

資訊傳播與行銷應用

報告者:許惠閔

報告日期:2018/08/09

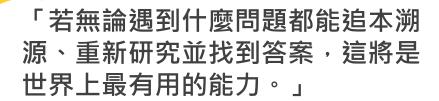


### 企劃大綱





產生企劃的契機



—— 大前研一 (日本著名管理學家、經濟評論家)

01

#### 遇到問題

死記硬背的知識無法派上用場

02

### 分析問題

以得到的信息為基礎,通過邏輯思考找到答案、解決問題

03

#### 解決問題

創造出邏輯地思考事物的思維 路線



01

#### 遇到問題

死記硬背的知識無法派上用場

## 網路搜尋





### 核心目標

製作企劃的主要目標

### 核心目標

# in the **Detail**

—— ○○藏在細節裡



### 分析細節中的訊息 找出細節內的關聯 發掘細節裡的真相



### 核心目標

#### 推廣推理

目前的影音平台上,少有製作以 推理、懸疑為主的頻道節目,因 此希望透過本節目讓更多人感受 到推理的魅力,一同參與並享受 思考的樂趣。

#### 滿足觀眾的娛樂需求

透過設計的故事情節,觀眾能夠跟隨節目來賓一步步獲得線索,同時集中注意力分析角色間的背景與關係,解開謎團的真相。



推理的魅力

解謎

娛樂

#### 帶領思維之旅

活化思考能力,也有助於訓練專注力,讓觀眾在欣賞影片之餘,也能夠同時鍛鍊腦力。





### 節目內容

企劃的內容說明

### 節目內容





35分鐘

(30分鐘節目+5分鐘結果發布)

### 發布平台

YOUTUBE、FB粉絲專頁



**▶** 

9)))

#### 節目對象

主要目標收看群:18~35歲

次要目標收看群:35~65 歳

### 播出時段

每週五(節目)、六(結果)

晚間9:00





### 節目內容

### 節目主要以下列四個主要內容進行

由參與的來賓扮演嫌疑 人,每人依照手上獲得 的線索相互交流,並抽 絲剝繭推敲事件內容。

同樣以戲劇方式演出事件始末,作為最終的謎底解答。(隔日)

事件說明

來賓追查

解謎 推測

結果 揭曉

以戲劇方式說明事件的 內容經過,幫助觀眾及 節目來賓了解並釐清已 知的線索及事實。 現場來賓各自發表推論結果,同時邀請收看觀眾於YouTube或FB粉絲專頁留下自己的想法。



企劃的特殊之處

### 我們認為,節目好看的「四大支撐點」



真實演出 (主持人、參 賽者、觀眾)

### 謎團

解謎的成就感 真相大白的驚喜感 窺探未知的好奇感

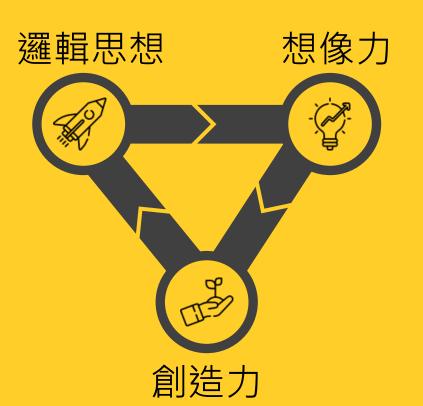
### 知識

劇情融入科學 、民俗、歷史 等多元素材

### 參與感

一同動腦 (主持人、參 賽者、觀眾)







### 推理

引導「靜下心追尋線索」 享受「找到答案的過程」 體會「盡情思考的樂趣」



### Strengths 優勢

- 節目類型較少見
- 硬體設備成本較低
- 影片內容靈活度大
- 即時互動性
- 網路資源無限
- 跨平台發展性大







### Weaknesses 劣勢

- 主題廣度較低
- 宣傳資本較少
- 點閱人次不固定
- 較難掌握廣告內容





- 市場競爭激烈
- 受限播放平台



Threats 威脅



### 預期效果

企劃的行銷延伸

### 預期效果

節目知名度 廣告置入 跨平台宣傳 討論互動 連結 產生 整合 傳播 品牌效益 生活連結 多元行銷 節目理念

### 預期效果



定期播送

- 網路名人推薦
- 題目募集
- 節目事件票選
- 話題花絮

Facebook 強力 YouTube 行銷



### 經費預算

企劃的花費估算

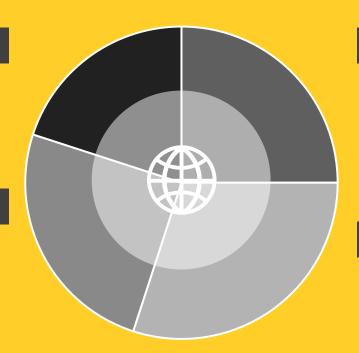
### 經費預算

### 器材使用預算

- 燈具
- 錄製設備
- 場地租借

#### 人員薪資預算

- 來容
- 製作人員



### 其他雜支及保留預算

- 劇本影印費
- 設備損毀修理
- 佈景道具

### 製作以外之預算

- 餐飲費
- 電話費
- 交通費

0 +

