

F 便利商店 108 年

夏季飲料抽抽樂

活動企劃案



姓名：張淵傑

考證序號：B1809019

目錄

一、前言.....	P.3
二、活動概念.....	P.3
1.活動宗旨.....	P.3
2.外部市場分析.....	P.3
(1)尼爾森整體市場概況.....	P.3
(2)尼爾森整體品類市場概況.....	P.4
(3)飲料市場狀況.....	P.5
(4)同業市場分析.....	P.5
(5)SWOT 分析.....	P.6
三、活動說明	
1.活動內容.....	P.6
2.活動目的.....	P.6
3.活動策略.....	P.6
4.活動方式.....	P.6
5.活動操作說明.....	P.7
6.消費者參加抽抽樂收銀機說明.....	P.7
7. 店舖工作人員操作說明.....	P.7
四、行銷策略執行.....	P.8
1. 7PS 行銷策略.....	P.8
2.媒體投資預算.....	P.8
五、行動計劃.....	P.9
1.活動準備甘特圖.....	P.9
2.分工架構圖.....	P.9
六、預算及活動效益評估.....	P.10
1.支出預算表.....	P.10
2.效益評估與收入預算.....	P.10
七、參考資料.....	P.10

一、前言

經濟部公布便利商店營業額統計，2017年營業額新台幣3173億元，不但為連續18年正成長紀錄，2018年全年營業額更可望創新高。便利商店暢銷商品，以飲料類占38.1%最多，其中咖啡更是人氣王，佔銷售占7.1%；其次為菸草類，占28.3%。第三為食品類，占25.4%。而商品淡旺季趨勢也相當明顯，主要因飲料類為其主要銷售商品，隨著夏天天氣酷熱，國人對飲品需求增加，旺季集中在每年7-8月暑假期間。

近年來零售連鎖通路競爭激烈，各連鎖通路正主動或被動地調整營運發展模式，期望在不斷變動的市場中得以生存、發展乃至基業常青。故無論便利商店、超市、量販等無一不使出渾身解數祭出各式各樣的銷售模式吸引來客，另根據尼爾森的調查資料顯示，台灣的超商、超市、量販等現代化連鎖通路在所有通路中，有增加的趨勢，反映傳統通路逐漸失去競爭力；而這些有著完整動線規劃、貨架陳列的現代化連鎖通路，隨著便利性與擴張速度大增，在民眾的消費選擇中，扮演著愈來愈重要的角色。也代表著身為便利商店通路一員的我們在幫助消費者進行通路選擇時，如何投下關鍵消費誘因促進消費者來店購買有多重要。

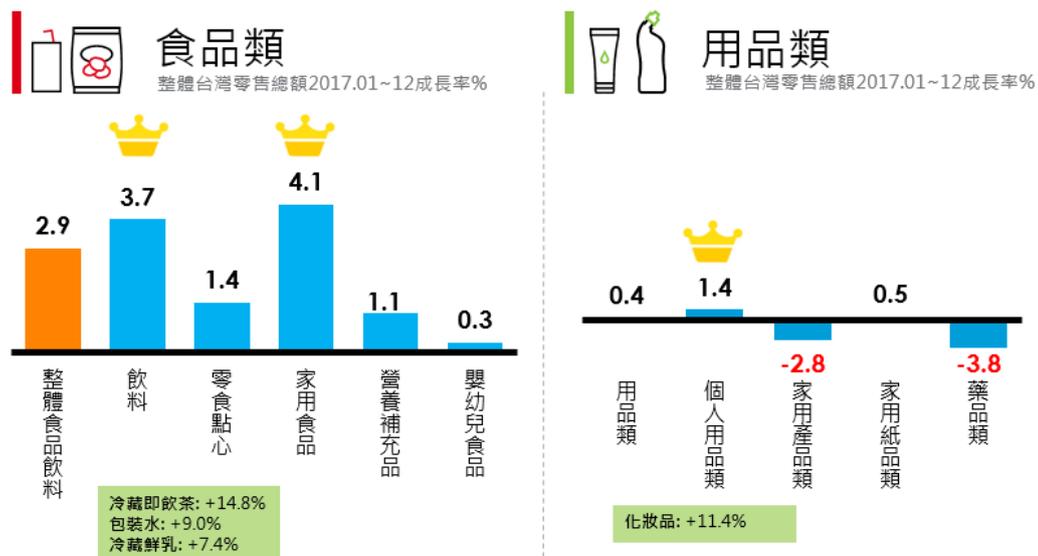
二、活動概念

1.活動宗旨：

本活動目的主要希望藉由規劃便利商店高銷售構成的飲料，結合當下年輕學生消費族群瘋狂的線上遊戲，希望增加消費者購買動機，吸引來店購買，提升市場銷售與市場佔有率。

2.外部市場分析：

(1)尼爾森整體市場調查概況

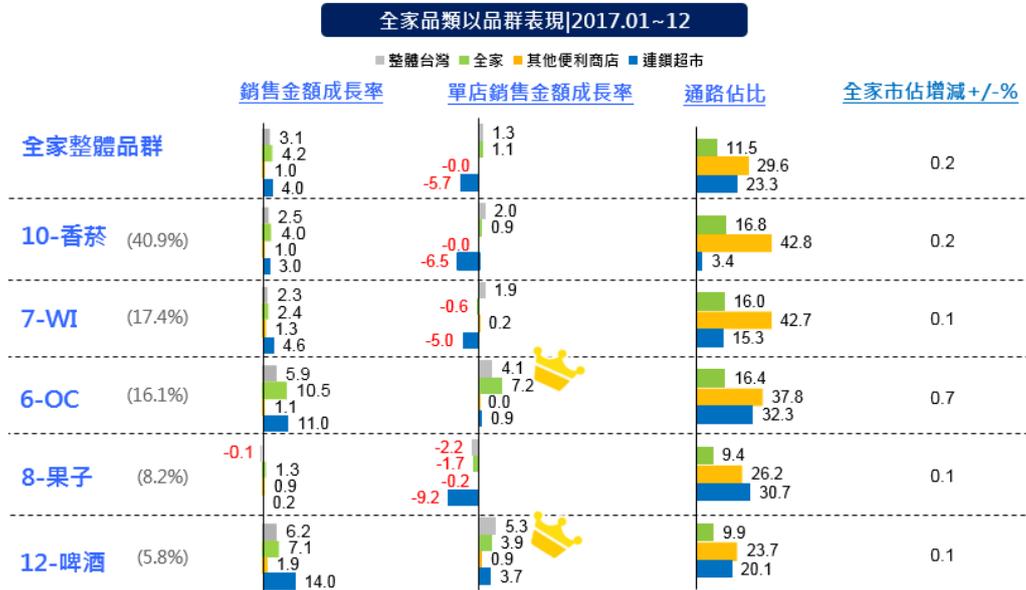


依據2017年尼爾森整體市場資料顯示，台灣民生消費市場主要成長由食品類所帶動，而其中以飲料、家用食品於整年度表現突出，分別有3.7%、4.1%之

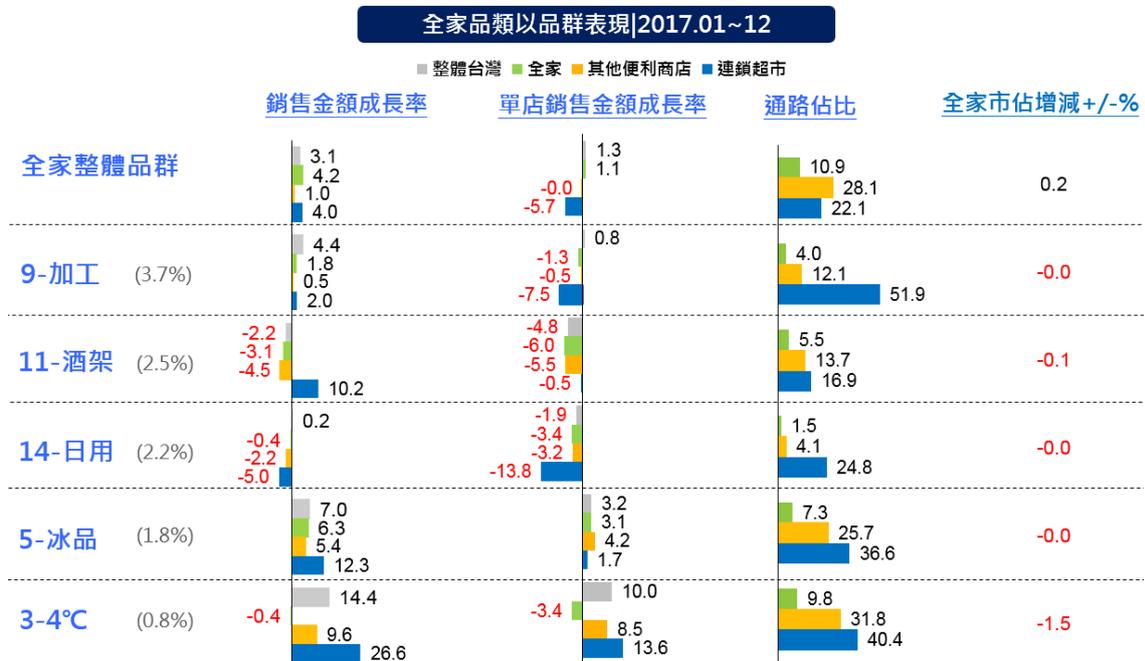
成長。

(2)尼爾森整體品類市場調查狀況

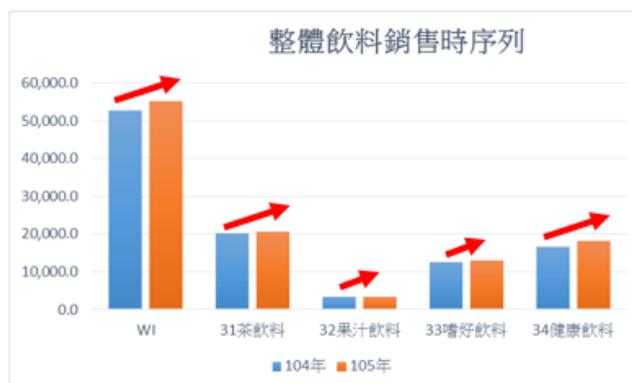
以銷售金額成長率來看，2017 全家整體品群表現優於整體市場，其中以 OC、香菸品類表現突出。



(註:OC:便利商店開放冷藏櫃簡稱；WI:便利商店冰箱櫃簡稱)



(3)飲料市場狀
連續兩年 WI
成長，整體市



況
飲料市場向上
場由 527 億成

長至 551 億；成長幅度為 104.53%。成長幅度最高的為 34 健康飲料，前年比為 109.14%。

(4) 同業市場分析

觀察其他便利商店通路飲料抽抽樂活動皆為價格促銷，無其他促進消費者購買的促銷方式。

例如：7 便利商店活動：



例如：H 便利商店活動：



(5) SWOT 彙總分析：

Strengths 優勢	Weaknesses 劣勢
1. 24 小時營業、3300 家店舖據點 2. 飲料市場強勢通路 3. 2 年飲料抽抽樂操作經驗	1. 消費者活動認真了無新意 2. 店舖人員操作熟悉度問題 3. 活動拖延結帳速度
Opportunities 機會	Threats 威脅
1. 飲料市場持續成長 2. 天氣最高溫逐年攀升 3. 暑假學生消費旺季	1. 競爭同業活動操作因應 2. 超市量販通路低價策略抗衡 3. 消費者健康意識抬頭

三、活動說明

1.活動內容：

- (1)活動時間:108 年 7 月 1 日~108 年 7 月 31 日
- (2)活動地點:全省 F 便利商店
- (3)主辦單位:F 便利商店股份有限公司
- (4)協辦單位：G 線上遊戲公司

2.活動目的：

進入夏季飲料旺季，整合飲料聯促以收銀機面板抽抽樂活動衝刺旺季業績；今年度加碼與時下學生族群最流行的手遊吃雞遊戲-「FREE FIRE」合作，贈送獨家造型虛寶，吸引年輕族群入店消費，提升來客數。

3.活動策略：

- (1)主要目標客群: 18~35 歲 (略偏年輕男性學生與年輕上班族)
- (2)次要客群: 12~18 歲的學生男女
- (3)透過飲料抽抽樂活動結合當下最流行的線上遊戲合作，吸引消費者購買。
- (4)活動配合臉書、店舖大海報、報章雜誌書面媒體、廣播等增加廣度與消費者參與度。
- (5)結合手機 APP 定時 LINE 推播提醒，增加消費者認知與廣告推廣效果。

4.活動方式：

- (1)買任兩件 20 元(含)以上飲料即可參加抽抽樂，抽到最低兩件只要 1 元!!
還有第二件 1 折，5 折、8 折優惠
- (2)買任兩件 20 元(含)以上飲料加碼贈送 FREE FIRE 我要活下去遊戲虛寶!!
- (3)抽到兩件 1 元消費者，再加碼贈送 FREE FIRE 獨家遊戲虛寶大獎

5.活動操作說明：

- (1)消費者購買二件可抽獎 1 次，購買四件可抽獎 2 次，購買六件可抽獎 3 次，購買八件則第 4 次抽獎則由電腦直接代抽，單筆交易最多可讓消費者抽三次。
- (2)抽獎機率皆為電腦設定無法變動，在完成抽獎後、結帳前，如消費者欲更換飲料，折數將全數清除，須重新抽獎。

6.消費者參加抽樂收銀機說明：

本次抽獎可抽次數 已抽獎次數 剩餘時間，每次時間為10秒，超過時間可以請店員重新啟動

交易抽獎累積結果

抽獎種類	數量
二件 - 1元	
第二件 - 1折	
第二件 - 5折	
第二件 - 8折	

本機今日最大獎統計

抽獎種類	數量
二件 - 1元	
第二件 - 1折	

注意事項:

1. 抽獎機率為單店單機計算，日結更新。
2. 無論結帳與否，如更動結帳商品造成活動品項增加或減少，則需重新抽獎。
3. 檔期結束時，部分退貨再重新結帳則以各品項現行機制計算結帳金額。

本機今日最大獎統計
該台收銀機，本店/當日累計最大獎明細(每日更新)。

*畫面僅為示意圖面以實際為準

遊戲說明:

1. 店員按客層鍵後啟動遊戲畫面，遊戲為四格畫面，3格抽獎+1格電腦代抽，須於10秒內完成抽獎。
2. 可連續觸點，結帳2件商品抽1次、4件商品抽2次、6件商品抽3次，單筆交易消費者最多可自行抽3次，第4次以後直接電腦代抽，也可選擇全部電腦代抽。
3. 倒數結束後，店員端TM畫面出現是否由電腦代抽訊息框，按下【確認】由電腦代抽，按下【取消】則重新倒數10秒。
4. 活動折扣以電腦擇最優化方式計算。

7.店舖工作人員操作說明：

刷入商品活動商品條碼後
按下「客層鍵」

交易商品有活動品項會
啟動遊戲機制

遊戲開始，面板螢幕同步顯示抽獎畫面 (提醒消費者倒數10秒)

收銀人員

消費者端

四、行銷策略執行

1.7PS 行銷策略：

7Ps 行銷戰術						
產品	價格	通路	行銷溝通	人員	流程	五感展示
1.抽抽樂 2.飲料 3.遊戲虛寶	1.兩件 1 元 2.第二件 1 折、 5 折、 8 折。	全省 3300 家店鋪據 點	1.店外 POP 2.官方粉絲團 3.網路廣告 4.遊戲論壇 5.LINE 推播	1.店鋪人員 2.行銷人員 3.遊戲廠商	收銀機 結帳抽獎	1.收銀機銀幕 點選互動 2.遊戲音樂 3.賭博刺激感 4.店鋪人員面銷

2..媒體投資預算：

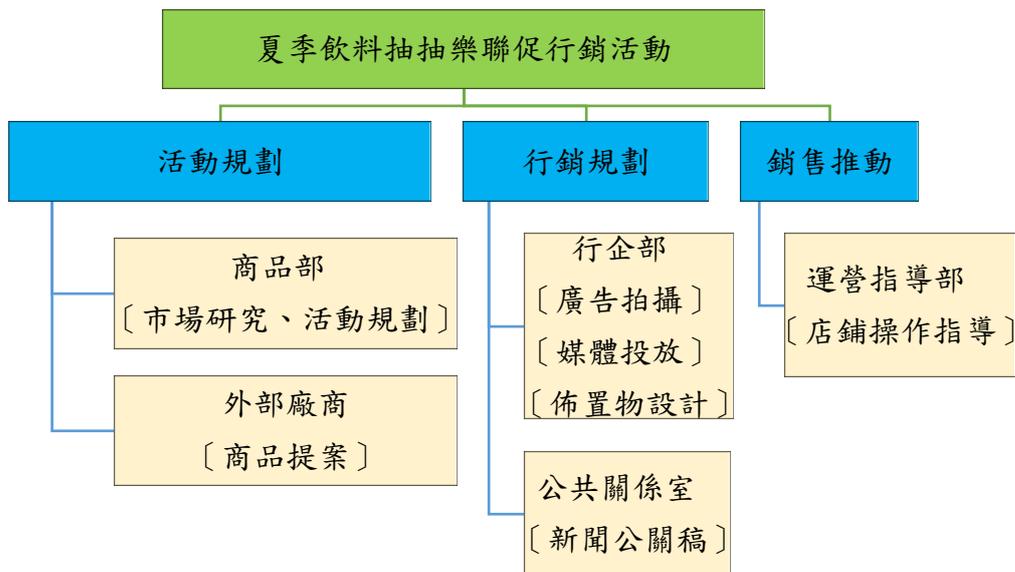
行銷活動-飲料抽抽樂活動	
說明	
TVC	20 秒
網路 數位	◎Facebook 全螢幕互動廣告 ◎Facebook 貼文廣告 ◎開箱文廣告 ◎活動整合頁 ◎全家粉絲團 ◎LINE 推播
廣播	30 秒*1
店鋪	◎POP:店外大海報、WI 上方看板、OC 側 插、WI 靜電貼 ◎Fami Channel / TM
媒體總價值 1050 萬元	

五、行動計劃

1. 活動準備甘特圖：

工作項目	108/03	108/04	108/05	108/06	108/07
活動操作規劃					
外部市場研究					
活動規劃					
遊戲廠商合作洽談					
合作機制確認					
廠商正式提案					
行銷操作規劃					
活動行銷訴求					
價促機制確認					
招標廣告代理商					
媒體宣傳規劃					
電視廣告拍攝					
廣告媒體播放					
店舖活動執行					
活動通報溝通					
布置物張貼確認					
虛寶自動到店					
正式上檔					

2. 分工架構圖：



六、預算及活動效益評估

1.支出預算表：

	費用項目	金額	說明
1	電視廣告拍攝	200 萬元	XX 媒體公司
2	店頭海報設計	10 萬元	CC 設計公司
3	電視媒體投放費用	700 萬元	無線電視台 5 頻道 有線電視台 20 頻道
4	網路媒體投放費用	100 萬元	入口網站 遊戲論壇 臉書廣告
5	廣播媒體播放費用	30 萬元	好事聯播網
6	佈置物印刷費用	10 萬元	店外海報 店內佈置物
	合計	1,050 萬元	

2.效益評估與收入預算：

- (1)整體飲料希售金額成長率 120%
- (2)活動組合促銷碰撞率 75%
- (3)對比去年 107 年飲料 7 月平均月銷售增加 100,000,000 元

七、參考資料

- 1..尼爾森 2017 年便利商店整體品類總覽報告
- 2.內部銷售資料