

IKEA 提案報告（課程專案）

情境

在行銷管理課程中，我們被賦予任務，為 IKEA 規劃一套針對中部學生市場的行銷方案，以推廣其學生家具系列。

任務

提出一套具備創意與可執行性的行銷策略，成功打入中部「租屋族」市場，並獲得班級評審的肯定。

行動

- 核心訴求確立：將品牌理念與目標客群痛點結合，提出「租屋族也能美學」的核求。
- 全方位行銷：設計一套整合線上與線下的行銷活動，包括 TikTok 短影音系列、體驗快閃店與合作 YouTuber「貝貝愛佈置」進行開箱佈置。
- 數據假設設計：設計虛擬的 KPI 指標，並假設行銷活動的預期成效，證明提案的性。

結果

- 提案報告在全班 15 組中，獲選為最佳簡報。
- 內容行銷發想與數據假設的邏輯性，得到老師與同學的一致好評。

心得

這份專案讓我發現，即使是課堂作業，也能透過深入研究與創意發想，產出具有實務價值的成果。它讓我學會如何用「顧問」的思維去面對一個品牌難題，並提出系統性的解決方案。

