

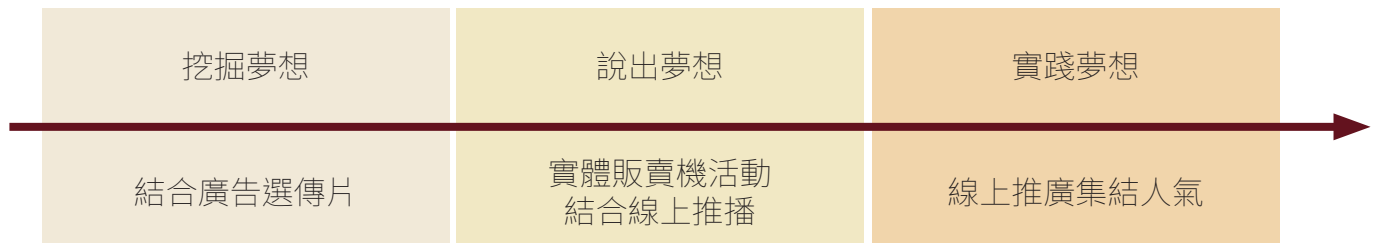
做你的夢 2017 黑松沙士尬廣大聲說

壹、市場調查

「你成績那麼好，一定知道以後要幹嘛。」這是黑沙最怕也最常被問到的問題。自小黑沙便認真讀念書、補習，在考試中獲取好成績，直到上了大學，想法因周遭的社交環境被開發，他頓時發現自己的人生乏善可陳，也沒有任何目標。黑沙開始懷疑自己，多年的努力卻沒換來一個目標，而對未來感到萬分迷茫。但黑沙沒有放棄發現，多方嘗試後，他認知到自己熱於音樂工作，嘗試作詞作曲，寫歌也寫心情，好不快樂。然而，夢想變得清晰，卻沒有發揮的管道，只能默默期盼有天努力可以被看見。實踐夢想的管道狹隘，雖然黑沙越挫越勇，每天不僅精進技巧、增加作品量，還努力挖掘各方管道；現實始終是殘酷的，苦悶不會開花結果，黑沙高昂的理想，也只能跟著現實，趨於平靜。夢想高遠，努力可以變得更接近，卻也需要一個，能夠發揮的地方。

貳、行銷主軸

實踐屬於自己的夢想



參、執行策略

觀察現今社會現象後，發現年輕人對夢想有太多顧慮，到最後甚至不知道夢想為何物。我們認為，夢想應該是發自內心的產生並給予價值，不須透過其他標準來衡量，自己的夢想自己作主，實踐夢想的過程中更能使年輕人成長，讓他們為自己也為這個世界，創造屬於自己夢想的未來。

所以在活動規劃中，我們將強化黑松沙士始終「鼓勵年輕人追夢」的形象，創造一個平台，讓他們可以自由地發表內心想法，學習跨出第一步，讓世界看到他們的夢想；隨著大數據時代來臨，我們認為最有效的方式，便是「娛樂包裝行銷」，所以我們將準心放在三大方面——即時性、參與感、討論度，同時針對消費者的體驗去設計活動內容，以提高活動效益。

活動宣傳策略

▶ 廣告片

作為鼓勵年輕人發掘夢想的前導，為整體活動的第一部分，是先拍攝一部行銷影片，使目標族群產生共鳴與動機。影片的主要訴求在傳達現今社會，年輕人時常受到壓力影響，會遇上的相似問題：找不到自己真正的夢想、迷茫的未來。影片後半段則轉換場景，引導出活動主題：黑松沙士鼓勵年輕人說出夢想、實踐夢想。

👤 實況主業配文

數位媒體直播平台、直播 APP 為目前主流娛樂之一，相對的使用者中也多為年輕族群，透過一個簡單的小活動互動，可以在短期內達到宣傳效益。

· 請實況主在直播中假裝靜音數秒，引起觀賞粉絲的注意、互動，直到拿出黑松沙士後，才恢復聲音，並宣傳黑松的活動資訊。

○ 綜合網路推播活動

使用兩大網路社群媒體平台 Facebook、YouTube 及大宗瀏覽器 Google 等付費方案建立廣告系統。

短期 · 精準投放廣告、廣告頁面
· 運用廣告激發潛在用戶

長期 · 透過排程做長期廣告
· 購買版面長期推播

宣傳目標

短期

- 活動增加飲料銷售數量
- 販賣機更新提高銷售曝光率
- 活動提升消費者參與度
- 吸引新的年輕客群關注度

長期

- 沙士品牌形象年輕化
- 讓「夢想」與黑松的連結深植人心

預期效益 (KPI)

活動

- 20 萬名年輕人參與比賽
- 黑松粉絲專頁觸及率人數提升 50 萬
- 黑松粉絲團互動率提升 50%

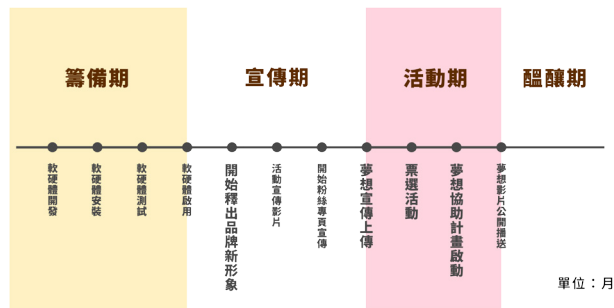
產品

- 50 萬名年輕人願意嘗試黑松沙士
- 30 萬名年輕人在活動期間購買黑松沙士
- 重點的黑松飲料販賣機銷量提升 60%

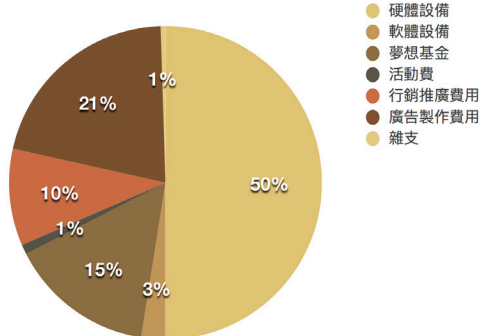
品牌

- 50 萬名年輕人提升對黑松品牌的忠誠度
- 100 萬名年輕人認為黑松是夢想支持者
- 300 萬名的民眾認為黑松品牌年輕化

參、時程規劃



肆、預算分配



伍、問題與機會點

販賣機全面升級不但經費支出龐大，仍有後續使用問題。但我們認為，這反而是個結合 AR 的好機會，可在此方面設計規劃不同的活動，供消費者有更全新的體驗。

「黑松沙士 聽你的夢想」活動概要

STEP 1

購買黑松沙士，獲得瓶蓋序號。



STEP 2

掃描販賣機上的 QR Code 或至活動頁面線上登錄序號，發表夢想宣言。



STEP 3

發表後，全國販賣機和活動頁面會立即顯示夢想宣言。



全國即時連線
夢想不怕人知
攜手步追夢路

STEP 4

參賽者可至活動頁面，用編號找到自己的夢想宣言，推播到個人牆上吸引大家支持按讚。



STEP 5

人氣投票前三名參賽者，黑松將幫助完成夢想。

BONUS

參賽過程中，若讚數超過 200，黑松將會寄客製小禮物給參賽者，上頭會印有自己的夢想宣言。象徵每個夢想都值得鼓勵，在追夢過程中，有黑松陪伴。

