

橘

珍 鴻 果 園



CONTENTS

第
一
部
分

第
二
部
分

第
三
部
分

第
四
部
分



第一部分

苑里介紹及砂糖橘介紹





苑里

「苑景成真、裡外皆美」，
將農會的精神以最簡潔有力的方式，
對內傳達給各員工並要求貫徹、了解，
對外是要向外昭告企業的經營理念或
是企業的特色，而「苑景成真、裡外
皆美」正可以代表農會



砂糖橘介紹

是一種柑橘類水果，原產廣東省四會市，因其味甜如砂糖故名，其中以苑裡蕉埔砂糖橘最先引進，進而引領砂糖橘風潮，帶起周邊各個農場相繼種植。

第二部分

競爭者分析、市場分析、SWOP、STP、4P

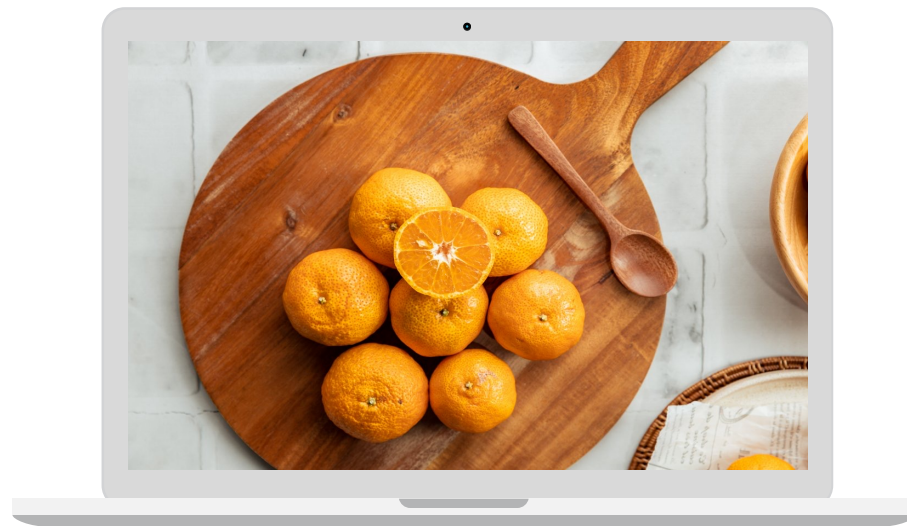




有機果製造商

果汁品牌

自家製果汁攤位



經濟環境



政治與法律環境



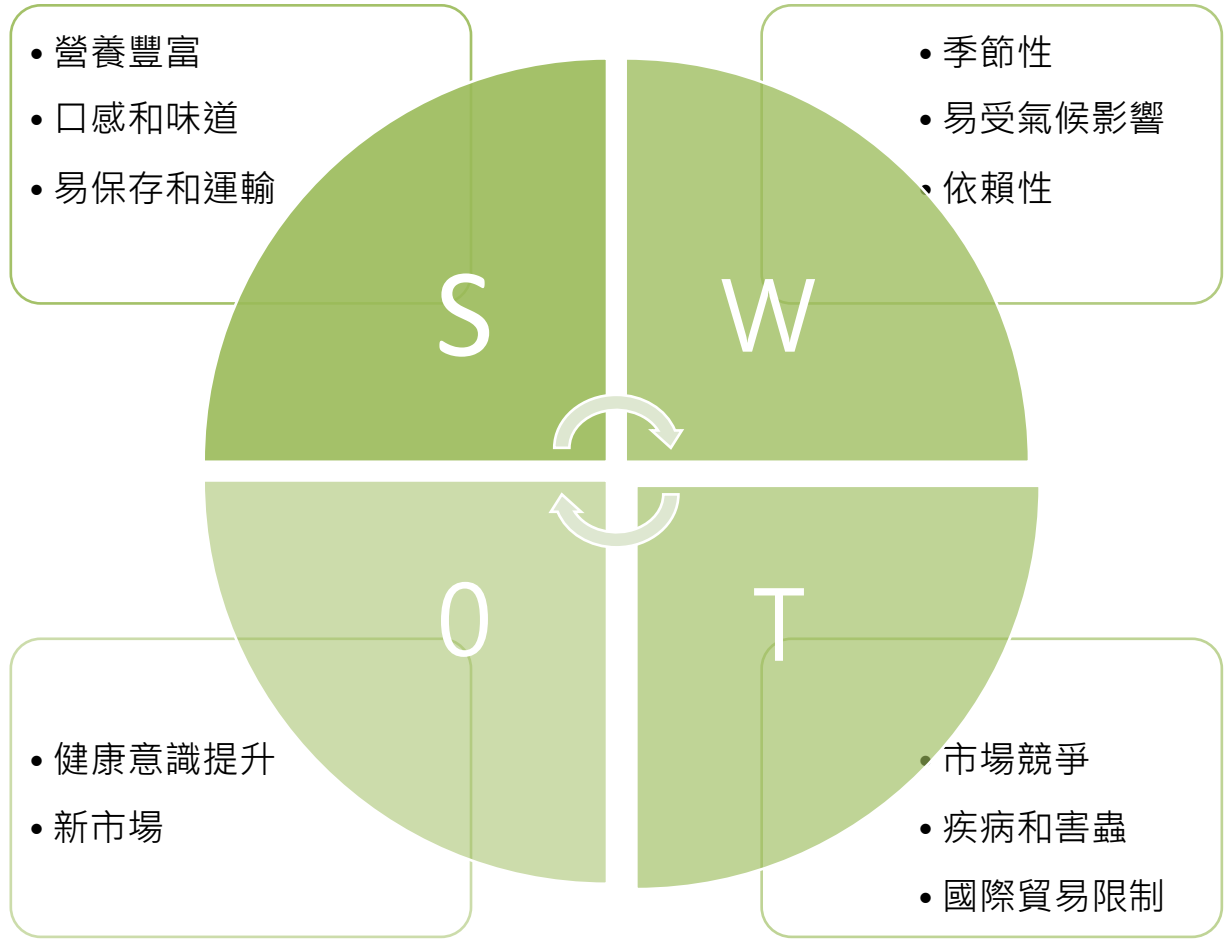
社會文化因素



技術和科技環境



競爭環境





STP

S:健康意識客群

T：重點關注的市場階段

P:天然與健康

產品

豐富的維生素C
提高免疫力
降低慢性病的機率

通路

利用網路媒體購買

推廣

體驗採砂糖橘
推薦有機肥料
買得安心 吃得更安心

價格

旱災嚴重
價格上漲

第三部分

企劃動機與目的 & 構想、創意發想





動機與目的

確保小農永續發展，因應全球數位媒體國際化及自由化，為促進農業經濟，調整農業產業結構，穩定農業產銷，增進農民所得及福利，提高農民生活水準，我們希望能夠運用所學的知識幫助小農們認識新型行銷手法、工具和平台，並且運用到工作中，進能提高曝光度和營業額。



企劃構想

目前廠商的銷售管道只有臉書社團和粉絲團，而廠商的需求是提高曝光度讓更多人能夠認識，所以必須增加管道和媒體曝光，所以我們決定以短影音的方式加上媒體串流（投廣）進行曝光。

我們針對小農提出的需求增加曝光率為目標以短影音的方式進行行銷，然而市面上很多產品行銷都是往愛情方向發展，想利用反向失戀為題材，利用失戀心中的苦轉變成砂糖橘的甜和市面上的行銷手法做出對比，完成這個鶴立雞群的作品



“ 創意發想 ”

食譜和烹飪教學： 創建各種使用砂糖橘的創意食譜和烹飪教學，並在社交媒體上分享。您可以製作短視頻或圖片故事，演示不同菜餚如何使用砂糖橘增添風味。此舉有助於激發人們的創意烹飪靈感。

健康和營養資訊： 創建關於砂糖橘的健康和營養資訊內容。您可以強調它的天然成分和可能的健康好處，並與營養師或健康專家合作，提供專業意見。

比賽和抽獎活動： 舉辦網上比賽或抽獎活動，鼓勵用戶分享他們的砂糖橘使用方式或烹飪創意。提供有吸引力的獎品，如免費產品或烹飪器具。

第四部分

預期效益及結語





預期效益

1. 品牌知名度：

透過社交媒體行銷和參展，希望品牌知名度在第一年內增長**30%**，這可以通過社交媒體、粉絲頁參與度以及品牌提及次數來量化。

2. 社交媒體參與度：

通過社交媒體平臺，希望增加每個影片的喜歡和分享次數，並提高社交媒體粉絲的參與度。

3. 客戶滿意度：

預期通過提供更好的客戶服務和品質，客戶滿意度將在第一年內提高**10%**。

4. 成本效益：

透過更有效的成本管理，希望將行銷活動的整體成本控制在預算範圍內，以確保獲得可持續的回報。

5. 網站流量：

預期新行銷活動將使每月網站訪問量增加**50%**，同時轉換率將提高至**3%**，以提高在線銷售。

6. 銷售增長：

預期新行銷方案將在首個季度內將砂糖橘的銷售增長率提高**10%**，在第一年內達到**20%**的增長。

7. 客戶增長：

期望透過新行銷策略吸引大約**1000**名新客戶，並且保留現有客戶的率將提高至**80%**，以確保客戶數的持續增長。

謝謝觀賞