

# 致理技術學院

商務科技管理系

實務專題報告

**make U special**，精緻體驗

**-UNIQLO** 導入精品策略方案

之模擬行銷企劃書

學生：宮松良 (19833102)

謝采辰 (19833112)

潘柏智 (19833139)

張益維 (19733149)

# 目 錄

授權書.....	I
誌謝.....	II
摘要.....	III
目錄.....	IV
圖目錄.....	V
表目錄.....	VI
第壹章 緒論.....	1
第一節 企劃背景與動機.....	1
第二節 企劃對象之選擇及介紹.....	2
第三節 專題撰寫目的.....	4
第貳章 文獻探討.....	5
第一節 精品行銷的起源及演進.....	5
第二節 精品行銷的精神及特色.....	6
第三節 精品行銷的手法及策略.....	8
第參章 研究方法.....	12
第一節 文本研究.....	12
第二節 消費者分析/問卷調查.....	13
第三節 消費者分析/次級資料.....	17
第肆章 企劃內容.....	19
第一節 外部環境分析/PEST分析.....	19
第二節 市場環境分析/STP分析.....	23
第三節 內部環境分析/SWOT分析.....	24
第四節 4P行銷策略.....	26
第五節 企劃執行時程表.....	30
第六節 財務分析.....	31
參考文獻.....	33
附錄 相關新聞報導.....	35

# 圖目錄

圖 1	品牌知名度與購買者差異比例 .....	7
圖 2	消費者對 UNIQLO 品牌認知比例 .....	14
圖 3	消費者至 UNIQLO 消費的次數 .....	14
圖 4	消費者對於 UNIQLO 產品價格接受範圍 .....	15
圖 5	消費者期待 .....	16

# 表目錄

表 1 精品行銷精神 .....	12
表 2 PEST 分析 .....	19
表 3 SWOT 分析 .....	24
表 4 促銷活動 5 階段 .....	27
表 5 企劃執行時程表 .....	30
表 6 企劃執行預算表 .....	31