

|DI|  
|NO| 黃嘉偉美學工作室

dinohappy.com

網頁設計 / 攝錄寫真 / 文創手作

DIY Internet and Photo - Happiness

# 創新與創業

- 配合你的專長／優點／具有能力，你可創造出什麼創新呢？

# 產業與競爭者分析

## 台灣文創發展 SOWT 分析

優勢(Strength) <b>S</b>	弱勢(Weakness) <b>W</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 社會開放且多元，對外來文化接受程度高。</li> <li>2. 保有傳統中華文化精神，品味生活意識日增。</li> <li>3. 國民具創造潛力，創業歷練強且意願高。</li> <li>4. 具有成熟的產業基礎，與國際接軌時間長。</li> <li>5. 豐沛的在地生命力，創意設計屢獲國際大獎。</li> <li>6. 內容創意、流行製作與包裝能力強。</li> <li>7. 產品設計、製造整合與全球運籌能力強，MIT產品形象獲世界肯定。</li> <li>8. 資訊基礎建設完善、國民數位应用能力強資訊產業獨步全球，利於科技與文創整合發展。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 國內市場規模小，不足以支撐產業發展。</li> <li>2. 廠商規模小，研發與行銷投入不足。</li> <li>3. 經營型態多為追求文化價值的事業體，商品化與企業化經營不足。</li> <li>4. 文創產業計價評比依據不足，投融資不易。</li> <li>5. 產業斷鏈，缺乏經紀與中介體系。</li> <li>6. 教育資源偏重高科技產業，人才質量不足。</li> <li>7. 代工產業型態與思維，不利文創品牌發展與商業模式創新。</li> </ol>
機會(Opportunity) <b>O</b>	威脅(Threat) <b>T</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 政策支持，文化立國成為我國施政重點。</li> <li>2. 數位匯流，各產業加強布局文化創意產業。</li> <li>3. 兩岸合作，中國大陸市場成為台灣發展腹地。</li> <li>4. 全球興起華語文與漢文化學習熱潮。</li> <li>5. 微電影、App、網路文學等數位文創興起。</li> <li>6. Open Data興起，開放創新模式為文創產業帶來新契機。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 中國大陸磁吸現象，造成人才流失。</li> <li>2. 亞太地區盜版、侵權與抄襲等問題嚴重。</li> <li>3. 世界各國將文創列為國家戰略，競爭激烈。</li> </ol>

# 市場開發與行銷技巧

- 行銷四力對文創產業實用嗎？
- 行銷人都知道行銷4P：產品力(Product)、價格力(Price)、推廣力(Promotion)、通路力(Place & Distribution)
- 依據文創產業的特質，再加入網路社群時代的大環境因素，除了4P外，綜合1981年布姆斯(Booms)、比特納(Bitner)提出新增符合服務性質的3P：人員力(People)、流程力(Process)、環境力(Physical Environment)，與近代網路時代行銷策略制定強調的行銷六力：商品力、客戶力、行銷力、故事力、感動力、服務力，重新詮釋成較適用於現代台灣的文創行銷五撇步：

分組練習

# 文創行銷的秘密？ 入門五撇步

- 1. 產品力X人=感染力     $\text{Product} \times \text{People} = \text{Appeal}$ 
  - 文創行銷第一撇步: 產品輻射出強烈的感染力，本身就是最佳行銷策略!
  - [pinterest.com](https://www.pinterest.com)
- 2. 價格力X人=市場力     $\text{Price} \times \text{People} = \text{Market Power}$ 
  - 文創行銷第二撇步: 定價策略深諳經濟環境與消費者心態，方能具備在商業戰爭中勝出的市場力。
- 3. 推廣力X人=新媒力     $\text{Promotion} \times \text{People} = \text{New Media}$ 
  - 文創行銷第三撇步: 推廣始終來自於人性，「人」才是文創產業的最佳媒體!

佛系咖啡店營業12年沒倒閉，給不給錢你隨意

[https://www.youtube.com/watch?v=HPOLkxy-TfI&feature=em-subst\\_digest](https://www.youtube.com/watch?v=HPOLkxy-TfI&feature=em-subst_digest)

# 文創行銷的秘密？ 入門五撇步

## 4. 通路力X人=流程力 Place X People=Process Power

- 文創行銷第四撇步：盡可能搬走流程中的各種障礙物，加上以人性為主要成份的「通樂」，就是高通路力！
- 除了少數的整合性平台建置者，絕大多數的文創業者不會從頭開始建置一個全新的通路系統
- 台灣國內市場規模較小，已存在許多與虛實體通路相對應的金流與物流系統，特別是台灣的「便利商店」已是舉世聞名的通路奇蹟，徹底「便利」了我們生活的各個層面，提供更多意想不到的通路功能。
- 文創業者應該要善用已存在的通路系統，專注在針對目標客群的策略布局與流程品管，將專業的事情交給專業的業者，團隊合作即可大幅提升通路力。  
<https://www.pinkoi.com>

這裡提供文創業者幾個關鍵問題來檢視通路布局：

- (1) 目標客群是誰？生活習性怎麼樣？
- (2) 目標客群習慣在哪裏出沒？實體店鋪？虛擬商店？其他？
- (3) 目標客群習慣怎麼樣決定購買？口碑推薦？多方比性價？
- (4) 目標客群喜歡怎麼樣付帳？有哪些因素降低其消費意願？
- (5) 目標客群喜歡怎麼樣收到產品或服務？速度要多快？
- (6) 目標客群在消費過程中會遇到什麼困擾？有什麼其他考量？
- (7) 過程中拿掉什麼或增加什麼，可以加快其購買速度？
- (8) 競爭者在購買流程中有什麼樣的競爭優勢？

# 文創行銷的秘密？ 入門五撇步

## ▣ 5.服務力X人=沾黏力 Service X People=Viscosity

### ▣ 文創行銷第五撇步：

將價值內涵導入服務流程，善用體驗與情境塑造工具，讓消費者瘋狂黏上你！

▣ 前面提及產品、價格、推廣、通路已幾乎完備了行銷策略，或足以讓文創業者一舉攻入市場，然而擴

▣ 大市場占有率不是單點式攻擊的一次性勝利，而是縝密結構式的攻城掠地，決勝關鍵是「沾黏力」；熟稔電子商務市場的業者都知道，網購市場過去以流量作為價值評估指標，至今已演變成「沾黏度」爭霸戰，沾黏度意指顧客忠臣度的綜合評估，其評估項目大致為：

(1) 回流度-點閱後加入會員比例、再度回訪機率...等

(2) 活躍度-除了造訪外，實際參與各種活動的機率，如:留言、上傳檔案、下單購買...等

(3) 增生度-除了本身使用外，甚至會推介朋友加入，如:邀請加入社團、團體訂購...等

(4) 直撥

(5) Line@優惠活動

# 實體通路與網路商務交互運用策略

## □ 運用Line@／FB／BLOG行銷

- 網路行銷的優勢與限制

- 關鍵字/搜尋行銷

- 網路行銷規劃與產品展售基本資料

- 好記的工作室名稱

- Slogan

- 品牌故事

- 好的文創商品

- 產品相說明

- 產品卡》說明／規格／材質／使用方法／保養照顧方式