

中國文化大學教師教學創新暨教材研發獎勵期末成果報告書

壹、計畫名稱

【戴上六頂思考帽改變傳統行銷學思維：以生活經驗融合創新思考與引導式教學法實踐於行銷學概論課程中】

貳、實施課程

課程：跨域社會-行銷學概論

授課教師：林鴻文

參、前言

行銷的應用廣泛，凡是與人有關的活動都需要使用到行銷。行銷不是只有侷限於企業，對於個人或小團體也是相當重要。因此，在生活中每個人都需要了解行銷是什麼，甚至無時無刻都需要思考如何利用行銷的概念來行銷自己，創造最大化的利益，故行銷是一門應用極高且講求新求變的學科。

本計畫搭配的課程為跨域社會：行銷學概論，修課的學生來自於不同學院系所，本課程主要的教學目的為讓非商管相關專業的學生，也能了解行銷的內容，並在未來能結合自身所學專業，行銷推廣於市場。因此，在教學上需屏棄傳統講授理論的方式進行教學，應著重融入更多不同專業背景的生活經驗進行多方位的思考，才能有效的利用現有資源，創造出優質行銷企劃。故本計畫目的為以生活經驗融合創新思考與引導式教學法，透過設計思考中六頂思考帽的活動建構行銷學主題式教學，以培養出具有行銷思維、邏輯分析能力之跨領域人才。

肆、計畫特色及具體內容

一、計畫特色

本研究的創新特點利用「六頂思考帽」為創新設計思考之工具，結合「結合生活經驗」與「引導式教學」，以此三大概念與特色建構一套主題式教學模組。以下將說明此三大概念與特色的內容。

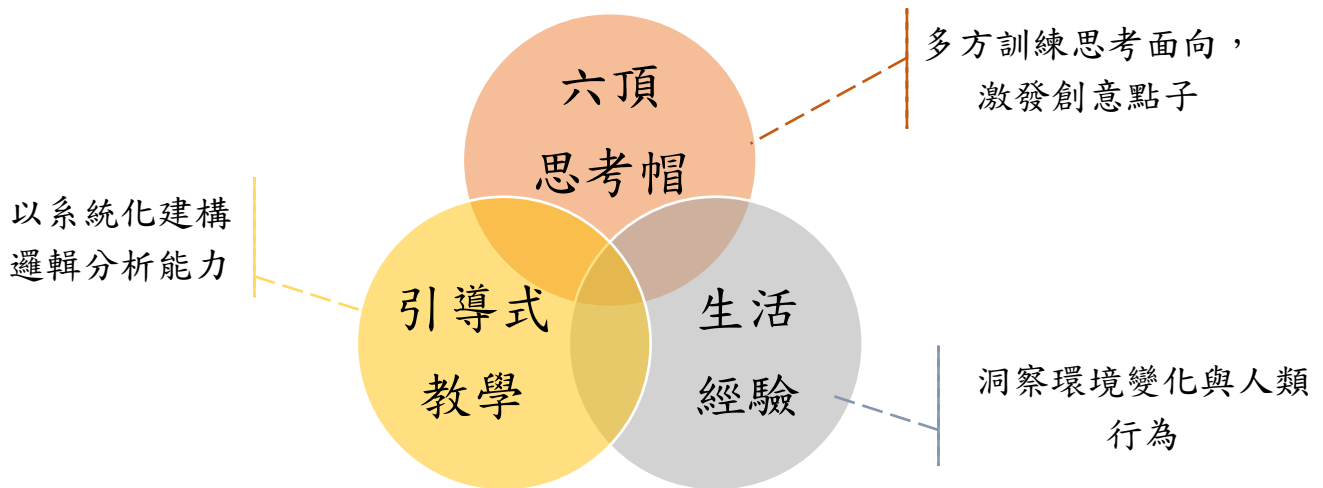


圖 1 三大概念圖與特色

1. 六頂思考帽

六頂思考帽是英國學者愛德華·德博諾(Edward de Bono)博士開發的一種思維訓練模式，希望能提升討論效率，同時也達到創新與周延思維的目的。六頂思考帽除了在企業中廣泛的應用在解決各種產品開發、企業內部整合、組織規劃、行銷策略規劃等棘手的問題外。在教育界也被美國、日本、英國、澳門等 50 多個國家設為教學課程的一個部分，特別是運用在需要搭配討論式教學的課程裡。

六頂思考帽是由白帽、紅帽、黑帽、黃帽、綠帽、藍帽所組成，不同顏色的帽子代表不同的思考模式。以下整理表 1 說明之。

表 1 六頂帽子說明

思考帽	特徵	思考面向	討論的敘述
白帽	中立、客觀	偏向以資料、事實、證據為出發點。	<input type="checkbox"/> 我們現在有哪些資料?還需要哪些資料? <input type="checkbox"/> 我們要如何取得資料? <input type="checkbox"/> 我們該如何利用資料?
紅帽	情感、情緒、直覺、感覺	以感性為主，直接說出自己的感受。	<input type="checkbox"/> 我對這件事的感覺如何? <input type="checkbox"/> 我的直覺告訴我這樣可能行不通。
黑帽	謹慎、理性、保守、負面	以嚴厲、理與法進行判斷、負面質疑。	<input type="checkbox"/> 有法規限制。 <input type="checkbox"/> 這樣做的風險太高。 <input type="checkbox"/> 這樣的方法不合邏輯。

思考帽	特徵	思考面向	討論的敘述
黃帽	樂觀、積極、正向	符合邏輯、正面思考、肯定、具體	<input type="checkbox"/> 如果使用這樣(具體)的方法或許可行。 <input type="checkbox"/> 好處是顧客會回購。 <input type="checkbox"/> 對顧客的利益。
綠帽	創意、創新	探索、提出各種可能、天馬行空	<input type="checkbox"/> 還可以怎麼做? <input type="checkbox"/> 請想想更多新點子。 <input type="checkbox"/> 替代的方案。
藍帽	統整、指揮	檢視全盤的策略與控制程序	<input type="checkbox"/> 我們浪費了許多時間在某見事件上。 <input type="checkbox"/> 請總結或聚焦。

六種顏色帽子代表六種不同思考模式。同一討論時段內，成員只用一頂帽子，下一時段再換其他顏色的帽子。因此，大家在同一時間內專注於同一類思考方式。透過此方式可以訓練學生多方面思考，以激發行銷創意點子。

2. 生活經驗

觀察生活是我們了解人類行為的重要環節之一，而透過生活中的各種經驗就能協助觀察者剖析消費者的潛在需求、現有需求，以及對於商品或服務的喜好。在市面上許多商品都是以譁眾取寵的酷炫、多元的功能吸引消費者購買，但是鮮少以消費者生活經驗或使用習慣為設計的中心。因而讓推出的產品與服務雷聲大雨點小，連促銷的活動都引起不了消費者的購買慾望。因此，在本計畫中強調以生活經驗為觀察的主軸，歸納出不同型態的生活經驗，並分析異同之處。希望透過觀察生活經驗的活動設計，進而提升學生的觀察力、敏銳度，以及發現問題的能力。

3. 引導式教學

引導式教學是指學生在學習的過程中，教師可以適時地提供學生一些資源或系統化的步驟引導學生完成學習。而當行銷概念真正可以落實在行銷企劃活動中時，需要有連續性的規劃與安排，才能把商品或服務適時的包裝並行銷出去。故在每一個環節都是緊緊相扣，且需要整理在大量與繁瑣資料的情況下，引導式教學就顯得相當重要。因此，本計畫預計在引導式教學中安排「表單撰寫」與「觀看數位教材」兩種方式，完整建構學生在行銷學概論課程中的學習技能，藉此提升學生之學習動機與成效。

二、執行內容、方法

本計畫設計三大單元融入於「行銷學概論」的課程中，並讓學生以分組的方式逐步完成各個單元任務。**第一單元洞察行銷環境與分析消費者的行為**，各組先觀察討論生活中的令人深刻的事物，並決定行銷的對象或標的後，分析目標客群的消費行為；**第二單元為發展市場區隔、目標市場與定位**，進而讓各組構思出創新的產品；**第三單元以數位行銷工具，建立商品行銷的網絡**。透過上述的單元規劃中，教師將設計生活情境誘發學生的觀察，並建立「表單」逐步引導學生進行系統化的紀錄與討論。隨後以「六頂思考帽」進行換位思考以創造廣泛的思考面向，完成一份行銷企劃，並多方評估計畫之可行性。最後分析運用哪些數位行銷工具可將行銷企劃的內容推廣出去，並實際畫出商品行銷的網絡。以下整理表 2 詳細說明之。

表 2 三大單元融入課程規劃

第一單元 洞察行銷環境與分析消費者的行為

執行週次：在第八與第九週，共兩週。

執行內容：

1. 分組討論，結束後一人交一份作業
2. 生活經驗：請同學可以利用自行手繪或上網找尋 5 張圖片試圖解釋你一天的生活模式。
3. 引導式教學-表單 1(如附件 1)：請各組員仔細聆聽自己組員的生活模式，並利用教師設計的表單，逐項完成紀錄，最後請分析你觀察到了甚麼？

第二單元 發展市場區隔、目標市場與定位，構思出創新的產品

執行週次：第十三週、第十四週、第十五週，共三週。

執行內容：

1. 生活經驗：延續第一單元的內容，並開始構思市場區隔、目標市場與定位。
2. 引導式教學-表單 2(如附件 2)：針對討論的內容開始填寫【產品服務設計表】。
3. 進行六頂思考帽的遊戲，遊戲規則如下：
 - (1) 每位同學做的方向一定能看到所有的組員。
 - (2) 接著請每位同學請先抽一種顏色的籤，抽到該顏色籤的人，就是擔任該顏色討論時的主持人。
 - (3) 每頂思考帽一場 10-15 分鐘不等，時間由主持人控管。
4. 引導式教學-表單 3(如附件 3)：紀錄進行六頂思考帽時的討論行銷方案的內容

第三單元 以數位行銷工具，建立商品行銷的網絡

執行週次：第十六週，共一週。

執行內容：

1. 進行六頂思考帽的遊戲，討論要以哪些數位行銷工具，建立商品行銷的網絡。遊戲進行規則與步驟，如同第二單元的方式。
2. 生活經驗+六頂帽子+引導式教學：提出創意解決方案與執行策略，並完成行銷 4Ps 及數位行銷活動提案，如附件 4。

伍、實施成效及影響（量化及質化）

（一）量化評估

本計畫運用「六頂思考帽」為創新設計思考之工具，結合「結合生活經驗」與「引導式教學」，以此三大概念與特色建構一套主題式教學模組。首先在評估量化成效實，規劃在創新教學活動前請學生填寫學習興趣與學習動機前測量表(如附件 5)。在創新教學活動結束後，也請學生填寫學習興趣、學習動機及學習滿意度後測量表(如附件 6)，期許透過前後測問卷分析了解此次的創新教學活動是否能提高學生之學習興趣、學習動機。

從前測問卷中發現學生的學習興趣的平均分數為 3.83 分、學習動機的平均分數為 3.36，而在後測問卷中，學生的學習興趣的平均分數提升到 4.12 分、學習動機的平均分數也提升到 3.98(如圖 2)，而學習滿意度 4.82。由此可知，透過此次的創新教學活動中發現戴上六頂思考，並以生活經驗融合創新思考與引導式教學法能有效的提升學習者的學習興趣與學習動機，進而也提升學習滿意度。

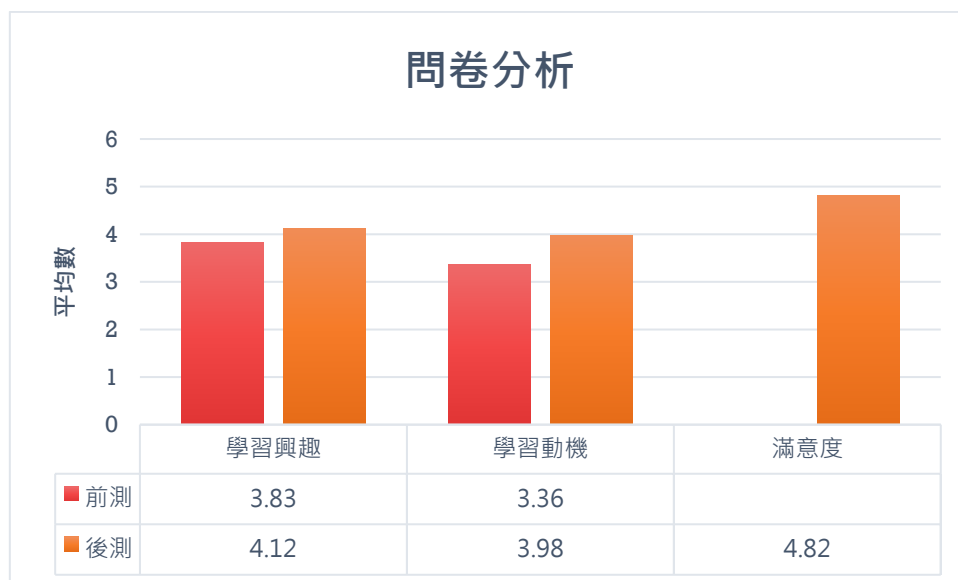


圖 2 問卷分析長條圖

(二)質化評估

在學習成效與自主學習的評估方式是採用質化評估。學生在學習成效上，從在傳統課堂中聽取行銷理論與學習分析工具到課程結束後，已能利用引導式表單正確的進行行銷分析。此外，在自主學習的部分，學生已能獨立發想問題，並用創新設計思考工具完成一份行銷活動規劃表。透過這四份引導式表單，讓學生能真正了解到在進行行銷活動規劃時所需要注意的事項與考慮的層面有哪些。故此次的創新教學活動也能有效的提升學生的學習成效與自主學習的能力。附件 7 將檢附學生優良的作品。

以下表 3 為本課程的成果指標檢核表，整體而言，在成果指標的評估上皆有達到原先的預期成果。此外，在活動進行當中學生的反應與上課態度良好，皆比平常的傳統上課方式有更多與教師和同學的互動與討論。

表 3 成果指標檢核表

執行成果指標		是否有達到
量化評估	學習興趣	V
	學習動機	V
質化評估	學習成效	V
	自主學習	V

陸、 結論

本計畫以「六頂思考帽」為創新設計思考之主軸，強調結合「生活經驗」與「引導式教學」的方式進行教學。在執行的過程中，六頂思考帽的討論式教學法能激發學生的創新點子與提升學習興趣，更讓學生能站在不同觀點與面向進行思考，進而提升學生的學習動機與成效。此外，以生活經驗為發想的主題，讓學生能主動觀察生活周邊事物，以此也提升學生未來的自主學習能力。最後在以鷹架教學的方式，設計表單引導學生聚焦問題，並產出行銷活動設計的相關成果。此創新教學活動需充分的以學習者為中心，教師為引導者，才能協助學生回想當時的決策過程，進而補充行銷知能，以提升學習成效。

柒、執行計畫活動照片

上課照片



同學進行討論





同學填寫表單



捌、附件

附件 1 創意發想學習單

戴上六頂思考帽改變傳統行銷學思維：以生活經驗融合創新思考與引導式教學法實踐於行銷學概論課程中

創意發想學習單

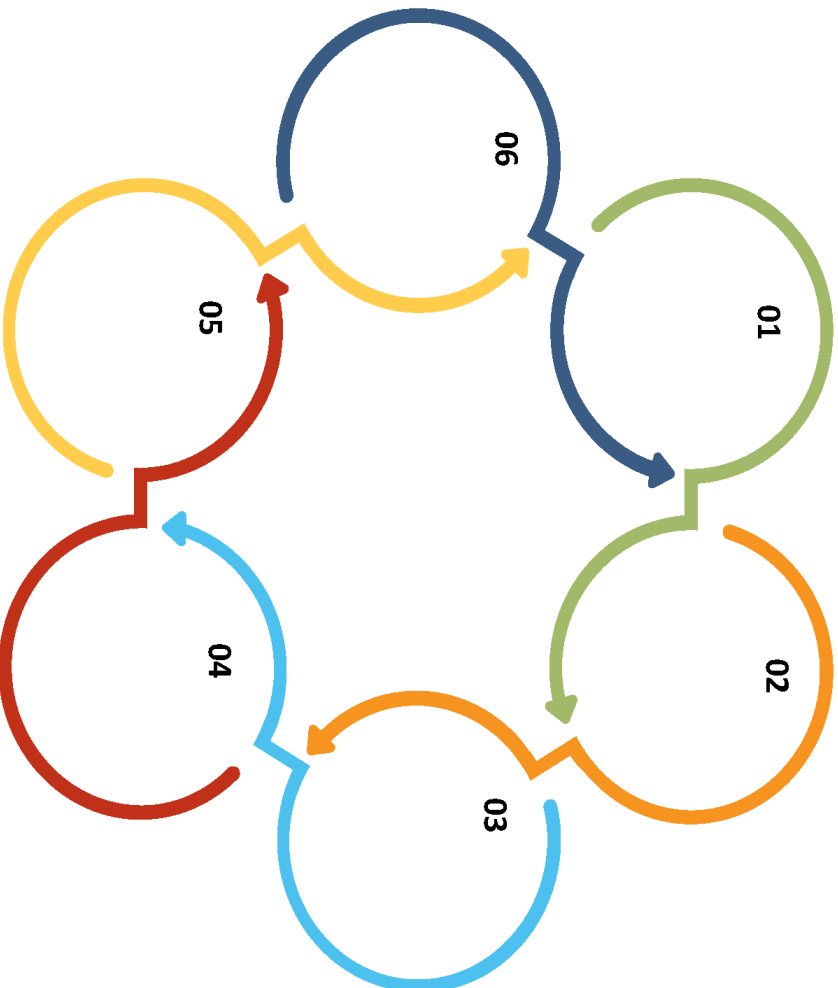
班級：_____

學號：_____

姓名：_____

成績：_____

◆ 請各位同學同學至少畫出或寫出六種情境，找出想新的案子或企劃。企劃名稱：_____





產品(服務)設計表

班級： _____ 學號： _____ 姓名： _____



附件 3 六頂思考帽



班級：_____ 學號：_____ 姓名：_____)
主題：_____ (討論的同學：_____)

思考帽 討論的敘述

白帽

紅帽

黑帽



思考帽 討論的敘述

黃帽

綠帽

藍帽



附件 4 行銷 4Ps 與數位行銷活動提案

行銷 4Ps 與數位行銷活動提案

班級：_____ 學號：_____ 姓名：_____

行銷 4Ps

產品(Product)	價格(Price)
宣傳促銷(Promotion)	通路(Place)

規劃數位行銷活動

消費者網路購物心理 AISAS	規劃的內容
引起注意(Attention)	
產生興趣(Interest)	
進行搜尋(Search)	
促使行動(Action)	
口碑分享(Share)	

附件 5 前測問卷

第一部份 學習興趣

以下問題請你針對實際情形回答，請圈選同意程度

題號	問題內容	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
01	我覺得學習行銷概論是有意義的	5	4	3	2	1
02	我想了解更多行銷的學習內容	5	4	3	2	1
03	我覺得把行銷學好是值得的	5	4	3	2	1
04	我會主動搜尋更多與行銷相關的內容	5	4	3	2	1
05	我覺得對每個人來說學習行銷是重要的	5	4	3	2	1
06	在行銷概論課程中得到好成績，對我來說是最滿足的事情	5	4	3	2	1
07	在行銷概論課程中，我比較喜歡有挑戰性的教材，因為這樣可以學到新的事物	5	4	3	2	1
08	在行銷概論課程中，我比較喜歡能引起我好奇心的教材，即使困難也無所謂	5	4	3	2	1

第二部份 學習動機

以下問題請你針對實際情形回答，請圈選同意程度

題號	問題內容	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
01	我預期行銷概論的創新教學內容很有趣，能引起我的注意力。	5	4	3	2	1
02	我預期行銷概論的創新教學之教材看起來非常吸引人。	5	4	3	2	1
03	我預期行銷概論的創新教學內容，以致我無法保持注意力。	5	4	3	2	1
04	我預期行銷概論的創新教學之教材的呈現方式讓我覺得無趣。	5	4	3	2	1
05	我預期行銷概論的創新教學之上課方式能激發我的好奇心。	5	4	3	2	1
06	我預期行銷概論的創新教學內容一下子出現太多資訊，以致我無法掌握學習重點。	5	4	3	2	1
07	我預期行銷概論的創新教學上課方式可以讓我學到一些令人意外的內容。	5	4	3	2	1
09	我預期我很喜歡利用創新教學活動的方式進行學習。	5	4	3	2	1

10	我預期能將行銷概論的創新教學內容和我在生活中學過或是做過、想過的事物相互連結。	5	4	3	2	1
11	我預期透過行銷概論的創新教學內容對我來說很有幫助。	5	4	3	2	1
12	我預期行銷概論的創新教學內容對我而言很簡單。	5	4	3	2	1
13	我預期行銷概論的創新教學內容比我想像中的更難理解。	5	4	3	2	1

附件 6 後測問卷

第一部份 學習興趣與自我效能

以下問題請你針對實際情形回答，請圈選同意程度

題號	問題內容	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
01	我覺得學習行銷概論是有意義的	5	4	3	2	1
02	我想了解更多行銷的學習內容	5	4	3	2	1
03	我覺得把行銷學好是值得的	5	4	3	2	1
04	我會主動搜尋更多與行銷相關的內容	5	4	3	2	1
05	我覺得對每個人來說學習行銷是重要的	5	4	3	2	1
06	在行銷概論課程中得到好成績，對我來說是最滿足的事情	5	4	3	2	1
07	在行銷概論課程中，我比較喜歡有挑戰性的教材，因為這樣可以學到新的事物	5	4	3	2	1
08	在行銷概論課程中，我比較喜歡能引起我好奇心的教材，即使困難也無所謂	5	4	3	2	1

第二部份 學習動機

以下問題請你針對實際情形回答，請圈選同意程度

題號	問題內容	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
01	行銷概論的創新教學內容很有趣，能引起我的注意力。	5	4	3	2	1
02	行銷概論的創新教學之教材看起來非常吸引人。	5	4	3	2	1
03	行銷概論的創新教學內容，以致我無法保持注意力。	5	4	3	2	1
04	行銷概論的創新教學之教材的呈現方式讓我覺得無趣。	5	4	3	2	1
05	行銷概論的創新教學之上課方式能激發我的好奇心。	5	4	3	2	1
06	行銷概論的創新教學內容一下子出現太多資訊，以致我無法掌握學習重點。	5	4	3	2	1
07	行銷概論的創新教學上課方式可以讓我學到一些令人意外的內容。	5	4	3	2	1

08	我很喜歡利用創新教學活動的方式進行學習。	5	4	3	2	1
09	我能將行銷概論的創新教學內容和我在生活中學過或是做過、想過的事物相互連結。	5	4	3	2	1
10	透過行銷概論的創新教學內容對我來說很有幫助。	5	4	3	2	1
11	行銷概論的創新教學內容對我而言很簡單。	5	4	3	2	1
12	行銷概論的創新教學內容比我想像中的更難理解。	5	4	3	2	1
13	行銷概論的創新教學內容很有趣，能引起我的注意力。	5	4	3	2	1

第三部份 學習滿意度

下問題請你針對實際情形回答，請圈選同意程度

題號	問題內容	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
01	行銷概論的創新教學活動內容對我來說很容易。	5	4	3	2	1
02	我覺得行銷概論的創新教學活動內容適合被用來學習行銷	5	4	3	2	1
03	我希望未來老師能多融入創新教學活動來進行教學	5	4	3	2	1
04	我覺得創新教學活動安排的場地安排適當	5	4	3	2	1
05	參與創新教學活動的過程中可以培養溝通與團隊合作的能力	5	4	3	2	1
06	參與創新教學活動的過程中可以提升我問題解決的能力	5	4	3	2	1
07	我喜歡班上一起參與創新教學活動時的上課氣氛	5	4	3	2	1
08	我會推薦同學學習六頂思考帽	5	4	3	2	1
09	我滿意這次的學習成果	5	4	3	2	1

第四部份 回饋與建議

請同學針對這幾週次的活動給予一些回饋或建議。

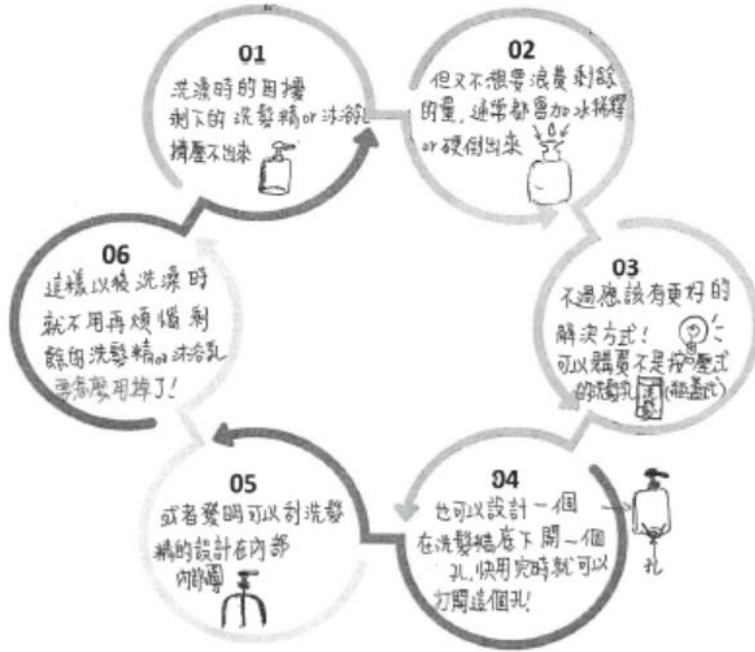
附件 7 學生優選作品

戴上六頂思考帽改變傳統行銷學思維：以生活經驗融合創新思考與引導式教學法實踐於行銷學概論課程中

創意發想學習單

班級：經2A 學號：48252818 姓名：張宇馨 成績：10

◆ 請各位同學至少畫出或寫出六種情境，找出想新的案子或企劃。企劃名稱：方便又不浪費的洗髮精

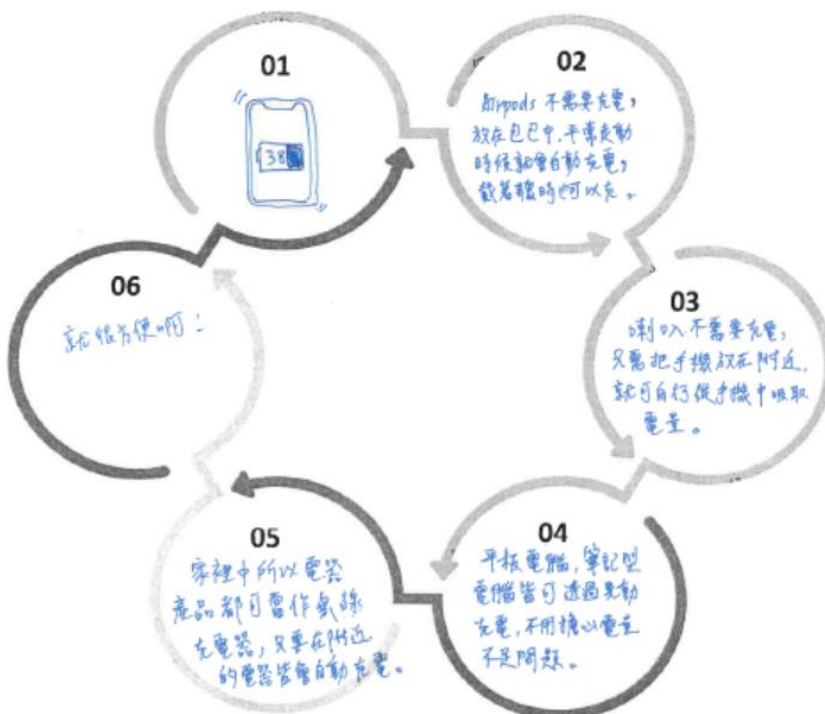


戴上六頂思考帽改變傳統行銷學思維：以生活經驗融合創新思考與引導式教學法實踐於行銷學概論課程中

創意發想學習單

班級：電機2A 學號：A8299086 姓名：白廷行 成績：10

◆ 請各位同學至少畫出或寫出六種情境，找出想新的案子或企劃。企劃名稱：透過晃動改善生活用品電量不足問題





產品(服務)設計表

班級: 國在 2B

學號: A74-7780 姓名: 李學昌

目標客群

運動員、常站立的人(店員、廚師...)
學生、警衛、服務業員。

產品功能與特色

可全自動調節鞋帶鬆緊，沒綁上未手動
解條絕不會脫落，還可根據狀況
而調節溫度

產品服務名稱

不麻煩 -
全自動綁鞋帶 溫度鞋

消費者購買情境

當一出門就下雨，鞋子溼掉鞋帶
還掉了之後，一整個悲劇小獸

如何滿足消費者

可讓消費者減去處理這些煩人的問
題的時間與勞力，最主要還是
讓消費者的內心信覺得舒服
悲涼，進而影響當天的情緒也不會
因為鞋溼而腳臭或浪費時間吹乾鞋
導致心態炸裂。

10



產品(服務)設計表

班級: 111 輔 2

學號: A8-20385 姓名: 王淑

目標客群

給予因外在因素(ex.他人眼光)
而無法有效獲得心理治療
的人也能擁有具溫度的關懷

產品功能與特色

- 24小時線上服務
- 擁有聊天室功能，不用和人
面對面發訊息即可有專業人員解
決心理困擾
- 線上心理測驗立即鎖定使用
者現在的心理健康程度(ex.生涯、愛情)
- 有緊急撥打生命線服務，下載APP的
同時，系統便會完成即時設定

產品服務名稱

聊心室
→ 諮商服務手機APP

消費者購買情境

當遇到心理困擾卻
無法即時獲取諮商服務
或者因害怕他人眼光及
太過害羞不敢與專業人員面對面
談話時，能擁有限何時間地的諮商服。

如何滿足消費者

因是不需面對面且即時
的諮商服務，能夠讓一些
不敢去諮商診所的人
也能解決心理困擾。另外，在緊急
心理狀況發生時也能擁有立即的
求救管道(例如：自殺念頭再次出現時)

10

班級: 111 輔 2

學號: A820285

姓名: 王喬

主題: 聊天室 - 諮商服務手機 App

(討論的同學: 簡漢祐)

思考帽

討論的敘述

10

白帽

可以再去統計喜歡聊天以及想要找人講話的資料 (不光是只有心理疾病的人).
可以製做網路表單與衛生局, 學校, 企業等合作, 以取得資料.

紅帽

覺得比較針對性, 可以更多元. (讓想聊天的人也加入).
覺得這個方案有些憂鬱, 可以增加些樂觀的因素及活動.
覺得不面對面有些沒有信任感.

黑帽

個人資料保護的問題
聊天內容的管理需有系統的整理, 及保密.
同一服務的諮商師對 24 小時的服務是否與勞資法有關 (超過工時等).
如何收費?

思考帽

討論的敘述

黃帽

可以解決很多心理上的任何問題, 使使用者獲得有效幫助.
顧客會回購, 因為療程都必須六次以上.
有私密性, 讓使用者放心與諮商師對話.
有心理測驗的功能可立即有效的針對問題解決問題.

綠帽

增加療癒課程, 不單單只有諮商, 還有例如音樂減壓, 冥想等活動.
可以挑選心理師 (ex = 與使用者專業相關的).
販賣舒壓的商品
提供專業的講師給予建議, 開導.

藍帽

認識這個方案是可行的, 不僅能夠為更多因外在因素而無法獲得幫助的人服務.
還能在急需的時刻能夠找到人傾訴, 是現在幾乎找不到的服務. 不過
在隱私, 權益收費方面必須再找尋更好的做法或替代方案, 並且增加
更多有趣的活動讓更多人受惠.



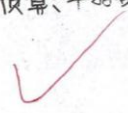
班級: 新園 2B 學號: A8204902 姓名: 簡煥祐
 主題: 尖山旅社-一站式服務-在飯店 or 渡假村煩惱之 (討論的同學: 王為)
 食衣住行育樂

思考帽 討論的敘述

10

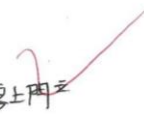
白帽

我們可以市場調場會願意在台灣旅遊的有多少人? 願意花費的預算? 平時喜歡在旅行時做何事?
 注意: 飯店位置
 了解來客的興趣取向 (避免過多資源浪費)
 可以跟旅行社合作



紅帽

想做的事情有點多
 感覺在金錢方面開銷可能過多的疑慮
 一對一的服務壓力太大, 想要自己行動
 客群可能無法滿足需求 (員工需要高要求訓練以滿足消費者)
 覺得太多的服務, 會導致消費者疲乏體驗度下降, 導致顧客上門



黑帽

這樣做有可能成本過高? (人力, 金錢)
 勞工法 (一天三班制), 擔心勞工過勞
 執行成功的風險太高, (可能會失敗)



思考帽 討論的敘述

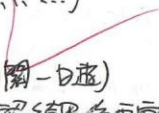
黃帽

貼心
 方便
 真的有效假期的感覺 (客上回購率上升)



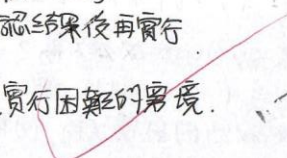
綠帽

如果客人體驗枕頭滿意程度很高, 想要買枕頭回家, 可以提供選購
 如果客人體驗美食滿意程度很高, 提供買食材 (特約的農產) 或是調理包 (已經做好回家加熱即可), 可以提供選購
 提供專業美容之餘, 可以提供跟美容相關產品 (ex = 指甲油, 按摩膏, ...))
 增加旅行團主題種類 (ex = 文化, 自然, ...))
 可以提供限定季節的旅遊 (例如 = 草莓季, 主打體驗跟草莓相關一日遊)



藍帽

友善的旅遊計劃, 但是在成本和客群需要經過充分的事先調查, 確認結果後再實行
 另外可以與更多產業合作, 創作雙贏 (減少支出)
 每一項旅遊計劃或是服務的提供, 需要有完善的規劃, 可避免實行困難的窘境.
 塑造獨特性, 僅此一家的服務或周邊商品



+5

一站式服務

行銷 4Ps 與數位行銷活動提案

班級：新園2B 學號：A8704902 姓名：簡淑莉

行銷 4Ps

<p>產品(Product) 以住宿服務為主軸，可以發展出與附近產業連結的體驗旅遊，或是美食上面的服務，讓住宿變的更有價值。</p>	<p>價格(Price) 可以買飯店送一個基本的美容課程，但是加上不同的價錢，可以享受手作紀念品或是外面的觀光一日遊等</p>
<p>宣傳促銷(Promotion) 在旅遊的時候舉辦促銷，吸引大家買住宿卷時可以舉辦抽獎，最大獎是免費住宿一晚，其他三獎可以是送一日遊或商品折價卷，可以參加抽獎的次數取決於前面的消費金額。</p>	<p>通路(Place) 可以架設官網，在上面附上購買住宿卷和其他一日遊的購買方式，有些要預約也需提前說明準備。</p>

規劃數位行銷活動

消費者網路購物心理 AISAS	規劃的內容
引起注意(Attention)	可以請網紅或是Youtube做代言，拍一些強調我們良好的旅遊服務品質影片，吸引目標客群。
產生興趣(Interest)	可以搭配限定活動給一些第一次上門的客戶，或是忠誠客戶，吸引客群消費金額達到會員目標。
進行搜尋(Search)	要讓口碑打響，並且要便於讓人搜尋資料，資料要完整和清楚。
促使行動(Action)	可以一開始舉辦活動讓人体驗一下美好的旅遊環境和行程，勾起他們願意再次造訪的慾望。
口碑分享(Share)	可以請部落客或旅遊作家寫下旅遊心得後，以便吸引客群，或是讓多少幸運客人体驗限定活動回去跟朋友分享。

機能保暖航海外套

行銷 4Ps 與數位行銷活動提案

班級：國企2B 學號：A8224083 姓名：李梓宸

行銷 4Ps

4

<p>產品(Product) 機能保暖航海外套</p>	<p>價格(Price) 以控制在 2000 元上下</p>
<p>宣傳促銷(Promotion) 推出套餐活動 買外套搭配防水跑鞋 享有 7 折優惠</p>	<p>通路(Place) 蝦皮, 露天, 與 momo 洽談 (P 2 P) 使用 IG 進行精華推廣</p>

規劃數位行銷活動

<p>消費者網路購物心理 AISAS</p>	<p>規劃的內容</p>
<p>引起注意(Attention)</p>	<p>有接近 GORE-TEX 的機能, 但不用 2 倍之的價錢就能入手。</p>
<p>產生興趣(Interest)</p>	<p>與品牌 or 設計師做聯名活動, 提升產品附加價值。</p>
<p>進行搜尋(Search)</p>	<p>在網頁連結附上 key words, 讓想購買的客人容易找到此商品。</p>
<p>促使行動(Action)</p>	<p>跟上節度風波, 11/12 聖誕節新年福包, 打出優惠。</p>
<p>口碑分享(Share)</p>	<p>建立 IG 穿搭投稿帳號, 讓更多人能看到分享, 建立分享貼文抽外套、福包等活動。</p>