行銷企劃 - ESA 吊飾  
前言: 我們的產品名稱為ESA，我們與流浪之家合作，旨在幫助流浪狗狗尋找新的家庭並提供更多被領養的機會。我們製作了動物流浪之家的照片吊飾，每個吊飾都附有狗狗的圖片和背後故事。我們將在寵物展覽舉辦公益活動，讓愛狗人士能夠與狗狗面對面交流並了解他們的背後故事。  
目標:  
• 提高公眾對流浪狗狗領養的關注度和意識  
• 提供愛狗人士與狗狗面對面交流的機會  
• 增加流浪狗狗被領養的機會  
產品介紹: ESA吊飾是我們的產品，它是由熱縮膜、吊飾配件和繩索組成。每個吊飾都附有流浪狗狗的圖片和背後故事，並用盲袋包裝。我們希望透過這些吊飾，讓人們在使用它們的同時能夠感受到流浪狗狗的故事和需求。  
外部環境分析:  
• 流浪狗狗的數量和領養需求  
• 寵物展覽的參與人數和關注度  
• 社會對動物保護和領養的意識提升  
競爭者分析:  
• 其他類似的公益活動和產品  
• 相關組織和機構的活動  
SWOT分析:  
• Strengths (優勢): 吊飾具有獨特的設計和附加價值，與流浪狗狗相關的故事能夠引起關注。  
• Weaknesses (弱點): 需要建立品牌知名度和市場曝光度。  
• Opportunities (機會): 增加社會對流浪狗狗保護的關注，吸引更多愛狗人士參與領養。  
• Threats (威脅): 可能存在競爭產品和活動，需要差異化策略。  
STP策略:  
• Segmentation (細分市場): 對所有愛狗人士開放，特別針對對流浪狗狗保護和領養有興趣的人群。  
• Targeting (選擇目標市場): 狗狗愛好者、寵物展覽的參觀者、對動物保護有興趣的人群。  
• Positioning (定位策略): ESA吊飾將成為愛狗人士支持流浪狗狗領養的象徵。

4P策略:  
• 產品 (Product): ESA吊飾附有流浪狗狗的圖片和故事，讓人們能夠了解並支持流浪狗狗的領養。  
• 價格 (Price): 吊飾的價格設定為25新台幣，每個吊飾都附送盲袋。  
• 促銷 (Promotion): 在寵物展覽中舉辦公益活動，吸引愛狗人士參與並隨機贈送吊飾盲袋。  
• 通路 (Place): 主要通過寵物展覽進行銷售和宣傳。

• 活動合作夥伴：與流浪之家合作的人員將帶著流浪狗狗一同參與活動。這樣的合作能夠提供參與者親身接觸和與流浪狗狗互動的機會，並促使更多人考慮領養這些可愛的狗狗。

• 建立品牌形象，讓ESA成為愛狗人士領養流浪狗狗的象徵。  
• 透過寵物展覽和公益活動提高品牌曝光度，吸引目標受眾參與。  
• 提供與狗狗有關的服務問答和領養資料填寫，幫助愛狗人士了解更多有關領養的資訊。  
• 與流浪之家的工作人員合作，分享狗狗的故事，引導參與者與狗狗互動。  
• 與專業獸醫合作，提供有關狗狗的問答環節，增加活動的互動性和專業性。

• 志願者獸醫：活動中將招募一位獸醫作為志願者，他/她將免費參與活動。獸醫將提供專業的健康諮詢和問答環節，回答參與者對狗狗健康和領養後護理的問題。這將為活動增添專業性，並確保狗狗在活動中的健康和安全。  
• 現場互動活動：除了提供服務問答和領養資料填寫區域外，還可以安排其他現場互動活動，如狗狗表演、狗狗訓練示範、狗狗遊戲等。這些活動可以吸引更多的參與者和觀眾，增加活動的趣味性和吸引力。  
• 領養流程指導：在活動中，可以提供詳細的領養流程指導，幫助有意領養流浪狗狗的參與者了解領養的程序和注意事項。這將提供便利和支持，鼓勵更多人成為流浪狗狗的領養家庭。  
• 互動攝影區：設置一個特別的攝影區，讓參與者可以與流浪狗狗合照留念。這將創造美好的回憶和照片，同時也能在社交媒體上分享，進一步宣傳和推廣活動和領養流浪狗狗的訊息。  
藉由以上增加的內容，將使活動更具吸引力、互動性和專業性，同時提供更多機會讓參與者與流浪狗狗互動，了解他們的故事，並促使更多人考慮領養這些可愛的狗狗。  
執行:  
• 確定合適的寵物展覽場地和時間。  
• 製作ESA吊飾，準備盲袋和相關宣傳資料。(宣傳海報袋製作..)  
• 聯繫流浪之家合作，確認工作人員的參與和故事分享。  
• 宣傳活動，包括網絡宣傳、社交媒體推廣和傳統媒體宣傳。  
• 在活動現場設置展示區，展示流浪狗狗的照片和故事。  
• 提供服務問答和領養資料填寫區域，與參與者互動。  
• 安排專業獸醫進行問答和解答狗狗相關問題。

成本分析:  
• 製作100個吊飾的成本:

計算變動成本如下： 熱縮膜：5張 × 6元/張 = 30元 。吊飾配件：100個 × 8元/個 = 800元 。總變動成本 = 熱縮膜成本 + 吊飾配件成本 = 30元 + 800元 = 830元。

計算固定成本:

器材： 熱縮槍108元，打孔器65元。尺，剪刀是自備不計成本

計算100個吊飾總成本是830+108+65=1003元。

• 行銷成本:

場地租金成本4000元 。展位搭建和裝飾成本500元 。宣傳和廣告費用1000元 。參展註冊費500元 。物料和贈品成本500元 。電力和設備租賃成本500元。工作人員皆為義工不計成本。

行銷總成本為4000+500+1000+500+500+500=7000元

吊飾成本與行銷成本共計8003元

場地租金：假設小型寵物展覽需要租用場地進行活動，根據市場調查，每小時場地租金為500新台幣。若活動持續8小時，場地租金成本為4000新台幣。  
展位搭建和裝飾：根據展位設計和裝飾的複雜性以及所選材料，估計成本約為500新台幣。  
宣傳和廣告費用：根據活動的規模和宣傳渠道，預計宣傳和廣告費用約為1000新台幣。  
參展註冊費：假設小型寵物展覽需要支付參展註冊費，估計費用約為500新台幣。  
物料和贈品：包括印刷宣傳物料、名片、展示產品和贈品等，估計成本約為500新台幣。

電力和設備租賃：根據展覽需求，可能需要租借額外的設備，估計成本約為500新台幣。

如果活動要舉辦2天，每天活動時間為6小時，則成本估計如下：  
場地租金：每小時場地租金為500新台幣，活動總共持續12小時。因此，場地租金成本為500新台幣/小時 × 12小時 × 2天 = 12,000新台幣。  
其他成本項目（展位搭建和裝飾、宣傳和廣告費用、參展註冊費、物料和贈品、工作人員費用、電力和設備租賃）的成本與之前所述一致，總成本為8000新台幣。  
總成本 = 場地租金 + 其他成本項目  
總成本 = 12,000新台幣 + 8000新台幣  
總成本 = 20,000新台幣共22500。

**活動資訊及場地:**

