

# 虛擬情侶手錶

## CP Watch

### 第一組

哲學四愛 蔡宗宏  
領科學程三 羅國嘉  
領科學程三 邱昀怡  
英文三 周佩欣  
企管三 薛詩俞  
應美二 王翎怡



# 目錄

壹、 STP .....	3
一、 S (Segmenting).....	3
二、 T (Targeting).....	3
三、 P (Positioning) .....	4
貳、 行銷組合4P.....	5
一、 產品(Product) .....	5
二、 定價(Price) .....	5
三、 通路(Place) .....	5
四、 推廣(Promotion).....	5
參、 影片發想及動機 .....	6
肆、 報告分工表.....	8

# 壹、STP

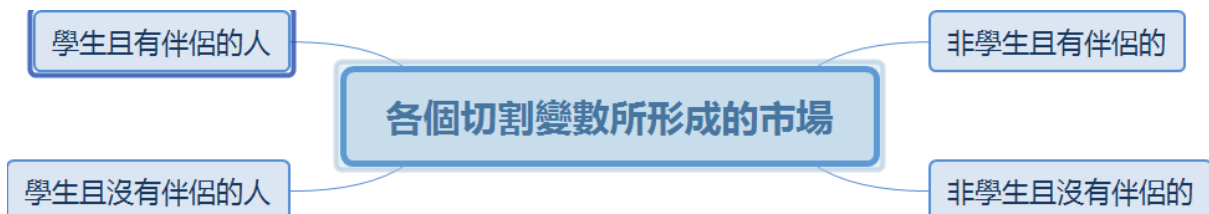
## 一、S (Segmenting)

本組與以「職業」與「感情狀態」做為區隔變數，理由如下：

1. **異質性**：職業與感情狀況分成四層來區隔市場，因為四層分別代表著戀愛的四個不同階段，羨慕其他有伴侶的人有伴侶，而自己卻持續單身，內心感到寂寞孤單，渴望著一位真命天女/子來溫暖自己的心(學生且沒有伴侶的)；之後交到了，變得天不怕地不怕，只要有愛就能度過一切萬難(學生且有伴侶的)；出社會了，見到了社會百態，見識到只有愛沒有經濟基礎是沒辦法再一起一輩子的，但戀愛還是有夢想，想要當過帥氣的王子或漂亮的公主(不是學生且無伴侶的)；最後是只要有個依靠、有個老伴，已經不一定需要跟最愛的人在一起了，只要對方能給自己溫飽，不想再當剩女/男了(非學生且有伴侶)。
2. **足量性**：職業與感情狀況所分出來的數量足夠本產品發展
3. **可衡量性**：職業與感情狀況切割出來的市場非常清楚明白，例如：學生且沒有伴侶的。
4. **可接近性**：區隔出的四個市場依據性質的不同都可以進入到四個市場中的任一個，哪個市場適合將留在T(Targeting)的部份分析。
5. **可回應性**：若有公司接受本產品並願意投資，那我們就可以順利地去行銷，因此只要有資金就是符合可回應性。

## 二、T (Targeting)

區隔出的市場如下圖所示：



### ● 「職業」

考量談戀愛的人大部分的人都是不會受到社會觀念影響而造成選伴侶的障礙的人(例如：伴侶是否有工作能力，家中經濟程度中上以上)，因此我們以是否為學生為分割的依據。

### ● 「感情狀態」

有無伴侶為最適合我們產品的切割變數。各分割市場分析如下：

1. 學生且有伴侶的人：此市場的人較希望產品具備以下條件

- (1)促進彼此感情
- (2)製造浪漫
- (3)價格適宜
- (4)能與同儕分享

本組產品僅滿足(3)(4)二點，因此此市場並非我們所選擇的市場。

2. 學生且沒伴侶的人：此市場的人比較希望產品具備以下條件

- (1)享受與異性相處的機會
- (2)價格適宜
- (3)與同儕分享
- (4)填補空虛的心靈

本組產品可滿足所提之所有要素，因此這個市場是我們所選擇的市場。

3. 不是學生且有伴侶的：此市場的人較希望產品具備以下條件

- (1)實用
- (2)耐用
- (3)用法簡單
- (4)價錢合理
- (5)促進與伴侶的感情
- (6)浪漫

本組的產品無法滿足(5)(6)兩點，因此這個市場並非我們所選擇的市場。

4. 不是學生且沒有伴侶的：此市場的人比較希望產品具備以下條件

- (1)實用
- (2)耐用
- (3)用法簡單
- (4)價錢合理
- (5)陪伴自己孤單寂寞的心靈
- (6)能夠隨時隨地使用

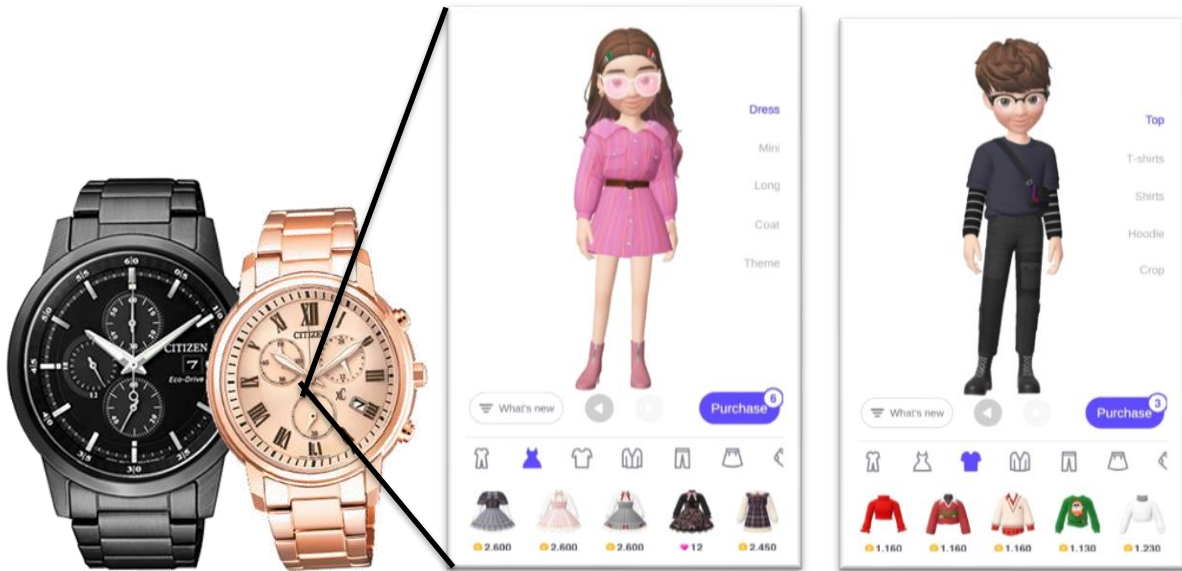
### 三、P (Positioning)

由上述可知，選擇學生且沒有伴侶的為目標市場。

## 貳、行銷組合4P

### 一、產品(Product)

虛擬情人手錶，如同下圖所示，看似普通的手錶，但它其實是一隻可以依照個人客製化自己所喜歡的形象，並且透過手錶投影的方式打造屬於專屬另一半的獨特產品。



### 二、定價(Price)

將本產品定價為\$12,599，除了基於成本與獲利考量，也與配合諧音「你愛我久久」。虛擬情人的外觀與特質都能由自己創造，並且只要戴者手錶，你/妳的情人變會時刻陪在你身邊，雖然價格偏高，但必定能與「你愛我久久」永遠陪伴的價值吸引消費者。

### 三、通路(Place)

上市初期，僅透過網路平台販售，並與特定貨運公司合作，降低成本；等市場逐漸穩定且擴大，再增開實體店鋪，往外擴展客源。

### 四、推廣(Promotion)

運用廣告及使用者使用後的分享，並創立ig帳號，不定期舉辦抽獎活動，增加曝光度；此外，推動團購方案以及特定節慶優惠，刺激買氣。



## 參、影片發想及動機

近來時逢聖誕節，有許多學生族群表示自己都沒有伴，彷彿變成剩蛋節。本廣告想要用一個大學生使用虛擬手錶的故事來告訴大家其實一個人也能夠擁有情侶般的幸福生活，甚至過的比有男/女朋友的人還要好，拍攝廣告來告訴消費者，這支手錶中的虛擬女/男友會時刻在你身邊，陪你度過每個聖誕節、情人節。廣告細節介紹如下：



小嘉是輔大學生，單身20年，但卻不曾看過他寂寞

「**虛擬情侶手錶**」的區隔變數分別為**職業與感情狀況**，因此本廣告將主角設定為一名單身20年的大學生小嘉。



他常將自己拍的照片上傳到IG上，累積了不少粉絲

主角小嘉是名喜歡使用**社群軟體與朋友分享近況**的大學生，同時也為一名校園大使。



小嘉經常於社群平台透過**牽手照**來介紹輔仁大學的環境與特色，拍攝的照片唯美，又使更多人認識輔大，因此大受好評。



但其實小嘉的牽手照都是倚靠「**虛擬情侶手錶**」投影虛擬女朋友所拍攝完成的。



虛擬情人手錶 時刻陪伴在你/妳身邊

因此，就算交不到另一半，只需要透過「**虛擬情侶手錶**」就能夠馬上有個另一半「**時刻陪伴在你/妳身邊**」，同時也是本產品的Slogan。

時刻陪伴在你/妳身邊



\$12,599

**虛擬情侶手錶**



官網 ♥  
限定販售

廣告片尾透過一頁式廣告呈獻產品重點，包含**產品示意圖**、**品名**、**價格**以及**通路**，使觀看廣告的受眾一目了然，知曉產品相關資訊。

## 肆、報告分工表

工作任務	負責人
廣告腳本撰寫	邱昀怡
廣告腳本撰寫&導演	薛詩俞
廣告攝影&剪輯	周佩欣
廣告演員	羅國嘉、王翎怡、蔡宗宏
書面報告製作	羅國嘉、蔡宗宏
簡報製作&報告	王翎怡