

企劃情報/概念分析表

用途：將企劃目的，透過內外情報分析，轉化企劃案的概念構想

標題/副標題	
創新企劃公司PMP國際認證培訓新事業開發企劃案	
企劃目的	
創新企劃公司係以培育創新型人才為使命，提供成人專業訓練與網路服務，有鑑於專案管理能力已成為21世紀專業人士與主管必備職能，希望運用公司優勢資源與能力，開創PMP認證課程做為新事業。本案之策略意圖為提出結合PMP認證課程與網路服務的創新商業模式，改寫現行台灣PMP教育市場的遊戲規則，未來能將商業模式推廣至中國及全球市場。	
外部大環境/時代趨勢情報分析	
政策/法律趨勢情報： 後 ECFA 大陸市場是經理人新出路 勞委會推出 PMP 課程補助方案 大學普設學歷貶值,專業能力證照化興起	經濟/消費趨勢情報： 景氣低迷，失業率持續飆高 薪資停滯，個人進修預算縮減 經濟全球化，人才國際證照受重視
社會/人口趨勢情報： M 型社會，平價消費市場需求大 組織扁平化，專案型矩陣組織成為主流， 專案工作大量增加。	科技/技術趨勢情報： 企業朝向 e 化管理與專案管理流程制度化發展，PMIS 是未來發展主流 數位化學習是進修教育新趨勢
產業情報分析	競爭情報分析
產業結構以 PMP 證照補習班為主流，強調輔考技巧與高輔考率，但市場已出現反對「紙上 PMP」呼聲。PMP 證照通行 141 國，全球有 22 萬人取得 PMP，台灣有 8000 人取得證照，PMP 逐漸成為經理人必備國際證照。台灣 PMP 證照教育市場未來將朝成熟期發展，不具競爭力的品牌將被淘汰。	主要領先對手有x宏、x久，課程價格 3 萬-3.3 萬元，以高輔考率為訴求。 中價位對手以xx會、x大為代表，課程價格 2 萬-2.5 萬元，課程品質中等，輔考率不突出。 低價競爭對手以學校及公協會的勞委會產學訓(以PMP課程申請政府補助學員上課)為主，以超低價或免費為訴求，課程品質差，考證率低。
消費者情報分析	
目標客群基本資料： 25-40 歲，參與專案工作之部門專業人員、基層主管、中階主管，年收入在 NT.50 萬元以上。	
目標客群想完成的工作及面臨問題 解決專案工作難題(缺乏專案管理的系統知識與實務 KNOW-HOW)、順利達成謀職/轉業/升遷(缺乏專案管理能力的專業證明)	
目標客群追求的主要利益 專業實力、專業證明、快速有效	
目標客群想要的功能用途 獲得專案管理知識、學習專案管理實務、考取 PMP 國際證照	
內部情報/資源盤點	
公司的目的/使命 提供專業成人教育與網路服務，培養具備獨立思考能力的專業人才	
核心能力/核心資源 具有 PMI-REP 資格、5000 位舊生、網路招生通路每周 8000 人次點擊、實務經驗豐富的專案管理顧問、成人教育課程設計能力、網路社群經營能力	
企劃構想/企劃概念	
企劃構想	
1. 以先進成人教育理念設計創新 PMP 認證課程	
2. 反對「紙上 PMP」，改變 PMP 填鴨補習班的產業遊戲規則	
3. 推出平價高品質 PMP 認證課程	
4. 強調理論、實務、證照兼得	
5. PMP 教學與網路知識社群結合	
企劃概念	
不只考上 PMP，更要成為優秀的專案經理，創新 PMP 課程保證理論、實務、證照兼得。	

用途：將企劃構想/概念，轉化企劃案願景描述，透過 SWOT 現況分析，導引策略議題與企劃方針，指導進行目標設定、障礙分析、策略形成

SWOT 分析			
機會	1.矩陣組織、經濟全球化、專業能力證照化使 PMP 證照教育持續成長 2.M 型化社會使 PMP 教育市場朝平價化發展 3.PMIS與線上學習是課程新趨勢	威脅	1.領先對手以高輔考率為訴求瓜分大部分市場，市場進入成熟期 2.上班族收入縮水進修預算減少 3.政府補助公協會大學開辦免費或低價 PMP 課程
優勢	1.5000 舊生可轉化為 PMP 的潛在銷售名單 2.每周 8000 人次點閱率網路招生通路可轉化為 PMP 的行銷溝通通路 3.經驗豐富的專案管理顧問可協助課程設計、系統開發、專業教學	劣勢	1. 創新 PMP 知名度從零開始建立 2. PMP 教學與輔考的經驗相對欠缺
策略議題制定 (思考方向: SxO、SxT、隱藏或轉化劣勢、強化優勢)			
<p>SxO：如何運用舊生名單、網路招生通路、專案顧問等優勢去掌握 PMP 教育平價市場機會？</p> <p>SxT：如何運用舊生名單、網路招生通路、專案顧問等優勢去克服市場領先者、低價競爭者、客戶購買力下降的外部威脅？</p> <p>補強劣勢：如何針對品牌知名度不足、教學與輔考經驗欠缺的劣勢採取補強措施？</p> <p>強化優勢：如何運用專案管理顧問的豐富的系統開發經驗與專案管理專業知識，開發競爭對手難以模仿的商業模式，以強化競爭優勢？</p>			
企劃基本原則方針 (綜合思考策略議題，決定處理的指導原則)			
<p>目標市場：台灣與大陸的 PMP 認證教育市場。策略定位：平價高品質/實務與證照並重。價值提案：PMBOK 系統教學+PMIS 個案實作+PMP 線上輔考。優勢資源：舊生名單、網路通路、專案顧問。防模仿機制：教材著作權、PMIS 專利申請。</p>			

最終的成果目標	
<p>願景： 時間：2009-2018、空間：台灣與中國大陸、 市場：PMP 認證教育市場 觀點：1. 平價高品質。2. 理論、實務、證照兼得 (PMBOK 系統教學+PMIS 個案實作+PMP 線上輔考)。3. 專案管理網路知識社群經營</p>	<p>方向目標： 五年合計培訓 2000 名學員，成功輔導 1500 位學員考取 PMP 證照，達成 4500 萬的年營業額與五年累計稅後盈餘 2000 萬元。</p>
階段性目標	
<p>第一年培訓 160 名學員，成功輔導 100 位學員考取 PMP 證照，達成 350 萬營收目標與 20 萬稅後盈餘。</p>	
關鍵障礙/問題點	
<ol style="list-style-type: none"> 1. 創新 PMP 課程品牌缺乏知名度，如何打開品牌知名度？ 2. 市場領先者以高輔考率為訴求，創新短期無法累積足夠成功輔考案例，如何因應？ 3. 創新PMP強調實務與證照兼得，PMIS與PMP線上輔考系統如何真正做到兩者兼顧？ 	
STP 行銷策略要素	
<p>T.目標客群 25-40 歲，參與專案工作之部門專業人員、基層主管、中階主管，年收入在 NT.50 萬元以上</p> <p>P.定位聲明 創新學院提供平價高品質、實務與考證並重的 PMP 認證課程，使學員快速有效培養專業實力並取得 PMP 證照，成為優秀的專案經理。</p>	

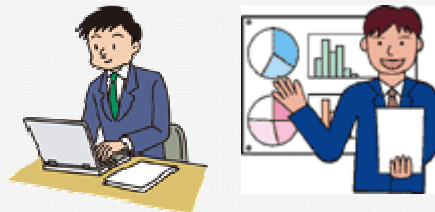
商品定位：平價高品質、實務與考證並重的 PMP 認證課程，快速有效培養專業實力並取得 PMP 證照

商品概念要素 1 目標客群描述

內容要點

25-40歲，參與專案工作之部門專業人員、基層主管、中階主管，年收入在NT.50萬元以上

圖像呈現



商品概念要素 2 客戶購買/使用產品的時機或情境

內容要點

想解決專案工作難題
想順利謀職/轉業/升遷

圖像呈現

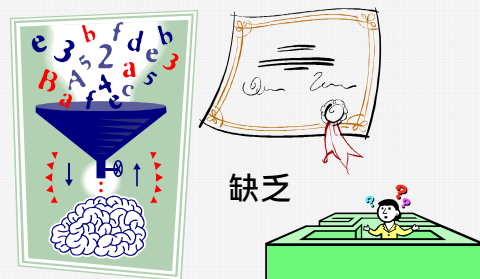


商品概念要素 3 客戶希望解決的問題/達成的願望

內容要點

解決缺乏專案管理系統知識與實務 KNOW-HOW 的問題
解決缺乏專案管理能力的專業證明的問題

圖像呈現



商品概念要素 4 為客戶創造的利益/價值

內容要點

價值觀：(追求) 職涯安全感、事業成就
主要利益：專業實力、專業證明、快速有效

圖像呈現

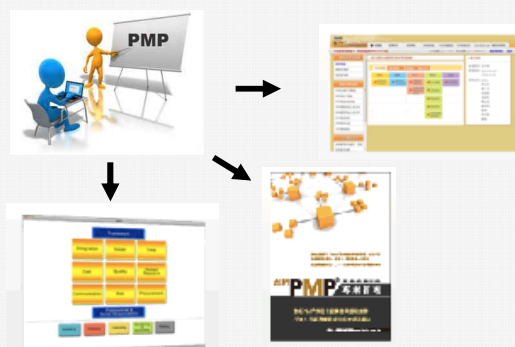


商品概念要素 5 產品或服務的功能/特色

內容要點

功能目標：獲得專案管理知識、學習專案管理實務、考取 PMP 國際證照
核心利益：快速有效培養專業實力並考取 PMP 證照
有形產品：42 小時的 PMBOK 五大流程九大知識領域專業教學、PMIS 分組專案實作演練、PMP 線上模考系統練習、PMBOK 學習手冊與上課講義
延伸產品：PMP 報考程序諮詢服務、線上學習顧問諮詢服務、免費課程重聽

圖像呈現



各戰術設計(7Ps)

產品 Product	核心利益 ：快速有效培養專業實力並考取 PMP 證照。 有形產品 ：42 小時的 PMBOK 五大流程九大知識領域專業教學、PMIS 分組專案實作演練、PMP 線上模考系統練習、PMBOK 學習手冊與上課講義	宣傳促銷 Promotion	網路行銷：FACEBOOK、部落格、關鍵字廣告、關鍵字搜尋、網路廣告；活動行銷、直效行銷、雜誌廣告、限時優惠促銷、媒體公關	人員訓練 People	銷售人員訓練、講師培訓、線上學顧培訓、課務人員訓練	
	價格 Price		標準訂價：課程24500元、PMBOK學習手冊1350元、PMIS使用權2000元/一年，差別定價：創新舊生85折，說明會課程優惠22000元		通路 Place	Bplan 官網線上直購、課程說明會現場銷售
						服務流程 Process

行銷活動設計

顧客心理程序 (AIDAS)	行動方案	成果目標 (達成/創造/改變)	負責人	所需物件	經費	備註
引起注意/建立認知 (Attention/Awareness)	網站行銷(創新官網、WBSA 官網)、直效行銷(會員Edm)、Google關鍵字廣告、雜誌廣告(經理人月刊)、媒體公關(104教育網、亞太教育網)	創造15萬人次接觸點	000	宣傳網頁廣告稿	NT. 44萬	
增加興趣 (Interest)	部落格行銷、Facebook社群行銷、PMIS知識社群/口碑行銷(學員心得分享)	創造500人次來電詢問/報名說明會	000	PMIS系統	NT. 3萬	
刺激慾望 (Desire)	活動行銷(每月在台北/新竹/台中舉辦說明會，並提供贈品)	達成300人出席說明會	000	說明會文宣贈品	NT. 3萬	
促使行動 (Action)	優惠促銷(說明會現場優惠、兩人同行優惠、企業派訓優惠、限時優惠)	達成160人成交客戶	000	優惠報名表	NT. 0萬	
提高滿意 (Satisfaction)	PMP手冊/教材編印、課後問卷調查、課後考證輔導(免費線上學習顧問考證輔導、提供通過考證獎勵)	達成 90%客戶滿意 100人通過考證	000	PMP手冊/教材編印問卷 線上輔考系統	NT. 10萬	

目的/目標 (Why)

效 益

源起/目的

創新企劃公司係以培育创新型人才為使命，提供成人專業訓練與網路服務，有鑑於專案管理能力已成為21世紀專業人士與主管必備職能，希望運用公司優勢資源與能力，開創PMP認證課程做為新事業。本案之策略意圖為提出結合PMP認證課程與網路服務的創新商業模式，改寫現行台灣PMP教育市場的遊戲規則，未來能將商業模式推廣至中國及全球市場。

企劃目標

1. **方向目標**：五年合計培訓 2000 名學員，成功輔導 1500 位學員考取 PMP 證照，達成 4500 萬的年營業額與五年累計稅後盈餘 2000 萬元。
2. **階段目標**：第一年培訓 160 名學員，成功輔導 100 位學員考取 PMP 證照，達成 350 萬營收目標與 20 萬稅後盈餘。

1. 提升公司事業組合之綜效
2. 提升創新企劃學院的品牌知名度
3. 五年提高公司30%營收與毛利
4. 五年達到市占率25%

2. 內容要點 (What/Whom)

企劃構想：

本案之企劃概念為「不只考上PMP，更要成為優秀的專案經理，創新PMP課程保證理論、實務、證照兼得。」，本案之商業模式之構想要點說明如下：

6. 以先進成人教育理念設計創新 PMP 認證課程
7. 反對「紙上 PMP」，改變 PMP 填鴨補習班的產業遊戲規則
8. 推出平價高品質 PMP 認證課程
9. 強調理論、實務、證照兼得
10. PMP教學與網路知識社群結合

企劃方針：

目標市場：台灣與大陸的PMP認證教育市場。
 策略定位：平價高品質/實務與證照並重。
 價值提案：PMBOK系統教學+PMIS個案實作+PMP線上輔考。
 優勢資源：舊生名單、網路通路、專案顧問。
 防模仿機制：教材著作權、PMIS專利申請。

行銷策略：

目標客群：25-40 歲，參與專案工作專業人員與主管
 商品定位：創新學院提供平價高品質、實務與考證並重的PMP認證課程，使學員快速有效培養專業實力並取得PMP證照，成為優秀的專案經理。

5. 實施期間 (When)

2009.01-2013.12

6. 執行團隊 (Who)

專案顧問組：○老師與○老師
 行銷/銷售組：○○等二人
 課務執行組：○○

7. 所需經費(How Much)

五年行銷費用300萬(60萬/年)
 五年系統租賃費15萬(3萬/年)
 五年PMI授權費30萬(6萬/年)
 五年顧問費180萬(36萬/年)

3. 地理範圍 (Where)

開課地區：台北、台中；說明會活動：台北、新竹、台中；網路/媒體宣傳：台灣全區

4. 實施方式 (How)

關鍵性瓶頸/障礙：

4. 創新 PMP 課程品牌缺乏知名度，如何打開品牌知名度？
5. 市場領先者以高輔考率為訴求，創新短期無法累積足夠成功輔考案例，如何因應？
6. 創新PMP強調實務與證照兼得，PMIS與PMP線上輔考系統如何真正做到兩者兼顧？

對策戰術設計：

1. **產品戰術**：(核心利益)快速有效培養專業實力並考取 PMP 證照。(有形產品)42 小時的 PMBOK 專業教學、PMIS 分組專案實作演練、PMP 線上模考系統練習、PMBOK 學習手冊與上課講義。(延伸產品)PMP 報考程序諮詢服務、線上學顧諮詢服務、免費課程重聽。
2. **價格戰術**：課程 24500 元、PMBOK 手冊 1350 元、PMIS 使用權 2000 元/一年，差別定價：創新舊生 85 折，說明會優惠 22000 元
3. **通路戰術**：Bplan 官網線上直購、課程說明會現場銷售。
4. **行銷溝通戰術**：網路行銷：FACEBOOK、部落格、關鍵字廣告、關鍵字搜尋、網路廣告；活動行銷、直效行銷、雜誌廣告、限時優惠促銷、媒體公關。
5. **服務戰術**：(人員訓練)銷售人員訓練、講師培訓、線上學習顧問培訓、課務人員訓練；(流程設計) 說明會執行 SOP 設計、開課流程 SOP 設計、授課流程 SOP 設計；(五感展示) 交通便利優質教室、PMBOK 手冊與講義編印、教學輔助工具安排。

目的/目標 (Why)

行銷效益

背景/源起：

創新企劃公司開發 PMP 認證課程並結合網路服務的創新商業模式，為公司開拓新事業，改寫現行台灣 PMP 教育市場的遊戲規則，成為公司穩定獲利之核心業務，未來並能將創新 PMP 課程的商業模式複製到中國大陸。

行銷目標：

本新事業年度行銷企劃案希望達成之行銷目標為：第一年培訓160名學員，成功輔導100位學員考取PMP證照，達成350萬營收目標與20萬稅後盈餘。

1. 創造15萬人次接觸點
2. 創造500人次電詢/報名說明會
3. 達成300人出席說明會
4. 達成160人成交客戶
5. 達成90%客戶滿意

2. 內容要點 (What/Whom)

行銷策略：

目標客群：25-40 歲，參與專案工作專業人員與主管

商品定位：創新學院提供平價高品質、實務與考證並重的 PMP 認證課程，使學員快速有效培養專業實力並取得 PMP 證照，成為優秀的專案經理。

行銷戰術：

產品戰術：(核心利益)快速有效培養專業實力並考取 PMP 證照。(有形產品)42 小時的 PMBOK 專業教學、PMIS 分組專案實作演練、PMP 線上模考系統練習、PMBOK 學習手冊與上課講義。(延伸產品)PMP 報考程序諮詢服務、線上學顧諮詢服務、免費課程重聽。

價格戰術：課程 24500 元、PMBOK 手冊 1350 元、PMIS 使用權 2000 元/一年，差別定價：創新舊生 85 折，說明會優惠 22000 元

通路戰術：Bplan 官網線上直購、課程說明會現場銷售。

行銷溝通戰術：網路行銷：FACEBOOK、部落格、關鍵字廣告、關鍵字搜尋、網路廣告；活動行銷、直效行銷、雜誌廣告、限時優惠促銷、媒體公關。

服務戰術：(人員訓練)銷售人員訓練、講師培訓、線上學顧培訓、課務人員訓練；(流程設計) 說明會執行 SOP 設計、開課流程 SOP 設計、授課流程 SOP 設計；(五感展示) 交通便利優質教室、PMBOK 手冊與講義編印、教學輔助工具安排

5. 實施期間 (When)

2009.05.15-2010.05.30

6. 執行團隊 (Who)

顧問 TEAM：○○、○○
行銷 TEAM：○○、○○、○○
業務 TEAM：○○、○○

7. 所需經費(How Much)

關鍵字廣告 NT.24 萬
雜誌廣告 NT.20 萬
PMIS 系統平台租賃 NT.3 萬
課程說明會 NT.3 萬
PMP 手冊教材編印費 NT.10 萬
年度行銷預算合計 NT.60 萬

3. 地理範圍 (Where)

開課地區：台北、台中；說明會活動：台北、新竹、台中；網路/媒體宣傳：台灣全區

4. 實施方式 (How)

專案名稱	專案期程	專案負責人	專案預算
創新官網 PMP 網頁設計	2009.05-2009.06	○○	0 元
Google 關鍵字廣告刊登	2009.06-2010.05	○○	NT.24 萬
經理人雜誌廣告刊登	2009.07-2009.10	○○	NT.20 萬
開發 PMIS 系統	2009.05-2009.08	○○	NT.3 萬
課程說明會規劃與執行	2009.06-2010.05	○○	NT.3 萬
PMP 模考系統開發與線上學顧考證輔導	2009.05-2009.09	○○	0 元
PMP 手冊/教材編印	2009.05-2009.10	○○	NT.10 萬
講師試教	2009.05-2009.06	○○	0 元