

17588_展現亮點的行銷手法-批發及零售業(上) 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- **適合族群：**初學者、職場新鮮人、中階主管、老闆/個人創業者、電商營運人員、個人 IP/KOL。本課程由劉銘傑講師主講，針對許多創業家「生於產品，死於行銷」的痛點，以白話實用的方式系統化講解大環境分析（PESTEL）、五力分析、SWOT、STP 市場定位、行銷 4P/4C/7P 組合，以及星巴克與哈利波特等不花大錢的公關與口碑行銷範例。
- **能力門檻：**入門。完全無需任何進階行銷背景或企劃基礎，只需具備對自家商品/服務的基礎認知即可學習。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：創業行銷痛點與市場定位思考** — 破除「誰都可以賣」的迷思，說明為何不能僅靠點子創業，並透過王品集團範例解析高/中/低價位之品牌定位。
 - **章節二：大環境與競爭分析工具** — 實操 PESTEL 總體環境分析、Porter 五力分析及交叉 SWOT 分析（結合有機早餐店個案進行手把手示範）。
 - **章節三：STP 戰略與 4P / 4C 行銷組合** — 講解市場區隔（S）、目標市場選定（T）與定位（P），並對比生產者導向（4P：產品、價格、通路、促銷）與消費者導向（4C：顧客慾望、成本、便利、溝通）。
 - **章節四：加碼彩蛋：不花大錢的公關（Public Relations）與口碑行銷** — 剖析星巴克（無廣告、頭日捐、環球小姐試喝）與哈利波特（神秘感、事件營造、霍格華茲號）之公關口碑爆發力。
 - **章節五：市場調查實務工具** — 介紹如何定期透過問卷與資料收集進行產品、價格與通路之決策修正，並推薦免費工具 SurveyCake 範本。

3. 必備前置知識清單

- **基礎商業直覺**：了解自家產品特色、成本結構與基礎銷售管道。
- **基本電腦/手機操作**：具備上網搜尋資料、使用 SurveyCake 等線上問卷工具之基本能力。

4. 專有名詞與概念辭典

- **PESTEL 分析**：評估外部總體環境的 6 大維度：**P**olitical（政治）、**E**conomic（經濟）、**S**ocial（社會）、**T**echnological（科技）、**E**nvironmental（環境/ESG）及 **L**egal（法律）。
- **STP 分析**：行銷戰略核心三步驟：**S**egmentation（市場區隔：找出變數）、**T**argeting（目標市場：選擇族群）、**P**ositioning（市場定位：打造不可替代的利益價值）。
- **行銷 4P vs. 4C**：4P 為廠商/生產者觀點（Product、Price、Place、Promotion）；4C 為消費者觀點（Customer Value、Cost、Convenience、Communication）。
- **口碑行銷（Word-of-Mouth Marketing）**：透過具話題性與渲染力的事件或體驗，讓消費者主動以「一傳十，十傳百」的病毒式傳播進行討論與推薦。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：品牌行銷企劃師 / 產品營運經理 / 商業策略顧問
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **[分析與決策能力]**：能運用 PESTEL 與五力分析診斷大環境，透過 SWOT 交叉評估強弱勢，並精準執行 STP 市場定位。
 - **[工具操作與執行能力]**：能規劃 4P/4C 行銷組合戰術，操作公關與口碑行銷事件，並能使用 SurveyCake 進行市場調查與決策修正。