

TBSA 商務企劃初級檢定學習手冊勘誤表 (四版一刷)

頁碼	行數	原內容	更正說明
P.51	1	劃各項產品戰術、定價戰術、通路戰術、定價戰術、通路戰術、促銷戰術及其行動計畫的指導依據。	將以下刪節號內容刪除： 劃各項產品戰術、定價戰術、通路戰術、定價戰術、通路戰術、促銷戰術及其行動計畫的指導依據。
P.53	29 (最後一行)	打破同一產業中不同策略群組或不同市場區隔的界線 (Look Across Strategic Groups)： 探討策略群組，「策略群組」指在產業中採用相同策略的公司。……	在最後一行結束後，新增以下內容： 打破產業對採購者、使用者、購買決策影響者的傳統觀點 (Look Across the Chain of Buyers)：破解顧客鏈。
P.56	27	• 局部戰：將進攻的目標市場設定在「有限地區擊有限範圍」，戰範圍小較容易集中經營資源。……	在第 27 行結束後，新增以下內容： • 一點擊中：選定一個目標，擊中資源，全力攻擊。
P.64	6	…有目標客群的選擇。……	在第 6 行結束後，新增以下內容： 5. 客戶需求的改變： 由於經濟發展條件的改變，將導致顧客需求發生根本性的改變，例如經濟不景氣或所得大幅成長，都會對原有目標客群之需求造成改變。
P.84-85	最後一行開始	P.84 以便能獲得公司價值。在這部分，行銷企劃涉及行銷策略的決定，用 P85. 以便能獲得公司價值。在這部分，行銷企劃涉及行銷策略的決定，用	將以下刪節號內容刪除： P.84 以便能獲得公司價值。在這部分，行銷企劃涉及行銷策略的決定，用 P85. 以便能獲得公司價值。在這部分，行銷企劃涉及行銷策略的決定，用
P.100	18	◎主管業務拜訪：公司主管可以親自拜訪重要的客戶，目的在於讓客戶瞭解公司的重視程度，深入瞭解客戶真正需求，也可以幫助 100 PART02 行銷企劃理論與實務 101 贏在企劃專業的起跑點 TBSA 商務企劃能力初級檢定學習手冊 (2015 年) 第 5 章 行銷目標、策略與戰術完成銷售工作。	將以下刪節號內容刪除： ◎主管業務拜訪：公司主管可以親自拜訪重要的客戶，目的在於讓客戶瞭解公司的重視程度，深入瞭解客戶真正需求，也可以幫助 100 PART02 行銷企劃理論與實務 101 贏在企劃專業的起跑點 TBSA 商務企劃能力初級檢定學習手冊 (2015 年) 第 5 章 行銷目標、策略與戰術完成銷售工作。
P.100	26	訂金的作法，可增加客戶對完成購買的承諾，將有助於最後成	在最後一行結束後，新增以下內容：交率的提高。
P.101	3	即購買。交率的提高。	刪除「交率的提高。」。

P.113	表 6-5/SWOT 策略分析 表	<table border="1"> <thead> <tr> <th>內部因素</th> <th>內部強勢(S) 1. 2. ...</th> <th>內部弱勢(W) 1. 2. ...</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>外部機會(O) 1. 2. ...</td> <td>SO:Maxi-Maxi策略 企業內外環境都有機會運用優勢，達成利潤目標，此為最佳的攻擊策略。</td> <td>WO:Mini-Maxi策略 企業應用利用外部機會，來克服/補強本身的弱點。</td> </tr> <tr> <td>外部威脅(T) 1. 2. ...</td> <td>ST:Maxi-Mini策略 企業面對外部威脅時，利用本身強項來克服/預防威脅。</td> <td>WT:Mini-Mini策略 企業必須改善弱點以度過困境，可以縮減規模或採行退出策略。</td> </tr> </tbody> </table>	內部因素	內部強勢(S) 1. 2. ...	內部弱勢(W) 1. 2. ...	外部機會(O) 1. 2. ...	SO:Maxi-Maxi策略 企業內外環境都有機會運用優勢，達成利潤目標，此為最佳的攻擊策略。	WO:Mini-Maxi策略 企業應用利用外部機會，來克服/補強本身的弱點。	外部威脅(T) 1. 2. ...	ST:Maxi-Mini策略 企業面對外部威脅時，利用本身強項來克服/預防威脅。	WT:Mini-Mini策略 企業必須改善弱點以度過困境，可以縮減規模或採行退出策略。	<table border="1"> <thead> <tr> <th>內部因素</th> <th>內部強勢(S) 1. 2. ...</th> <th>內部弱勢(W) 1. 2. ...</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>外部機會(O) 1. 2. ...</td> <td>SO:Maxi-Maxi策略 企業內外環境都有機會運用優勢，達成利潤目標，此為最佳的攻擊策略。</td> <td>WO:Mini-Maxi策略 企業應用利用外部機會，來克服/補強本身的弱點。</td> </tr> <tr> <td>外部威脅(T) 1. 2. ...</td> <td>ST:Maxi-Mini策略 企業面對外部威脅時，利用本身強項來克服/預防威脅。</td> <td>WT:Mini-Mini策略 企業必須改善弱點以度過困境，可以縮減規模或採行退出策略。</td> </tr> </tbody> </table>	內部因素	內部強勢(S) 1. 2. ...	內部弱勢(W) 1. 2. ...	外部機會(O) 1. 2. ...	SO:Maxi-Maxi策略 企業內外環境都有機會運用優勢，達成利潤目標，此為最佳的攻擊策略。	WO:Mini-Maxi策略 企業應用利用外部機會，來克服/補強本身的弱點。	外部威脅(T) 1. 2. ...	ST:Maxi-Mini策略 企業面對外部威脅時，利用本身強項來克服/預防威脅。	WT:Mini-Mini策略 企業必須改善弱點以度過困境，可以縮減規模或採行退出策略。
內部因素	內部強勢(S) 1. 2. ...	內部弱勢(W) 1. 2. ...																			
外部機會(O) 1. 2. ...	SO:Maxi-Maxi策略 企業內外環境都有機會運用優勢，達成利潤目標，此為最佳的攻擊策略。	WO:Mini-Maxi策略 企業應用利用外部機會，來克服/補強本身的弱點。																			
外部威脅(T) 1. 2. ...	ST:Maxi-Mini策略 企業面對外部威脅時，利用本身強項來克服/預防威脅。	WT:Mini-Mini策略 企業必須改善弱點以度過困境，可以縮減規模或採行退出策略。																			
內部因素	內部強勢(S) 1. 2. ...	內部弱勢(W) 1. 2. ...																			
外部機會(O) 1. 2. ...	SO:Maxi-Maxi策略 企業內外環境都有機會運用優勢，達成利潤目標，此為最佳的攻擊策略。	WO:Mini-Maxi策略 企業應用利用外部機會，來克服/補強本身的弱點。																			
外部威脅(T) 1. 2. ...	ST:Maxi-Mini策略 企業面對外部威脅時，利用本身強項來克服/預防威脅。	WT:Mini-Mini策略 企業必須改善弱點以度過困境，可以縮減規模或採行退出策略。																			
P115	圖 6-4 下方文字段落第一行	策略後，就可擬訂出行銷計畫，可包括後，就可擬訂出行銷計畫，可包括 4P 計畫及行銷溝通執行方案。	將以下刪節號內容刪除： 策略後，就可擬訂出行銷計畫，可包括後，就可擬訂出行銷計畫，可包括 4P 計畫及行銷溝通執行方案。																		
P118	圖 6-7 企劃力的養成	<p>■圖6-7/企劃力的養成</p>	<p>將以下刪節號內容更正：</p> <p>■圖6-7/企劃力的養成</p>																		
P126	圖 7-2/歸納法(最下方)		接續圖 7-2/歸納法後，新增以下內容： 歸納法常用於說服別人同意你的論點或者比較創意型的提案需求，所提的關鍵主題必須要另人眼睛為之一亮，才能…（接續下頁）																		
P131	1	3.企劃書的第三部份—轉合	第一行結束後，接續新增以下內容： 要讓企劃書有美好的結尾，要好好掌握第三部分，在前二個部分已把企劃書的主要內容說明完成，第三部分要發揮「轉合」的力量，寫作要點如下：…（接續第一小點）																		