

業主是 ...

產業 & 市場 ...

名稱  
願景  
產業  
核心技術  
商業模式  
產品  
特色  
歷史  
資源

核心技術  
價值鏈 & 上下游關聯  
產業定義、範圍、區隔、結構  
消費應用


生命週期 產業過去、現在、未來	產業	產品
	S curve	IP

全球群聚 產業周遭環境	支援要素	S	
		T	
		E	
		E	
		P	
		L	
		E	

本單位是 ...

GROVE 六力	供應	新進				購買
		競爭		協力		
		替代				

產值 市場規模 & 佔率	定位分佈泡泡	市場影響要素 市場障礙	S		商業模式
			T		
			E		
			E		
			P		
			L		
			E		

名稱  
成員 & 專長

目標客群					層級畫分
性別	地區	功能目標			
年齡	產業	主要利益			
教育	職位	自我形像			
婚姻	所得	態度價值觀			



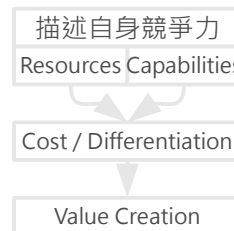
顧客需求	使用方式	產品功能	顧客利益	消費行為	
主要需求			主要利益	採購考量	採購理由
				接觸媒體	資訊取得
次要需求			次要利益	採購情緒	甜蜜點
				購買方式	促銷方式

策略 & 行銷 ...

描述市場選擇 (GE Matrix)				
	S1	S2	S3	...
P1				
P2				
P3				
...				

成長 高 成長 低	描述產品組合 (BCG Matrix)	
	市佔高	市佔低
	Stars	Question Marks
	Cash Cows	Dogs

選擇成長策略 (Ansoff's Matrix)		
	原品	新品
原市	1.Market Penetration	3.Product Development
新市	2.Market Development	Last: Diversification



描述現有問題 (5W2H)			
What		How	
Who		How much	
When			
Where			
Why			

發掘潛在問題 (平衡計分卡)	
Objectives / Targets / Measures / Initiatives	
Financial	營收 / 利潤 / 募資
Customer	市佔 / 滿意 / 維持
Business process	品質 / 成本 / 產力
Learning & growth	技能 / 滿意 / 離職

內外總覽決策 (SWOT)		
	強	弱
機會	1.SO	3.WO
威脅	2.ST	4.WT

評估策略可行性	
市場	
技術	
財務	
管理	

	市場區塊	產品訴求	目前狀況				對應策略	短程目標	中程目標	
本公司				內	S					
					W					
					外	O				
						T				
A										
B										

<div>品牌策略與行銷組合</div>													
	品牌	定位	產品線命名	品項命名	定價	通路	新客促銷		熟客促銷		人員	展示	流程
本公司							注意		維繫				
							興趣		安撫				
							慾望		滿意				
							行動						
							滿意		依賴				
A													
B													

