

抄有本事

手工筆記本企劃書



指導老師：羅景文老師

學生：B9936147 潘可薇

B9936156 李亭萱

B9936157 李 盈

B9936158 黃瑀蓁

B9936160 徐芝芊

B9936161 吳婕瑋

目錄

大綱	6
一、執行摘要.....	9
(一) 公司理念.....	9
(二) 品牌故事.....	9
(三) 產品 LOGO	10
(四) 產品樣式.....	10
二、前言	11
三、人員介紹.....	11
四、公司目標.....	14
五、抄有本事 STP 定位.....	15
六、行銷 4P.....	17
(一) 產品 (Product)	17
(二) 通路 (Place).....	19
(三) 價格 (Price).....	21
(四) 推廣 (Promotion).....	24
七、市場分析.....	25
八、競爭者分析.....	26
九、SWOT 分析	29
(一) SWOT 企業內外部分析.....	29
(二) 策略擬定.....	30
十、消費者分析.....	31
十一、預期效益.....	34
(一) 量化效益.....	34
(二) 質化效益.....	37
十二、回饋機制.....	38
十三、風險評估.....	39
十四、歸避策略.....	40
十五、執行流程圖.....	42
十六、財務概況.....	43
十七、人力配置.....	45
十八、結論	46
十九、附錄	47
(一) 照片集.....	47
1. 商品製作過程.....	47
2. 校慶園遊會販售	49
3. 大溪老街販售	52

4.	鶯歌老街販售	55
5.	網路行銷過程圖	58
(二)	顧客訂購單	64
(三)	商品新聞稿	65
(四)	商品 DM	66
(五)	進度表	67
(六)	會議記錄	74

圖目錄

圖(一)本公司之 LOGO.....	10
圖(二)本公司之產品.....	10
圖(三)本商品的 STP.....	15
圖(四)本公司的利潤規劃圖.....	23
圖(五)本公司之執行流程.....	42

表目錄

表(一)網路行銷	- 流程表.....	20
表(二)智慧型手機市場占有率		25
表(三)校慶園遊會之預期效益	- 銷售目標.....	35
表(四)老街通路之預期效益	- 銷售目標.....	35
表(五)回購率提升之預期效益	- 銷售目標.....	36
表(六)網路銷售之預期效益	- 銷售目標.....	36
表(七)顧客意見表		38

大綱

一、執行摘要

將秉持著以最低的價格，讓顧客獲得高質感的商品為原則，替顧客把關。為了讓更多人擁有高質感的商品，未來將以不變的品質，持續帶給消費者高規格的「手工筆記本」。

1. 公司理念

以「誠信」、「高質感」、「客製化」為本企業之最終目標，遠觀未來企業展望，將以創造企業道德，促進文化交流發展，發揚文創藝術產業為願景。

2. 品牌故事

源自於發自內心的懷舊情懷，觸發顧客回想兒時勤學的回憶，都能以我們的小女孩傳遞自信微笑的情感，創造出消費者超有本事的自我價值。

3. 產品 LOGO

設計專屬 Logo 並刻印成印章，可讓顧客印製在筆記本上，增加紀念價值性，提升商品及品牌價值。

4. 產品樣式

筆記本區分為四類：限量筆記本、簡約縫線筆記本、小筆記本、客製化筆記本。

二、前言

讓您的筆記本不再只是記錄的工具更是兼具美感的單品，透過純手工製作讓您與眾不同。

三、人員介紹

六個組員創造出創意無限的商品。

四、公司目標

1. 短程 2. 中程 3. 遠程。

五、抄有本事 STP 定位

S 市場區隔

消費族群區分為：以上課為主的 10-25 歲青年學生族群，需要詳細時程規劃的 26-40 歲上班族以及 41 歲以上中年族群。

T 目標市場

目標族群是以 10-25 歲青年學生為主，該消費群的習慣是使用筆記本做紀錄的青少年學生族群。

P 市場定位

筆記本是學生族群的生活必需品，我們提供消費者客製化服務及高質感的設計單品，讓消費者能有物超所值的享受。

六、行銷 4P

1. 產品 (Product)

筆記本區分為四類：限量筆記本、簡約縫線筆記本、小筆記本、客製化筆記本。

2. 通路 (Place)

1. 校慶園遊會 2. 大溪老街 3. 鶯歌老街 4. 網路行銷。

3. 價格 (Price)

1. 限量筆記本：一百五十元、簡約縫線筆記本：一百二十元、小筆記本：六十元、客製化筆記本：依材質而定。

2. 利潤提撥：10%雜項支出、60%人力支出、30%資本。

4. 推廣 (Promotion)

四種推廣工具，來吸引顧客：1. 發送 DM 2. 活動 3. 廣告 4. 促銷

七、市場分析

面對科技蓬勃發展的時代下，對於筆記本的產業衝擊，我們將跳脫傳統量產筆記本，改變筆記本的市場規則。

八、競爭者分析

與 Maskart-Mt 純手工筆記本做分析。

九、SWOT 分析

Strength(優勢)

1. 獨特原創 LOGO 2. 客製化 3. 高質感材質。

Weakness(劣勢)

1. 費工耗時 2. 知名度不高 3. 人事成本高。

Opportunity(機會)

支持原創的風氣盛行。

Threat(威脅)

1. 市場飽和 2. 物價上漲 3. 勞工薪資法

策略擬定

SO 戰略-增長性戰略、ST 戰略-多元化戰略、

WO 戰略-扭轉性戰略、WT 戰略-防禦性戰略。

十、消費者分析

把顧客分為三大類：1. 學生 2. 遊客 3. 網路族群，分析消費者購買本產品之原因。

十一、預期效益

1. 量化效益：將訂定的短、中、遠程之目標，與實際面比較，並提出解決方案。

2. 質化效益：(1) 影響價值觀 (2) 提升品牌忠誠度

(3) 提升企業形象 (4) 促進大眾情感交流與分享。

十二、回饋機制

透過顧客意見表，加以分析，為公司生產商品之依據，抓住顧客的喜好，以利減低研發費用及改良時間，可以提供更符合消費者需求之商品。

十三、風險評估

1. 氣候環境不佳
2. 商品成本上升
3. 人事成本上升
4. 景氣不佳，銷售量下降。

十四、歸避策略

1. 風險消弭
2. 風險補救。

十五、執行流程圖

確實的時間流程表，確保企業之運作。

十六、財務概況

1. 成本項目：材料費、包裝費、影印費、印章、道具費、宣傳費。
2. 收益項目：健行園遊會、老街通路販售、人員銷售、網路販售。

十七、人力配置

在團隊中每個人扮演不同的角色。

十八、結論

在科技發達的時代背景下，人們逐漸將書寫紀錄的工具，以智慧型商品取代了曾經不可或缺的筆記本，因此要在這一片競爭激烈的市場上突破重圍，就必須讓商品走向精緻化路線，我們企業的販售目標將排除一般筆記本市場的削價競爭，創造獨樹一幟的風格，不僅純手工製作，更提供客製化的服務，打造個人專屬的個性化商品。

在未來我們為了降低商品成本公司正進行接單製作為販售方式，堅持帶給顧客最低的價格及最高的品質。

遠觀未來走向精緻化的前景下，我們更要求品質的提升、樣式趨近多樣化，讓消費者有更多的選擇，穩定客源及品質後，我們創造商品回購率，讓我們的「手工筆記本」寫進新未來，創造產品知名度，讓精緻筆記本市場展現新商機。

一、執行摘要

公司以手工筆記本作為我們的販售商品，以「手工縫紉」的方式呈現，在本公司的嚴格篩選下，所挑選出的紙張與封面都相當具有質感，我們貨比三家將秉持著以最低的價格，讓顧客獲得高質感的商品為原則，替顧客把關。製作方面強調慢工出細活、分工合作，努力縫製出一本本精美的筆記本。

目前主要販售通路，以網路行銷為主；實體通路為輔，以達成本公司所制定之銷售目標，我們朝向顧客導向之方針經營，把消費者的建議納入生產商品之考量。

為了讓更多人擁有高質感的商品，未來將以不變的品質，持續帶給消費者高規格的「手工筆記本」。

（一） 公司理念

本公司之經營理念以誠信對待顧客，強調每樣商品都是經過嚴格把關才出產，對於品質更是以高質感為優先考量，並創意構想我們的抄有本事商標 LOGO 賦予商品獨特品牌故事，創造獨具匠心的品牌，使我們能提升顧客忠誠度，我們將秉持著以最低的價格，讓顧客獲得高質感的商品為原則，提升企業品牌形象，透過客製化的服務更加貼近顧客的需求，以「誠信」、「高質感」、「客製化」為本企業之最終目標，遠觀未來企業展望，將以創造企業道德，促進文化交流發展，發揚文創藝術產業為願景。

（二） 品牌故事

我們抄有本事筆記本品牌的由來，是源自於人類發自內心的懷舊情懷，以一個小女孩充滿自信的微笑，觸發顧客回想兒時勤學的回憶，運用此種抽取記憶，緬懷過去的心理因素，讓顧客將情感移轉至抄有本事筆記本上，並成功將消費者帶回過去那段純樸的時光，更堅持我們公司：「真誠、高質感、客製化」的理念，讓在本公司消費過的顧客，都能以我們的小女孩傳遞自信微笑的情感，創造出消費者超有本事的自我價值，此品牌除了能針對社會大眾引人入勝外，更能創造品牌忠誠度，在未來穩定發展下，帶動手創筆記本文藝風潮的流行。

(三) 產品 LOGO

本公司設計專屬 Logo 並刻印成印章，可讓顧客印製在筆記本上，增加紀念價值性，讓消費者涉入程度增加，提升商品及品牌價值。



圖(一)本公司之 LOGO

(四) 產品樣式¹

把筆記本區分為四類：

1. 限量筆記本
2. 簡約縫線筆記本
3. 小筆記本
4. 客製化筆記本，依據顧客需求量身打造



圖(二)本公司之產品

¹ 有關產品介紹請閱讀第十七至十八頁

二、前言

近年來，市面上出現了越來越多含有創意元素的單品，許多的藝術家把創意融合至商品中並結合手作的風格，形成「文創產品」，此產品漸漸的造成一股風潮，而我們製作了一系列獨一無二的創意手工筆記本，從最基本的內頁都是親自裁切，更可以客製化的製作專屬封面，打造出屬於您的個性化商品，讓您的筆記本不再只是記錄的工具更是兼具美感的單品，透過純手工製作讓您與眾不同。

三、人員介紹



姓名：徐芝芊

經歷： 99 年度台灣區電腦化運動競技
大專組機器人程式設計 佳作
99 年度 參加志願服務教育志工
991 及 992 學年度 擔任班級副班代
992 學年度 服務學習課程 獲獎
101 年度參加第 17 屆 GYLA 未來
領袖菁英養成學苑

擔任角色：執行企劃



姓名：李 盈

經歷： 會計技術士丙級檢定證照
電腦軟體應用技術士乙級
992 學年度擔任 服務股長
101 年度參加第 17 屆 GYLA 未來
領袖菁英養成學苑

擔任角色：美宣製作



姓名：李亭萱

經歷：全民英檢初級

電腦軟體應用乙級證照

101 學年度參加創意行銷達人競賽

101 年度參加第 17 屆 GYLA 未來
領袖菁英養成學苑

擔任角色：創意發想



姓名：吳婕瑋

經歷：101 學年度參加創意行銷達人競賽

101 年度參加第 17 屆 GYLA 未來
領袖菁英養成學苑

擔任角色：影片剪輯



姓名：黃瑀蓁

經歷： 商用軟體應用丙級證照
門市服務丙級檢定證照
會計技術士丙級檢定證照
991 學年度擔任輔導股長

擔任角色：專案管理



姓名：潘可薇

經歷： 商用軟體應用丙級證照
門市服務丙級檢定證照
商教會會計丙級證照
會計技術士丙級檢定證照

擔任角色：行銷高手

四、公司目標

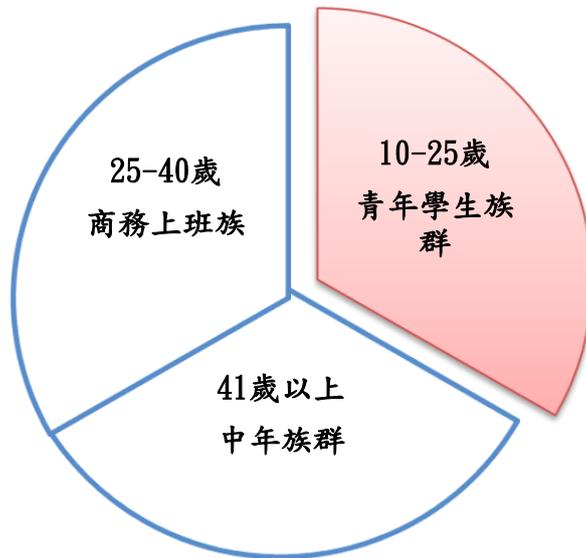
製作方面：總預計生產五十本筆記本，透過調查將最普及的樣式：簡約縫線筆記本，為最高產量。

通路及銷售方面：本公司預計有四種通路，來達成銷售目標。²

名稱	日期	內容
短程	10/17~11/15	<ol style="list-style-type: none">製作方面：預計生產三十本。依照風格個別生產數量：<ul style="list-style-type: none">限量筆記本 - 五本。簡約縫線筆記本 - 二十本。小筆記本 - 五本。客製化筆記本 - 接單生產。銷售方面：校慶園遊販售目標三成(約十本)。
中程	11/17~11/30	<ol style="list-style-type: none">開拓通路：(一)大溪老街 (二)鶯歌老街 (三)網路行銷(試賣)銷售方面：新通路販售目標六成(約十八本)。製作方面：依照回饋表分析顧客喜愛度，增加接受度高的筆記本二十本。
遠程	12/1~ 長期	<ol style="list-style-type: none">量化目標： 銷售方面：<ul style="list-style-type: none">(一)將回購率提升，目標三成(約十本)。(二)將網路行銷做為主通路，其銷售目標約總銷售額之 50%。質化目標：<ul style="list-style-type: none">(一)將文創商品的理念，發揚光大。(二)提升品牌忠誠度。

²有關通路介紹請閱讀第十九至二十頁

五、抄有本事 STP 定位



圖(三)本商品的 STP-1

以年齡區分

Segmenting 市場區隔

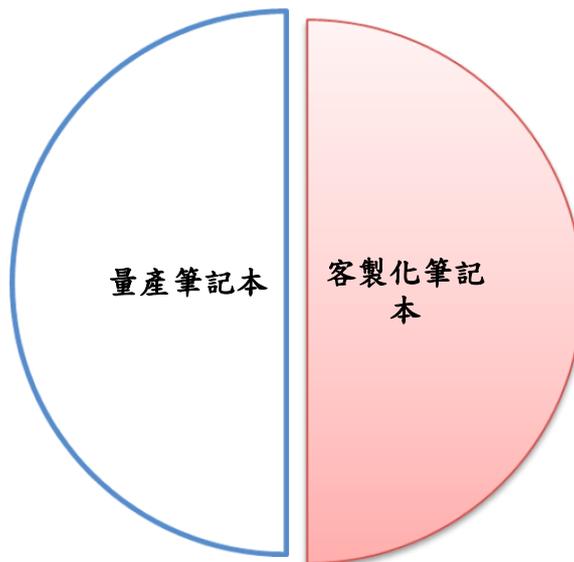
我們將使用筆記本的消費族群區分為：以上課為主的 10-25 歲青年學生族群，需要詳細時程規劃的 26-40 歲上班族以及 41 歲以上中年族群。

Targeting 選擇目標市場

本公司選擇的目標族群是以 10-25 歲青年學生為主，該消費群的習慣是使用筆記本做紀錄的青少年學生族群。

Positioning 市場定位

筆記本是學生族群的生活必需品，而對於我們的目標族群 - 學生而言，則是注重產品效用、原創品牌、商品質感以上是促使學生購買的動機，而我們本公司所推出的產品正是符合學生的實質需求，除了尺寸設計恰到好處，讓學生能輕易的放進包包、高質感設計的手工，更創意發想自信小女孩的商品 LOGO，發揚原創藝術的精神，我們提供消費者真誠情感的服務及同理心的生產理念，讓消費者能有物超所值的享受，除了達到書寫記錄的實質運用，更能藉由筆記本創造更多情感交流。



圖(三)本商品的 STP-2

以筆記本類別區分

Segmenting 市場區隔

我們將使用筆記本的消費族群區分為：市售一般量產筆記本及客製化筆記本。

Targeting 選擇目標市場

本公司選擇的目標族群是以客製化筆記本的消費者，現今文創風盛行，大眾也較能接受創意單品，以上 STP 為學生族群中，學生喜愛客製化的單品與眾不同的設計，抓住年輕族群的心。

Positioning 市場定位

客製化訂作，超乎顧客想像，以全體筆記本皆可客製化的方法打入市場，不管是要封面、內頁還是材質，通通皆可依據顧客的需求量身打造，讓想要兼具實用及時尚的消費者，不容錯過的一項單品。

六、行銷 4P

(一) 產品 (Product)

區分四類：

名稱	頁數	內容
1. 限量筆記本	64 頁	<p>特殊的封面材質可分為</p> <ol style="list-style-type: none">1. 鏡面筆記本：為了愛美的現代人設計，隨時隨地可以保持自己最美的體態。2. 未來感筆記本：以亮藍色為封面搭配黃色的車線，適合喜歡與眾不同的顧客。3. 編織系筆記本：採木質感編織，相當具有質感。4. 軟皮筆記本：磚紅色的軟皮封面設計，重視觸感的消費者絕對不容錯過。5. 麻繩筆記本：採特殊縫線，重量輕，不會成為消費者包包內的負擔。6. 膠封筆記本：以特殊膠帶隱藏縫線、頁數多，是喜歡手寫記錄的顧客最佳之選擇。
2. 簡約縫線筆記本	64 頁	<p>封面分為：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 黑色：以純黑色的封面打造出高貴感，厚實的材質讓顧客為之一亮。2. 牛皮色：以牛皮色的封面營造出復古懷舊風，扎實的觸感讓顧客愛不釋手。
3. 小筆記本	40 頁	<p>設計靈感來自 -</p> <p>現代的消費者包包款式眾多、大小不一，若是筆記本只有單一的尺寸，對於顧客是相當不便利的，故設計出小筆記本。</p>

則小筆記本的材質樣式均為簡約縫線筆記本的縮小版。

名稱	頁數	內容
4. 客製化筆記本	40 頁 (小) 64 頁 (大)	依據顧客需求量身打造： 1. 封面 - (一) 可讓消費者挑選喜愛的圖案。 (二) 提供代客設計的服務。 2. 材質 - (一) 上述的封面圖案，消費者可自行挑選偏好的風格選用不同的材質呈現。 (二) 消費者可依據需求，指定筆記本的材質，呈現出量身打造的商品。

(二) 通路 (Place)

本公司預計開拓四種通路，來達成銷售目標，如以下：

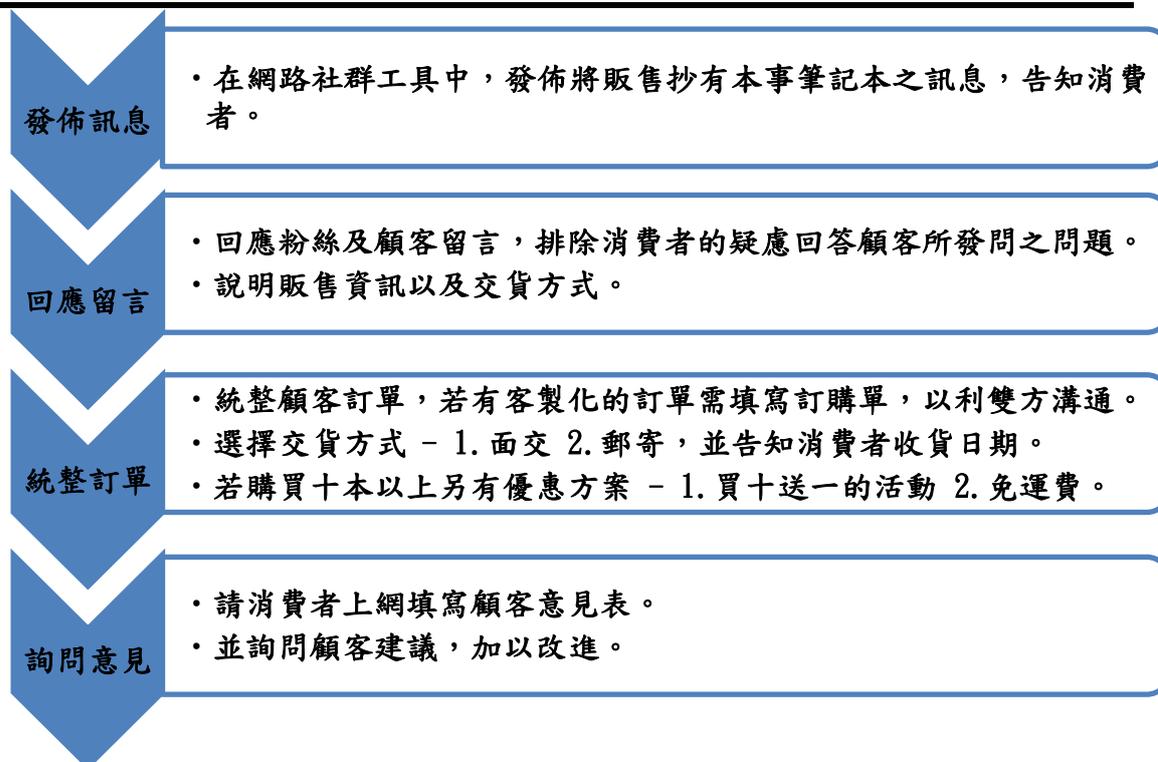
- (一) 校慶園遊會
- (二) 大溪老街
- (三) 鶯歌老街
- (四) 網路行銷

名稱	日期	內容
1. 校慶園遊會	10/27	<ol style="list-style-type: none">1. 鎖定的消費群：學生。³ 參加健行科技大學校慶園遊會的主要族群是校內的學生，而筆記本正是學生上課的必需品，因此對於此通路的消費族群我們鎖定在學生族群，並透過此通路，舉辦網路粉絲見面會，增加人氣與知名度，藉由學生及粉絲之間相互傳達銷售訊息，達成推廣目的。2. 販售地：點向學校租借攤位設立販售點，因校慶人多天氣炎熱易口渴，故同時販售冰淇淋紅茶吸引顧客。3. 販售方式：以叫賣及定點推銷之方式。4. 人員配置：三人販售筆記本、兩人販售副產品冰淇淋紅茶及一人結帳，依時間輪替。
2. 大溪老街	11/10	<ol style="list-style-type: none">1. 鎖定的消費群：過路客及小朋友。⁴ 大溪老街的遊客族群範圍廣泛，消費族群大致上以過路客及家庭為主，透過我們的擺攤、海報宣傳及DM推廣，吸引過路客目光，隨著擺攤路線到達公園遊樂區，透過我們的熱情叫賣方式吸引小朋友並引起家長的消費動機，藉由推銷及回饋方案達到目標，使消費者進行消費行動。2. 販售地點：(一)公園 (二)教堂外3. 販售方式：以叫賣、定點及沿路推銷之方式。4. 人員配置：一人舉海報、四人推銷及一人結帳，依時間輪替。

³有關消費者分析請閱讀第三十一頁

⁴有關消費者分析請閱讀第三十二頁

名稱	日期	內容
3. 鶯歌老街	11/11	<ol style="list-style-type: none"> 鎖定的消費群：觀光客及店家。⁵ 鶯歌老街的以觀光客及當地店家為主，透過我們抄有本事的DM及海報宣傳，且藉由我們的商品LOGO增加觀光客紀念價值，並藉由販售的過程中結識當地店家，並透過情感培養，促使店家購買抄有本事商品。 販售地點：（一）石器休息椅 （二）店家外 販售方式：以叫賣、定點、沿路推銷及與店家交流之方式。 人員配置：一人顧攤、四人推銷及一人結帳，依時間輪替。
4. 網路行銷	持續進行	<ol style="list-style-type: none"> 鎖定的消費群：網路族群。⁶ 交貨地點：面交、郵寄。 販售方式：以網路社群工具為主。 人員配置：一人回復留言及商品展示、四人製作成品及一人收款，依時間輪替。



表(一)網路行銷 - 流程表

⁵有關消費者分析請閱讀第三十二頁

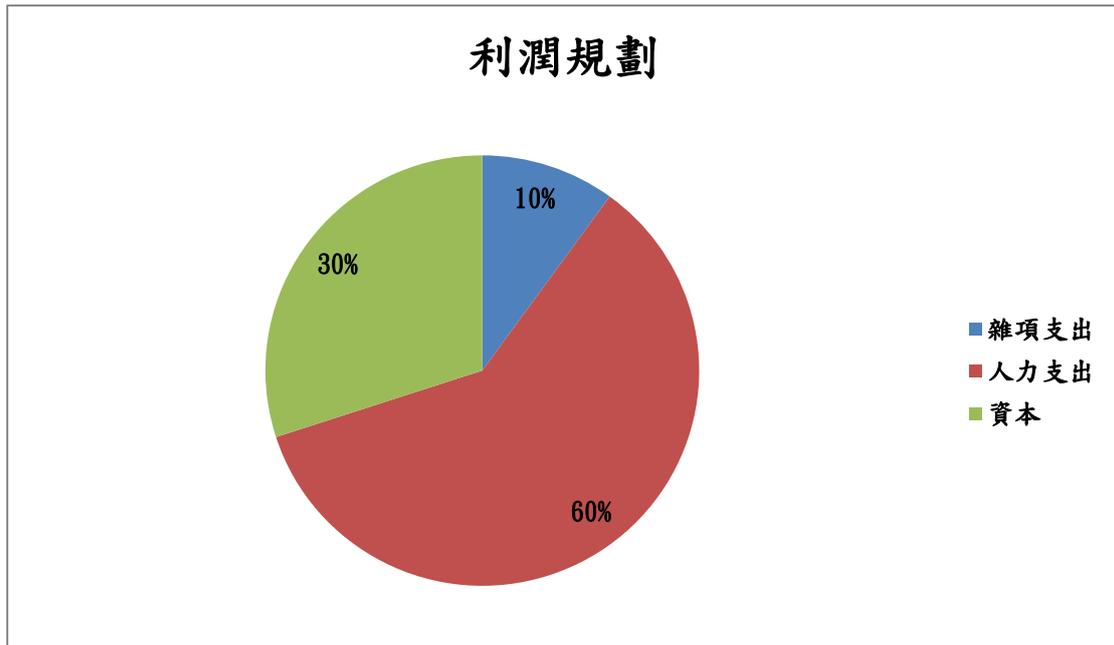
⁶有關消費者分析請閱讀第三十三頁

(三) 價格 (Price)

名稱	頁數	價格設定
1. 限量筆記本	64 頁	<ol style="list-style-type: none">封面<ol style="list-style-type: none">鏡面筆記本成本：十八元。未來感筆記本成本：十八元。編織系筆記本成本：五十三元。軟皮筆記本成本：十三元。麻繩筆記本成本：八元。膠封筆記本成本：十六元。裁縫線 成本：兩元。內頁 成本：二十三元。包裝紙 成本：一元。產品總成本<ol style="list-style-type: none">鏡面筆記本總成本：四十四元。未來感筆記本總成本：四十四元。編織系筆記本總成本：八十元。軟皮筆記本總成本：三十九元。麻繩筆記本總成本：三十四元。膠封筆記本總成本：四十二元。定價：一百五十元。利潤<ol style="list-style-type: none">鏡面筆記本利潤：一百零六元。未來感筆記本利潤：一百零六元。編織系筆記本利潤：七十元。軟皮筆記本利潤：一百一十一元。麻繩筆記本利潤：一百一十六元。膠封筆記本利潤：一百零八元。
2. 簡約縫線筆記本	64 頁	<ol style="list-style-type: none">封面 成本：八元。裁縫線 成本：一元。內頁 成本：二十三元。

4. 包裝紙
成本：一元。
5. 裝飾
成本：一元。
6. 產品總成本：三十四元。
7. 定價：一百二十元。
8. 利潤：八十六元。

名稱	頁數	價格設定
3. 小筆記本	40 頁	<ol style="list-style-type: none"> 1. 封面 成本：四元。 2. 裁縫線 成本：一元。 3. 內頁 成本：十四元。 4. 包裝紙 成本：一元。 5. 產品總成本：二十元。 6. 定價：六十元。 7. 利潤：四十元。
4. 客製化筆記本	40 頁 64 頁	<ol style="list-style-type: none"> 1. 封面 成本：依材質而定(約十二元至五十三元)。 2. 裁縫線 成本：一元。 3. 內頁 成本：十四元/二十三元。 4. 包裝紙 成本：一元。 5. 產品總成本：依材質而定(約二十八元至七十八元)。 6. 定價：依材質而定(約一百元至一百五十元)。 7. 利潤：約七十二元。



圖(四)本公司的利潤規劃圖

從以上圖表可知，假設利潤為 100%，將其獲利的金額分為下：

1. 10%雜項支出：保持 10%的彈性運用空間，以應付臨時產生或超支的額外費用，可做為緩衝，預留適度的預算空間可以確保企劃書的執行過程中不會因為突發性的費用而遭致停擺。
2. 60%人力支出：依產品製作及銷售數量，給予相對應的報酬。
3. 30%資本：提撥總利潤之三成做為資本，將其金額作為下次製造商品之準備金，以利企業永續經營。

範例：

若製作及販售限量筆記本六本，一本定價為一百五十元 - 總營收為九百元。

1. 雜項支出提撥 10%為 $900 \times 10\% = 90$ 元。
2. 人力支出提撥 60%為 $900 \times 60\% = 540$ 元。
本公司為六人小組，依以上假設製作及販售六本，人力提撥金為 540 元(一本為九十元)，每人製作及銷售一本可得十五元。
3. 資本提撥 30%為 $900 \times 30\% = 270$ 元。

(四) 推廣 (Promotion)

本公司預計有四種推廣工具，來吸引顧客，如以下：

- (一)發送 DM
- (二)活動
- (三)廣告
- (四)促銷

名稱	日期	內容
1. 發送 DM	11/10 11/11	初步的讓顧客了解本公司的產品，透過人員的發送更可以貼近與消費者間的距離，並同時親自解決顧客的疑慮及回答問題。
2. 活動	10/27	本公司中具有高知名度的人員，透過校慶園遊會的場地，在網路社群工具上號召粉絲們共襄盛舉，形成見面會，並且以販售商品送簽名及合照的活動，刺激買氣、衝高銷售量及打響產品知曉度。
3. 廣告	持續進行	在網路社群工具中播送，以微電影的方式呈現，讓消費者進入情境，身處在故事中，達到情境模擬的效果，進而讓顧客對產品產生好感並且激發想購買商品的作用，提升產品的知曉度，拓展顧客群為企業最終之目的。
4. 促銷	持續進行	<ol style="list-style-type: none">1. 現場購買之顧客：在校慶園遊會及老街通路消費的顧客，可享兩件商品的優惠折扣價 (例：(一)限量筆記本搭配小筆記本組合價為兩百元。 (二)校慶園遊會上所販售的副產品 - 冰淇淋紅茶與筆記本做搭配組合價，同時購買可折五元。)2. 網路購買之顧客：<ol style="list-style-type: none">1. 可享買十送一的活動2. 可享買十免運的優惠依據消費者的需求二選一。

七、市場分析

根據 Gartner 於 2010 第三季調查發現，智慧型手機市占率逐漸提高，2010 第三季全球共售出 4.17 億支手機，其中智慧型手機約占整體的 19.3%，約八千萬支，而成長率更高達 96%。

經過以上統計數據的分析，在現今科技蓬勃發展的時代下，人們記錄的工具逐漸以智慧型科技產品取代傳統筆記本，在環境中無形的潛移默化下，人們將漸漸失去書寫的能力，且人與人的情感交流上，逐漸走向網路化，不再以書面交換情感，而以網際網路傳遞訊息。

面對這樣的產業衝擊，本公司的筆記本將以手工方式設計及生產，面對現在的筆記本產業，我們將跳脫傳統量產筆記本，改變筆記本的市場規則，對於抄有本事的目標市場—學生族群而言，學生的必需用品即是 - 筆記本，在面臨時代轉變的衝突下，我們推出實用與時尚感兼具的手工筆記本，讓筆記本不再是刻板印象中抄寫紀錄的手冊，而是可以提升自我價值，營造文藝氣息的時尚精品。

面對資訊產業的衝擊下，我們將發揮極具創意的構想與時尚客製化的設計感，以高質感的素材及厚實的工法生產製作，精緻的包裝並透過公司行銷人員熱情的銷售活動，以高品質高效率的工作態度為訴求，創造品質獨特、格調特殊的手工筆記本，並在競爭激烈的市場上帶領顧客步向文創手工筆記本唯真唯美的大道。

Rank	1Q11			1Q12		
	企業	銷售量(千支)	市占率 (%)	企業	銷售量(千支)	市占率 (%)
1.	諾基亞 Nokia	25,649.7	25.7%	三星 Samsung	37,994.3	26.3%
2.	蘋果 Apple	16,883.2	16.9%	蘋果 Apple	33,120.5	22.9%
3.	RIM	13,004.0	13.0%	諾基亞 Nokia	13,324.1	9.2%
4.	三星 Samsung	12,379.0	12.4%	RIM	9,939.3	6.9%
5.	宏達電 HTC	9,297.3	9.3%	宏達電 HTC	7,676.0	5.3%
6.	LG	4,065.6	4.1%	索尼行動通訊 Sony Mobile Communications	5,419.2	3.8%
7.	摩托羅拉 Motorola	4,004.3	4.0%	華為 Huawei	5,269.6	3.6%
8.	索尼行動通訊 Sony Mobile Communications	3,649.7	3.7%	LG	4,961.3	3.4%

表(二)智慧型手機市場占有率

八、競爭者分析

	本公司 抄有本事筆記本	Maskart-Mt 純手工筆記本
風格設計	<p>1. 原創 LOGO： 本公司之產品的設計走向素面時尚感風格，更推設計原創自信女孩 LOGO，創造抄有本事的企業品牌形象。</p> <p>2. 材質挑選： 而素材的購買則是選擇高質感的材料，從材質的挑選到費工耗時的手工縫紉都經過嚴格的品質控管，實行企業「誠信」、「高質感」的理念。</p> <p>3. 裝訂方式： 針對不同的消費求，設計不同大小及裝訂方式，以不同材質、線料縫製不同顏色及風格的筆記本製作出耐用堅固不脫線的筆記本，製作過程都堅持以最好的品質及最具特色的原創商品，帶給消費者實用與設計感兼具的商品。</p>	<p>1. 原創 LOGO： Maskart-Mt 設計原創 LOGO，創造企業品牌形象，並以手繪風格，繪畫出許多創意圖像，及細膩的筆觸，獲得支持原創藝術消費者的肯定。</p> <p>2. 材質挑選： 筆記本的素材並無詳細記錄在販售網站上，簡單敘述厚紙板製作封面封底，及色彩的渲染，增添筆記本豐富性。</p> <p>3. 裝訂方式： 推出平裝版及精裝版本筆記本，根據不同消費者需求，裝訂不同風格筆記本，以手工縫紉耗時費工的方式強調手工質感。</p>
定價策略	<p>1. 固定價格策略： 在定價上，本公司採取整數定價法，高質感商品以最低價格售出，依據筆記本的大小、裝訂方式、設計成本不同而分為三種價格 - 六十元小筆記本、一百二十元簡約縫線筆記本及一百五十</p>	<p>1. 變動式價格策略： 在定價上採取不固定的價格策略，依照不同顧客訂製需求而訂定不同售價。</p>

元限量版。

2. 折價卷：
提供商品回購折價券，讓顧客得到物超所值的享受，以收購最低的商品成本，降低消費者負擔，堅持「平價時尚精品」的販售理念。

銷售方式	1. 流動式通路販售： 本公司營運初期，透過定點通路以流動式擺攤的方式建立品牌知名度，累積客源，並藉此推廣企業形象。	1. 網路販售： Maskart-Mt 利用無名小站架設販售網站，增加消費者訂或便利性。
	2. 網路販售： 在實體販售後增加網路通路，透過網路社群工具分享商品販售資訊，藉此增加曝光率，更能累積粉絲數量，在粉絲們不斷分享及互動下，能讓更多潛在消費者接收訊息，除了拓展新客源外，更提供顧客的便利性。	2. 客製化： 提供客製化服務，讓顧客自由挑選喜愛的手繪風格，並依照不同需求而訂定不同售價。
	3. 客製化： 提供客製化服務，讓顧客自由選擇筆記本內頁及縫製方式、裝訂方式、尺寸大小、顏色、裝飾，讓顧客能有高品質服務，更能達到公司理念「客製化」之服務。	
宣傳手法	1. 海報宣傳： 製作宣傳海報，在定點通路販售時，利用海報明確傳達商品資訊，醒目的大海報更能吸引消費者目光	缺乏有利的宣傳工具，除了單一販售通路外，並無任何銷售廣告。
	2. DM 發送：	

以主動出擊發送 DM 傳單的方式，將訊息傳遞至消費者手中，並在傳單上顯示網路販售的相關訊息，引起消費者好奇心，增加消費者涉入程度。

網站規劃	<ol style="list-style-type: none">1. 網路社群工具： 經營時下流行社群軟體，以網路販售商品。2. 人氣指數： 販售商品文章瀏覽人次高達三百一十八人及回應人數三十二人，並透過網路售出三十五本筆記本共計 3120 元(新台幣)。	<ol style="list-style-type: none">1. 無名小站：以無名網站，透過文章傳遞商品資訊，但隨著智慧型手機的興起，無名小站的使用人數逐漸減少，人氣因此受到影響。2. 人氣指數：販售商品文章瀏覽人數六十人次，回應人數一人。
回饋機制	<ol style="list-style-type: none">1. 商品問卷意見表： 製作商品意見表，回收實體販售消費者意見，並提供截角折價卷的服務，除了回饋忠實顧客，更誘使消費者再次購買。2. 網路銷售問卷： 提供網路顧客網路問卷，回收網路販售意見，並改進。	缺乏消費者回饋機制及促使潛在消費者購買的誘因。

九、SWOT 分析

(一) SWOT 企業內外部分分析

	<i>Strength(優勢)</i>	<i>Weakness(劣勢)</i>
內部條件	<p>1. 獨特原創 LOGO： 透過設計商品 LOGO，創造獨特品牌形象呼應抄有本事手工商品，設計出手繪風格的自信女孩，除了廣受熱愛藝術創作人士的支持外，更能藉此傳遞企業理念。</p> <p>2. 客製化： 提供客製化的服務，從封面到內頁都可以讓消費者自行挑選喜愛的材質，替顧客打造個性化產品。</p> <p>3. 高質感材質： 本公司強調以最高品質的原料生產手工筆記本，讓消費者擁有物超所值的商品。</p>	<p>1. 費工耗時： 抄有本事筆記本為了強調手工高質感，因此從材料耗時的挑選到費工的製作過程，都嚴格控管品質，製作時程長，因此無法大量生產。</p> <p>2. 創業初期，知名度不高： 由於本公司創業初期，因此知名度不高，而許多競爭對手在網路上成立已久，對於本公司是一項極大威脅。</p> <p>3. 人事成本高： 由於抄有本事商品，強調慢工出細活，因此製作商品的人力成本過高。</p>
	<i>Opportunity(機會)</i>	<i>Threat(威脅)</i>
外部環境	<p>1. 支持原創的風氣盛行： 近幾年來，掀起一股手作風氣，越來越多人支持原創品牌，而我們抄有本事公司也推出自信小女孩的商品 LOGO，因此讓本公司在這競爭者眾多的市場下，深受消費者支持。</p>	<p>1. 市場飽和： 在筆記本市場上充滿各式各樣的產品，從量產低價筆記本到時尚精緻筆記本，市場廣泛，面對眾多競爭者，本公司將更明確分析目標市場，並以精緻高質感為主要銷售路線，極力爭取新商機。</p> <p>2. 物價上漲： 在物價高漲的時代下，筆記本成本因此而升高，對於創立初期的抄有本事公</p>

司而言，面對高物價風波是極大的威脅。

3. 勞工薪資法：
對於政府最新提案修訂，工讀生時薪 115/hr 將影響公司人力成本，應配合政策推出配套措施。

(二) 策略擬定

	<i>SO</i> 戰略 - 增長性戰略	<i>ST</i> 戰略 - 多元化戰略
企業戰略選擇	利用現有的優勢原創商品 LOGO 和近年支持原創風氣盛行機會，除了保持現有的經營領域，並且繼續全力以赴在筆記本領域擴大產品規模和筆記本樣式，讓企業達到永續發展的目的。	利用優勢高質感及客製化服務避免市場飽和的威脅，除了維持現有收益，更要利用網路販賣的方式，創造新的人力配置規劃，以新的銷售模式，除了和相關上游企業結合如：製紙商及印刷廠克服大環境下物價上漲的威脅，更能與各大出版社結合或相關產業企業結盟推出聯名款等等發展多元化經營。
	<i>WO</i> 戰略 - 扭轉性戰略	<i>WT</i> 戰略 - 防禦性戰略
企業戰略選擇	利用近年來原創風氣盛行的機會，改進抄有本事企業內部知名度不高的弱點，抄有本事的原創商品在這股熱潮下能夠竄升知名度，提高原有收益讓人事成本能夠受到控制，並達到收支平穩的目的。	利用高效率人力配置克服耗時費工弱點、利用原創潮流崛起創造抄有本事企業知名度，克服知名度不高的弱點、利用網路接單生產克服高人事成本的弱點，以維持現有經營模式，放棄擴大經營的策略，避免大環境威脅。

十、消費者分析

名稱	分析內容
1. 學生	<p>校慶園遊會 目標族群：學生</p> <ol style="list-style-type: none">1. 知覺面向： 因本公司產品的尺寸設計，以適合放入學生包包及小手提袋為設計訴求，吸引眾多學生，並且受到高質感材料及獨具匠心的簡約風設計，進而達到刺激購買的意願，根據我們售後提供的顧客意見表，贈送商品折價卷，達到刺激消費者再次購買的誘因，透過園遊會上舉辦的粉絲見面活動及定點叫賣，引起其他消費者非自願性注意，除了達到粉絲購買行動外，更促進其它具有基本需求動機的消費者前來參閱。2. 學習面向： 在園遊會通路中，本公司除了販售筆記本外，更搭配副產品 - 冰淇淋紅茶以增加消費者注意，且推出筆記本搭配冰淇淋紅茶做促銷的活動，吸引消費者，藉由次級增強物 - 冰淇淋紅茶，引導消費者注意主商品 - 筆記本，進而達到增強注意力及加強消費者記憶的目的，並運用抄有本事擺攤的招牌及大型海報，吸引目標族群且激起潛在購買動機，藉由粉絲見面會的活動，形象銷售人親自製作並使用本公司之商品，藉此引導粉絲購買商品，以達到代理學習的行銷效果。3. 態度面向： 目標族群會因為我們所提供的商品效用進而影響到購買決策，而我們抄有本事筆記本不僅具有書寫，繪畫，紀錄，傳遞情感的實質效用外，更附有高質感時尚精品的價值信念傳達。4. 動機面向： 對於目標族群而言，筆記本則是他們最基本的必需品，因此構成學生的購買動機，舉凡學生族群對於筆記本的需求，都有潛在購買的動機，但實際產生購買行動的消費者，可能還會受到同儕團體的影響，因消費者涉入程度的不同，而影響到消費者購買動機，經過本公司所推出的行銷活動，如：海報宣傳、DM、叫賣、廣告及促銷後，引起消費者注意。 本公司推出網路行銷的活動，在網路社群工具透過不斷的粉絲分享及販售服務，提升我們抄有本事筆記本的曝光度及知名度，進而影響消費者並達到高度涉入，而產生購買行為。

2. 遊客

老街通路 目標族群：遊客

1. 知覺面向：

在大溪及鶯歌老街的通路上，我們鎖定的目標族群是遊客，消費者需求則是附有紀念價值及高質感商品，我們的商品尺寸大小剛好且兼具時尚感的設計，更是符合眾多遊客的消費訴求，並透過定點、流動販售的方式，引起消費者非自願性注意，在吸引潛在購買動機的遊客後，更提供實質商品翻閱的服務，而根據研究，消費者對於可以實際接觸和檢視的產品，會產生較佳的態度，而我們以實際讓消費者體驗質感的方式，勝過其他網路販售的手工筆記本，抄有筆記本公司堅持以同理心真誠對待消費者，讓顧客體驗高質感素材的抄有本事筆記本。

2. 學習面向：

在老街通路的販售過程中，我們運用海報宣傳及 DM 發送，除了運用叫賣的方式引起消費者注意外，更運用海報再次提醒消費者，接著運用 DM 不斷重述商品訊息，增加消費者記憶，並在 DM 上顯示網路社群工具販售訊息，增加網路販售曝光率，並建立 DM 訊息記憶與網路販售做連結，創造行銷多方連結，讓消費者不斷在無形間接受我們的行銷資訊。

3. 態度面向：

遊客除了特別注重商品價值，更注重質感及效用，購買實用性高且附有紀念價值的商品，更會讓遊客們有物超所值的享受，而我們抄有本事筆記本，除了集聚書寫、繪畫及記錄於一身外，藉由時尚感的筆記本素材，傳達高質感時尚精品的意念，更獨具品牌特色，將懷舊情懷的元素注入商品 LOGO，以品牌故事傳遞企業理念並創造商品附加價值，而顧客因為喜歡我們的商品所帶來的效用及價值，因此對於我們公司產生良好的態度，而這良好的態度搭配我們所生產高質感及高紀念性的產品，讓消費者凸顯自己與眾不同的形象，達到購買高實用性兼具紀念價值的抄有本事商品。

4. 動機面向：

遊客的消費動機以紀念性且實用性為主，原因是因為我們所選擇的老街遊客，通常會購買紀念商品以紀念出遊過程及地點或是旅遊發生事件的點滴，而旅遊過程中親友意見或是消費者參考群體所提供的意見，都能影響消費者是否做出購買行動的決策，當遊客進入購買涉入的階段例如：詢問價錢、頁數及材質等等，代表消費者涉入我們商品的銷售活動，因

此能進一步藉由 DM 介紹我們的網路社群網站販售資訊，讓遊客分享外，在未來將帶給此通路的遊客持續性涉入，接著透過粉絲的購買並分享商品資訊，將公共訊息傳遞到更多人心裡，除了創造更多潛在消費者外，公共訊息由於具有高度客觀與公正性，因此更能受到信賴，對於許多潛在消費者來說，我們提共了此項公共來源訊息，讓消費者在商品偵查的階段，能更信賴我們的商品。

3. 網路族群

1. 知覺面向：

透過我們公司行銷人員的商品拍攝，將商品完整呈現在網路通路上，例如：縫紉線類別，裝訂版本，內頁顏色、縫線顏色選擇、大小尺寸選擇及封面風格設計選擇。

透過照片傳遞色彩及設計感，提供多項選擇及客製化網路訂貨服務，不僅增加方便性，資訊透明公開的原則也是我們堅持誠信的銷售原則。

2. 態度面向：

廣泛的網路族群，透過網路購物會因為看不見實體商品而缺乏安全感，因此本公司更堅持商品效用及品質，而我們販售的筆記本立場明確，效用則是眾所皆知，因此消費者不會有效用不清的迷思，當我們的抄有本事筆記本資訊透過網路增加曝光率後，更廣泛的讓許多潛在消費進入低涉入學習，在網路社群軟體上發送訊息，以主動傳遞訊息的方式讓消費者接收商品販賣資訊，並舉辦粉絲見面會活動，讓網路訂單實體販售化，提供簽名、合照、紀念章服務，讓更多潛在消費的粉絲能實際觸摸商品，驗證我們抄有本事公司的高質感、誠信、客製化販售原則，增加我們公司正面評價，顧客的良好態度讓我們能在網路永續發展。

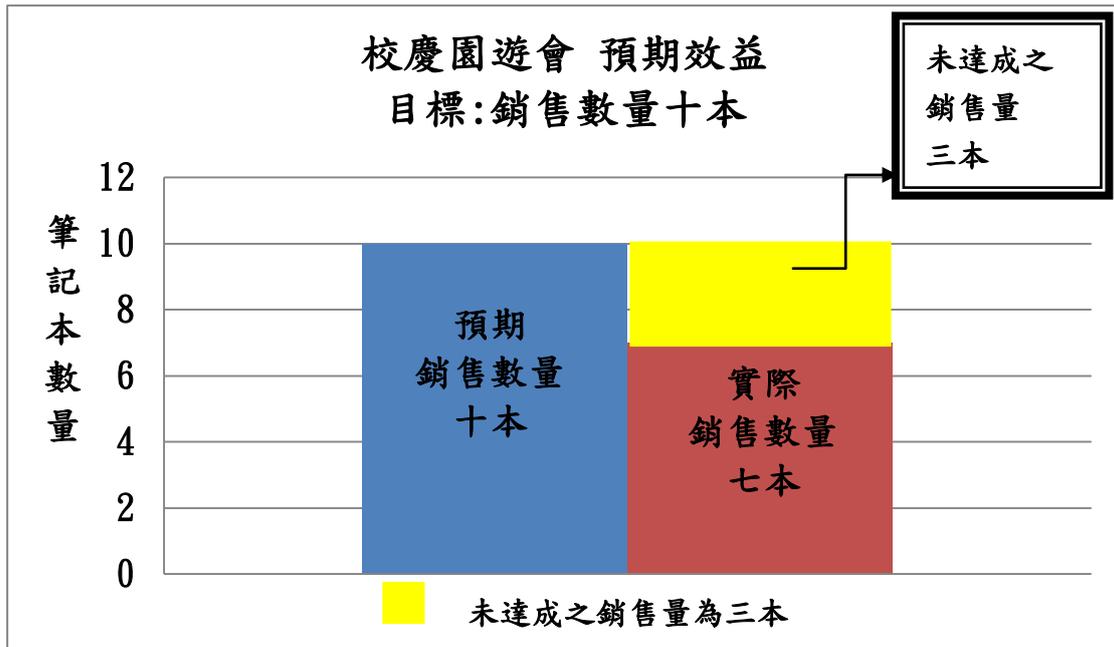
3. 動機面向：

在網路上透過分享按讚，讓更多低涉入的消費者產生購買動機，在購買的過程中，透過分享購買訊息，產生許多具有客觀公正性的公共資訊來源，更能藉此增加消費動機。

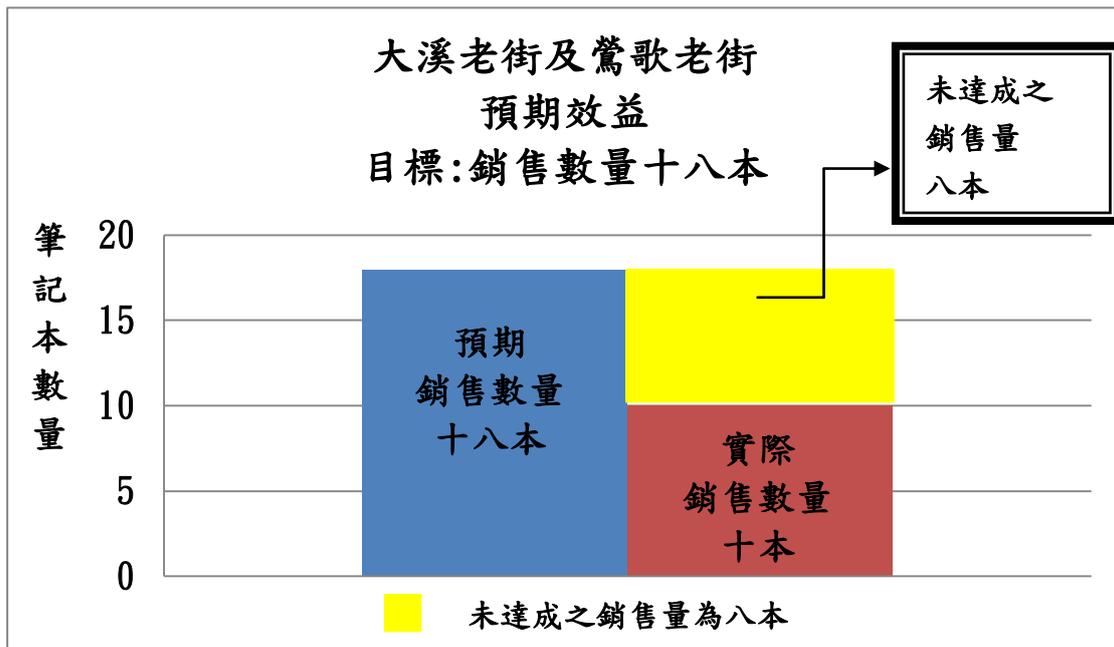
十一、預期效益

(一) 量化效益

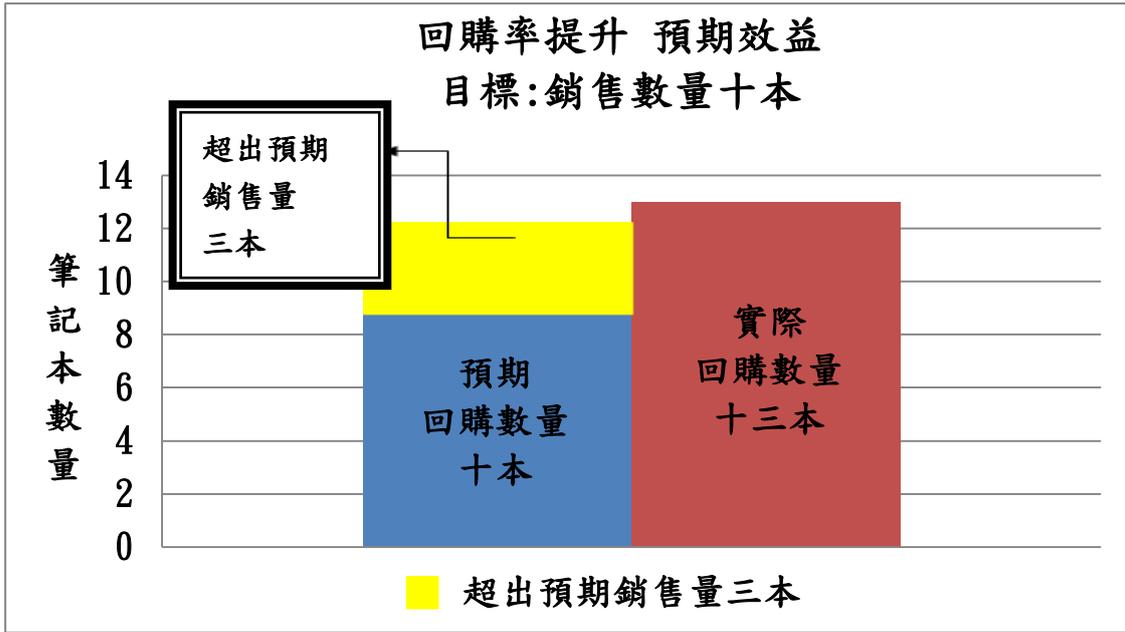
名稱	日期	預期效益	實際成果
1. 校慶園遊會	10/27	1. 活動參與人數：六人。 2. 販售前訂定銷售目標三成(約十本)。	1. 活動實際參與人數：六人。 2. 實際的銷售數量為七本。
2. 大溪老街 鶯歌老街	11/10 11/11	1. 活動參與人數：六人。 2. 販售前的訂定銷售目標六成(約十八本)。	1. 活動實際參與人數：六人。 2. 實際的銷售數量為十本。
3. 網路通路	持續進行	1. 活動參與人數：六人。 2. 將回購率提升，目標三成(約十本)。 3. 將網路行銷做為主通路，其銷售目標約總銷售額之 50%。	1. 活動實際參與人數：六人。 2. 實際回購數量為十三本。 3. 實際網路行銷截至 12/4 約總銷售額之 49%。



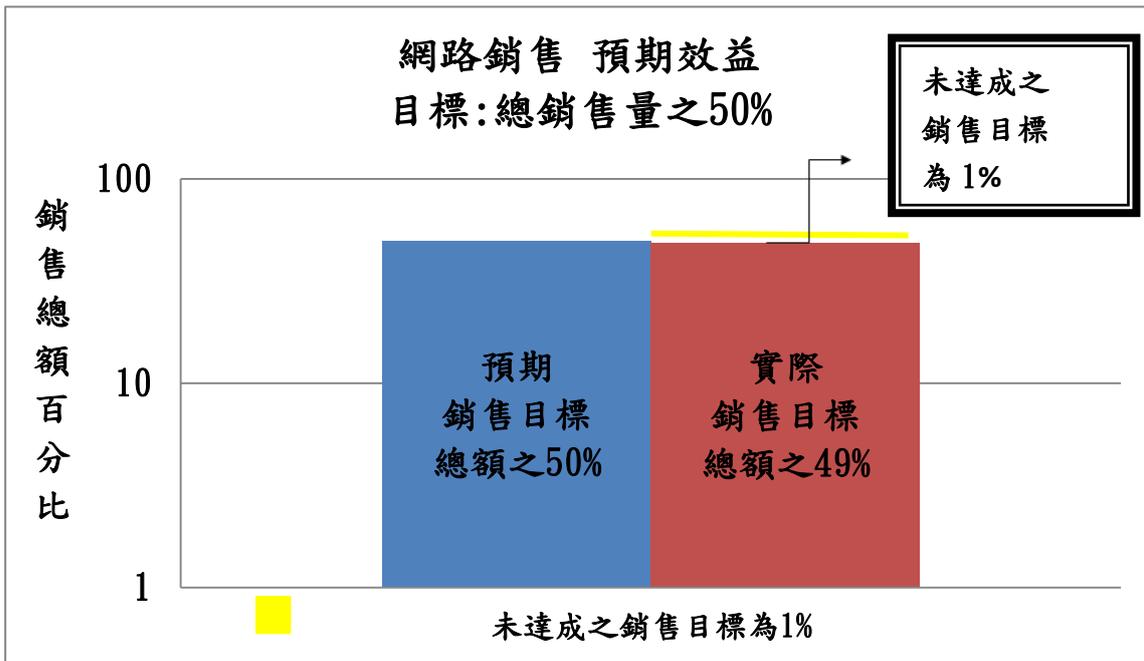
表(三)校慶園遊會之預期效益 - 銷售目標



表(四)老街通路之預期效益 - 銷售目標



表(五)回購率提升之預期效益 - 銷售目標



表(六)網路銷售之預期效益 - 銷售目標

(二) 質化效益

質化項目	達成效益
1. 影響價值觀	本公司所推出的產品，除了帶給消費者實質的效用外，更透過原創 LOGO 的設計概念，帶起支持原創的文藝風潮，更藉此影響消費者對於筆記本的價值觀感，讓筆記本不再只是書寫的工具，更是流行時尚精品的基本配備。
2. 提升品牌忠誠度	透過本公司所設計的自信女孩 LOGO，創造良好企業品牌，秉持「高質感、客製化、誠信」，在販售的過程中，藉由商品傳達抄有本事自信小女孩的理念，藉此提升抄有本事的品牌忠誠度。
3. 提升企業形象	藉由抄有本事自信女孩，讓消費者輕鬆記憶品牌，並提供顧客商品回饋問卷，利用截角折價卷，創造回饋機制，藉此提升商品回購率，並且藉由問卷，檢討商品及改善服務，讓消費者感受到我們的誠信及用心，提升消費者對於抄有本事企業的觀感與態度。
4. 促進大眾情感交流與分享	藉由筆記本的販售與推廣，讓更多人使用紙本傳遞情感，重拾人類最傳統的溝通方式，並帶動筆記本的使用風氣，讓文字分享彼此。

經過以上通路的販售後，雖然離預期目標有些差異，但對於公司內部人員整體的向心力是相當有幫助的，成員們彼此互相加油打氣克服困難，售後小組會議中提出解決方案，進而讓公司整體之業績及營收大有所獲，而顧客對於我們的忠誠度也日趨提升，在未來本公司的商品品質日漸穩定，相信未來之發展將能持續拓展企業版圖，業績日益趨升。

十二、回饋機制

給我們的意見

1. 購買筆記本的考慮因素？

<input type="checkbox"/> 外觀	<input type="checkbox"/> 頁數	<input type="checkbox"/> 實用性	<input type="checkbox"/> 附加功能	<input type="checkbox"/> 價格
(捷運圖、郵遞區號…等)				

2. 購買此產品的原因？

<input type="checkbox"/> 外觀	<input type="checkbox"/> 頁數	<input type="checkbox"/> 實用性	<input type="checkbox"/> 設計感	<input type="checkbox"/> 價格	<input type="checkbox"/> 其他
		非常 不滿意	不滿意	稍滿意	滿意
					非常 滿意
3.	對於本產品的 售價				
4.	對於本產品的 外觀				

5. 對本產品的建議…

謝謝您的寶貴意見

下次消費
折價五元

表(七)顧客意見表

透過以上的顧客意見表，讓消費過的顧客可以給予我們建議並了解消費者在意的產品因素，進而達到分析之效果。

分析後的資料，為公司生產商品之依據，抓住顧客的喜好，以利減低研發費用及改良時間，可以提供更符合消費者需求之商品。

十三、風險評估

風險情境	風險成因
1. 氣候環境不佳	隨著不同的氣候環境變遷，在販售中遇到降雨的機率也是相當高的，加上販售位置位於-桃園，是台灣高降雨機率的北部，所以在販售時容易遇到天氣不佳的風險。
2. 商品成本上升	在原物料持續上漲的時代背景下，筆記本材料很有可能隨的原料上漲而售價上升，因此我們的製作商品成本也會因此而增加，進而影響公司淨利。
3. 人事成本上升	近幾年不斷增修勞工薪資法，對於工讀生的時薪也正在變動中，從過去到未來工讀生時薪從 100/hr 至 103/hr 接著有可能增加為 115/hr，在人事成本的控管上，更要注意法律增修的變動，假設時薪 103/hr，一天工作 8 小時需支付 824 元(新台幣)而法律增修後時薪 115/hr，一天工作 8 小時需支付 920 元(新台幣)，一天所需支付的人事成本一個人將增加 96 元(新台幣)而人事成本更成為公司營運的威脅。
4. 景氣不佳，銷售量下降	面對物價上漲，景氣不佳的時代背景下，社會大眾對於掏出荷包，實際購買的行動並不熱衷，更為了節儉，除了節省不必要開銷外，更縮減了許多生活必需品的開銷，而筆記本的銷售量，也將因此而受到影響。

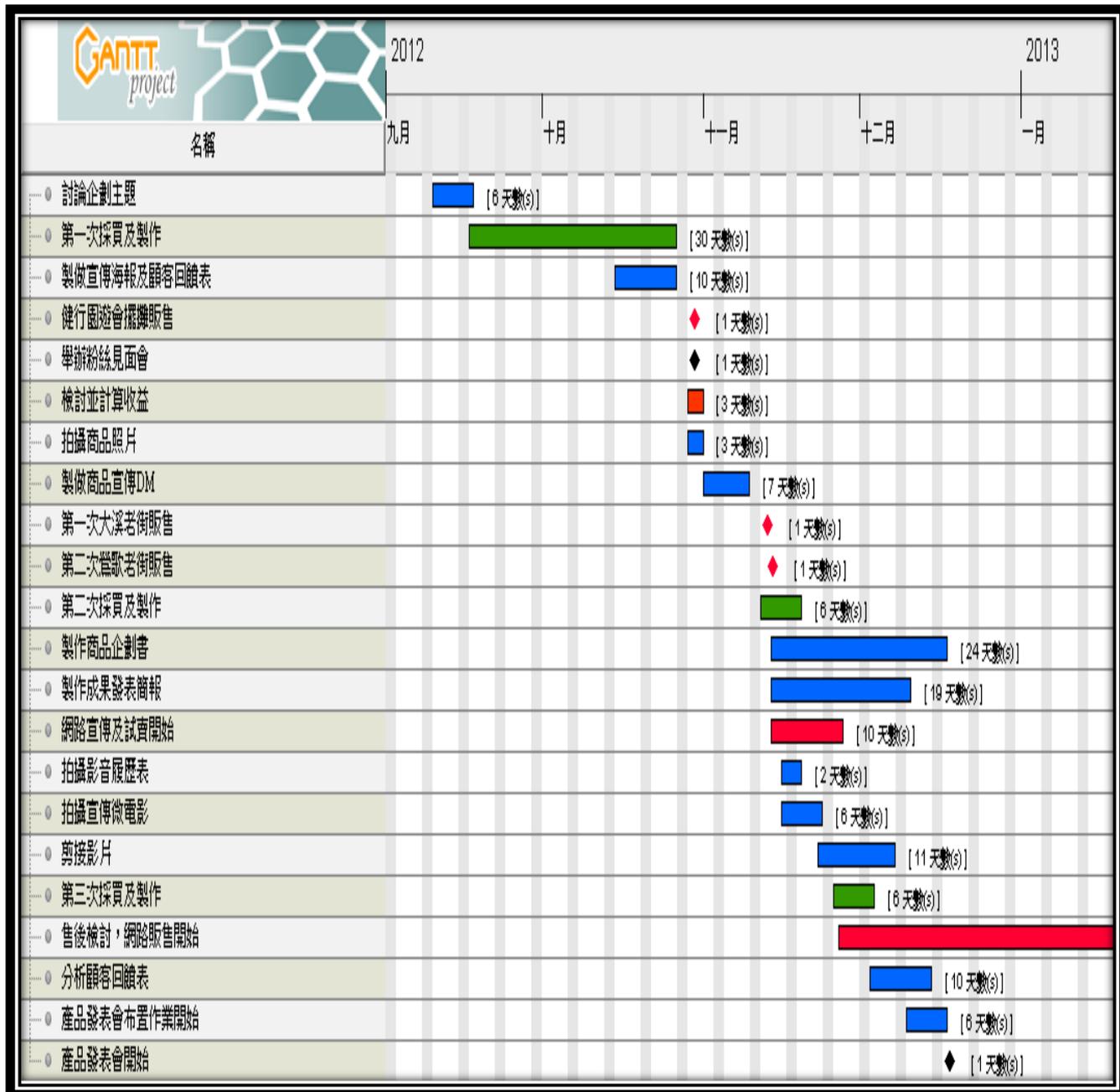
十四、歸避策略

風險情境	風險消弭	風險補救
1. 氣候環境不佳	當本公司在戶外流動販售商品過程中遇到下雨天，我們將有雨備措施，我們的海報為了因應天氣的變化，因此貼滿膠帶護貝以便防水，而筆記本則是以紙袋包裝外另外放置在保麗龍箱內，依據販售通路不同，將筆記本收藏至不同位置如：園遊會販售-下雨天-放置保麗龍箱。 老街販售-下雨天-放置車廂內。	假設本公司因氣候不佳下雨，導致商品淋濕或損毀，將立即處理，另外放置瑕疵筆記本，接著統整受損商品，評估損害程度，依照不同程度進行補救，假設損壞程度過高，本公司將高受損產品全數作廢，以維護消費者品質，並且檢討改善雨備措施。
2. 商品成本上升	在原物料不斷上漲的時代下，商品成本逐漸上升，本公司將減少生產量，以網路訂貨為主要通路，接單生產使得商品成本不至於浪費。	假設商品成本上升的比例以壓縮到公司淨利，導致公司成本負擔過重，將決定反應成本，提高售價。
3. 人事成本上升	當政府明文規定時薪調製 115/hr 時，人事成本將因此提升，為了避免過高的人事成本，將縮短工作時數，增加空班時數，以輪班方式分擔成本，並整合員工工作能力，加強默契訓練，避免人事成本過度浪費，刪減販售不佳地點的銷售次數，並運用網路訂貨，接單生產的方式，讓有限的人力資源發揮最大效益。	假設人事成本因為政府法條的修訂而增加，我們將以更多的行銷手法及回饋機制，促銷庫存商品，補足超出的人事成本部分，並加強人事規劃，刪減不必要之人事成本，重新整合公司營運規劃，極力預防過多的支出。

4. 景氣不佳，銷售量下降 面對景氣不佳，本公司規劃商品折價的機制，推出回購商品折價的服務，促使消費者購買商品。

假設推出回購商品折價的服務還是無法增加銷售量，本公司將降低生產數量，已預約訂貨方式，讓每項生產商品得以售出。

十五、執行流程圖



圖(五)本公司之執行流程

- 第一項藍色：■ 製作報告部份
- 第二項綠色：■ 採買製作
- 第三項橘色：■ 計算收益
- 第四項紅色：■ 販售
- 第五項黑色：◆ 活動

十六、財務概況

成本：		(新台幣：元)	
項目	價目	合計	總計
材料費	2234		
包裝費	147		
影印費	64		
印章	250		
道具費	25		
宣傳費	250		
合計		2970	
收益：		(新台幣：元)	
老街通路販售	銷售共計：十本 六本(小筆記本)*60 元=360 四本(簡約縫線筆記本)*120=480		
健行園遊會	銷售共計：七本 一本(小筆記本)*60 元=60 一本(限量版)*150=150 (組合價) 一本(小筆記本)*50=50 (組合價) 一本(小筆記本客製拉拉熊)*100=100 兩本(限量版)*150=300 一本(小筆記本不找錢)*100=100		
人員銷售	銷售共計：七本 五本(限量版)*150=750 兩本(簡約縫線筆記本)*120=240 兩本(限量版)*150=300 五本(小筆記本)*60=300		
網路販售	銷售共計：三十五本 十本(簡約縫線筆記本)*120=1200 十本(小筆記本)*60=600 一本(限量版)*=150 兩本(簡約縫線筆記本)*120=240 兩本(小筆記本)*60=120 兩本(小筆記本)*60=120		

兩本(小筆記本)*60=120
兩本(小筆記本)*60=120
兩本(簡約縫線筆記本)*120=240
一本(限量版)*150=150
一本(小筆記本)*60=60

合計

6310

淨利

3340

十七、人力配置

	潘可薇	李亭萱	李 盈	黃瑀蓁	徐芝芊	吳婕瑋
1. 影片構想	★★				★★	★
2. 材料購買	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★	★★★★
3. 商品製作	★★★★	★★★★	★★	★★★★	★★	★★★★
4. 佈置教室	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
5. 通路銷售	★★★★	★★★★	★★	★★	★★	★★
6. 文書統整		★★			★★★★	
7. 海報製作				★★★★		
8. 企畫書撰寫		★★★★		★	★★★★	
9. 投影片製作	★★	★	★★	★★★★		★★
10. 評論製作	★★★★	★★★★		★★★★		★★
11. 評論報告				★★★★		
12. 投影片報告					★★★★	
13. 影片製作	★★★★					★★★★
合計	22	21	12	24	19	19

十八、結論

在科技發達的時代背景下，人們逐漸將書寫紀錄的工具，以智慧型商品取代了曾經不可或缺的筆記本，從前人與人之間的情感交流方式，隨著時代的變遷與智慧型手機蓬勃的發展下，在新的時代裡，網路社群軟體不斷興起，各種傳遞資訊的 APP 軟體將廣泛使用在人與人溝通之間，因此要在這一片競爭激烈的市場上突破重圍，就必須讓商品走向精緻化產業路線，我們企業的販售目標將排除一般筆記本市場的削價競爭，創造獨樹一幟的風格，以精緻的質感為原則，讓我們的筆記本，不再只是紀錄文字的工具，更是兼具美感的時尚單品，不僅純手工製作，更提供客製化的服務，打造個人專屬的個性化商品。

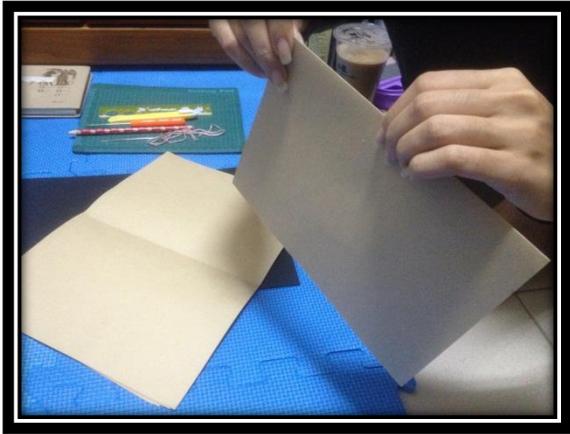
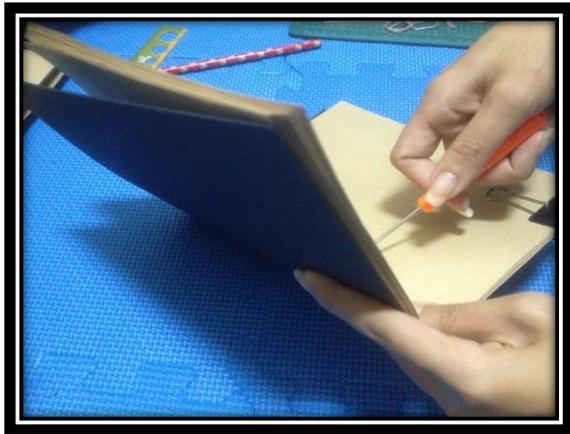
在未來我們預計將商品全數販售，目前在校慶園遊會上，銷售出三成的筆記本，我們將從原本的健行科大園遊會販售，增加通路至老街販售，接著經過公司的人員銷售後，業績大大提升！並且決定在網路開始試賣，由於反應熱烈本公司把網路行銷納入主要銷售之通路，製作至今成品已有五十餘本，販售數量達到六十六本，追加訂單的部分，為了降低商品成本公司正進行接單製作為販售方式，堅持帶給顧客最低的價格及最高的品質。

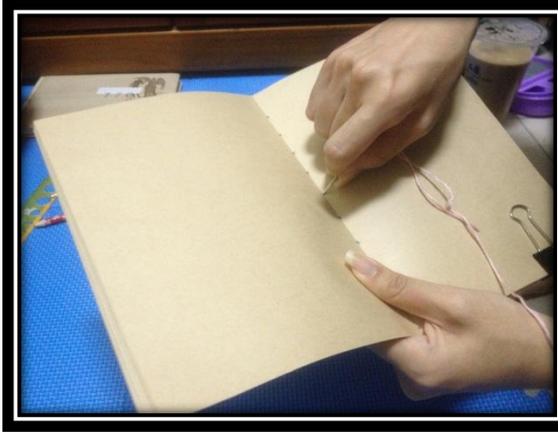
遠觀未來走向精緻化的前景下，我們更要求品質的提升、樣式趨近多樣化，讓消費者有更多的選擇，穩定客源及品質後，我們創造商品回購率，觀察顧客喜愛度，針對購買率高之樣式以等比增加產量，並且減少銷售率低的樣式之產量，讓我們的「手工筆記本」寫進新未來，創造產品知名度，讓精緻筆記本市場展現新商機。

十九、附錄

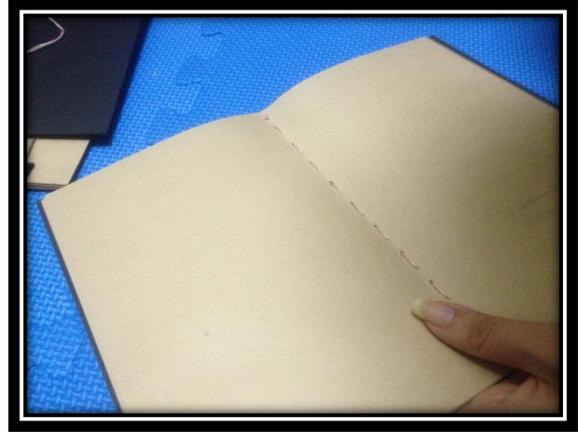
(一) 照片集

1. 商品製作過程

名稱	日期
商品製作過程	9/17~持續進行
	
第一步：先將內頁對折，形成折線。	第二步：選定封面材質，將封面與內頁裁切成同樣大小並對折，形成折線。
	
第三步：內頁以一公分為間距，作為手工縫紉的裝訂位置。	第四步：以蝴蝶夾固定封面與內頁，同時穿洞，作為縫紉的方式。



第五步：以線縫紉，將內頁與封面結合。



第六步：完成產品，檢查縫線。

2. 校慶園遊會販售

名稱	日期
校慶園遊會	10/27



本公司之校慶園遊會全體合照



佈置通路點，以精美的海報吸引顧客
左邊為販售筆記本，右邊則是販售冰淇淋紅茶



消費者前來詢問商品 - 筆記本，並購買產品。



消費者前來詢問商品 - 筆記本，由我們的行銷人員為顧客熱情的講解，使消費者購買產品。



售後消費者為我們填寫顧客意見表。



順利交貨！



販售筆記本及冰淇淋紅茶之過程。



組員們出發！前往叫賣販售攻勢！



顧客要求客製化的服務，我們的專員為消費者解說材質及價格。



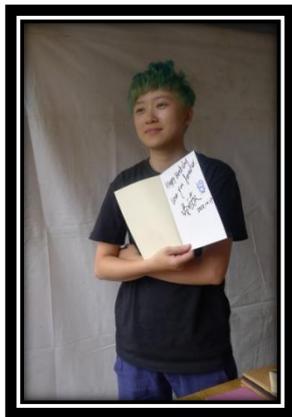
顧客填寫訂購單，雙方確認內容無誤！



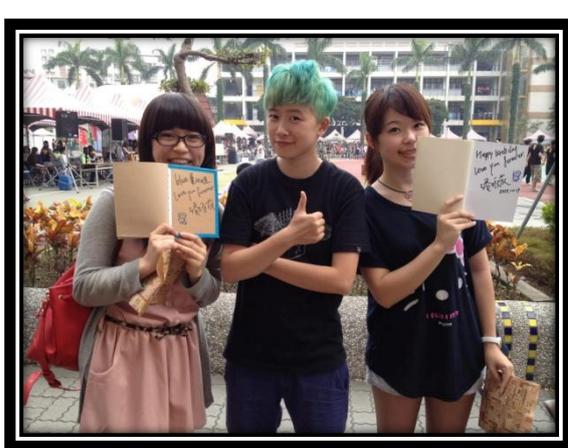
出動我們的形象銷售人，粉絲們熱情的捧場。



形象銷售人因應顧客要求，提供簽名及合照的服務，貼近顧客需求。



形象銷售人之簽名服務。



與顧客合影。

3. 大溪老街販售

名稱	日期
大溪老街	11/10
	
<p>本公司之組員前往大溪老街。</p>	<p>選定在公園擺攤，目標鎖定小朋友及家庭。</p>
	
<p>以海報吸引顧客且搭配叫賣，發送DM貼近顧客。</p>	<p>第一個顧客上門!大家熱情的為小弟弟解說本產品。</p>
	
<p>順利的銷售!小弟弟為我們填寫顧客意見表。</p>	<p>給我們的建議:好到不能再好了!激起大家的鬥志給予我們信心跟鼓勵。</p>



為顧客留下美好的回憶，正是本公司追求的目標之一。



我們在教堂外以機車代替桌子擺攤，且沿路推銷，遇到同校同學，特別給我們捧場！



與顧客之合影。



繼續加油！延攬顧客推銷筆記本。



經過我們的詳細解說後，使他們購買本產品。



有了前幾次的經驗後，對於銷售解說大家都大大有了進步，這組顧客是情侶，女生對於手工品很有興趣，我們則是要說服男生一起購買。



在我們強力的說服下，這組顧客有了情侶筆記本。



在大溪的最後一組顧客，非常可愛的妹妹們，一看到我們的商品，就決定要購買了！

4. 鶯歌老街販售

名稱	日期
----	----

鶯歌老街	11/11
------	-------



本公司之組員前往鶯歌老街。



到達鶯歌了!來張大合照。



一開始就遇到發傳單的妹妹，本來是要向他問路，但後來妹妹看到我們要販售筆記本，就很熱情的跟我們捧場！



與熱情的妹妹合影！



藉由販售的過程中結識當地店家，並透過情感培養，促使店家購買筆記本，也成為



為店家介紹我們的手工筆記本。

我們另一個銷售點 - 讓我們在店家外擺攤。



與店家之合照。



尋覓擺攤地點。



找到店家外的石椅休息椅做為我們擺攤的場所。



透過與店家互相購買，達到銷售之效果。



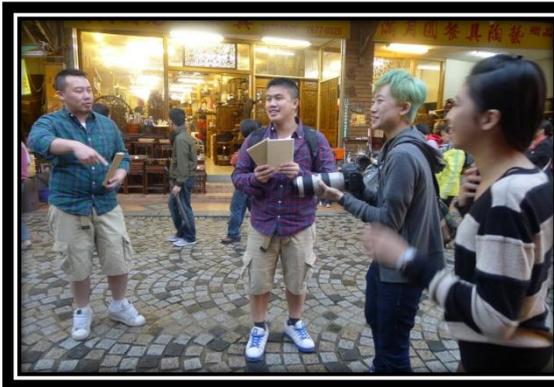
這則是在店家外擺攤，因結識當地店家，也成為我們另一個銷售點 - 讓我們在店家外擺攤。



這天天氣陰雨綿綿，遊客頗少!但我們還是會加油努力販售!



我們努力的沿路推銷、叫賣以及定點銷售！



終於遇到兩位善心人士，不但跟我們購買還幫我們用高畫質相機照像留念。

5. 網路行銷過程圖

(一) 發佈訊息



facebook 搜尋人、地標和事物

潘可薇 動態時報 現在

潘可薇
11月26日在 Pingchen, T'ai-wan 附近

我為大家說明一下筆記本的價錢及購買流程
圖右上>小本40頁 黑/牛皮兩色 \$60

圖左下>大本基本款 32頁 \$90 / 60頁 \$120
大本基本款也分黑/牛皮兩色

圖右下>大本特別款50~60頁 \$150

我們預計會以郵寄為主要運送方式，匯款則以無摺存款的方式

中壢地區都可以面交
地點為：中壢火車站or健行科大

全部買十送一
中壢以外地區送一可換免運費

其他地區運費及詳細問題請私訊我喔！謝謝：)
購買請私訊我包括以下內容
姓名：
電話：
地址：
購買顏色及大小、頁數：
謝謝，若有興趣者可以先下單再談運費及運送方式喔！



潘可薇
攝於 11月26日 · 透過手機
在 Pingchen, T'ai-wan 附近

我為大家說明一下筆記本的價錢及購買流程
圖右上>小本40頁 黑/牛皮兩色 \$60

圖左下>大本基本款 32頁 \$90 / 60頁 \$120
大本基本款也分黑/牛皮兩色

圖右下>大本特別款50~60頁 \$150

我們預計會以郵寄為主要運送方式，匯款則以無摺存款的方式

中壢地區都可以面交
地點為：中壢火車站or健行科大

全部買十送一
中壢以外地區送一可換免運費

其他地區運費及詳細問題請私訊我喔！謝謝：)
購買請私訊我包括以下內容
姓名：
電話：
地址：
購買顏色及大小、頁數：
謝謝，若有興趣者可以先下單再談運費及運送方式喔！

貼照片標籤 標示地點 編輯

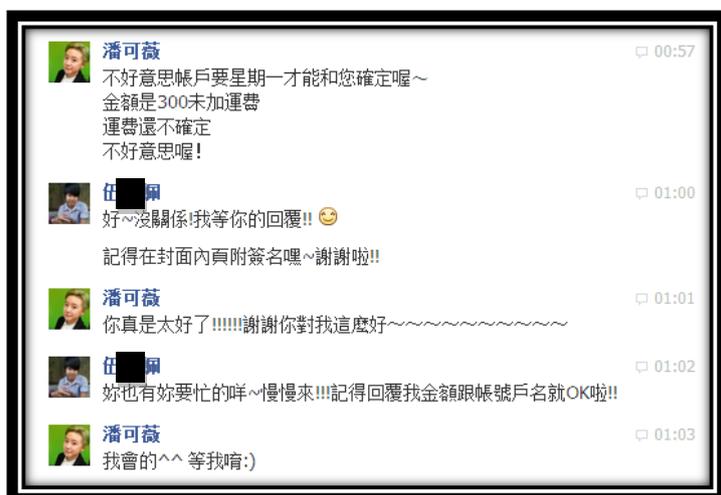
留言

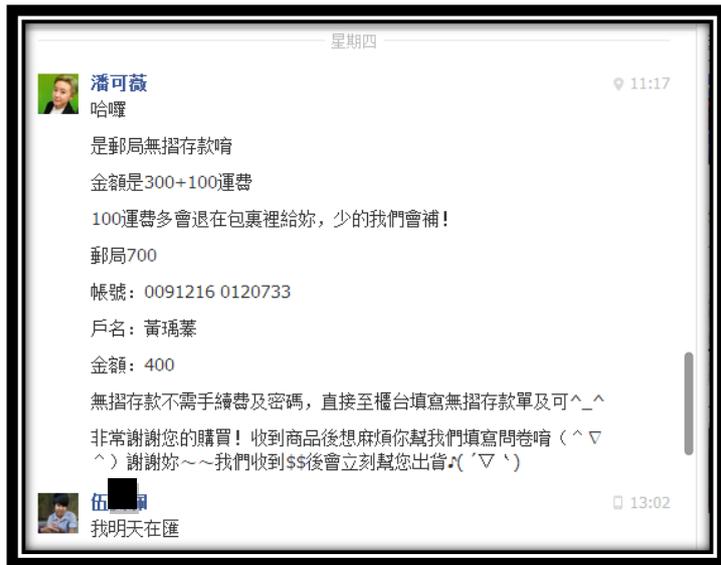
(二) 回應留言、統整訂單

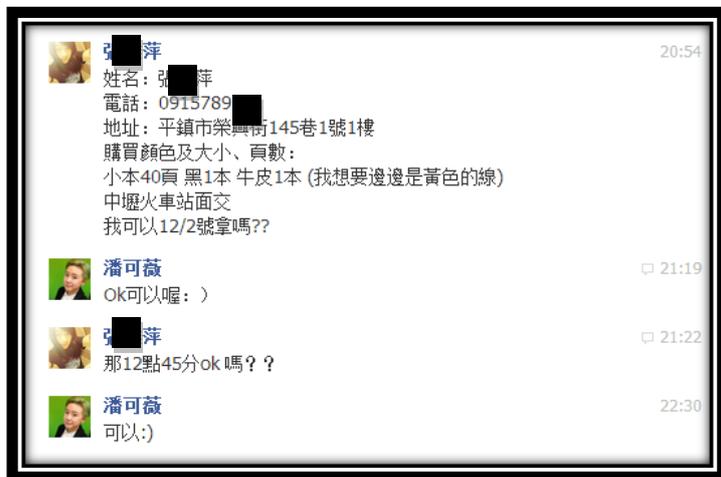


1. 回應粉絲及顧客留言，排除消費者的疑慮回答顧客所發問之問題。
2. 說明販售資訊以及交貨方式。
3. 統整顧客訂單，若有客製化的訂單需填寫網路訂購單，以利雙方溝通。
4. 選擇交貨方式 - 1. 面交 2. 郵寄，並告知消費者收貨日期。
5. 若購買十本以上另有優惠方案 - 1. 買十送一的活動 2. 免運費。

(三)顧客訂單之內容





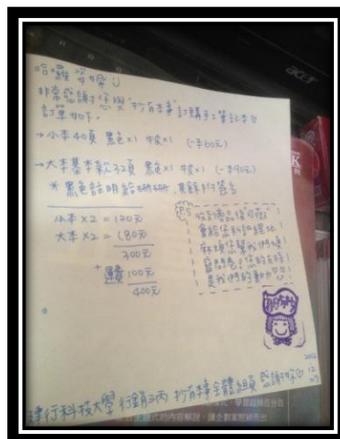


名稱

日期

網路行銷

持續進行



依顧客需求，附上簽名。

給顧客的消費明細及提醒消費者上網填寫問卷，並在收到商品後私訊顧客詢問滿意度。



把顧客訂購之商品，做郵寄前最後確認並寄出。

收到貨款，完成交易。

(二) 顧客訂購單

顧客訂貨單(店家聯)

基本資料		商品資料	
訂購日期：		封面材質：	
顧客姓名：		內頁材質/頁數：	
顧客電話：		是否設計客製化封面 (是 / 否)	
交貨日期：		設計草圖：	

顧客簽名：

顧客訂貨單(顧客聯)

基本資料		商品資料	
訂購日期：		封面材質：	
顧客姓名：		內頁材質/頁數：	
顧客電話：		是否設計客製化封面 (是 / 否)	
交貨日期：		設計草圖：	

顧客簽名：

(三) 商品新聞稿

快樂時報

創業奇蹟

抄有本事公司

2012/12/17 星期一

與眾不同的筆記本

今年的聖誕節…你想好要送什麼禮物了嗎?

來自於健行科大的學生們，創立了以手工筆記本為主的公司 - 「抄有本事」，在校慶園遊會中掀起一股文創風潮。

用膩了一成不變的筆記本嗎? 市售筆記本總缺乏個人風格及獨特性，擁有一本專屬於自己的手工筆記本，兼具高質感及實用性! 不但可以自己使用且也是聖誕節送禮的最佳選擇! 他們提供客製化服務，自由選擇封面設計及材質，可以傳遞送禮的情感，讓收到禮物的人留下深刻印象!

錯過了校慶園遊會? 沒關係!

馬上上FB搜尋: 「潘可薇」 及可詢問及訂購商品



純手工打造的高質感筆記本



在抄有本事公司的嚴格篩選下，所挑選出的紙張與封面都相當具有質感，貨比三家將秉持著以最低的價格，讓顧客獲得高質感的商品為原則，替顧客把關。

因為純手工打造，數量有限要買要快!



(四) 商品 DM

抄有本事

手工筆記本

強調每樣商品都是經過嚴格把關才出產，對於品質更是以高質感為優先考量，我們將秉持著以最低的價格，讓顧客獲得高質感的商品為原則，透過客製化的服務更加貼近顧客的需求！



商品資訊

1. 限量筆記本 - 64 頁
2. 簡約縫線筆記本 - 64 頁
3. 小筆記本 - 40 頁
4. 客製化筆記本 - 40 頁(小) / 64 頁(大)

訂購方式

FB 搜尋：「潘可薇」及可詢問及訂購商品



(五) 進度表

第一次 行銷企劃實務 進度表

組別： 第 6 組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。	
日期	進度內容
9/10	第一次上課，先選出組長。
9/11	利用放學時間開會討論，先構想要販售的產品，組員各自提出意見加以討論。
9/12	目前我們構想到把現在最流行的刺青絲襪還有手繪鞋(可以在鞋子上加裝飾品)例如鉚釘金屬等等... 的創意商品，列為我們可販售的產品目標。
9/13	討論吸引的目標客群 1. 刺青絲襪是以女性為主，販售的絲襪以大眾樣式為優先，並可接受客人客製化的訂單設計出屬於自己的絲襪。 2. 手繪鞋是男女皆可，強調獨一無二的創意搭配商品。 3. 討論產品販售方式及如何設計，才可以吸引到更多的消費族群。
9/14	今天開會討論，材料選購和預估產品會達到的業績來設定我們銷售的目標。

製表人:吳婕瑋

第二次 行銷企劃實務 進度表

<p>組別：第6組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。</p>	
日期	進度內容
9/17	經過上禮拜的討論後，我們重整了一下販賣的物品，因刺青絲襪要製作會比較困難、費用也會較高，手繪鞋的市場也不廣，所以打算更改要販賣的項目，目前還是流行因素的鉚釘會繼續保留來增添我們想販賣商品的多樣化性及流行性。
9/18	今天我們將可行度納入商品販賣的合適度，選出了下列三項作比較 1. 手繪貼紙-製作費較低、市場較廣、接受度高。 2. 筆記本-材料取得容易，接受度高並且試做。 3. 耳機塞-3C市場的進步，人手一支手機，市場廣、噱頭多。
9/19	依照商品的條件及因素討論如下： 1. 手繪貼紙-製作花費的精神和金錢都會比較多，繪畫和列印出來都要費一番工夫，因為成本多所以先淘汰。 2. 筆記本-因為我們組員有誠品書局的店員，能參考的範本會比較多，材料取得方便，所以先暫訂。 3. 耳機塞-因為現在人手一機，販賣的市場非常廣大，但製作上想必會比較困難，所以也是先暫訂。 我們經過了一番討論及投票之後，以五比一的票數決定來販賣筆記本的商品。
9/20	討論吸引的目標客群 我們想製作的筆記本是比起外面商店販賣的更有特色、更有個性，也會製作許多不同年齡層都能接受的筆記本，現在的目標客群是有在補習班補習的國小至大學學生，希望能壓低價錢製作出能讓大眾都會接受的筆記本。
9/21	討論材料的通路以及要參考的範本。

製表人:潘可薇

第三次 行銷企劃實務 進度表

<p>組別：第 6 組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。</p>	
日期	進度內容
9/22	我們討論筆記本的手工設計，例如：封面手工內頁樸素，使用書局購買的內頁紙…等等，以評估哪些類型的筆記本可行性較高。製作不同的筆記本所花費的成本也不同。
9/25	我們到各大書局如：誠品、墊腳石、無印良品、光南、台隆，參考了各種筆記本的樣式，以及裝訂方式和內頁的各種材質和格式，讓每位組員在心裡都有個參考模組，可以在製作的時候回想並參考，並且透過組員是誠品的員工，所以借了幾本有關手工筆記本的製作方式，以及參考各式紙張材質，及各種裝訂書背方式如：手縫麻繩或精裝筆記本等等，並且在參考結束後討論我們所需的材料和工具，避免過度浪費買了不需要用的東西導致浪費成本。
9/26	在手工藝品店及書局，挑選我們所需要的工具和材料，預先購買三本的材料，可以估算每一本的成本以及確認能夠做出吸引消費者目光的樣式，製作成功的筆記本就可以留下來，也能夠讓組員們有實品的範例能夠參考。
9/28	組員們一起分工製作筆記本，嘗試了手縫筆記本，精裝筆記本，結果發現了失敗的機率有一點高，三本中失敗了一本，完成後組員們討論，如何讓製作過程能夠簡單化，也能夠降低失誤率減少成本支出，而成功的筆記本是否能夠保存，成為組員未來量產時的參考依據。

製表人：李亭萱

第四次 行銷企劃實務 進度表

組別：第 6 組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。	
日期	進度內容
9/29-30	中秋佳節，組員返鄉過節。
10/1	因為先前幾次的作品都不太滿意，導致組員間士氣有些低落，利用上課時間，討論筆記本的細節應該如何，困難該如何克服。
10/2	利用組員的上班場所，人脈關係，資料蒐集，問到了還有哪些方式可以做出筆記本。
10/6	因為假日有些組員回家，留在中壢的組員也馬不停蹄的利用時間製作，使用了很多方式，做出了膠裝式的手工筆記本，其實大致上是成功，但第一次製作，許多地方還有些粗糙，還有待改進。
10/7	如火如荼還是展開了一天的筆記本製作，不一樣的是今天做的是手工線縫式的，花了好多的時間，把一頁頁的紙張縫在一起，才發現細節中真的有很多需要注意的地方，許多真的考倒我們的地方，成品雖有些破破爛爛，但還蠻滿意的，自己做出來就是有成就感，不過才做出一本，我們還有很多努力的空間。

製表人：李 盈

第五次 行銷企劃實務 進度表

組別：第 6 組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。	
日期	進度內容
10/8	開小組會議，組員檢視上週所製作的筆記本，討論材料採購及需要改進的地方，上網找尋批發商，重新討論短程、中程、遠程目標。
10/9	為園遊會其他販賣商品擬定計畫並討論，決定販售數量及所需產品、材料、租借事宜等等。
10/11	前往紙業批發商，與批發商討論紙張材質、型式及購買內容、價錢，前往中原由申甲文具，購買特殊材質紙類及材料，並採買園遊會攤位布置所需材料。
10/12	於健行五十嵐訂購園遊會其它販賣商品冰淇淋紅茶所需原料，統一香草冰淇淋三桶。

製表人：黃瑀蓁

第六次 行銷企劃實務 進度表

組別：第 6 組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芋。	
日期	進度內容
10/15	今天組員們分工製作筆記本，每人負責一樣工作分別完成，製作的方向以「縫製筆記本為主」，從內頁到封面都是組員們純手工打造。
10/17	縫製筆記本完成約十二本，開會討論是否改變筆記本的大小。
10/18	開會討論筆記本的定價，因為一開始買的材料較貴且質感較好，所以組員們決定把比較優質的材料製作成「限量筆記本」，以封面做為區分價格也不同，我們也區分筆記本的頁數，依照不同的縫線粗細分為：16、32、64 頁，頁數也是定價的依據。
10/20	開始製作園遊會的相關海報，我們以「抄有本事」作為我們的販售標題吸引消費者注意，另外我們也販售冰淇淋紅茶希望吸引人群。
10/21	由於租借冰箱的費用高及廠商難找，所以改為以保麗龍箱裝，另外組員工作的五十嵐可提供冰塊存放。

製表人:徐芝芋

第七次 行銷企劃實務 進度表

組別：第 6 組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芋。	
日期	進度內容
10/22	因為筆記本都大致完成了，尚待完成的有販售海報的製作、冰淇淋紅茶等相關工具及製作，今天目標完成所有海報、並決定飲料的訂價。
10/24	開始籌劃冰淇淋紅茶需要的用具，上網查詢和比價。
10/25	販售冰淇淋紅茶，需要購買杯子、吸管、保麗龍、乾冰等相關物品，我們使用網路查詢了許多販賣相關用品的商家，發現環中東路上的製冰廠有販售，我們需要的商品一應俱全，所以就前往購買。
10/26	採買有關販賣冰淇淋紅茶要載運的水桶、煮茶用的砂糖，筆記本要使用的包裝紙袋，準備隔天園遊會使用。
10/27	早晨部分組員先將保麗龍運送至五十嵐拿取冰塊及冰淇淋，再前往環中東路製冰廠拿乾冰，其他組員將紅茶及所有筆記本相關物品、海報，全部拿去園遊會的攤販，準備開始販售。

製表人:潘可薇

第八次 行銷企劃實務 進度表

組別：第 6 組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。	
日期	進度內容
10/29	經過禮拜六園遊會的販售後，統計園遊會所賺得的錢，得知離預定售出目標十本，達成率是七成，還有三成成本尚待回收，開會討論原因及檢討。
10/31	大家利用這天放學時間，討論下個禮拜的六日決定要去其他通路販售，如鶯歌及大溪老街，我們也決定將通路集中在老街，因此事先詢問了別組同學的販售情形，聽取他們的建議，並且在我們進行販售時運用。
11/2	組員們討論下個星期到鶯歌及大溪老街販售時會遇到的問題，例如我們是否要沿街販售，還是定點販售？定點販售所需的桌椅要從那邊取得，分析人潮眾多的時間。

製表人：李亭萱

第九次 行銷企劃實務 進度表

組別：第 6 組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。	
日期	進度內容
11/9	為明天的開賣做最後的準備，所有的材料、流程以及工作分配，交通問題，一一做確認，提醒組員拿出園遊會的精神，努力販售吧。
11/10	今天是第一次的販賣，組員們全員到齊，早起充滿活力的出發前往大溪老街，起初我們挑選了位於老街旁公園內的石椅上進行販賣，很快的就吸引了眾人的目光，許多好奇民眾會前來詢問，參考我們的商品，所以我們在很短的時間內就販賣出商品了，因而被員警發現，良性勸導我們並不能未經過申請就設攤販賣，是會開單的，滿滿的熱情頓時減少一大半，灰心的組員的停下來休息了一下，便開始採去偷偷販賣的方式，辛苦了一天，開開心心的吃完豆干回家去。
11/11	今天是老街的第二站—鶯歌老街，我們就利用了商家外的遮雨部分擺攤，遊客也不算少，組員們認真推薦，細心介紹，還是有收穫的回家了。

製表人：李 盈

第十次 行銷企劃實務 進度表

組別： 第 6 組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。	
日期	進度內容
11/12	製作評分分數板，及前往墊腳石採買製作材料及用品，進行教室布置規劃。
11/13	進行廣告劇情設計、編劇、選角、道具準備，決定以微電影方式呈現，進行影音履歷設計，編排流程、方法等。
11/14	下午下課後進行廣告拍攝，開始換裝及化妝，先於清雲館教室拍攝在至攝影棚拍攝，而後製清雲館十樓拍攝，最後於校門口拍攝，於晚上 10:35 拍攝告一段落。
11/15	繼續拍攝廣告，及於攝影棚拍攝套裝照片及團體照、背景內容等，轉移場景至同學家，把剩餘廣告拍完，於晚上 11:30 拍攝完畢。
11/16	租借下禮拜 402 教室攝影棚。

製表人:黃瑀蓁

(六) 會議記錄

行銷企劃實務 第一次會議記錄

<p>組別：第 6 組</p> <p>組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。</p>			
出席人員	B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、 B9936157 李 盈、B9936158 黃瑀蓁、 B9936160 徐芝芊、B9936161 吳婕瑋。		
會議時間	會議主題	會議內容	決定結果
9/18	決定商品方向	<p>統整了上禮拜所討論出想販售的商品及意見，大家發現商品的確非常吸引人也非常有創意，但販售的族群有限，像是刺青絲襪一定只有女性的族群，而刺青絲襪吸引的年齡層不廣、也不一定所有個性的女性都會喜歡刺青絲襪。而手繪鞋也是偏向女性族群，但現在人的價值觀改變，鞋子、包包、衣服漸漸都由名牌來替代，會買手作的物品越來越少，所以這個市場想必沒辦法成功。</p>	<p>再想想可行度較高的商品，並提出三樣產品(手繪貼紙、耳機塞、筆記本並試做筆記本)。</p>
9/19	決定商品、鎖定市場目標	<p>討論了手繪貼紙、耳機塞、筆記本的市場及可行度，因為手繪貼紙耗費人力物力較大，耳機塞要製作也是相當的困難，所以決定先淘汰以上兩項。</p>	<p>我們經過討論及表決後決定販賣筆記本，不僅大人小孩都會使用也不分男女，現代人對於讀書這領域是越來越講究，也有成千上萬的孩童都會上補習班，我們決定在學生這塊市場來做為目標。</p>

9/21	討論材質、客製化訂作	我們討論要製作什麼樣材質的筆記本才會讓現在人喜歡、接受。	我們也會販賣創意筆記本，例如情侶筆記本，在兩本筆記本上有連接圖示的花樣，或是動物、花草、卡通主題的筆記本，來吸引不同年齡層消費者，也會因每個人審美觀不同有不一樣的看法。
------	------------	------------------------------	--

製表人:潘可薇

行銷企劃實務 第二次會議記錄

組別：第6組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。			
出席人員	B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、 B9936157 李 盈、B9936158 黃瑀蓁、 B9936160 徐芝芊、B9936161 吳婕瑋。		
會議時間	會議主題	會議內容	決定結果
9/22	討論商品的類別。	根據上禮拜所討論出我們所要製作的商品-筆記本後，這天討論我們商品的類別。	討論過後我們決定內頁使用書局購買的內頁紙，可以挑選各種樣式，並節省製作時間，至於書皮部分則是純手工，可以根據不同的消費者製作出不同風格的書面。
9/26	測試成本和製作時間。	試做三本，利用這三本計算每一本的成本以及製作時間，也能透過試做的過程中發現有什麼地方需要改善，或者有什麼材料不需要使用，假如試做失敗，也能夠檢討失敗的原因，假如成功的話，也能保留試做品，成為組員的參考依據。	記錄花費與製作時間。

9/27	確認販賣通路，訂定目標消費族群。	我們討論了筆記本樣式是否要簡約樸素還是要稚氣可愛等等，因此必須追溯到我們的目標消費族群，確認通路，才能知道應該製作出哪些類型的商品，讓我們的服務能夠客製化。	經過討論後我們的目標族群為學生，因此必須製作出接近學生族群的筆記本，可以製作上禮拜所討論的樣式例如：情侶筆記本，或製作簡約風格的筆記本給男性消費者，而卡通筆記本可能還要再看未來是否有增加新通路再做決定。
9/28	開始試做。	開始試做筆記本，嘗試了許多書本參考的製作方法和樣式，例如：手縫書背筆記本及精裝筆記本和紙雕筆記本等等…。	製作後發現技術可能有待加強，製作筆記本時，需要更加謹慎，以免浪費成本。

製表人:李亭萱

行銷企劃實務 第三次會議記錄

組別：第6組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芋。			
出席人員	B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、 B9936157 李 盈、B9936158 黃瑀蓁、 B9936160 徐芝芋、B9936161 吳婕瑋。		
會議時間	會議主題	會議內容	決定結果
10/1	打倒低迷氣氛 討論重要細節	討論為什麼做筆記本的細節上會有這麼多錯誤，之前為什麼都沒注意到，組員各自提出可以改進方法，以及互相打氣，再接再厲。	嘗試做出讓大家滿意的筆記本。
10/7	邊試邊做	開會決定今天以手縫風格，每個人拿著自己的材料，動手做出自己的筆記本，邊討論著叮嚀著要注意的細節，細心的縫。	結合大家的構想成為最滿意的筆記本。

製表人:李 盈

行銷企劃實務 第四次會議記錄

組別：第6組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。			
出席人員	B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、 B9936157 李 盈、B9936158 黃瑀蓁、 B9936160 徐芝芊、B9936161 吳婕瑋。		
會議時間	會議主題	會議內容	決定結果
10/8	目標訂定	重新討論短程、中程、遠程目標，並以具體化數字、日期說明計畫內容。	上課依照老師的指導修正。
10/9	園遊會其它販賣商品討論	討論園遊會其它販賣商品冰淇淋紅茶所需材料及設備、器具，擬定計畫及數量。	訂購統一香草冰淇淋三桶，購買塑膠杯+蓋 200 組，吸管 200 枝，紅茶茶包 10 包。

製表人：黃瑀蓁

行銷企劃實務 第五次會議記錄

組別：第6組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。			
出席人員	B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、 B9936157 李 盈、B9936158 黃瑀蓁、 B9936160 徐芝芊、B9936161 吳婕瑋。		
會議時間	會議主題	會議內容	決定結果
10/17	是否改變筆記本的大小	我們基本是以 A4 對半的大小為主，但考慮到如果只賣單一大小，對於消費者的選擇不夠多樣化。	組員們決定製作小筆記本，大小是原本筆記本的二分之一，消費者攜帶會更方便。
10/18	討論定價	目前暫定把筆記本區分為四類： 5. 限量筆記本 6. 簡約縫線筆記本 7. 小筆記本 其中簡約縫線筆記本，又以頁數做為區分。	目前暫定： 1. 限量筆記本約 150 元 2. 簡約縫線筆記本 (16 頁)約 60 元 簡約縫線筆記本 (32 頁)約 90 元

		8. 客製化筆記本，依據顧客需求量身打造	簡約縫線筆記本(64頁)約120元 3. 小筆記本約60元 4. 客製化筆記本依照材料圖案難度定價
--	--	----------------------	---

製表人:徐芝芊

行銷企劃實務 第六次會議記錄

組別：第6組 組員（學號姓名）：B9936161 吳婕瑋 B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、B9936157 李 盈 B9936158 黃瑀蓁、B9936160 徐芝芊。			
出席人員	B9936147 潘可薇、B9936156 李亭萱、 B9936157 李 盈、B9936158 黃瑀蓁、 B9936160 徐芝芊、B9936161 吳婕瑋。		
會議時間	會議主題	會議內容	決定結果
10/29	檢討園遊會販售過程	1. 禮拜六的園遊會後，檢討我們的販售方式，當天是以定點叫賣，雖然我們有把筆記本帶出攤位推銷，但天候不佳怕筆記本淋濕，組員們便改變擺設並回到攤位上販售，還有三成成本尚待回收，希望能在下個通路回收成本。 2. 限量筆記本定價較高，雖然很多消費者都很喜愛，但礙於價格，我們要討論出如何推銷，顧客才會接受。	1. 經過討論後，我們認為其實可以製作小告示牌，讓筆記本除了在攤販上販售之外，也能流動式銷售，增加商品能見度，不然在眾多廠商進駐園遊會的威脅下，目標消費者的消費意願也受到影響。 2. 針對限量版筆記本的部分，我們決定再加強自我推銷能力，並增加筆記本價值，希望能讓消費者感受值回票價。

11/2	通路討論	<p>組員們大家討論下個星期到鶯歌及大溪老街販售該注意的事，例如：我們是否要沿街販售，還是定點販售？販售的地點及所需的桌椅是否可以和大溪教堂借，並且討論人潮眾多的時間。</p>	<p>最後決先以定點販賣方式進行，讓消費者可以慢慢挑選樣式，至於桌椅的部分，到了大溪巷教堂詢問是否可以借用桌椅，如果不行就尋找地點。</p> <p>另尋地點方案：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 公園 2. 教堂外的音樂廣場
------	------	--	--

製表人:李亭萱

