

# 逢甲大學學生報告 ePaper

## 今年冬天，秀出你的 FREESTYLE

This Winter , Fomico Show Your Freestyle

作者：毛祥銘、呂子豪、方零、朱卓儀、楊沛璇

系級：國際經營與貿易學系三年甲班

學號：D0430284、D0479422、D0671120、D0463155、D0429871

開課老師：林呈昱老師

課程名稱：行銷研究

開課系所：國際經營與貿易學系

開課學年：一零六學年度 第一學期

## 中文摘要

全球品質最佳的羽絨原料和服飾都是來自台灣，然而因某些廠商為了降低成本並提高利潤，導致台灣的羽絨製品品質參差不齊。大洋羽絨製廠是全台灣最大間和生產羽絨品質最好的廠商。為了使台灣好品質的羽絨能夠推廣到更多的消費者。本組希望提升大洋羽毛股份有限公司旗下的品牌「Fomico」的曝光率，並且以 18~25 歲的年輕族群為目標，提升「Fomico」羽絨衣的銷售量。本組通過深度的質性訪談和大量的投放問卷給目前年輕的大學生，並且進行交叉分析，近而發現到現在的年輕人在購買羽絨衣時，會以保暖性和設計感為主要的參考依據。本組另外發現到，年輕人對「雙面穿」的概念並不是非常清楚，也不太了解雙面穿的特色，因此若是將「Fomico」羽絨衣的雙面穿優勢與設計感和保暖性加以結合，並將廣告和活動高度曝光在年輕人常用的網路平台，如 Facebook 或 Youtube 等，將能大幅度的提升「Fomico」羽絨衣的銷售量和品牌的知名度。

### 關鍵字：

羽絨衣

法米特

FREESTYLE

雙面穿

Facebook

YouTuber



## Abstract

Most of the best quality raw materials and apparel in the world come from Taiwan. However, due to the fact that some manufacturers reduce the cost and increase profits, the quality of down products in Taiwan is uneven. Pacific Feather is the largest in Taiwan and the production of down the best quality manufacturers. In order to Taiwan's good quality down to promote more consumers. The group hopes to enhance the exposure of its brand "Fomico" under Pacific Feather Co., Ltd. and increase the sales of "Fomico" downwear with the aim of targeting young people aged 18 to 25. The group through deep qualitative interviews and a large number of questionnaires to the current young college students, and cross-analysis, and found that young people now buy down jackets, warmth and design will be the main reference for the design . In addition, the group also found that the concept of "double-sided wear" is not very clear to young people and they do not know much about the features of double-sided wear. Therefore, if the double-sided wear of the "Fomico" down jacket and the design and thermal insulation The combination of high exposure of advertising and events in popular young internet platforms such as Facebook and Youtube will greatly enhance the sales volume and brand awareness of "Fomico" down jackets.

### Keyword :

Double-sided wear

Down jacket

Fomico

FREESTYLE

Facebook

YouTube

## 目 次

壹、企劃主題與發想.....	4
貳、企劃目標.....	4
參、行銷海報.....	5
肆、提案內容.....	6
伍、執行方式.....	8
陸、進度規劃.....	14
柒、行銷費用.....	15
捌、問卷及成本效益分析.....	16
玖、參考文獻.....	22



## 壹、企劃主題與發想

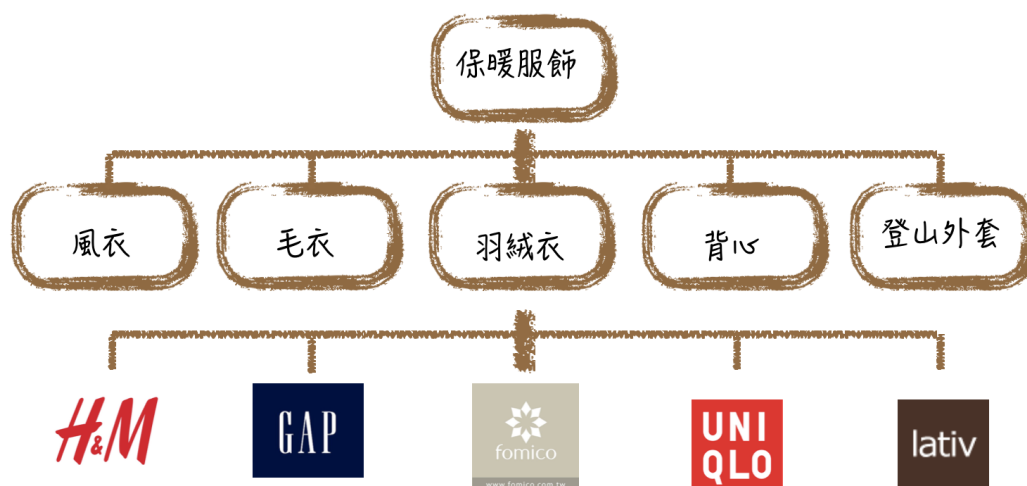


FREESTYLE 這個詞來源於《中國有嘻哈》，是今年度很火紅的一個網路用詞。在 Facebook、Google、Instagram 這些台灣年輕人常用的社群軟體上常常看到這個詞語的傳播。華為手機，小米手機和支付寶都已經採用 FREESTYLE 在其行銷廣告上，並取得了很好的反響。

目前 FREESTYLE 還未被使用在羽絨衣服飾廣告的行銷上，我們相信在這個領域，FREESTYLE 這個詞的受眾與本企劃案的目標客群(18~25 歲)高度吻合，能更有特色突出貴公司羽絨雙面穿的特性。

FREESTYLE 展現的當代社會年輕人不受種種壓力限制的風格，而普通的羽絨衣最容易讓顧客的風格趨於大眾。用 FREESTYLE 這個詞行銷，目標在於吸引消費者，第一眼就打破對以往羽絨衣的原有概念，相信只要穿上我們公司的羽絨衣就能與眾不同，展現 FREESTYLE。

## 貳、企劃目標



(上圖為目前羽絨衣市場之主要競爭者)

在保暖服飾中，羽絨衣一直佔有一席之地，其調溫性佳、耐久耐用的特性更為消費者所青睞。與他家休閒品牌比較，Fomico 因是在地品牌且亦為羽絨生產商，價格較親民，因此更易於打入網路市場。

今天冬天，秀出你的 FREESTYLE

透過討論，本行銷企劃案的目標為利用法米特羽絨衣雙面穿的特性，鎖定18至25歲間的年輕客群，並透過網路宣傳(包括Facebook、YouTube、Instagram)，提升產品曝光率及品牌價值。

參、行銷海報

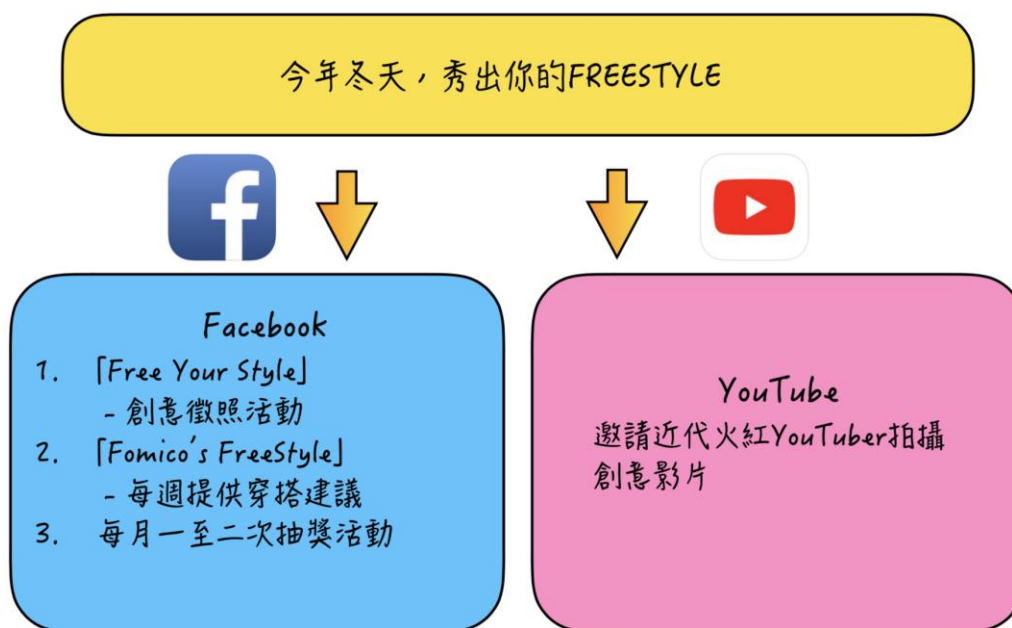




今天冬天，秀出你的 FREESTYLE

主題海報中可以看到，模特兒透過滑板呈現青春、熱血的風格。藉此襯托出 FOMICO 羽絨衣流行又易於穿搭的特色。年輕人也能夠透過雙面穿的效果輕易呈現自己的 FREESTYLE 風格。一句口號「今年冬天，秀出你的 FREESTYLE」，搭上火紅節目與當下時事，讓法米特品牌搭上潮流，戳中年輕人的心。

#### 肆、提案內容



#### \*Facebook

活動名稱	活動內容
[Free Your Style] - 創意徵照活動	徵召網友利用一件法米特羽絨衣雙面穿效果，發揮創意拍出兩種不同風格照片，並且寄至活動信箱，競賽截止讚數最高前三名者獲得獎金與獎品，透過讚數的競賽，分享數將提高，也提高法米特曝光率。
[Fomico's FreeStyle] - 提供穿搭建議	透過幕後詢問服裝設計師，並邀請平面模特兒拍攝，再由Fomico吉祥物巫鴉咪發文提供穿搭建議。
每月舉辦1至2次抽獎活動	按讚分享貼文，在秋冬之際持續行銷法米特，秋季每月1次，冬季每月2次。特別在大學生社團上轉發，是更多目標客群接觸到我們品牌。 (我們團隊擁有來自台灣各個大學的人脈資源)

## \* YouTube

邀請近代網路知名YouTuber拍攝「今年冬天，秀出你的FREESTYLE」影片

\*劉沛



\* **YouTube 訂閱人數**：537,599 (至2017.11.24)

\* **影片點閱率**：約 20 萬 至 100 萬，頻道總點閱次數 71,855,195人

\* **頻道內容**：頻道內容主要為玩手機遊戲Pokemon Go及旅遊vlog，另外還有購物開箱分享。

\* **人物個性**：個性率真、很有自己的想法、喜歡嘗試新事物。

\* **推薦原因**：

劉沛為最近快速崛起的 YouTuber 之一，從影片中可以發現他率真不做作的個性，而且他很常為了玩Pokemon Go！出門旅遊，對他來說身上的裝備、行李輕便好收納、實用很重要，這些特性法米特的羽絨衣都有，而且觀看他的影片的人也剛好都是年輕族群，這和我們的目標客群相同。劉沛也很喜歡和粉絲互動，常常在Facebook及instagram上分享自己的近況。

Facebook：

<https://www.facebook.com/PierreLiuPei/>

instagram：

<https://www.instagram.com/pierreliupeii/>

YouTube：

<https://www.youtube.com/user/TheLiuPei/featured>

\* Kelly



\* **YouTube 訂閱人數**：368,353 (至2017.11.24)

\* **影片點閱率**：約 20 萬 至 60 萬，頻道總點閱次數 71,855,195人

\* **頻道內容**：Kelly的頻道內容主要為美妝及服飾穿搭，另外還有日常生活Vlog、烹飪、購物指南等。

\* **人物個性**：給人活潑、過著時尚生活的感覺。

\* **推薦原因**：

Kelly為台灣著名美妝及穿搭部落客，她頻道上的主要觀眾也是年輕的學生族群及小資族，與法米特的主要客群一致，另外Kelly除了在YouTube上分享影片外，也時常在Facebook、instagram、Blog上與粉絲有高度互動，可與本企劃案的社群行銷走向相符合。

Facebook：

<https://www.facebook.com/kellywitheva/>

instagram：

<https://www.instagram.com/thekellyyang/>

YouTube：

<https://www.youtube.com/user/TheKellyeva>



今天冬天，秀出你的 FREESTYLE

## 伍、執行方式

### 一、「Free Your Style」- 創意徵照活動



(上圖為「Free Your Style」- 創意徵照活動之宣傳海報)



(上圖為「Free Your Style」- 創意徵照活動之臉書宣傳文宣)



11月24日 23:31 · \*

『分享，FreeStyle』

法米特羽絨衣讓你展現不一樣的自己  
現在就分享你覺得最有創意的雙面穿FreeStyle照片，  
有機會得到獎金壹仟元整。

【活動期間】

即日起至2019/02/01 23:59止

【活動辦法】

分享3步驟：

1. 於「法米特Free Your Style創意徵照」活動網站頁面中閱覽投稿者作品
2. 將你喜歡的投稿作品「分享到個人的Facebook塗鴉牆」
3. 加上Hashtag #今年冬天秀出你的FreeStyle #法米特羽絨衣，並設定為公開，即有機會參加抽獎。

【活動獎項】 獎金新台幣壹仟元整 / 共十名。

【得獎公告】 2019/02/10得獎名單將公布於法米特 fomico 粉絲專頁。

【兌獎方式】 得獎名單公布後，請得獎者於2019/02/14的17:00前，將真實姓名、電話及地址私訊至法米特FOMICO粉絲專頁，並由得獎者依通知說明完成領獎相關手續，逾期將視同放棄獎項。若因地址遷移或資料不全而導致獎品退回、冒領、遺失者，恕不另行補發。

【注意事項】

活動辦法依本活動Facebook貼文之公布為準，活動公司保留隨時變更、暫停或終止本活動、修改活動辦法及變更獎項之一切權利，如有變動，除公告於法米特FOMICO粉絲專頁外，不另公告或通知。



👍 讚    💬 留言

(上圖為「Free Your Style」- 創意徵照活動之臉書範例文宣)

今天冬天，秀出你的 FREESTYLE

## 二、「Fomico's FreeStyle」- 提供穿搭建議



(上圖為「Fomico's FreeStyle」- 提供穿搭建議活動之宣傳海報)

 11月23日 15:50 · 台中市 Pingtien · ✨

**【Fomico's FreeStyle周計畫】**  
冬天來襲，接下來每周五都會有鴨咪老師的穿搭教室  
讓你穿羽絨外套不再out of fashion👉  
今年冬天，法米特讓你Show出專屬你的FreeStyle。  
還沒有羽絨衣?  
趕緊來看看:<https://www.fomico.com.tw/>

---

👉 下周風格預告:運動風 🏃🏻‍♀️🏃🏻‍♂️  
#Fridaynight  
#Follow鴨咪老師



👍 讚    💬 留言

(上圖為「Fomico's FreeStyle」- 提供穿搭建議之臉書活動宣傳文宣)



11月23日 20:37 · 台中市 Pingtien · \*

【Fomico's FreeStyle周計畫】  
來到每周五鴨咪老師的穿搭教室  
今日風格"運動風"

👉所需物件:

- 1 Fomico 雙面穿連帽輕量羽絨外套
- 2 Fomico 隔濕透氣運動上衣
- 3 Fomico 厚棉休閒長褲

👉羽絨衣穿搭小提醒:配件要輕便  
還沒有羽絨衣?

趕緊來看看:<https://www.fomico.com.tw/>

👉下周風格預告:嬉皮風

#Fridaynight

#Follow鴨咪老師



👍 讚    💬 留言

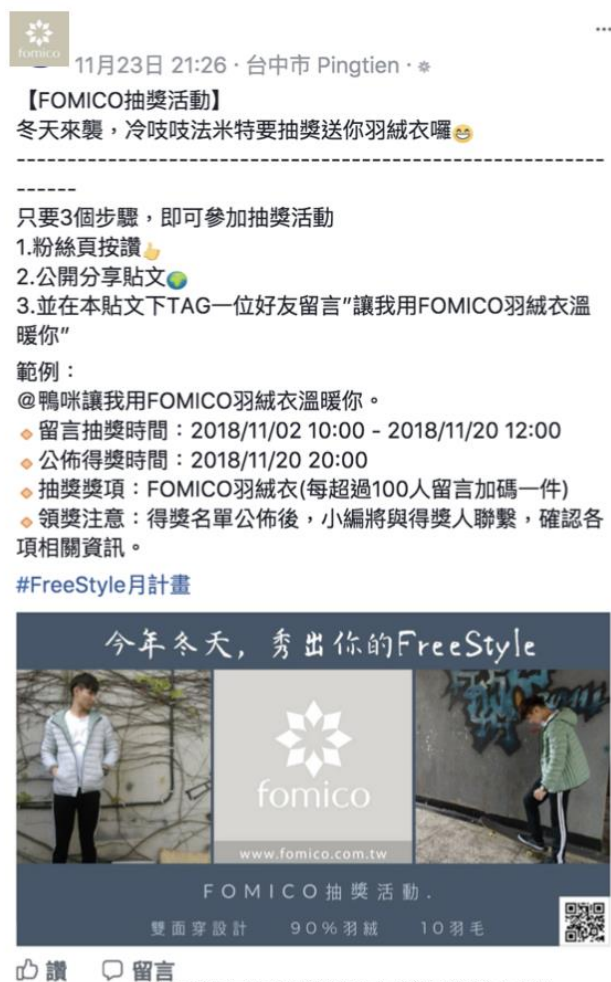
(上圖為「Fomico's FreeStyle」- 提供穿搭建議之臉書文宣)



### 三、抽獎活動



(上圖為每月抽獎活動之宣傳海報)



(上圖為每月抽獎活動之臉書範例文宣)



#### 四、YouTuber 拍攝合作影片

##### 一、與劉沛合作開箱影片

劉沛為現今火速竄紅之YouTuber，他時常拍攝開箱影片上傳至他的頻道，喜好將新奇事物透過影片介紹給他的觀眾，相信透過與劉沛合作的拍攝影片，能夠替法米特創造大量的品牌曝光度，並將法米特羽絨衣之品牌特色傳達給所有觀眾，讓大家知道法米特羽絨衣的好。

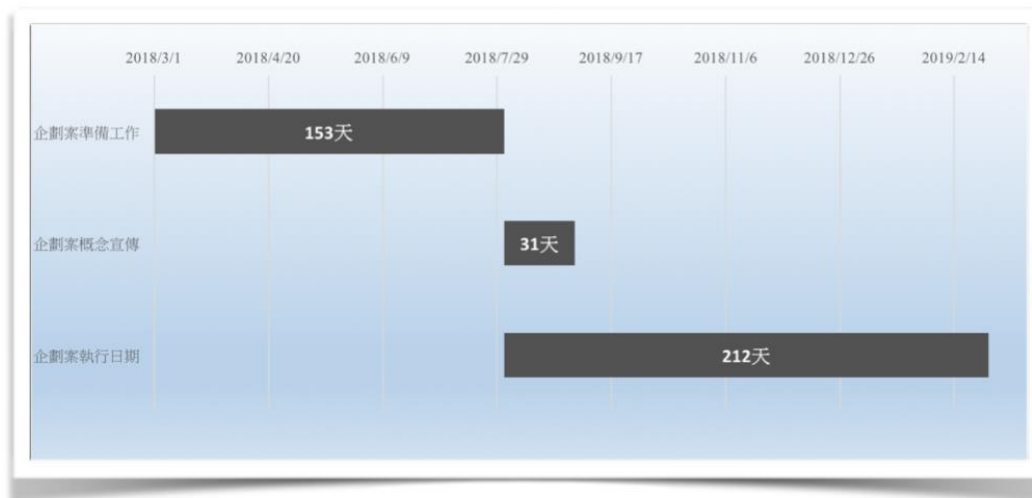


##### 二、與 Kelly 合作穿搭影片

Kelly 為台灣著名美妝及穿搭 YouTuber，她的頻道上常可見彩妝品的試用影片及服飾產品的試穿影片，相信若是透過與Kelly合作，拍攝試穿法米特羽絨衣也能穿搭出時尚感的影片，能增加年輕族群對法米特品牌的認知度，也能進一步提升產品的銷售量。



## 陸、進度規劃



### (一) 企劃準備時間表

- 企劃案的準備工作：2018/03/01 至 2018/08/01 (為期153天)
- 企劃案宣傳概念 (行銷海報、抽獎活動)：2018/08/01 至 2018/09/01 (為期31天)
- 企劃案的執行日期 (穿搭建議、抽獎、徵照、YouTuber影片)：2018/08/01 至 2019/03/01 (為期212天)

### (二) 活動企劃時間表

**A 周計畫** Fomico's FreeStyle (2018/09/22 至 2019/03/01)  
每週五晚上在臉書專頁提供穿搭建議。

**B 月計畫** 抽獎活動 (2018/08/01 至 2019/03/01)  
8月至11月，每月一次。11月至3月，每月兩次。

**C 兩項主要活動** 1. 「YouTuber推薦影片」- 影片於秋末10月推出  
2. 「Free Your Style」- 創意徵照活動

「Free Your Style」- 創意徵照活動宣傳：

- \* 主要活動徵求照片時間：2018/10/20 至 2018/12/01
- \* 人氣投票時間：2018/12/02 至 2018/12/20
- \* 「分享，FreeStyle」投票者抽獎活動：2018/12/02 至 2018/12/20
- \* 公布徵照活動之得獎者：2018/12/22
- \* 公布投票者抽獎得獎者：2018/12/23

## 柒、行銷費用

單位	行銷企劃案細節項目	預計支出
FaceBook	<p>一、Free your style創意徵照活動（預計五百人參加）</p> <p>1.活動宣傳期分享抽折扣碼優惠： 免費10件/買一送一20件/七五折70件/九五折400件 (20,000+20,000+35,000+40,000=115,000元)</p> <p>2.徵照活動人氣獎金： 第一名 20,000元，第二名 10,000元，第三名 8,000元 (20,000+10,000+8,000=38,000元)</p> <p>3.徵照參與獎 參加徵照的人群裡隨機抽出十名，獎勵獎金3,000元 (3,000*10=30,000元)</p> <p>4.投票參與獎 投票按讚分享的人，隨機抽出十位，獎勵每人1,000元。 (1,000*10=10,000)</p> <p>二、穿搭教室 - Fomico's FreeStyle 從2018/09/21（五）開始，2019/03/01（五）結束 發文總數：共23周（23個主題） 拍攝次數：3次，每次3小時 平面模特市價：800元/小時 (3*3*800=7,200)</p> <p>三、抽獎活動（粉專按讚、貼文分享、tag好友） 2018/08~2018/11 秋季每月一次 2018/11~2019/03 冬季每月兩次 活動次數：11次，每次抽出兩個人 活動獎品:fomico羽絨衣 獎品數量：22件（每件約2,000元） (22*2,000=44,000元)</p>	NT\$244,200元
單位	行銷企劃案細節項目	成本
YouTube	<p>YouTuber 的基本費用：30,000元</p> <p>按點擊率抽成（預計點擊率達到二十萬，YouTuber抽成720,000元） (30,000+720,000=750,000元)</p>	NT\$750,000元
<b>本企劃案之行銷費用總計</b>		
NT\$994,200元		

## 捌、問卷及成本效益分析

本組透過問卷（線上Google表單）調查本行銷企劃案之內容預期的市場反應  
開放填寫問卷時間從 2017/11/13 至 2017/11/29 為止共有：181人次填答

(一) 篩選問題：過濾出目標客群（18至25歲）以及購買羽絨衣的潛在消費者，有效回應：160人

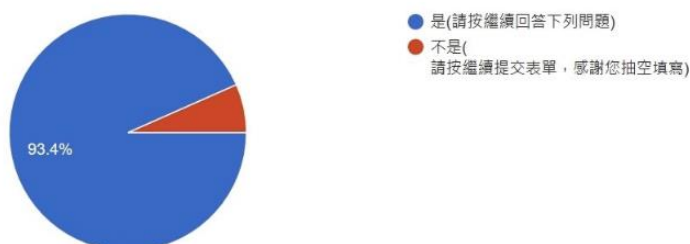
181 則回應

摘要 個別

接受回應

請問您的年齡是否在18~25歲之間?

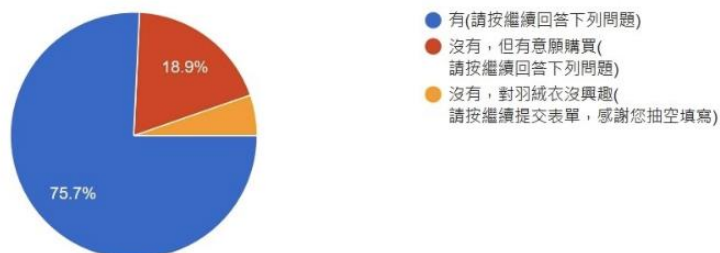
181 則回應



### 羽絨衣的市場問卷調查

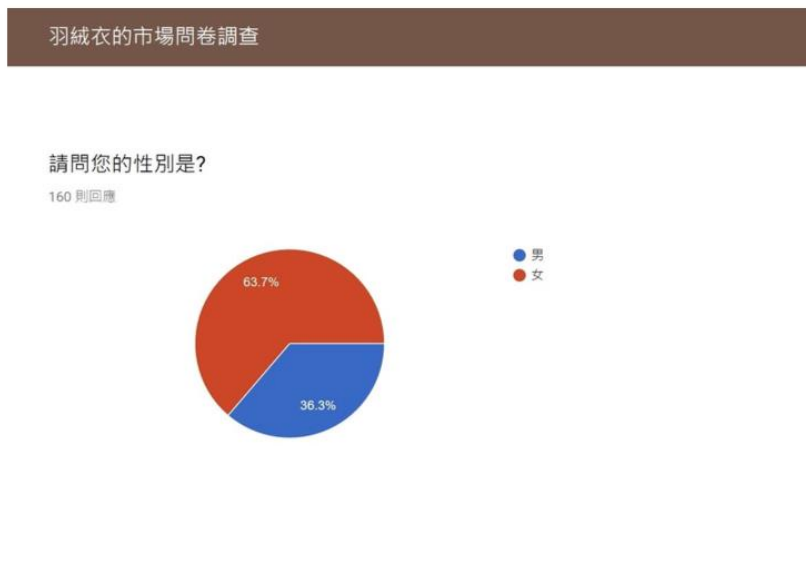
請問您是否擁有羽絨衣?

169 則回應



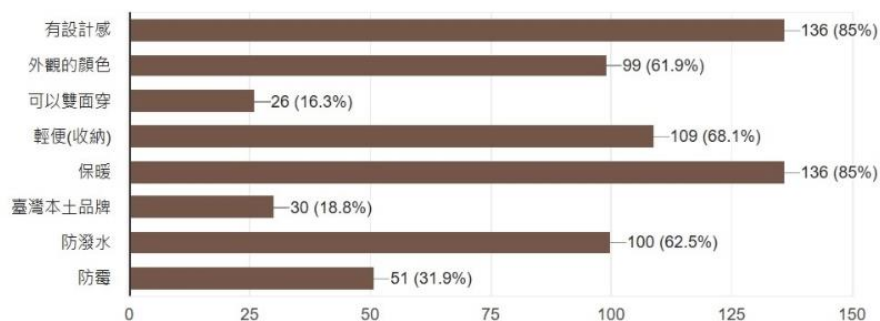
(二) 消費者與羽絨衣特性調查

我們這組建議「雙面穿」可以用「有設計感的雙面穿」去吸引更多消費者。例如：修身設計、推出多種顏色。



以下各項羽絨衣功能中，哪些會提高您對Fomico羽絨衣的選購度?(可複選)

160 則回應





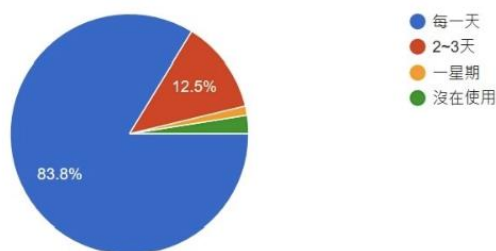
(三) 針對FaceBook行銷方案可行性調查

根據調查結果，超過八成的受訪者每天都會使用FaceBook，且有八成的受訪者有意願參與FaceBook上的活動，從第三張圖可以顯示本行銷企劃案三個活動：「Free Your Style」

- 創意徵照活動、「Fomico's FreeStyle」- 提供穿搭建議、每月舉辦1至2次抽獎活動。此三個活動皆有豐富的獎品及獎金，有將近九成的受訪者有意願參與本行銷企劃案的FaceBook活動。

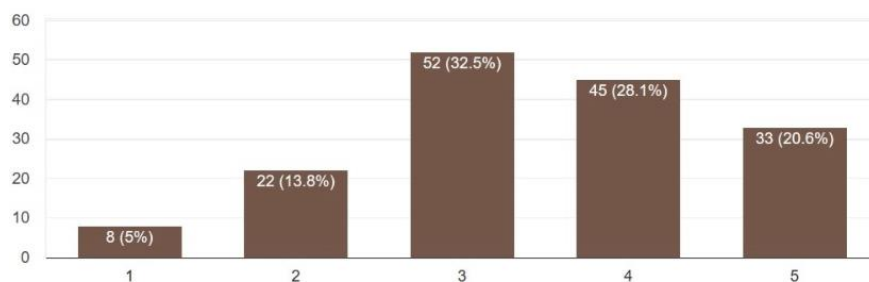
請問您多久使用臉書Facebook一次或一次以上?

160 則回應



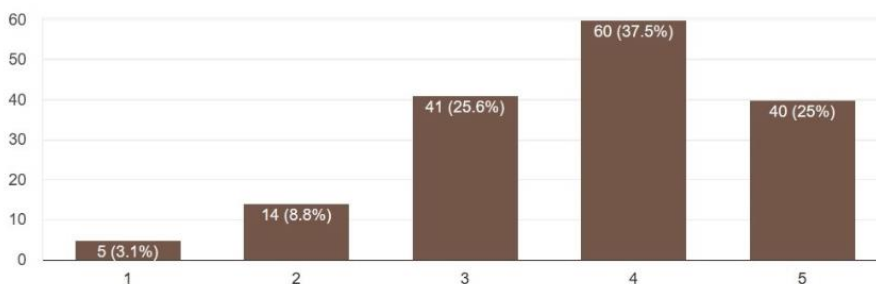
請問您對臉書Facebook上活動的參與意願(ex.抽獎,Po文競賽)

160 則回應



若Fomico羽絨衣於FB舉辦有豐富獎品與獎金的活動，您願意參加嗎?

160 則回應

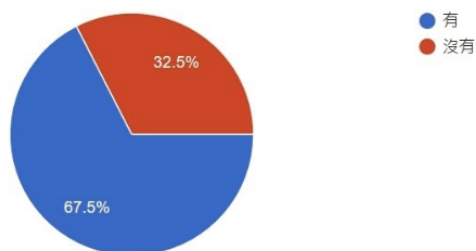


(四) 針對YouTube行銷方案可行性調查

根據問卷調查，有將近七成的受訪者有追蹤YouTuber的習慣，而其中有八成的人會有購買意願，另外有三成的人會因為時尚的YouTuber與法米特合作拍攝影片而明顯提高購買意願。

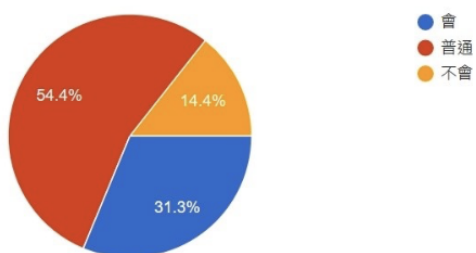
請問您有追蹤Youtuber的習慣嗎？

160 則回應



若請穿搭時尚的Youtuber和Fomico合作拍影片，會提高您的購買意願嗎？

160 則回應



**成本效益分析：**

一、 (1) Free your style創意徵照活動 - 含分享折扣碼優惠、人氣獎、徵照參與獎

活動預期效益	成本	預期效益
預計會吸引500人參加徵照活動，一人起碼會買一件羽絨衣	NT\$183,000元	一件NT\$2000元 賣出500件
預期總銷售量		預期活動效益 NT\$1,000,000元
500件		

一、 (2) Free your style創意徵照活動 - 投票參與獎

活動預期效益	成本	預期效益
預計會吸引2000人，其中引起800人會對我們品牌的羽絨衣感興趣並購買	NT\$10,000元	一件NT\$2000元 賣出800件
預期總銷售量		預期活動效益 NT\$1,600,000元
800件		

二、 穿搭教室

活動預期效益	成本	預期效益
預計有1000人會持續觀看並接觸穿搭教室。在此過程中，估計會有三成的人轉化為購買行為	NT\$7,200元	一件NT\$2000元 賣出300件
預期總銷售量		預期活動效益 NT\$600,000元
300件		

三、 抽獎活動 (粉專按讚、貼文分享、tag好友)

活動預期效益	成本	預期效益
秋季每月預計200人按讚分享，冬季每月預計400人按讚分享。總計2,400人接觸抽獎活動，三成人數轉換成購買行為	NT\$44,000元	一件NT\$2000元 賣出720件
預期總銷售量		預期活動效益 NT\$1,440,000元
720件		

單位：YouTube

活動預期效益	成本	預期效益
點擊率達到二十萬，增加品牌知名度，一成人數轉換成購買行為	NT\$750,000元	一件NT\$2000元 賣出20,000件
預期總銷售量		預期活動效益 NT\$40,000,000元
20,000件		

今天冬天，秀出你的 FREESTYLE

本企劃案之預期總效益	
NT\$44,640,000元	
銷貨收入	NT\$44,640,000元
固定成本 (羽絨衣售價的七成)	NT\$31,248,000元
行銷費用	NT\$994,200元
利潤	NT\$12,397,800元

➡ 因此我們對FOMICO雙面穿羽絨衣的行銷方式的結論為：

清楚本產品在市場上的定位和與競爭者的區別  
了解購買該羽絨衣的主要客群為年輕族群及該客群對產品外觀的需求  
以網路社群為媒介吸引年輕族群購買產品或因增加點閱率而提升品牌知名度



今天冬天，秀出你的 FREESTYLE

## 玖、參考文獻

本組自製線上 google 表單

<https://goo.gl/forms/IUuTa96GdanI5dcb2>

法米特官網

<https://www.fomico.com.tw/>

法米特 fb 粉專

<https://zh-tw.facebook.com/easylife.P/>

youtube 廣告效益報告新聞

<https://www.inside.com.tw/2016/04/21/google-youtube-ads>

youtuber 網路行銷行情

<https://transbiz.com.tw/口碑行銷行情-influencer-marketing-budget/>

劉沛 youtube 頻道

<https://www.youtube.com/user/TheLiuPei>

Kelly youtube 頻道

<https://www.youtube.com/user/TheKellyeva>

製作活動海報網站

<https://www.canva.com>

