

逢甲大學學生報告 ePaper

## 行銷期末成果發表之熔岩巧克力

Final Report of Marketing Management : Chocolate Lava

作者：蔡曉萱、陳品樺、段凱雯、陳亭伊、黃珮宇、連芳瑩、張瑀安、陳彥如

系級：財務金融學系 三丙

學號：D0207567、D0229094、D0229167、D0231203、D0275363、D0275436、D0229727、D0391873

開課老師：何晉瑋

課程名稱：行銷管理

開課系所：財務金融系

開課學年：104 學年度 第一 學期

## 摘要

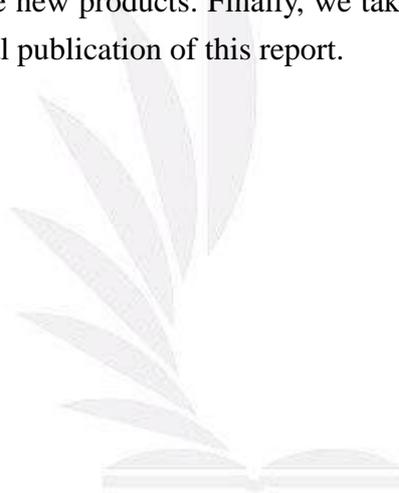
本次報告為以連鎖複合式咖啡廳—多那之為例，使用行銷管理當中的幾個重要的理論，包括 SWOT 分析、STP 分析、4P 分析，分析推出的新產品在市場上如何達到最大利潤。目前台灣複合式咖啡廳的店家不乏許多知名品牌，其中以平價為取向的有 85 度 C、金礦咖啡廳等，而高價位的則是星巴克為代表。在眾多品牌當中如何創造出自己的特色並吸引消費者是企業最核心的問題。首先透過 SWOT 理論分析多那之在複合式咖啡廳所面臨的內部優劣勢與外部機會及威脅，並設計出一個獨特產品—熔岩巧克力。接著分析新產品的 STP(市場細分、目標市場、市場定位)以分析本產品的目標消費者，並針對消費者的性質對產品做些調整。4P 理論分析本產品的特色、適合的定價、銷售的通路與如何推廣新產品。最後拍攝出一支能表達我們產品理念的廣告作為本次報告的期末發表。



**關鍵字：**市場分析、行銷組合、強弱危機分析、複合式咖啡廳

## **Abstract**

The report is the chain multiple composite Cafe: Donutes. That the example uses several important theoretical marketing management which includes SWOT analysis, STP analysis, 4P analysis, analyses the new products launched in the market on how to maximize profits. Currently, Taiwan's composite Café have been known by many people. For example, the middle price is the representative of 85 degrees C and GOLD cafes, on the other hands, the high price is the representative of Starbucks. Among the many brands how to create their own characteristics and attract consumers is the important business issues. We use the internal strengths and weaknesses in the composite cafe which face the external opportunities and threats through SWOT theory, and design a unique product: lava chocolate ball. Then analyzes new product STP (market segmentation, target market, market positioning) to analyze the target consumer of the product, and for the nature of consumer products to make some adjustments. 4P theory analysis feature of this product is suitable for pricing, sales channel and how to promote new products. Finally, we take out a product philosophy can express our ads as a final publication of this report.



## **Keyword :**

Market analysis, marketing mix, SWOT analysis, composite Café

## 目 次

摘要.....	1
壹、新品之 SWOT 分析.....	4
貳、新品之 STP .....	4
目標市場.....	4
市場定位.....	4
參、新品之行銷組合 4P.....	5
Product 商品.....	5
Price 價格.....	5
Place 通路.....	5
Promotion 推廣.....	5
肆、新品之廣告創意概念.....	5



## 壹、新品之 SWOT 分析

S	W
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 能針對不同客人的需要，給予客製化精心設計的熔岩巧克力。 (巧克力殼裡面可擺放不同的水果品類，以及內含的驚喜物)</li><li>2. 中低價位卻享有高級享受及服務 (有專人替顧客淋上熱騰巧克力熔漿)</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 客製化商品的製作過程耗時、費工，增加人事成本。</li></ol>
O	T
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 消費習慣改變，現代年輕族群願意花費金錢在甜點及飲品上。</li><li>2. 年輕族群慣用網路搜尋美食，並且有著喜愛嘗鮮的心態，主打冬季限定，並在網路上宣傳，引起話題。</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 同質性競爭者多，各咖啡店在冬季均有推出主打商品，產品的鮮明度因此降低。</li><li>2. 物價持續攀升，要維持中低價位不容易。</li></ol>

## 貳、新品之 STP

### 目標市場

喜歡創新、富浪漫情懷的年輕族群，希望以平價消費的模式，達到享受生活的極致品味。想在特定的時刻，想送給特別的人精心設計的驚喜，並且傳遞給對方濃濃愛意。

### 市場定位

主打客製化精心設計的熔岩巧克力，給專屬特別的人在寒冷冬天一份暖暖、融化人心的美麗驚喜。

由於準備費工耗時，但採取中低價位，因此僅主打冬季限量發售。商品創新，引發話題，為年輕族群的熱門商品。

## 參、新品之行銷組合 4P

### Product 商品

冬季限定的客製化熔岩巧克力，能針對不同客人的需要精心設計。巧克力殼裡面可擺放不同的水果品類，以及驚喜物。還有專人替顧客淋上熱騰騰的巧克力熔漿。

### Price 價格

350~500 元，依挑選水果以及內容物設計而調整價位。

### Place 通路

各縣市多那之門市。

### Promotion 推廣

創立社群網站的粉絲專頁，並利用通訊軟體 APP 進行宣傳。

## 肆、新品之廣告創意概念

為符合商品特色，主打專屬限定、客製化，廣告影片拍攝 6 位學生，想為她們所敬愛的行銷老師何晉瑋先生準備一份精心設計的禮物，表達他們的濃濃愛意及謝意。

影片前頭透過學生們口中說出他們各自想要給老師的禮物描述，帶出我們的商品特色，一次滿足：多層次的感受、甜甜的幸福滋味、滿滿的祝福，傳遞給那位特別的人心意、帶給他專屬於他的感動，並且能夠融化他的心。

在第一支與第二支廣告影片中間，我們真實地邀請廣告中的隱藏代言人—何晉瑋先生，到中央的座位，欣賞我們第二支廣告。

何晉瑋先生代言人的概念，來自於導演九把刀在介紹電影『那些年我們一起追的女孩』時提到的那句名言：『每個男孩心中都有一位一沈佳宜』。而我們所要表達的是：『每一個人心中都有一位特別的人』，而在這一個學期末，為要向我們的行銷老師獻上感謝，特地將這位特別的人設定為老師—『何晉瑋』。

在第二支廣告中，我們把客製化、手作熔岩巧克力的過程呈現出來。最終我們將濃濃熱巧克力漿淋在巧克力殼上。當殼化開的時候，呈現於老師眼前的是一個滿載祝福與感恩的瓶中信。