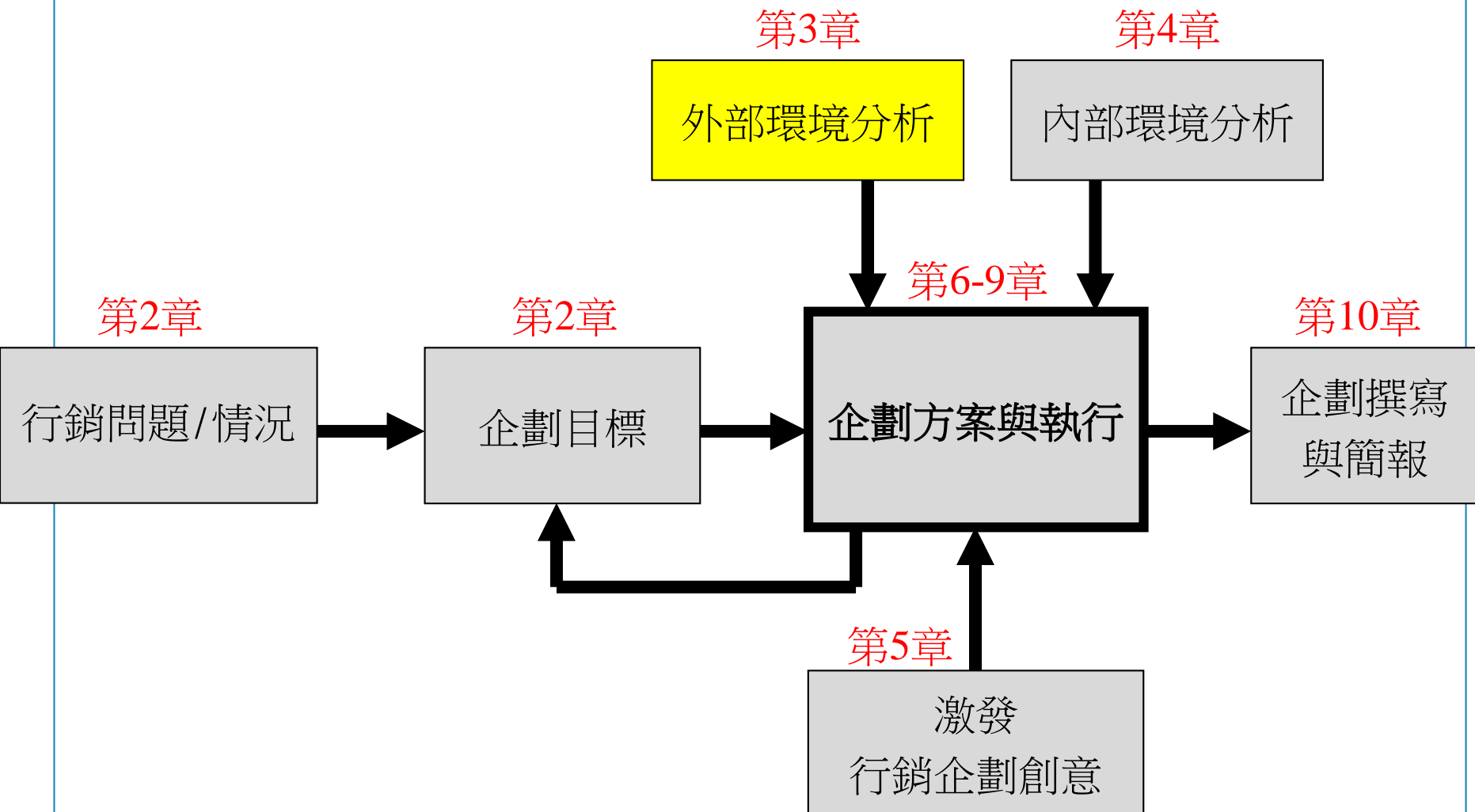
# Marketing Planning

Logic, Creativity, Implementation



## 3. 外部環境分析

# 本章範圍



# 重點

- 外部環境分析的重要性
- 以消費者為焦點的情況分析
- 外部環境分析：矩陣架構
- 外部環境分析：環境因素之檢核項目
- 外部環境分析：機會/威脅的摘要

# 外部環境分析的重要性

## ■ 找出趨吉避凶的大方向

外部環境趨勢帶來商機，  
但也隱藏危險、陷阱，  
因此，需要分析外部環境，  
以便企劃書能提出趨吉避凶的對策。



# 外部環境分析的重要性

- 顯示企劃方案有所憑據而增進說服力



企劃須證明其方案確實可行，  
才能說服主管和相關單位支持。

外部環境分析是企劃方案的基礎之一，  
因此做好外部環境分析，企劃才具備說服力。

# 外部環境分析的重要性

## ■ 累積市場相關知識與常識

透過外部環境分析，  
企劃人員可訓練資訊蒐集與彙整等技巧，  
並累積市場相關知識，提昇外部環境感受力，  
利於往後的企劃任務。



# 外部環境分析的重要性

## ■ 利於撰寫「企劃背景」

「企劃背景」關係到整份企劃的第一印象。

分析外部環境時累積的材料，  
可用來豐富與增進企劃背景。



# 外部環境分析的重要性

## ■ 利於撰寫「企劃背景」

比較以下兩篇背景：

台灣經濟面對高度工業化後的新局面，過去以大規模製造業為主的生產型態，在鄰國的挑戰下已逐漸失去優勢，台灣除了往高科技的方向發展之外，勢須建立起更能適應「後福特」時期的生產組織型態，深化以文化、創意、知識為基礎的經濟競爭力。因此，政府已將文化創意產業概念導入國家發展藍圖中，這個關係台灣未來經濟發展的產業是新穎的，所以必須有新的作法來推動與實施；再加上文化創意產業範圍極為廣泛，各產業型態的差異性也大，涉及的政府部門也多，因此需要整合相關單位資源，促進跨部門合作並發揮綜效。我們將結合不同單位，運用不同的專業領域，貼近文化生活市場，以期創造市場利基，為地方城鎮發展出具台灣特色之文化創意產業.....



# 外部環境分析的重要性

## ■ 利於撰寫「企劃背景」

英國的衛理斯鎮沉寂了一甲子，近年來當地的手工鑄劍師傅、藝術家與企業人士團結發揮創意與行銷，不但恢復傳統工藝的風采，更讓鎮上去年的營收超過以往五年的總和。

印度的興杜拉鄉原本窮不見底，當地文化人士接受政府的輔導，應用當地特殊的紅陶土製作藝術品，加上網路行銷的力量，兩年光景已經協助1/3的居民脫離貧窮狀態。

泰國北部的宋普拉卡鎮將祖先恩賜的按摩手法巧妙地發揚光大，並與媒體合作推廣，每年吸引超過十萬名外國人士專程拜訪，一改以往窮鄉僻壤的形象。

這些案例啟發我們，原來文化創意不只是屬於藝文人士，也不只是企業的生意，它也是偏鄉小鎮脫胎換骨的途徑。

# 外部環境分析的重要性

## ■ 利於撰寫「企劃背景」

第二篇背景不但清新、有啟發性，而且有帶來希望的感覺。這是因為努力分析外部環境而蒐集到豐富資料的結果。



# 以消費者為焦點的情況分析

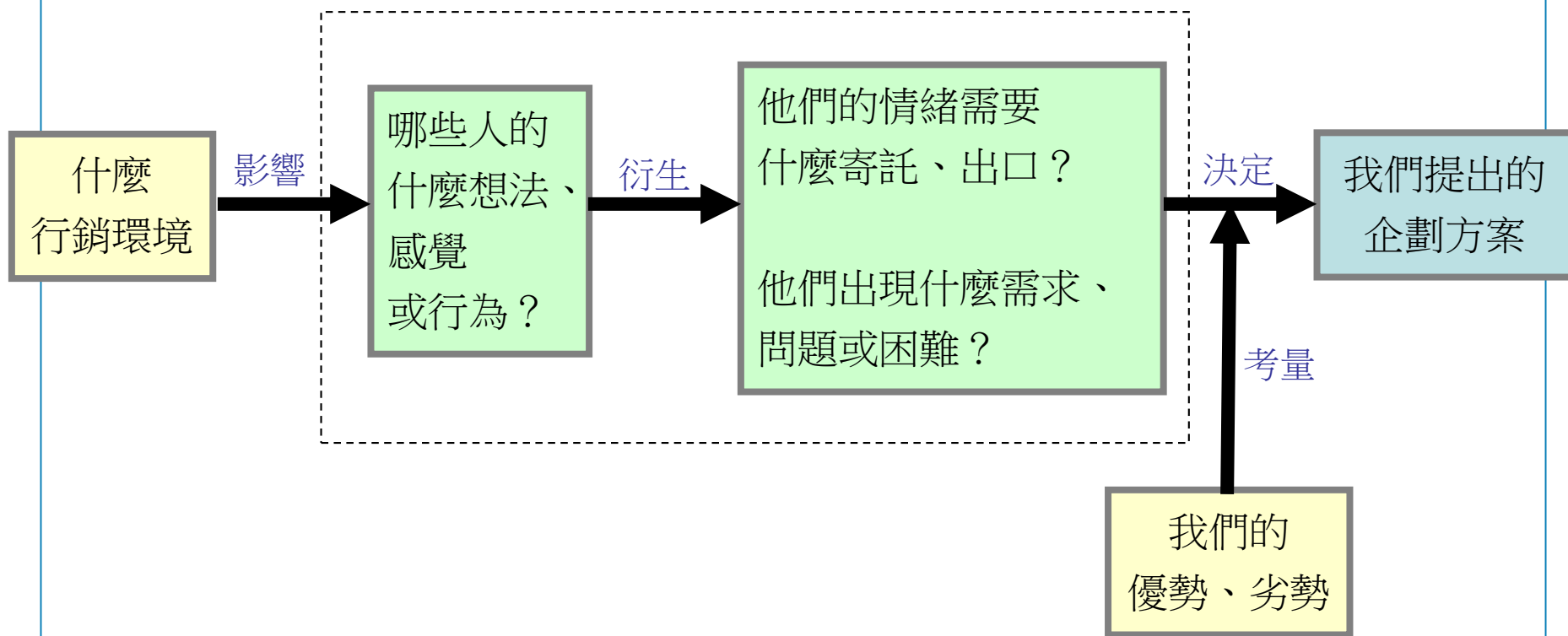
行銷決策幾乎都建立在消費者行為的基礎上  
(如瞭解消費者的購買動機與追求利益之後，  
才決定產品定位、包裝、廣告文案等)，

因此，企劃人員應深入瞭解

消費者行為的變化，  
並據以發展企劃方案。

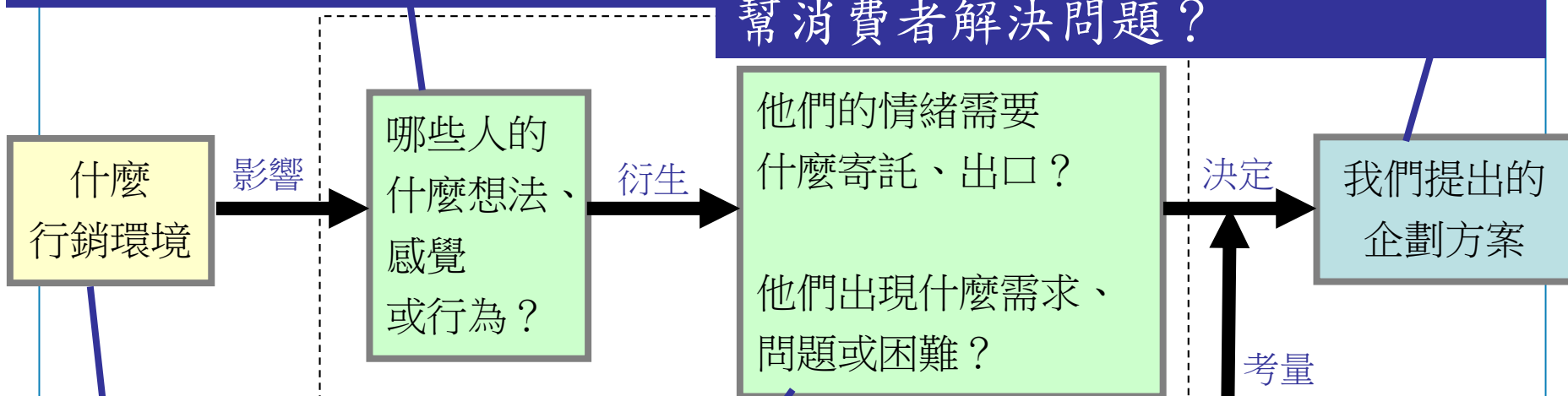
# 以消費者為焦點的情況分析

## ■ 分析架構



# 以消費者為焦點的情況分析

對某群本來將單車歸類為環島運動、嫌麻煩、平日開車通勤的男性上班族身為相關廠商的企劃人員，如何始覺得騎腳踏車上下班也是不利用研發、製造、服務等技術，幫消費者解決問題？



符合環保和健身的腳踏車風潮越來越盛行，加上油價但是，當他們想到騎腳踏車上班難免許攜帶腦渾身是汗，加上公事包難以妥當安全的設備等放置等，就覺得諸多問題有待克服，車通勤的不免對腳踏車通勤的理想打了折扣。

# 以消費者為焦點的情況分析

- 消費者分析項目
  - 目標市場人口統計變數
    - 性別、年齡、所得、職業、教育等
  - 目標市場心理統計變數
    - 價值觀、生活型態、人格特質



# 以消費者為焦點的情況分析

## ■ 消費者分析項目

### □ 購買動機與追求利益

- 為何購買？想得到什麼利益或解決什麼問題？

### □ 認知與態度

- 對產品有何看法？滿意度如何？改進意見？

### □ 購買決策特性

- 決策受什麼因素、什麼人影響？

### □ 購買行為特性

- 何地何時購買？買多少？購買頻率？



# 外部環境分析：矩陣架構

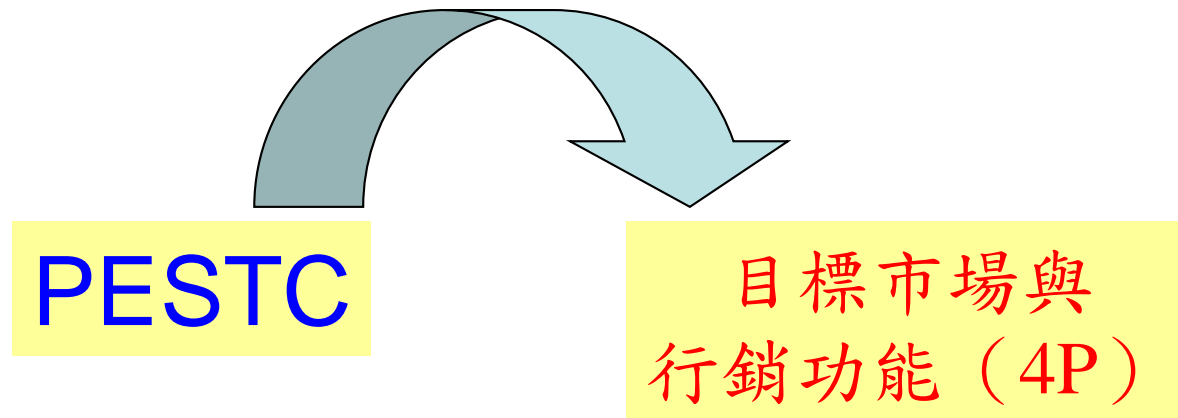
外部環境因素包含PESTC。

簡稱	外部環境
P	政治與法律 <b>P</b> olitics and <b>L</b> aw
E	經濟 <b>E</b> conomy
S	社會與文化 <b>S</b> ociety and <b>C</b> ulture
T	科技 <b>T</b> echnology
C	競爭者 <b>C</b> ompetitors



# 外部環境分析：矩陣架構

外部環境分析主要在於瞭解  
行銷總體環境及競爭者（PESTC）  
如何影響  
目標市場與行銷功能（4P）。



# 外部環境分析：矩陣架構

環境因素	目標市場	產品	價格	通路	推廣
P 政治與法律 ■ 趨勢1 ■ 趨勢2	● ↑				
E 經濟 ■ 趨勢1 ■ 趨勢2				● ↑	
S 社會與文化 ■ .....					
T 科技 ■ .....					
C 競爭者 ■ .....					

政治與法律「趨勢1」如何影響我們的目標市場？帶來什麼機會或威脅？

經濟「趨勢2」如何影響我們的通路？帶來什麼機會或威脅？

# 外部環境分析：矩陣架構

以上矩陣架構促使企劃人員  
觀察、思考某項外部環境趨勢  
如何影響目標市場與行銷功能。

「如何影響」是指  
該環境趨勢帶來什麼機會或威脅。

例如：……

# 外部環境分析：矩陣架構

某服飾飾品商專門生產高價、個性飾品，八成產品是在百貨公司銷售，六成顧客是女性上班族，其餘主要是大學女生。面對「逛創意市集及另類商店購買高價個性飾品，近年來普遍成為大學女生的消費模式」的社會文化趨勢，該廠商如此評估：

- **對目標市場的影響**：基於大學女生的消費習慣容易相互模仿，恐不利於我們大學女生目標市場的成長與規模（--）
- **對產品、價格的影響**：年輕女性越來越能接受高價、個性飾品，帶來市場機會（+）
- **對通路的影響**：高價個性飾品的通路開始多元化，對百貨通路造成威脅（--）

# 外部環境分析：環境因素檢核

- 政治與法律環境因素（P）
  - 政府的組成結構及其特色
  - 政府在重要議題上的施政方針
  - 政府的施政風格與能力
  - 主要政黨的理念與主張
  - 政黨競爭與政治情勢
  - 政治的穩定性與風險
  - 與產業或產品類相關的法令條例
  - 與通路零售、倉儲物流相關的法令條例
  - 與廣告宣傳相關的法令條例
  - 與消費者權益相關的法令條例

# 外部環境分析：環境因素檢核

## ■ 政治與法律環境因素（P）

政治影響國家經濟、內政與外交政策及形勢、社會安定等，進而影響產品的市場動態。

法令是企劃人員該具備的基本知識

# 外部環境分析：環境因素檢核

## ■ 經濟（E）

- 國家經濟政策或產業政策的方向
- 景氣（蕭條、復甦、繁榮、衰退）與通貨膨脹
- 經濟成長率及就業率
- 產業結構（農業、工業、服務業比重）變化
- 家庭所得與支出水準及其變化
- 國際經濟指標（進出口、匯率等）

經濟影響消費信心與能力、消費型態等

# 外部環境分析：環境因素檢核

## ■ 社會與文化 (S)

- 人口成長與人口性別、年齡、婚姻、教育等結構
- 人口的地理分佈與遷移趨勢
- 家庭結構與變化
- 女性就業與經濟情況
- 休閒娛樂與生活型態
- 對產品安全、環保、企業等相關看法
- 對家庭生活、職場生活、整體環境品質的看法
- 消費行為 (為何消費、如何消費、消費習慣)



# 外部環境分析：環境因素檢核

## ■ 社會與文化（S）

在PESTC當中，社會與文化是最多元、複雜、關鍵的，也是最值得企劃人員關注的，原因是絕大多數行銷企劃都涉及「人」。

另外，文化比較抽象、潛藏。因為社會文化相當重要卻不易瞭解，行銷企劃人員更需要在這方面花心思。

# 外部環境分析：環境因素檢核

## ■ 科技（T）

- 與公司產品相關的原料的新發現與應用
- 與公司產品相關的製造技術的突破與應用
- 電訊、網路等資訊科技的發展與應用
- 倉儲、物流、運輸等科技的發展與應用
- 空間設計、建築等科技的發展與應用

電訊與網路等科技大幅改變消費者的生活作息、人際互動、消費習性、資訊蒐集活動等，是企劃人員不可輕忽的因素。

# 外部環境分析：環境因素檢核

## ■ 競爭者（C）

- 市場的競爭者數目與結構
- 對手的高層主管背景、領導風格、經營理念
- 對手的研發、技術能力
- 對手的人力素質與人力資源管理能力
- 對手的財務能力
- 對手的市場意圖與策略
- 對手的對市場的反應能力
- 對手的產品定位與目標市場
- 對手的產品推廣策略
- 對手的通路型態與密度

# 外部環境分析：環境因素檢核

## ■ 競爭者（C）

競爭者分析不光是為了瞭解競爭者，

最重要的是**瞭解自己**；

企劃人員通常要在深度瞭解競爭對手之後，  
才能更清楚對照出本身的企業與產品的實力，  
也更能看清市場上的機會與威脅。

# 外部環境分析：機會/威脅摘要

分析PESTC的個別環境項目後，  
這時可能有數十句散佈在矩陣架構  
不同格子中有關機會、威脅的句子。

這些零散的分析結果還要經過彙整，  
外部環境面貌才會更清晰。

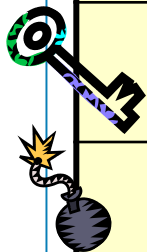
# 外部環境分析：機會/威脅摘要

企劃人員可針對目標市場與個別行銷功能，

彙整外部環境帶來的影響，

將重點寫進機會/威脅的摘要表格中，例如.....

# 外部環境分析：機會/威脅摘要



機會/威脅	目標市場	產品	價格	通路	推廣
機會					
威脅					

環境因素	目標市場	產品	價格	通路	推廣
<b>P</b> 政治與法律 • .....					
<b>E</b> 經濟 • .....					
<b>S</b> 社會與文化 • .....					
<b>T</b> 科技 • .....					
<b>C</b> 競爭者 • .....					

