



# 知音文創

Jean Cultural & Creative Co., Ltd.

知音結合了紙藝、創意、情感、環保與自然

從平凡的事物中找到新奇的小點子

從不間斷的嘗試與創新，是我們秉持不變的信念！

# 專題目的

知音文創已是現今台灣文創市場中不可或缺的供應廠商，旗下品牌皆具有質感與品味，且產品多樣性甚為豐富，在許多如誠品、華山及松菸等書店或展覽場地皆能見到知音的相關品牌商品。而目前提供消費者的主要購買管道為實體門市，並沒有自己的電商平台，在線上販售的部分皆與其他網購平台合作，如pchome、博客來...等，對消費者而言，欲購買旗下相關商品須至不同電商，對品牌精神而言顯得有些分散。

綜合以上知音文創之現行困難，故我們欲整合線上線下的銷售通路，讓使用者能夠更快速地了解商品內容，與更便利的方式購買到知音文創的商品。

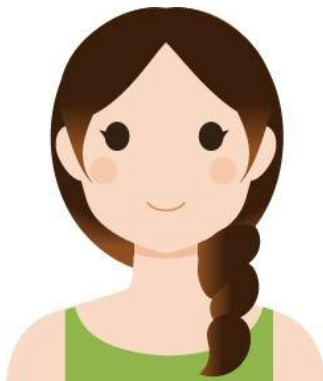
## 第七組 組員介紹



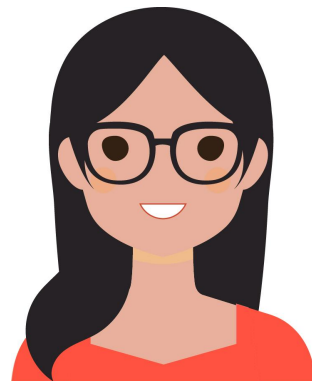
鄒宜玟



林惠君



楊祐綸



陳欣詩



莊欣潔

# 人物誌



**使用者A**

25~35歲，小資上班族

教育程度多為高中職/大專以上，  
小有積蓄和閒暇時間，喜愛購買小東西跟養動植物，願意嘗試不同事物，有努力不懈的精神！

周末常逛文藝市集/美術館，喜愛網路購物，樂於分享有趣的資訊



**使用者B**

30~50歲，高階主管，已婚

教育程度多為大學以上，  
對生活品質要求極高，喜歡有特色商品，較追求與眾不同，消費時不太在意價格~~

周末喜歡睡到下午，醒來逛網拍消磨時間

### 3.想什麼？

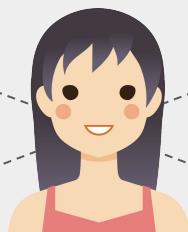
要買哪一種類型的東西布置？  
該從什麼管道購買？

### 1.看到什麼？

剛換了新工作,辦公桌面有點空,想買些小物布置桌面。

### 2.聽到什麼？

聽同事說知音文創的東西很可愛,感覺超適合買來放。



### 4.說或做什麼？

詢問同事有什麼推薦的商品,  
用網路查詢有哪些裝飾小物可以買

### 痛點是什麼？

進到官方網站,找不到購買的地方。  
子品牌與商品的關聯性不足。  
看不到實體,沒辦法知道商品的品質。

### 想的到什麼？

想知道如何在網路上購買。  
想知道商品品牌間的差異。  
想了解商品的材質、大小、特色。

# 核心路徑圖

## 使用者目標

購買文創商品 / 送禮

得到文創商品資訊

## 服務提供者目標

得到使用者的資訊

推廣品牌

銷售文創商品

## 向內路徑

Google Search

Social Media

網紅 & 部落客推薦

友好網站連結

廣告投放

EDM

## 關鍵字

文創、文青、音樂盒、送禮

、質感、紙膠帶、誠品、

木製品

## 核心資訊

知音音樂鈴 / TSUM 賽車

迪士尼授權聯名款、圖片

## 輔助資訊

價格、規格、簡介、產地

## 核心元素

價格、商品名稱、商品分類、

尺寸顏色、放入購物車、其他參考圖片、

加入收藏、社群分享、品牌識別 ..

## 向外路徑

購物車

結帳頁面

分享

相關商品

相關分類

收藏清單

## 預期動作 (Call to action)

加入購物車

填寫會員資料

分享資訊 ... 等