**一週店長企劃書競賽**

**模擬經營商店：生活工場**

  

OOOOOOOO（學校）

OOOOOOOO（科系）

OOOOOO（隊伍名稱）

.

**中華民國一百零三年OO月OO日**

**目 錄**

**\*可自行增加（變更）章節主題**

一、企劃緣起-------------------------------------------------------------------------------------O

　　1. 商店環境-------------------------------------------------------------------------------O

　　2. 企劃動機-------------------------------------------------------------------------------O

　　3. 企劃目的-------------------------------------------------------------------------------O

二、策略規劃------------------------------------------------------------------------------------O

　　1. SWOT分析-----------------------------------------------------------------------------O

　　2. 五力分析-------------------------------------------------------------------------------O

三、企劃流程與執行內容----------------------------------------------------------------------O

四、預期效益-------------------------------------------------------------------------------------O

　　1. 質化表示-------------------------------------------------------------------------------O

　　2. 量化表示-------------------------------------------------------------------------------O

五、結論與建議----------------------------------------------------------------------------------O

六、附件-------------------------------------------------------------------------------------------O

**一、企劃緣起**

**1. 商店環境**

本節重點：

* 明確敘述位置地點及週邊重要設施或集客點(各門市地點客群性質不同，如捷運站旁、大型商圈，藉此擬定目標。)
* 競爭對手分析(特力屋、無印良品等)，客群與客層分析(消費動能與消費力)
* 請自行選定生活工場任何一家門市，各家門市的地理位置不同，客群特質也不同。
* 門市資訊：<http://www.workinghouse.com.tw/tw/store.asp>

**2. 企劃動機**

本節重點：

* 明確提出你為什麼要寫這個計畫的動機及環境變化產生的狀況。

範例：行政院經濟建設委員會102年8月公佈我國整體經濟表現，經濟成長方面，101年我國經濟成長率為1.32%，較100年的4.07%降低2.75個百分點；物價方面，101年消費者物價指數較上年同期上漲1.93％，加上我國薪資水準多年未見攀升，可預測國民的消費意願是下降的… 故本企劃案主要動機係擬定行銷企劃書，有效提升來客數、創造營業額。

**3. 企劃目的**

本節重點：

* 讓消費者提高對本店忠誠度。
* 讓消費者提高客單價。
* 讓消費者認識本店及新商品服務。
* 讓消費者提高到店消費意願。
* 對我們店有何好處?營業額、來客數。
* 爆點為何?消費者到店理由?

範例：擬定一週店長作戰方針，目的包含「提升消費者客單價」、「增加來客數」、「提高消費者對本店忠誠度」等。…

…

**二、策略規劃**

**1. SWOT分析**

本節重點：

* 分析生活工場的優勢、劣勢、機會、威脅。
* 如何藉由優勢克服威脅？
* 如何藉由優勢把握機會？

範例：表1分析生活工場內部的優、劣勢與外在環境的機會、威脅。

表1 生活工場SWOT分析

|  |  |
| --- | --- |
| 優勢（Strength） | 劣勢（Weakness） |
| 1.  2.  … | 1.  2.  … |
| 機會（Opportunity） | 威脅（Threat） |
| 1.  2.  … | 1.  2.  … |

　　綜合上述SWOT分析，為克服本公司內部劣勢，初期將藉由OOOOOOOOOO，並強調OOOOOOOO之獨特性及難以被替代的優勢，加強消費者對OOOOOO的認知。重要的是，本公司擁有優秀的研發團隊，掌握核心技術，領先業界成為市場先行者，有效提高商品附加價值，吸引消費者注意。…

…

**2. 五力分析**

本節重點：

* 現有競爭者、潛在競爭者、替代品、購買者及供應商的競爭分析。

範例：五力分析係公司面對現有競爭者、替代品、購買者、供應商及潛在競爭者的競爭分析，以了解產業現況，訂定有效競爭策略，以生活工場為例，其分析架構如圖2所示。

**供應商議價能力**

…

…

…

**購買者議價能力**

…

…

…

**現有競爭者**

…

…

…

**潛在競爭者**

…

…

…

**替代品威脅**

…

…

…

圖2　生活工場五力分析架構圖

（一）潛在競爭者分析

擁有相關技術之廠商皆為本公司的潛在競爭者，例如OOOOOO。

（二）現有競爭者分析

目前台灣市場上OOOOOOOOOOOOO，現前對本公司所受威脅程度OOOOOOOO。

（三）供應商議價能力

本公司主要產品供應商為OOOOOO。由於台灣OOOOO廠商OOOOO，因此原料來源取得管道OOOO，對本公司而言，供應商的議價能力OO。

（四）購買者議價能力分析

目前市場上OOOOOOOOOOOOOOOOO的產品，故顧客的選擇OO，議價能力較OO。

（五）替代品的威脅

產品OOOOOOOO，OOOOOOOOOOOOO替代品的威脅。

**三、企劃流程與執行內容**

本節重點：

* 人、時、地、事、如何五要訣。
* 內部會議、共識凝聚、作法確認。
* 時間開展、工作分工。
* 以時間序列表示，什麼時間做什麼事。
* 可能遭遇的執行困難。

範例：本企劃將一週店長的工作內容列如表2，主要以平日及假日區分。…

…

表2 企劃執行內容

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 平日 | | | | | 假日 | |
| 週一 | 週二 | 週三 | 週四 | 週五 | 週六 | 週日 |
| 1. 人員配置： 2. 會議重點： 3. 工作內容： | | | | | 1. 人員配置： 2. 會議重點： 3. 工作內容： | |

…

…

…

**四、預期效益**

**1. 質化表示**

本節重點：

* 顧客熱烈反應
* 顧客良性互動
* 再次光顧意願
* 印象觀感
* 員工士氣
* 活動成果

範例：執行本企劃預期可得顧客烈反應如OOOOOOOOOOOO，故顧客願意再度到店回購的可能性高，有效提升消費者對生活工場的印象觀感，間接提升團隊工作士氣，…

…

…

**2. 量化表示**

本節重點：

* 營業額
* 來客數
* 平均客單價
* 試吃項支出
* 其他

範例：表3以量化的方式呈現執行本企劃可得的預期效益。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 期間  項目 | 執行本企劃前週  (2012/O/O-2012/O/O) | 執行本企劃當週  (2012/O/O-2012/O/O) | 執行本企劃隔週  (2012/O/O-2012/O/O) |
| 營業額 |  |  |  |
| 來客數 |  |  |  |
| 平均客單價 |  |  |  |

…

…

…

**五、結論與建議**

本節重點：

* 未來環境預測
* 日後是否持續執行。
* 細節修正。
* 改善項目。
* 未來差異化策略提出。

**六、附件**

　　無可免。