

2007 大學部行銷管理期末專題 Proposal 意見表

Group	Company	Issues to address	可能問題
1	天仁茗茶	-應如何在幾近飽和的現泡飲料市場，將其原本的目標客群由「中年人」擴展到「年輕人」。	<p>TA:</p> <p>(1) 擴展公司原本的目標客群是指「市場滲透」，若想做的是市場滲透，建議先了解是否還有滲透的空間？而其滲透方向該朝哪方向去，是現調咖啡市場嗎，或是其他？高價位的現泡茶飲料在台灣有發展空間嗎？現泡茶飲料是天仁茗茶獲利來源嗎，還是其能繼續發展是靠其他茶葉販售的部門獲利來源？</p> <p>(2) 問卷發放的對象要符合目標客群。</p> <p>Shanyu: One important related issue is to identify the target market for 天仁茗茶. The current proposal seems to focus on how 天仁 entered the 現泡飲料市場 through its marketing tactics. In order to make good recommendations, you may want to better understand 現泡飲料市場 and identify its main competitors, which might allow you to help 天仁 identify its target market.</p>
2	Upaper	透過對捷運報新興的產業各項的分析（市場概況，競爭者，消費者），研究捷運報的獲利模式。	<p>TA:</p> <p>對於貴組提的「獲利模式」讀太清楚意指為何？不過，免費發放的捷運報獲利從何而來？很容易可以想到應該就是從廣告收入來的。若小組想研究的議題僅止於此，那麼此題目發展空間不足，建議延伸議題，探討 Upaper 與競爭者各方面的分析，例如：在產品設計上是否分別想 target 不同讀者，進而吸引不同廣告商；而 Upaper 目前所做的，是不是真的能達到如其所預設的結果？</p> <p>Shanyu:</p>
3	嬌生	找出衛生棉條在台灣無法普遍被大眾接受的原因，為嬌生 ob 衛生棉條提供 promotion 策略建議	<p>TA:</p> <p>(1) 看似是因為產品本身讓台灣地區的消費者心裡就排斥使用，若要針對這樣的產品給予促銷的建議成效可能不大。</p> <p>(2) 思考此種產品在台灣也許比較適合小眾市場，而非想要擴大市場，針對這群小眾市場，是否仍存在未被滿足的空間呢？</p> <p>Shanyu: It is important to first find out 衛生棉條在台灣無法普遍被大眾接受的原因(no demand or lack of information) through focus group before designing its promotion strategy. Therefore, exploratory research may be more suitable than</p>

			descriptive research through 網路問卷.
4(11/25-1)	Giordano	1. 分析產品線延伸的「轉型」遇到了哪些困難？ 2. 針對 GIORDANO 面對的問題給予建議？	TA: 想了解「Giordano 在轉型遇到什麼樣的困難」，是一個比較龐大的議題，建議要更清楚定義問題，讓小組在開始投入前有個大致的方向。 Shanyu: Suppose the problem is “how Giordano can extend its product line upward and serve a more upscale market” (once again, we do not want groups to conduct a project that reports problems but provide no solutions or suggestions). Then the potential problem with this project is that it is all about the mobility barrier, i.e., consumers thinking Giordano is a low-end brand. Need to have more information about Giordano ladies and its users to further refine the issues.
5	McCafe	McCafe 的 target market 為何？	TA: (1) 貴組已經選定一個清楚的研究方向： McCafe 的 target market 究竟是針對來麥當勞用餐的客人還是針對那些真正想去咖啡店享受的？ (2) 資料只有二手資料與訪談，建議要做問卷調查。 Shanyu: 建議競爭者分析部份要加強，以了解 Mc Café 的 close competitors 為何？
6	Dunkin' Donut	1、研究 Dunkin' Donut 的行銷策略，特別是產品策略與推廣策略 2、分析其目前銷售瓶頸給予策略建議	TA: 建議先瞭解其與競爭者 Mister Donuts 不同之處，DD 的優勢與劣勢，再去探討兩公司的店址、目標客群有何不同。 Shanyu: I suggest first conducting competitive analysis (as well as segmentation analysis such as consumers' use occasions) for Dunkin' Donuts. If its strengths are its coffee and sandwiches, then focusing on its donuts may not be productive. Furthermore, in that case, Starbucks may be its closer competitor than Mister Donuts.
7(11/25)	星巴克	Starbucks Coffee 如何利用茶類飲料擴充市場	TA: 貴組是針對老師建議提出一份新的 proposal，題目已經清楚界定是要「研究星巴克的茶飲料所吸引的消費者類型」，進而分析是否為星巴克擴展市場。由於研究結果將與問卷所能接觸的顧客有很大的關係，請先深入了解星巴克茶飲料的潛在顧客。

			<p>另外對於貴組想進行 4P 分析和競爭者分析的部份，建議分析能確實針對問題。例如：將競爭者分析範圍縮小至星巴克茶飲料的競爭者，使得若星巴克真的是想利用茶飲料擴充市場時，貴組能給予星巴克一些建議。</p> <p>Shanyu: One related issue is that how the needs of 茶飲料 customers differ from coffee, e.g., their needs for dessert? For example, which desserts go better with coffee than with tea? Need to find the common and unique needs of the two segments. Whether it pays Starbucks to pursue this segment?</p>
8(11/25)	生活工場 Working House	<p>1. 分析生活工場的問題：產品線過多且複雜、產品未更新、店面商品陳列方式等</p> <p>2. 分析生活工廠的優勢 Place(全台店面數多)、Price(相對價格較低)</p> <p>3. 競爭者分析: MUJI</p> <p>4. 給予行銷建議</p>	<p>TA:</p> <p>第一點是貴組所提出目前生活工場的問題，建議進一步聚焦。(例如店面商品陳列方式較屬 tactics 問題，在產品策略成形後再予探討。) 貴組可在其產品線策略上進一步為其尋求可能解決方案，使問題定義更加完整。</p> <p>Shanyu:</p> <p>For example, what product lines working house should focus on? The answer to this question crucially depends on its target market and its market positioning. Compared with its competitors (MUJI?), which market segment and which product lines does working house have its advantage in meeting customer needs? What would be the flank of MUJI's (or other main competitors') product lines, in addition to its price disadvantage, relative to working house?</p>
9	麥當勞	<p>研究麥當勞將服務延伸至 24 小時不打烊，歡樂送，Mc cafe 之原因</p>	<p>TA:</p> <p>(1) 已有其他組別選擇麥當勞 Mc Café 為研究對象，並且已經訂出一個詳細的研究議題，你們進度顯得落後一些；請確定你們能夠差異化報告內容，否則想要得到高分不太容易。</p> <p>(2) 貴組想研究的議題太過廣泛了，建議縮小範圍，例如：針對麥當勞提供 24 小時服務或外送(額外收費)之行銷研究—可以探討外送服務的顧客是新市場嗎(市場開發)? 外送服務是補足麥當勞早餐時段的顧客嗎? 外送服務是否替麥當勞擴展了顧客或是增加現有顧客的購買率呢?</p> <p>(3) 以麥當勞為研究對象資料英該很容易收集，不過要確定對象能與議題配合。</p> <p>Shanyu: Your TA gave you many good suggestions. I also suggest you to focus the issues on 24 小時不打烊 and 歡樂送. Furthermore, it would be interesting to examine what are</p>

			consumers' use occasions for 歡樂送 and how consumers meet their needs <i>before the emergence of these services</i> (or in addition to McDonald) so that you can identify its close competitors for these services).
10	華碩 EEEPC	華碩 EEEPC 之行銷研究	<p>TA:</p> <p>(1)貴組選擇的題目新穎有趣，是一個能好好運用許多行銷理論的題目。</p> <p>(2)記得運用目標市場的概念。</p> <p>(3)做問卷調查前，最好能花時間分析想知道的資訊，並且將設計結果讓老師過目，以免做白工喔。</p> <p>(4)11/16 要報告 case2，貴組的行程表可能排得太滿，最好重新規劃。</p> <p>Shanyu: The problems are well defined. Two suggestions: (i) Identify its competitive products or substitutes. (ii) Consider the possibility of using "Conjoint Analysis" to analyze the relative importance of consumer preferences toward various product attributes.</p> <p>The following is one reference for Conjoint analysis: Green, Paul E. and Yoram Wind (1975), "Mew way to measure consumers' judgements," Harvard Business Review, (July-August) 107-117.</p>
11	養樂多股份有限公司—養樂多 light	<p>1、新產品上市對公司的影響</p> <p>2、新產品上市所對應的行銷策略</p> <p>3、價格的調整</p> <p>4、代言人存在必要性與成效</p>	<p>TA:</p> <p>(1)對於養樂多因物價指數而跟漲的定價，消費者一時無法接受、反彈是很正常的，這是一個過渡期，在行銷策略方面可能沒有特別值得深入探討的價值。</p> <p>(2)比較不建議著手代言人相關的議題分析，除了代言人的效果難以評估之外，應該有更值得貴組探討的議題。</p> <p>(3)建議貴組能好好針對養樂多現有的三種產品進行分析，考慮該公司在產品線設計的策略、以及產品線設計是否成功(如公司所預期的)、產品線長度是否過長等。</p> <p>(4)若真的要針對產品線做研究，貴組要深入了解消費者、三種產品，並必須針對不同產品的客群發放問卷，問卷設計好壞成為關鍵因素；競爭者也需要好好納入分析。</p> <p>Shanyu: Though a new product introduction involves 4P,</p>
12(11/25)	西雅圖咖啡	<p>針對西雅圖咖啡的早餐系列，研究:</p> <p>1. 該產品的</p>	<p>TA:</p> <p>(1)看到了有問題發生，卻完全不知道問題在哪，表示貴組的問題並沒有真正定義清楚。針對這種情況，貴組需要花費心力在找出問題所在，才能進行分析建議。可能先找</p>

		<p>promotion 策略是否合適?</p> <p>2. 根據該早餐系列的 Growth-Share Matrix, 給予何建議</p>	<p>出了解西雅圖早餐的消費者做深入訪談, 了解消費者不喜歡的原因等, 才能真正界定出研究的問題, 這個問題或許不是在 promotion 策略上。</p> <p>(2) 如果僅使用二手資料, 可能無法切入議題要點, 在條件允許的情況建議增加一手資料的取得。</p> <p>Shanyu: Before defining its problem is on promotion, you should have information about consumer use experiences (complaints) for its breakfast: For example, do they complain about price, quality or variety? Then based on their experiences, find out some alternatives (taking into account its main competitors) and check its feasibility with users.</p>
13-4 (11/25)	高鐵	<p>如何提高載客率?</p> <p>透過價格與競爭者的分析, 提升服務品質, 來增加高鐵的客源</p>	<p>TA: 這個题目的建議和老師給你們國內航空公司的建議類似, 只是改成站在高鐵的立場分析。</p> <p>Shanyu: In addition to competition analysis, I suggest you should identify its partners so that it can create more value to customers.</p>
14	萬泰銀行 --George&Mary 現金卡	針對 4P 中的促銷、通路作探討	<p>TA:</p> <p>(1) 貴組在 4P 中選的 2 個 P 是最令我驚訝的! 不太能想像貴組打算研究的議題是什麼? 是想探討廣告策略嗎? 而通路又所指為何呢?</p> <p>(2) 建議可以研究現金卡在市場是否仍具有可以滲透的空間? 思考道德層面的問題, 作為一個行銷者, 要如何應對這樣的環境?</p> <p>Shanyu: Need to define the problem facing 萬泰銀行. The purpose of your final project is to provide insightful recommendations to the problem facing 萬泰銀行 instead of describing its marketing tactics. For example, is 萬泰銀行 trying to find a profitable segment for its George&Mary 現金卡?</p>