

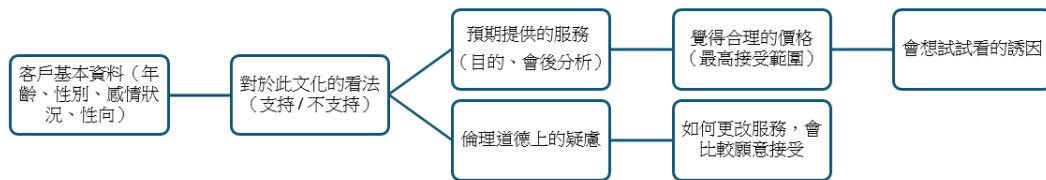
出租伴侶平台 | 行銷企劃

Group F

Marketing process

Understand the marketplace and customer needs and wants

利用問卷調查去了解大眾對於這個出租伴侶文化的看法，再利用這些資料進行年齡層分析，包含可接受價格、支持比率…等等。



Design a customer value-drive marketing strategy

Targeting <ul style="list-style-type: none">● 透過台灣的市場調查，得知單身人士比例比較高● 透過在日本的實際案例分析，觀察到忙碌專業人士因為時間上的不足，較容易尋求這種服務。	Segmentation <ul style="list-style-type: none">● 表單結果顯示，約在 20-40 歲的年輕人較願意支持這種服務● 以中高收入群體為主，較能負擔額外的費用。
Positioning <ul style="list-style-type: none">● 核心價值是提供給顧客情感上的支持，提供心靈上健康● 主打安全無慮且客製化的約會方式，確保過程沒有瑕疵，也能滿足顧客的需求。	Differentiation <ul style="list-style-type: none">● 比起其他平台，我們更重視員工訓練、服務品質以及客製化的約會行程● 全程確保雙方的安全性，讓整體的服務不僅安全又能讓顧客心滿意足。

Construct an intergrated marketing program

我們透過 IG 來建立起品牌形象，推廣我們自身的網路平台，行銷我們的價值主張，建立良好品牌形象，並且透過短影音、貼文…等，去吸引消費者，也可以利用 IG 來分析自身品牌的熱度。

Engage customer, Bulid profitable relationship

我們計劃實現一個以實體服務為主的出租伴侶網站，透過良好的服務品質以及優秀的安全控管，並且給予消費者客製化的服務，以滿足客戶的要求。透過個人化的推薦系統，並依據顧客自身需要，選擇合適的伴侶。

Capture value from customers to create profits and customer equity

透過完整的客服系統，及時處理問題及需求，再透過平台獎勵制度，培養客戶忠誠度，建立長期的顧客關係。利用長期的顧客關係，建立良好的顧客反饋系統，並且不斷精進平台的 User experience，提升顧客的平台體驗，進而提高平台的市占率。

Marketing Plan

Executive Summary

出租伴侶平台（以下簡稱本平台）係一提供短期伴侶租借服務之平台，旨在為需要陪伴之客群或商業客戶提供溫馨且專業的臨時伴侶，並期望「出租伴侶」得以成為顧客的心理陪伴、滿足情感需求。「出租伴侶」服務或文化在日本並非新鮮事，然在台灣卻未被廣泛的認識，因此本平台期待藉由此次行銷，消弭大眾對於此文化的認知錯誤。

而於消弭刻板印象面，本平台運用 Google 表單進行市場調查，分析大眾對於出租伴侶文化的看法、支持文化引進、接受價格等；於推廣服務面，本平台參考分析結果，展開形象廣告之拍攝，並將影片放置 Instagram。

Current Marketing Situation and Issue

因台灣市場對於出租情人不甚了解，也經常將其與「外送茶」劃上等號，在社會接受度上仍不高，因此需先向大眾澄清我們**僅販售「愛情」和「陪伴」**，所以與客人的互動只限公開場合，不能有不合適的身體接觸、不能知道真實姓名、甚至不能留下任何聯絡方式，再者，是否該要讓平台方知道行程的內容，也是需要考量的點，這可能牽涉到對方隱私權的問題，故公司應當針對隱私安全性多做防護。在服務上，也需要有快速破冰的方式，避免顧客產生負面評價。

SWOT Analysis

For Company	
Strength <ul style="list-style-type: none">● 合乎法規：並無不合宜的肢體接觸● 客製化：根據客戶需求提供多樣化選擇● 滿足情感需求：提供情感支持與社交活動	Weakness <ul style="list-style-type: none">● 滲透率有限：需要龐大的行銷成本● 員工隱私：需要制定良好的員工保護系統
Opportunity <ul style="list-style-type: none">● 競爭者少：有比較大的行銷空間，獨佔市場● 情感趨勢：現代人忙碌，更難花時間經營感情● 跨界合作：可以與行程設計業者、或是固定商家進行合作	Threat <ul style="list-style-type: none">● 社會輿論：對於「出租伴侶」仍有許多質疑● 安全風險：大眾會考量約會的安全性

Objectives

成為顧客心靈上的陪伴、滿足情感需求

- i. 提供高品質、專業的臨時伴侶服務，幫助顧客在孤獨或情感上需要支持的時刻得到心靈上的陪伴和安慰。
- ii. 透過個性化服務，滿足顧客的多樣化情感需求，提升他們的生活品質和幸福感。

消弭台灣民眾對於出租伴侶文化的負面刻板印象

- i. 透過市場教育和推廣活動，向大眾傳遞出租伴侶服務的正面價值，消除偏見。

ii. 強調服務的專業性和安全性，確保服務在合法和道德的範圍內運作，建立正面的公共形象。

提升市場認知度和品牌影響力

i. 運用多渠道行銷策略，包括社群媒體、內容行銷和合作活動，增加品牌曝光率和市場覆蓋率。

ii. 定期進行市場調查，了解目標客群的需求和偏好，持續優化服務和行銷策略，提升品牌在目標市場中的地位。

Marketing Strategy

A. Positioning

本平台行銷對象為任何需情感上陪伴、商業需求之客戶，提供高品質、可靠且專業的臨時伴侶服務平台，強調溫馨、專業及隱私保護。

B. 4As and Strategies

Acceptability

選擇多樣化：提供不同類型的伴侶選擇，如年齡、性別、興趣愛好等，滿足不同客戶的個性化需求。

服務品質保證：確保每位伴侶都經過專業訓練，提供高品質的陪伴服務。

服務評價系統：定期收集客戶意見並進行分析，持續改進服務。

Affordability

單一價格：服務項目設定統一的收費標準，簡化價格體系，讓顧客更容易接受。

會員折扣：對平台會員提供專屬折扣和優惠，鼓勵顧客成為會員，增加顧客忠誠度。

Accessibility

網站架設：通過官方網站，增加服務的覆蓋範圍

服務縣市：初期集中於台南，後期逐步擴展至其他主要城市，增加服務的覆蓋範圍。

Awareness

社群媒體廣告：在 Facebook、Instagram 等平台上投放廣告（動態消息），利用社交媒體的廣泛覆蓋吸引目標客群。

新客優惠：推出引人注目的新客優惠活動，如首次使用優惠或折扣碼，以提高潛在客戶對本平台的認知度。

口碑和分享：鼓勵現有客戶邀請朋友使用服務並提供獎勵，進一步擴大品牌的口碑影響力。

內容行銷：定期發布有關情感陪伴、心理健康等相關話題的文章和視頻，吸引潛在客戶關注和分享。

C. Marketing Research：問卷調查

本問卷調查旨在了解台灣市場對出租伴侶服務的接受度、需求和價格敏感度，進而制定有效的行銷策略，消弭大眾對出租伴侶文化的誤解，提升平台的市場認知度和接受度。

D. 形象廣告

影片主旨：這部影片旨在向觀眾展示「出租伴侶」服務的獨特性和情感層面。通過刻畫服務的優勢以及提供的情感陪伴，滿足顧客的心理預期，給予心靈上的慰藉，劇本使用第三人稱視角 + 旁白描繪。

開場（孤獨的顧客） -> 介紹服務 -> 展現約會場景 -> 安全保障 -> 結尾（找到陪伴）

Action Programs

本平台將使用一個月時間完成此次行銷企劃，以下為細項時間安排與達成工作內容：

第一週：分析現有市場情況，設計表單進行市場調查

第二週：表單發放、規劃影片內容、選角

第三週：回收與分析表單、廣告拍攝與剪輯後製

第四週：發布廣告、進行流量與迴響分析