

# 鍊鍊韓飾

*K.A. SHOP*

## 企 劃 書

指導老師：羅景文 老師

組別：第三組

組員：B9636070 鄭婷云 B9636099 陳卉嫻

B9636101 陳筱尹 B9636114 林暉庭

B9636115 洪雯均 B9636126 鄭兆呈

B9636131 呂 勁

完成時間：98 年 12 月 30 日

# 目 錄

壹、企劃緣起-----	3
一.企劃目的-----	3
二.產品名稱-----	3
三.產品特色-----	3
四.企劃目標-----	4
貳、問題分析-----	4
一.策略性行銷思維分析（S.T.P.分析）-----	4
二.競爭者分析-----	6
三.Michael e. Porter 五力分析-----	7
四.環境分析（S.W.O.T.分析）-----	8
五.行銷組合（4P）-----	10

參、內容細目-----	11
一.流程表-----	11
二.成品照片-----	13
三.推廣方式-----	16
四.銷售方式-----	19
五.預算計畫-----	22
肆、企劃檢討與評估-----	23
伍、附錄-----	24
一.工作分配表-----	24
二.製作過程-----	24
三.參考資料-----	26

## 壹、企劃緣起

### 一.企劃目的：

飾品為大多數人會配戴的隨身之物，雖然市面上已有許多攤販或業者進行販售，大多數都是向批發商購買來販賣的，款式幾乎都大同小異，由此可知，飾品類的商品相似度頗高，因此我們希望可以製作出流行又符合韓式風格的自我品牌，以少量多樣和商品客製化的方式進行加工製作，期望能將具有品牌獨特性的流行飾品，並將推廣至市面上進行販售。

### 二.產品名稱：

我們將產品命名為「鍊鍊韓飾 **K.A.SHOP**」，取「戀戀」的諧音是希望消費者都能愛上我們的手工飾品，「**K.A. SHOP**」則為「Korea Accessory Shop 韓國飾品商店」之意。因所挑選製作、販賣的風格都是現在最流行的韓系風格，且販售商品以手鍊與項鍊為最多，因此希望可以藉由我們的手鍊、項鍊讓消費者戀上我們也鍊住消費者的心。

### 三.產品特色：

我們所販售的飾品皆以手工且創新的方法製作，商品包括項鍊、手鍊、戒指等…，每樣飾品皆具有獨特性，並且以少量多樣與客製化的方式進行製作。配戴著只有一個（Only One）且完全符合你所想要的完美的飾品，大大降低與他人配戴相同飾品的窘境，讓消費者與眾不同成為眾所矚目的目光焦點。

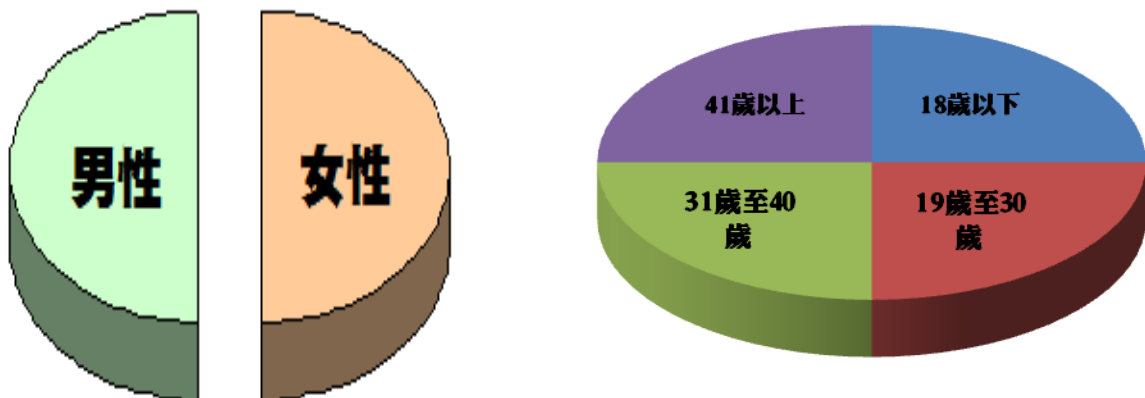
#### 四. 企劃目標：

此次企劃目標訂為：銷售 3500 元，因為是第一次銷售，有許多未知的風險，因此將目標訂在 3500 元，以不賠本為原則。

### 貳、問題分析

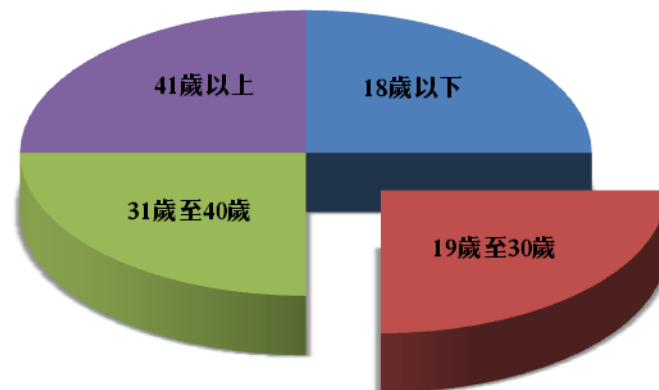
#### 一.策略性行銷思維分析（S.T.P.分析）

##### Segmentation



首先將市場區分為「全年齡男性市場」與「全年齡女性市場」。再將「全年齡女性市場」以年齡區分為「18歲以下」、「19歲至30歲」、「31歲至40歲」、「41歲以上」。

## Targeting



選定「19歲至30歲」。決定的過程當中，認為女性的配件首飾較男性呈現多樣變化，較好發揮因而選擇「全年齡女性市場」。在「全年齡女性市場」分割出的年齡區隔中選定「19歲至30歲」原因為：19歲至30歲的女性對於流行飾品及價格較為敏感，而我們販售的飾品主打流行又便宜，因此選定為目標市場。

## Positioning

1. 主打低價手工韓風飾品，讓愛美的女性不需花大錢也能亮麗出門。
2. 提供客製化服務，完全依照個人喜愛打造，不必擔心沒有符合個人風格的流行飾品。

## 二.競爭者分析

	妹妹飾品鋪	★NiniKaku★ 人氣精選飾品
營運宗旨	提供消費者各式各樣的飾品，希望消費者能變的更加美麗又有自信。	提供給消費者價格低廉卻不失流行的飾品。利用網路銷售，讓客人隨時隨地都能享受購物的快感。
市場策略	提供豐富的飾品款式給消費者，有龐克風也有多可愛風，不怕找不到喜愛的飾品。	銷售低價的雜誌款飾品。但是即便是低價，也會選擇最好用、最舒適的商品材質。
優勢	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.提供不同風格的飾品，不需多跑幾家。</li> <li>2.師大夜市設攤，客源充足。</li> <li>3.銷售多年，擁有基本的美工能力。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.款式多，耳環、戒指、項鍊、腳鍊皆有販售。</li> <li>2.商品一次購足超方便。</li> <li>3.低價銷售，以 75 元起跳。</li> </ol>
劣勢	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.價格較一般攤販昂貴。</li> <li>2.同條街上有許多競爭者。</li> <li>3.較可能與他家攤販販售相同或類似飾品。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.只接受瑕疵品換貨，且程序複雜。</li> <li>2.下單後仍得等上好幾個工作天才能拿到商品。</li> <li>3.無法實際配戴，不知是否與照片符合。</li> </ol>

### 三. Michael e. Porter 五力分析

新加入者的威脅	一般。
替代性產品的威脅	一般。
購買者的議價能力	低。
供應商的議價能力	高。
現有廠商的競爭強度	一般。

新加入者的威脅:：一般。

新加入者加入容易，但是威脅大小需看其販售商品是否符合消費者喜愛的樣式，若是較為符合威脅即大，若是較不符合，即便是降價促銷對我們也不太造成威脅。

替代性產品的威脅：一般。

消費者挑選飾品時會到受其年齡、周遭朋友與收視習慣等的影響，若以日系飾品為替代性產品來說，日系款式較偏向蝴蝶結或是緞帶蕾絲類，因此，若是被日系風格影響較多的人便會挑選日系飾品，受到韓系風格較多的人則挑選韓系飾品。

購買者的議價能力：低

雖然設定價格以成本的 2 至 3 倍販售，價格約為 150 元至 250 元不等，也都可以殺價，但是我們心中仍然有最低價格，而且也已經主打低價銷售，若是消費者將價格殺得太低，我們將宣告交易失敗。



供應商的議價能力：高

成本 3500 元對於飾品類來說算低了，批貨時即便有打折，仍然低不過單次批貨超過 2000 元的攤販業者，更別說還有工具與其他零件尚未買齊時成本預算只有大約 3000 元的我們。

現有廠商的競爭強度：一般。

雖然某些店家已經有固定的客源了，但是真正會讓消費者購買的商品還是以本身的製作樣式與精緻度或是銷售者的口才，能讓消費者感到心動才是真正考慮購買的原因。

#### 四.環境分析（S.W.O.T.分析）

Strengths	1.手工製作飾品 2.價格低廉 3.販售樣式多
Weaknesses	1.沒有專業的工具及技術 2.款式雖多，但項鍊為最多 3.客製化商品只有單項
Opportunities	1.師大夜市，黃金地段 2.可與服飾店配合銷售
Threats	1.飾品攤位多 2.經濟不景氣 3.寄賣其他店家銷售時

#### Strengths :

1.手工製作飾品－批進零件墜飾等，做成項鍊、手鍊、戒指與耳環，以手工方式創造出獨特性。

2.價格低廉－販售價格在 150 元至 250 元不等，因為希望提供給消費者物美價廉的流行飾品。

3.販售樣式多－項鍊、手鍊、戒指與耳環皆有販售，而且也可以幫消費者做客製化商品。

#### Weaknesses :

1.沒有專業的工具及技術－非美工系學生，又沒有專業的工具強化飾品，可能造成飾品脫落。

2.款式雖多，但項鍊為最多－款式比例不均，手工製作出來的商品以項鍊為最多，耳環為最少。

3.客製化商品只有單項－雖有提供客製化商品的服務，但是只有手鍊提供客製化服務，稍嫌不足。

#### Opportunities :

1.師大夜市，黃金地段－鄰近師大校園與捷運站出口的師大夜市客源充足且消費能力較高。

2.可與服飾店配合銷售－找尋服飾店與我們一同行銷，解決消費者搭配衣服的煩惱，一舉兩得。

#### Threats :

1.飾品攤位多－市場競爭激烈，到處都可見到銷售飾品的攤販。

2.經濟不景氣－消費者會貨比三家，用價格挑選喜愛的飾品。

3.寄賣其他店家銷售時－因為是寄賣給一樣販售飾品的店家幫忙，店員可能只專心銷售自家產品，而忽略我們的產品，而消費者也可能被它家飾品吸引。

## 五.行銷組合（4P）

Product	每樣飾品皆挑選目前最為流行的韓式風格，並以手工製作獨一無二的樣式，讓客人購買後感到物超所值，並且擁有再度購買的吸引力。
Price	商品雖為目前當紅的韓國飾品，不過是低價販售，售價大約在150元至250元不等，客製化商品的價格也與平常一樣，不需另外加錢。
Place	我們選擇三個通路銷售： 1.師大夜市－人潮眾多，銷售機會大增。 2.中壢前站－顧客多元，不僅有學生與逛街人潮還有外籍勞工，可以更加了解每個人或國家的不同喜好。 3.寄賣店面－將我們的商品寄放在其他家店面販售，店員為市場老手，較容易將商品推銷出去。
Promotion	1.海報推廣，遠方也看得清楚。 2.人體展示，若有人詢問，可立即進行販售。 3.廣告影片可增加消費者對「戀戀韓飾」的辨識度。

## 參、內容細目

### 一. 流程表

- |        |             |                     |
|--------|-------------|---------------------|
| ※ 進度一  | 09/30       | 企劃討論。               |
| ※ 進度二  | 10/07       | 第一次會議。              |
| ※ 進度三  | 10/10       | 第一次採買所需工具。          |
| ※ 進度四  | 10/12       | 第二次採買配件、零件。         |
| ※ 進度五  | 10/14       | 第二次會議。              |
| ※ 進度六  | 10/26       | 水果街店面寄賣，第一次補貨。      |
| ※ 進度七  | 10/28       | 第三次會議(臨時動議)。        |
| ※ 進度八  | 10/30-11/08 | 師大夜市販賣為期兩周。         |
| ※ 進度九  | 11/07       | 第二次補貨(臨時動議)。。       |
| ※ 進度十  | 11/10-11/13 | 在中壢前站徒步區販售。。        |
| ※ 進度十一 | 11/16       | 第四次會議               |
| ※ 進度十二 | 11/16-11/21 | 在師大夜市販售。            |
| ※ 進度十三 | 11/16-11/23 | 最後統整。               |
| ※ 進度十四 | 11/25       | 報告日。                |
| ※ 進度十五 | 12/05       | 企劃書修改。              |
| ※ 進度十六 | 12/10-12/28 | 在師大夜市與中壢前站徒步區銷售。    |
| ※ 進度十七 | 12/24       | 第四屆全國創意行銷與微型創業競賽決賽。 |
| ※ 進度十八 | 01/05       | 企劃書完稿。              |

9/28-11/1 進度

	9/28-10/7	10/8-10/17	10/18-10/27	10/28-11/06	11/07-11/16
進度一					
進度二					
進度三					
進度四					
進度五					
進度六					
進度七					
進度八					
進度九					
進度十					
進度十一					
進度十二					

11/2-12/06 進度

	11/17-11/26	11/27-12/06	12/07-12/16	12/17-12/26	12/27-01/05
進度十二					
進度十三					
進度十四					
進度十五					
進度十六					
進度十七					
進度十八					

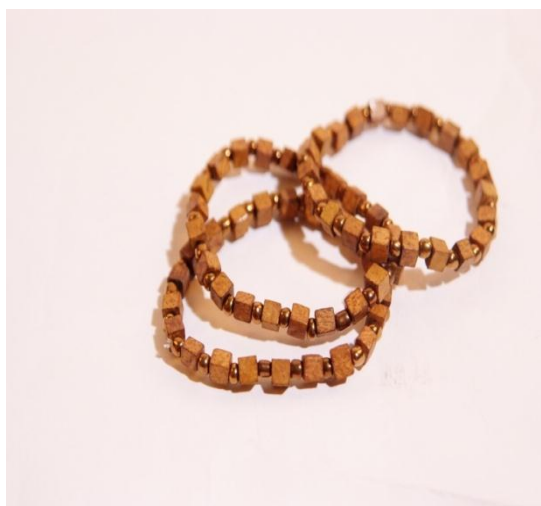
### 三.成品照片

項鍊類：





手鍊類：





戒指類：



耳環類：





## 四. 推廣方式

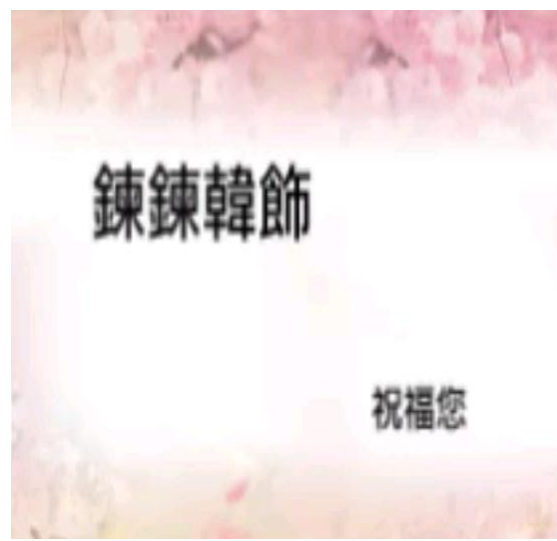
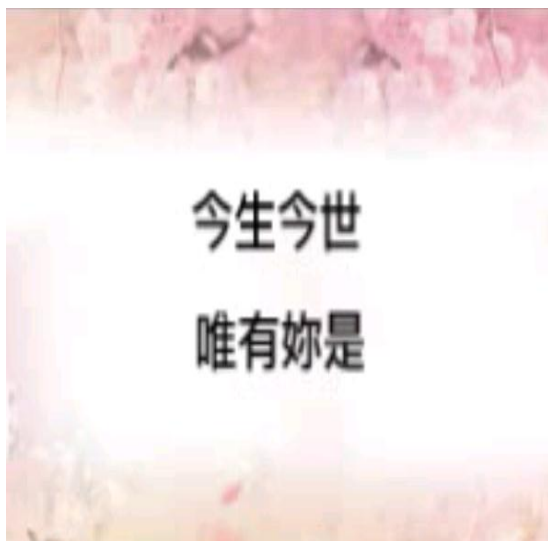
### 1. 海報



## 2.人體展示



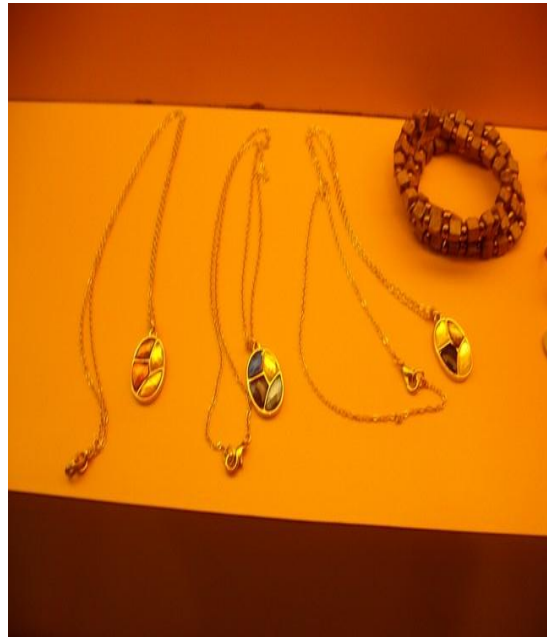
### 3.廣告展示



推廣方式	原因
1.海報	準備擺攤時可以先行掛放，讓消費者對我們有初步的了解，雖然不是很大張，不過 50 公尺之內都是看得很清楚的。
2.人體展示	佩戴在銷售人員身上，可以讓消費者知道，我們的飾品很好做搭配，而且詢問時也可以直接解答消費者的疑問。
3.廣告展示	<p><u>播放地點</u>：在銷售攤位旁邊放置筆記型電腦持續撥放。</p> <p><u>廣告大意</u>：原本不認識的男女，因為「鍊鍊韓飾」的一條項鍊，而有了第一次接觸，進而相識、相戀，互許終身。「鍊鍊韓飾」除了銷售給愛美的女性消費者，所銷售的戒指也可以做成男女的定情戒，除了藉由兩人的愛意約定終身，也可以轉成實質的商品「鍊鍊韓飾」將兩人緊緊連繫在一起。</p>

## 五.銷售方式

### 1.寄賣





## 2.人員實際銷售





銷售方式	原因
1.寄賣	我們的店面寄賣是在中壢前站徒步區水果街裡進行的，水果街是中壢人逛街必定會逛的一條路，且有認識的朋友在那裡工作，詢問過後同意幫我們販售，十分感激。
2.人員實際銷售	人員實際銷售分為： (1)師大夜市：師大夜市是客源充足的知名夜市之一，且組員中有人居住在夜市裡，因此可在家人收攤後進行銷售。 (2)中壢前站徒步區：前站徒步區為逛街的重要據點，假日時人來人往十分熱鬧，因此作為選擇地點。

## 六.預算計畫

訂價方式：向周遭有在擺攤的朋友詢問了一下是如何定價的，一般來說市場上販售飾品的價格大概是以批價的價格乘以四至五倍的價格再去販售，但我們的飾品第一主打手工製作獨一無二，第二就是我們強調價格很親民，所以我們是以商品的成本價格乘以二至三倍再去販售，大致上來說還可以讓顧客有殺價的空間，藉機吸引更多女性前來購買。

銷售歷程：

10/26	中壢獲利 200 元	手工手鍊一條	$200*1=200$
11/08	師大獲利 1250 元	5 條項鍊，1 條手鍊	$200*5+250=1250$
11/10	中壢獲利 350 元	1 條項鍊，1 副耳環	$200+150=350$
11/11	中壢獲利 550 元	2 條項鍊，1 副耳環	$200*2+150=550$
11/12	中壢獲利 1140 元	6 條項鍊	$200*5+140=1140$
11/13	中壢獲利 190 元	1 條項鍊	$190*1=190$
11/14	中壢獲利 660 元	3 條項鍊，1 副耳環	$170*3+150=660$
11/21	師大獲利 200 元	1 條項鍊	$200*1=200$
12/24	中壢獲利 190 元	1 條項鍊	$190*1=190$

成本一覽

	收入	支出	餘額
成本	3500		3500
墜飾		1500	2000
飾品零件		1500	500
工具		150	350
其他		350	0
師大夜市收入	1450		1450
中壢徒步區收入	3080		4530
寄賣收入	200		4730

收入 4730 - 成本 3500 = 利潤 1230

## 肆、企劃檢討與評估

此次計畫雖然已經圓滿結束，但仍然有許多需要加強改進的地方。

檢討項目	改進方法
1.沒有將每樣飾本做統整編號	將目前剩餘商品一一做上編號。
2.廣告影片部分過於模糊	須有較專業的攝影工具，並應請教專業攝影人員。
3.某些零件、款式無用武之處	應該先想好會做的款式再去批貨，減少浪費。
4.部分商品不夠精緻	可以詢問有相關經驗的朋友，降低壞品數量。
5. 無法即時反應消費市場	可以增加售後服務機制，或是主動回電給顧客詢問。

此次企劃目標為銷售 3500 元，已經達成，而且銷售收入還提高至 4540 元，多了目標有 1040 元，代表目標成功達陣，令人振奮。「鍊鍊韓飾」販售低價韓風流行飾品，受到當紅韓劇影響，成功在台北及中壢銷售，雖然目前銷售收入還沒有很高的數字，但已經打了漂亮的一戰。

這次企劃學到了很多。平時老師所講授的專業知識終於實際做出成果，不再只是隨便說說帶過去而已。雖然過程中有時候大家意見相左，但還好都平安渡過了。不過因為我們沒有專業的技術，剛開始做飾品時總是叫聲連連，一下子扳不開單圈，一下子可能被夾子夾到手，或是低頭串珠串到腰痠背痛等等的，這些過程是辛苦的，終於了解販賣飾品的人並不只是站在那裡看貨、銷貨，他們付出的心血，要不是真正試過是無法理解的。將想法付諸實際的過程真的很困難，但就是因為困難，我們才會知道那成熟的果實有多麼的甜美。



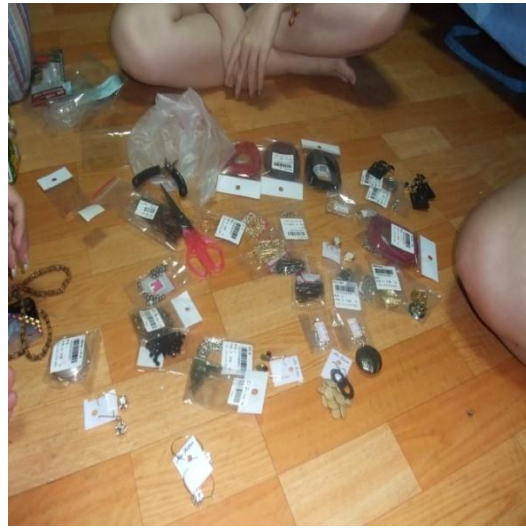
## 伍、附錄

### 一. 工作分配表

婷 云	財務、採買零件、製作商品、會議主席、會議紀錄製作、銷售、花絮影片、評分表製作
卉 嫻	採買零件、製作商品、會議紀錄、企劃書製作、上台報告
筱 尹	採買零件、製作商品、會議主席、銷售、PPT 檔製作、海報編排、花絮影片、評分表製作
暉 庭	採買零件、製作商品、銷售、廣告影片、美編、佈置教室
雯 均	採買零件、製作商品、銷售、廣告影片、美編、佈置教室協助
兆 呈	製作商品、銷售、廣告影片、上台報告
呂 勁	製作商品、銷售、廣告影片、評論報告、上台報告

### 二. 製作過程







在 11/25 報告結束後，11/30 至 7-11 將當天所得零錢捐贈出去



#### 四.參考資料

1.行銷管理-理論解析與實務應用

曾光華著 前程文化

2.廣告學

William Wells & Sandra Moriarty & John Burnett 著 華泰文化

3.妹妹飾品鋪

台北師大夜市內

4.★NiniKaku★人氣精選飾品

<http://tw.user.bid.yahoo.com/tw/booth/warmkaku>

5.  YAHOO! 奇摩 知識+

<http://tw.knowledge.yahoo.com/index>