

筆試測驗說明：

- 一、筆試由五張「企劃工具表單欄位說明」中選適當題目，簡答該欄位的撰作要領即可。
- 二、題目由下頁題庫中，七題任選五題。

說明範例 1.

TBSA
Taiwan Business Strategy Association
社團法人台灣商務策劃協會

企劃情報/概念分析表

用途：將企劃目的，透過內外情報分析，轉化企劃案的核心概念與企劃構想

標題/副標題		競爭情報分析	
企劃目的		在「企劃情報/概念分析表」中，「外部大環境/時代趨勢情報分析」的欄位項目中，主要針對外部趨勢情報進行收集與資料分析。請問關於「社會/人口趨勢情報」及「科技/技術趨勢情報」的欄位，在撰作表單時有哪些應該注意的重點？	
外部大環境/時代趨勢情報分析		消費者情報分析	
政策/法律 說明與企劃本題有關政策/法律調查 大環境資訊：包括政策、法規、稅務、勞工、社會福利政策、產業政策調查、國際法規等。	經濟/消費 說明與企劃本題有關經濟/消費調查 大環境資訊：包括GDP、失業率、失業趨勢、消費政策、物價、國際經濟趨勢、產業政策調查等。	內部情報/資源盤點	
社會/人口 說明與企劃本題有關社會/人口調查 大環境資訊：包括社會、人口、教育、生活、文化、道德觀念等。	科技/技術 說明與企劃本題有關科技/技術調查 大環境資訊：包括科技發展趨勢、科技政策、科技創新、技術轉移、專利政策、國際科技趨勢等。		
產業情報分析			

說明範例 2

TBSA
Taiwan Business Strategy Association
社團法人台灣商務策劃協會

企劃情報/概念分析表

用途：將企劃目的，透過內外情報分析，轉化企劃案的核心概念與企劃構想

標題/副標題		競爭情報分析	
企劃目的		在「企劃情報/概念分析表」中，進行「消費者情報分析」的欄位項目中，主要是針對哪些方向進行整理分析？並就這個欄位在撰寫時應該注意的重點予以說明。	
外部大環境/時代趨勢情報分析		消費者情報分析	
政策/法律 說明與企劃本題有關政策/法律調查 大環境資訊：包括政策、法規、稅務、勞工、社會福利政策、產業政策調查、國際法規等。	經濟/消費 說明與企劃本題有關經濟/消費調查 大環境資訊：包括GDP、失業率、失業趨勢、消費政策、物價、國際經濟趨勢、產業政策調查等。	內部情報/資源盤點	
社會/人口 說明與企劃本題有關社會/人口調查 大環境資訊：包括社會、人口、教育、生活、文化、道德觀念等。	科技/技術 說明與企劃本題有關科技/技術調查 大環境資訊：包括科技發展趨勢、科技政策、科技創新、技術轉移、專利政策、國際科技趨勢等。		
產業情報分析			

說明範例 3

現況分析與策略目標設定表

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

在「現況分析與策略目標設定表」中，關於策略議題制定的四個方向，應該要怎麼樣進行撰寫？

外部因素	內部因素	
O	SxO	WxO
T	SxT	WxT
策略議題	成果目標	關鍵障礙
對策辦法(綜合思考能滿足的策略議題，並能解決關鍵問題的對策辦法)		

說明範例 4

STP市場策略設計表

STP市場策略設計表 商品/服務名稱：_____

市場區隔(Segmentation)				
區隔標準	顧客任務	市場區隔A	市場區隔B	市場區隔C
在撰作「STP市場策略設計表」時，必須說明「市場定位(Positioning)」，請簡要說明如何正確進行「市場定位(Positioning)」的分析與撰作之要領。				
市場定位(Positioning)				
在市場定位與策略設計中，區隔標準與顧客任務是基礎，市場區隔是前提，市場定位是核心。市場定位的定義是：企業根據其產品或服務的特點，選擇一個或幾個市場區隔，並為其產品或服務制定一個獨特的定位。市場定位的步驟包括：選擇區隔標準、選擇顧客任務、選擇市場區隔、選擇定位策略、選擇定位聲明。				
定位聲明				
產品或服務的功能/特色				

說明範例 5

STP市場策略設計表

STP市場策略設計表 商品/服務名稱：_____				
市場區隔(Segmentation)				
區隔變數	顧客任務 Jobs-to-be-done	市場區隔A	市場區隔B	市場區隔C
	人口統計變數			
目標市場(Targeting)				
Step 1: 根據區隔變數，把市場分成2-3個可區分的市場區隔，區隔區隔應以顧客任務(Jobs-to-be-done)及人口統計變數，區隔區隔應以顧客任務及人口統計變數。 Step 2: 分析市場區隔(1)力，市場競爭力及企業能力等，區隔區隔應以顧客任務，區隔區隔應以顧客任務及人口統計變數。 Step 3: 在市場區隔中選擇最合適的目標市場，例如：想賣「個人或家庭用紙張」的「25-35歲的社會大眾」。				
市場定位(Positioning)				
在撰作「STP市場策略設計表」時，必須說明「目標市場(Targeting)」，請簡要說明如何正確進行「目標市場(Targeting)」的分析與撰作之要領。				
產品或服務的功能/特色				

說明範例 6

行銷戰術及溝通活動設計表

行銷戰術設計(7Ps)					
產品 Product		宣傳促銷 Promotion		人員訓練 People	
價格 Price		通路 Place		有形展示 Physical Evidence	
				服務流程 Process	
行銷活動設計		請問「7Ps」行銷戰術設計與「AIDAS」顧客心理程序所指為何？			
顧客心理程序 (AIDAS)	行銷溝通活動	成果目標 (達成/創造/改變)	行銷溝通預算	備註	
引起注意/建立認知 (Attention/Awareness)					
增加興趣 (Interest)					
刺激慾望 (Desire)					
促使行動 (Action)					
提高滿意 (Satisfaction)					

說明範例 7

TBSA 一頁企劃書 社團法人台灣商務策劃協會

企劃案名稱：_____

1、目的與效益(Why / Evaluate)

目的/目標

請先敘述本案的源起與需要，進一步提出本案希望達成的理想願景，中長期的方向目標及短期的階段性目標。

效益

根據左列之短期階段性目標進行推估，如果順利達成以上目標，將可獲致的具體效益，例如業績成長率、獲利成長率、市佔成長率、品牌知名度等及其他重要的利益與成果

2、內容

請依據「一頁企劃書」格式中表單欄位的撰作重點說明，來回答下列問題：

- (一) 關於「企劃目的」這個欄位要敘述說明的重點為何？
- (二) 關於「企劃效益」這個欄位要敘述說明的重點為何？

3、實施方式(How / Where/When)

第一題：

在「**企劃情報/概念分析表**」中，「外部大環境/時代趨勢情報分析」的欄位項目中，主要針對外部趨勢情報進行收集與資料分析。請問關於「社會/人口趨勢情報」及「科技/技術趨勢情報」的欄位，在撰作表單時有哪些應該注意的重點？(20分)

答案：

- (一) 社會/人口趨勢情報：說明與企劃目的有關社會/人口的重大情報資訊。如：社會風氣、人口結構、生活方式、道德觀與價值觀等等。並解讀分析對本案所帶來的機會點或威脅點。
- (二) 科技/技術趨勢情報：說明與企劃目的有關科技/技術的重大情報資訊。如：新技術發展趨勢、政府科技政策與投資計畫、技術轉移、專利保護等，並解讀分析對本案所帶來的機會點或威脅點。

第二題：

在「**企劃情報/概念分析表**」中，進行「消費者情報分析」的欄位項目中，主要是針對哪些方向進行整理分析？並就這個欄位在撰寫時應該注意的重點予以說明。(20分)

答案：

1. 企業存在的使命就是要滿足消費者的需求，因此必須先界定目標客群，進行目標客群基本資料的蒐集。
2. 從中發掘消費者尚未被滿足的潛在需求、消費者的偏好、態度、購買行為、購買決策等重要情報，整理出顧客特寫(Jobs-to-be-done, pains and gains)，並解讀分析對本案所帶來的機會點或威脅點。

第三題：

在「**現況分析與策略目標設定表**」中，關於策略議題制定的四個方向，應該要怎麼樣進行撰寫？(20分)

答案：

- SxO：請綜合審視所列重大外部機會與內部優勢，提出如何應用優勢掌握機會的議題。
- SxT：請綜合審視所列重大外部威脅與內部優勢，提出如何應用優勢克服/防範可能的重大威脅之議題。
- 對於目前無法改善之劣勢，提出隱藏/風險管控的可能對策，或採取逆向思考，如何轉化劣勢為優勢的做法。

第四題：

在撰作「**STP 市場策略設計表**」時，必須說明「市場定位(Positioning)」，請簡要說明如何正確進行「市場定位(Positioning)」的分析與撰作之要領。(20分)

答案：

1. 在企劃構想與企劃方針的指導下，綜合考量同時滿足目標客戶主要需求、突顯產品特色、強調與競爭者的差異化等要求。

2. 在撰寫的時候可以先透過與競爭對手比較，挑選出能為目標市場「創造利益」或是「解決痛苦」的價值主張，來說明本企劃案的市場定位(Positioning)概念，以突顯出這份企劃案在市場上的獨特價值。

第五題：

在撰作「STP 市場策略設計表」時，必須說明「目標市場(Targeting)」，請簡要說明如何正確進行「目標市場(Targeting)」的分析與撰作之要領。(20 分)

答案：

- Step 1：依據策略目標，先設定出2~3個可能的市場區隔，各別先撰寫出該市場區隔的顧客任務化(Jobs-to-be-done)及人口統計變數，並確定每個市場區隔有明確的差異化。
- Step 2：參考市場吸引力、市場競爭力及企業能力等三個面向評估，從中選擇對企劃目的及公司最有利的市場區隔做為本案鎖定的目標市場。
- Step 3：在本欄中填上評估選擇後的目標市場，例如：想要「個人成長與拓展視野」的「25~35歲的社會新鮮人」

第六題：

在撰作「行銷戰術及溝通活動設計表」時，必須在「商品定位」的指導下進行「7Ps」行銷戰術設計，並根據「7Ps」行銷戰術設計指導，遵循「AIDAS」顧客心理程序設計相對應的行銷活動設計，請問「7Ps」行銷戰術設計與「AIDAS」顧客心理程序所指為何？(20 分)

答案：

- (一)「7Ps」行銷戰術設計是指：產品(Product)戰術、價格(Price)戰術、通路(Place)戰術、宣傳促銷(Promotion)戰術、人員訓練(People)戰術、有型展示(Physical Evidence)戰術、服務流程(Process)戰術。
- (二)「AIDAS」顧客心理程序是指：引起注意/建立認知(Attention/Awareness)、增加興趣(Interest)、刺激慾望(Desire)、促使行動(Action)、提高滿意(Satisfaction)

第七題：

請依據「一頁企劃書」格式中表單欄位的撰作重點說明，來回答下列問題：

- (一) 關於「企劃目的」這個欄位要敘述說明的重點為何？
- (二) 關於「企劃效益」這個欄位要敘述說明的重點為何？(20 分)

答案：

- (一)「企劃目的」：請先敘述本案的源起/背景/意圖，進一步提出本案希望達成的理想願景、中長期的方向目標，以及短期的階段性目標。
- (二)「企劃效益」：根據「企劃目的」短期階段性目標進行推估，如果順利達成以上目標，將可獲致的具體效益，例如業績成長率、獲利成長率、市佔成長率、品牌知名度等及其他重要的利益與成果。