

# Marketing Planning

Logic, Creativity, Implementation



## 8. 促銷企劃案

# 重點

- 促銷企劃：概論
- 促銷企劃：架構與重點
- 促銷企劃：案例與說明

# 促銷企劃：概論

- 促銷又稱為販促、銷售促進或銷售推廣，指在一段較短的時間內用來刺激消費者或中間商購買的推廣活動。
  
- 促銷具有有下列幾項特性：
  - 短期活動
  - 活動有彈性
  - 額外的附加價值
  - 立即反應

# 促銷企劃：概論

## ■ 促銷的種類

針對消費者	針對中間商
打折	免費產品
分期付款優惠	贈品
紅利積點	購買折讓
贈品或特價品	津貼與獎金
抽獎活動	銷售競賽
折價券	經銷商列名廣告
試用包	
店頭陳列	

# 促銷企劃：概論

## ■ 促銷的陷阱與提醒

- 相較於新產品發展、廣告、事件行銷、通路拓展等，促銷是最有彈性、最容易也最快看到成果的行銷活動。
- 執行促銷的前提是不能傷害品牌價值，因此企劃人員對於促銷的頻率、時機與地點、方式等就要特別當心。
- 『促銷好比裹著糖衣的毒藥，廠商剛開始可能嘗到甜頭，但吃多了反而讓人中毒不起。』

# 促銷企劃：架構與重點

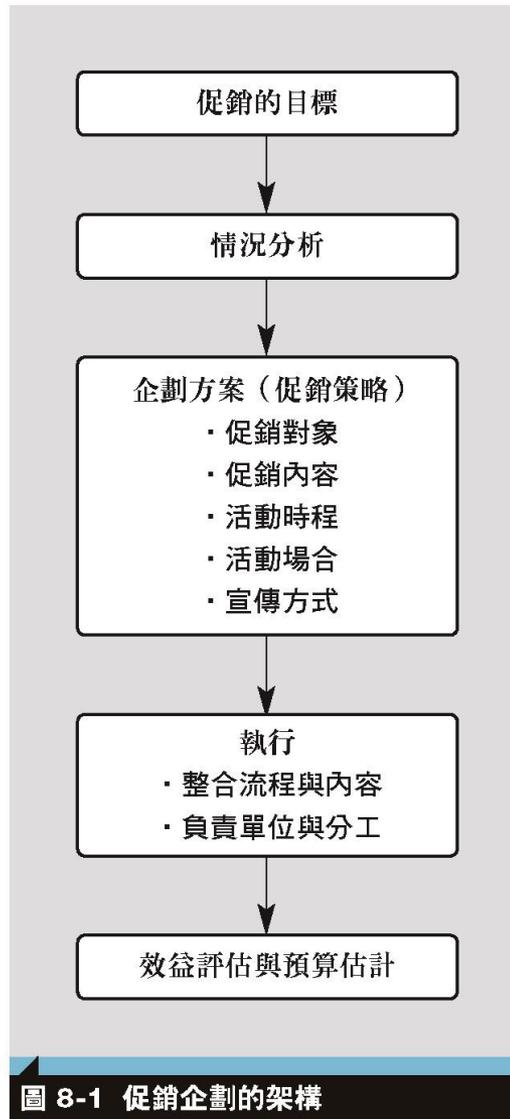


圖 8-1 促銷企劃的架構

# 促銷企劃：架構與重點

## ■ 促銷的目標與情況分析

- 促銷企劃的目標一般會提及在某一段時間內要達到多少參與人數、銷售數量或營業額等。
- 許多例行促銷企劃會將情況分析省略或簡單帶過，但前提是：本次促銷面對的內外部環境，與前幾次的促銷環境的內外部環境類似。
- 企劃人員若發現環境中出現新的情境、工具、消費者需求等，就應有較深入的分析以發展更理想的企劃方案。

# 促銷企劃：架構與重點

## ■ 促銷的企劃方案

### □ 促銷對象與內容

- 促銷對象通常是產品既有或新開拓的目標市場；在中間商促銷方面，則是原有或新加入的中間商。
- 促銷內容主要是說明給消費者的「好康」為何。

### □ 活動時程與地點、宣傳方式

- 活動時程則交代促銷從何時開始、何時結束等。
- 活動場合則是說明在哪些地點或商場實施促銷活動，以及情境的設計與布置。

# 促銷企劃：架構與重點

## ■ 促銷的執行、效益與預算

- 主要是說明籌備工作項目與進度、責任分工、活動預計可創造多少業績、各項費用支出是多少等。
- 企劃人員應特別留意促銷時程的掌控，尤其是涉及外部廠商的配合時，更是如此。

# 促銷企劃：案例與說明

## ■ 案例一：Umore試用品專賣店行銷企劃

### □ 前言

- 從消費者生活談到試用品的重要性，有親切感
- 可稍微描述本企劃的精神或要點，讓讀者有整體感或主軸，方便串連到後面的內容

# 促銷企劃：案例與說明

## ■ 案例一：Umore試用品專賣店行銷企劃

### □ 情勢分析

- 觸及外部環境的重點，但沒納入後面的SWOT，看不出外部環境與建議方案的
- 部分PEST內容其實可放在前言作為本企劃的背
- 消費者分析以多個具公信力的調查報告為依據，邏輯也不錯
- 競爭者分析以表格從目標市場、試用品類別等角度比較Umore及五家對手，處理得相當好
- SO（優勢—機會策略）寫得不錯，能聯結到之後的網路行銷策略。不過，如果能針對ST、WO、WT等有所著墨，會更理想

# 促銷企劃：案例與說明

## ■ 案例一：Umore試用品專賣店行銷企劃

### □ 網路行銷策略

- 行銷目的與目標族群設定順著之前的分析而來，邏輯沒問題
- BLOG功能架構相當合理
- 網路行銷策略的4個活動，有層次感，方便讀者閱讀，內容詳盡有創意
- Facebook徵文「我的第一次」看不出與Umore或試用品有任何關連，另外，「試出你的Syle」為何選擇那幾項獎品也沒解釋

# 促銷企劃：案例與說明

## ■ 案例一：Umore試用品專賣店行銷企劃

### □ 執行時程與媒體版位採買策略

- 以圖表顯示活動執行及媒體排程，相當清楚合理

### □ 預算估計、預期成果及效益

- 以四個活動分別列舉，有層次感，內容詳盡
- 預期成果還有說明成果的推導方式，處理得好

總評

雖然有幾個美中不足之處，但在整體架構及邏輯、創意、執行力都有不錯的表現，是一份中上水準的企劃。

# 促銷企劃：案例與說明

## ■ 案例二：紫荊影展商品贊助與促銷企劃

### □ 影展緣起

- 緣起的四段寫得文情並茂，有效表達影展精神
- 參與人數、影展的教育功能、公益活動等，能讓企業感受到贊助的價值。
- 如能配合過去幾屆的照片（如人潮排隊、國小生觀影、公益勸募）輔助說明，會更理想

### □ 本屆影展概況

- 相當清楚，也涵蓋了影展幾個重要層面
- 如能配合照片（如大禮堂、演藝廳，甚至幾部影片的海報）說明，加上美工排版，會更理想

# 促銷企劃：案例與說明

## ■ 案例二：紫荊影展商品贊助與促銷企劃

### □ 宣傳規劃、促銷規劃

- 以列點及表格說明，相當清楚
- 如能附上FB粉絲頁圖示、海報及DM等（初稿也行），將更具說服力。
- 為何要促銷的理由融入了SWOT分析，簡潔有力，相當不錯；同時也為下一個單元「企業贊助方案」搭好橋樑，能增進說服力

# 促銷企劃：案例與說明

## ■ 案例二：紫荊影展商品贊助與促銷企劃

### □ 企業贊助方案

- 分成優惠與商品贊助，並各別以方式、對象、感謝說明，相當清楚。
- 最後列出贊助的四點效益是不錯的結束方式
- 「感謝」與四點效益可整合起來，提出更具體的量化、質性效益，說服力可以更強一些

總評

架構合理，內容掌握到重點，  
表達流暢，有符合該企業的要求。  
如果能配合照片，加上美工設計，  
將是更完美的提案企劃。

# 促銷企劃：案例與說明

## ■ 案例三：KS家電促銷分析

### □ 企劃目的

- 開頭簡單扼要，雖無點出具體目標，但也抓到了促銷企劃案開場的重點。

### □ 促銷時間與地點

- 清楚明瞭，其中還運用表格排出星期與日期，並標出除夕與春節的相對時間，相當細心。

# 促銷企劃：案例與說明

## ■ 案例三：KS家電促銷分析

### □ 宣傳策略

- 清楚交代了媒體組合與宣傳方式。

### □ 促銷活動、促銷商品與優惠內容

- 提供詳細說明，促銷內容簡單明瞭。

### □ 預算與效益

- 詳細列表說明，一目了然。
- 確實呈現總經理希望的銷售目標。

# 促銷企劃：案例與說明

## ■ 案例三：KS家電促銷分析

### □ 改進空間

- 活動老套，創意不足，稍嫌可惜。
- 最好規劃一下人員工作分配與配置。
- 附上促銷文案的設計會更理想。

總評

在各方面都有概略規劃，若能依據本案靈活加入其他細節規劃，會更詳盡。