

恆隆行團隊模組提案

第六組

吳政錡Jacky
黃詩庭Claire

施伯憲Shawn
楊律晴Chloe

許博茜Sunny
陳昶萱Dudu

黃靖茵Aloise
駱郁雯Helen

提案目的

此提案為規劃Velcro (魔鬼氈) 導入兩大客群並進行行銷提案。



年輕族群

+



家庭主婦

=



目標族群

行銷策略

少了Velcro，人生很難過；有了Velcro，生活輕鬆過



架設刊版
成本37萬



情境短片
成本20萬



創意競賽
成本10萬

拍攝「讓Velcro定義你的新生活」之概念短片，呈現生活中的多元應用，例如：空間佈置、便利穿著及擺設固定等，讓Velcro替你助攻生活中的大小事！

可行性與預期效益

- 於忠孝復興架設廣告看板預估可觸及**153萬人**/月
- 廣告短片曝光於各媒體預估可觸及**100萬人**/月