

東海大學管理學院企管系113學年度【專題海報資料繳交注意事項】

一、每組請提供一頁 **海報 (面寬118.9cm*高84.1cm)**的專題內容介紹，內容請較手冊簡介深入些。內容表達亦請簡潔明瞭，以讓未學有相關專業學識者可理解專題的內容為訴求。此張海報是成果發表時要呈現於各組攤位的資料，會於展場中至少放置一天供往來的群眾觀看。

【補充】一人一組的同學，**海報**大小為 (**寬59.4cm*高84.1cm，即A1大小**)。

二、海報的尺寸:『**面寬118.9cm*高84.1cm**』，繳交給各組助教時請將檔案轉成 **PDF 檔** 及 **JPG 檔**。如果不知該如何設定海報大小，可以在**版面設定『寬118.9cm*高84.1cm』大小**進行設定，在繳交檔案前請自行測試原圖輸出時，字體或是圖片是否會失真或模糊。

三、海報中如果有圖檔資料請注意，大圖輸出時很容易會糊掉，**解析度不可小於300dpi**。

四、內容及格式上之要求：

1. 【內容上】

- (1) 海報上可以不必放上自己是第幾組、組別成員姓名及指導教授，但是一定要有『**專題題目**』(每個攤位上方會有組別的背板)。
- (2) 海報的內容請務必放入：
 - A. 專題介紹或是摘要
 - B. 專題成果：如執行的結果或發現等
- (3) 海報上盡量要有些文字上的敘述，若僅有圖檔會讓觀賞者難以理解專題要呈現的內容，除非各組成員可以長時間在攤位留守跟參觀者互動。

(4) 請統一在海報的**右下角**統一加上  **(檢附LOGO圖檔)**

2. 【格式上】

- (1) 風格設計上不限，字體樣式不限。
- (2) 字體大小：要注意海報張貼的位置會在攤位的最深處，給每組攤位的桌椅會在海報前，參觀者較難走入攤位內觀賞，參觀者與海報的距離至少會間隔 2 公尺，所以若是放置於海報內容的資訊較多者，字體大小要稍微考量一下。想要呈現給參觀者瞭解的資訊，盡量要讓其可一目了然。
- (3) 如果要用 Power Point 做海報設計者請注意，版面設定請務必設定為『**寬118.9cm x 高84.1cm**』**切記切記!!**，不要直接套用內建版面大小，否則輸出時實際版面會變小。；以 Photoshop 設計者，解析度請不要少於 300dpi。
- (4) 繳交給各組助教時請將檔案轉成 **PDF 檔** 及 **JPG 檔**。

五、繳交方式：依各組公告。

【範例】

1 主題發想

近年來食安問題嚴重，消費者健康意識抬頭，專誠二倍時希望可以找到健康、天然及安心的食品，因此在眾多產品中，考慮產品形象的可持续性與普適性、發展優勢及市場潛力，我們借鑒果醋對身體的益處，同時結合想幫台灣在地小農數位轉型的想法，深入研究消費者對果醋這項產品的印象與認知，結合產品本身的特色，重新為品牌做定位。

供應商簡介
「陳稼莊果醋」為自產自銷的台南小農，擁有自家果園，遵循天然農法的栽種方式，並以古法大陶甕釀造，保留水果最完整的風味。





陳稼莊 健康果醋
Chen Jiah Juang, The Secret To Chillax.

5月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
主題發想	確認主題	概念發想/ 參訪果園	實/量化調查	社群經營	發送舊瓶/ 市集推廣	成果發表

2 情境分析

競爭者分析
我們分成一般品牌及小農品牌來做分析，而兩者的區別在於有無自家果園，分析結果顯示，因小農較缺乏專業，所以在品牌官網或線上銷售較無精美的使用者介面，而陳稼莊果醋不僅是小農自產自銷，還在品牌官網和社群媒體有在不斷的經營和推廣，因此我們的介入是有價值的。

分析以客群、特色、通路、容量、價格、包裝、行銷活動等方式進行。

3 概念測試

質量化調查
透過質化訪談及量化的方式，進行消費者行為分析，使我們能找出真正符合消費者需求的品牌定位。概念以消費者痛點、支持點、利益點三大重點呈現，在概念構想中，我們將目標客群鎖定在18-35歲的學生及上班族，並以「舒緩身心」作為主要的核心定位。

4 品牌元素

塑造品牌元素
我們希望將品牌年輕化，因此我們設計了一隻叫LUCA的稻草人，名字中風陽光的寓意，並寓意著陳稼莊果醋願守護消費者與環境的決心。



「健康果醋陳稼莊，舒緩身心的秘方」
「Chen Jiah Juang, The Secret To Chillax.」
是我們的Slogan，希望消費者在飲用果醋後可以放鬆，並享受。

5 實際執行

參與市集
陌生客戶開發
企管週/系展攤擺/ 路邊義市/小墟市集

數位經營
使品牌年輕化
接手Facebook、Instagram 並進行貼文規劃

線上表單
提高銷售、增加通路
透過表單進行商品預購 採用面交及7-11店到店



▲ 企管週攤擺
▲ 貼文規劃
▲ 預購表單



Form Plant
鳳苾

指導教授：黃櫻美老師
組員：鄭鈺潔 林亞葳 翁聖蟬
陳佑羽 吳怡儒 黃品甄 黃愉庭



背景與動機

無論修剪樹木或汰換家具包裝運輸等，均會產生許多廢棄木頭與木棧板，因此本團隊希望能將廢木回收再利用，並結合近期室內小型植栽的熱潮，共創新生，延續廢木價值。

理念 永續 陪伴 客製化

- 廢棄木與新的生命一起延續它原有的價值
- 現代人時常需要另一個生命來陪伴自己，讓生生不息的空氣鳳梨能長久伴在每個人身旁
- 增加客製化的服務，購買產品非僅是為友善環境盡一份力，而是同可作為送禮的好選擇



執行方案

市場
為線上行銷管道做準備，初步市場調查了解消費者偏好及對於植栽相關問題，同時增加品牌曝光度。

- 校內：企管週/牛奶節
- 校外：好織集/mini/飛雨市集

官方帳號

- IG 不定期的發文及更新市集活動資訊，提高觸及率以擴大消費客群。
- LINE 建立與消費者和品牌方溝通的管道。提供完善的售後服務，以此來提高品牌口碑和品牌形象。
- 官方網頁 加強品牌故事，增加接觸管道以大量的文字和故事來表達，讓顧客及其他合作廠商能深入認識本品牌。

實際成果

克服技術問題

- 原物料取
- 產品設計
- 可行性評估

品牌曝光度提升

- 進行市場調查
- 行銷管道架設

銷售額達83%

- 市集擺攤
- 行銷活動推廣

理念的延續及傳遞

- 噴嘴募資上架
- 成果發表



▲ 銷量提升 60%
▲ 銷售額增加 80%
▲ 粉絲數增加 73%

@form.plant_

東海大學 高等教育深耕計畫