2010 保齡球對抗賽 新4代開張

專案活動成果摘要

結案報告撰寫人：Philip

專案名稱：**2010 保齡球對抗賽 新4代開張**

起訖時間：2010/11/1~2011/1/31

活動目標

1. 參賽組數：原定 1,350 組，達成 2,195 組，達成率 162.59%

		三重				士林			
		11 月	12 月	1 月	小計	11 月	12 月	1 月	小計
校園組	目標數	200	200	200	600	50	50	50	150
	達成數	255	191	243	689	149	124	86	359
	達成率	127.5%	95.5%	138%	114.83%	298%	248%	172%	239.3%
成人組	目標數	150	150	150	450	50	50	50	150
	達成數	367	299	338	1004	62	51	30	143
	達成率	244.67%	199.3%	225.3%	223.1%	124%	102%	60%	95.3%

※ 兩館以各月各組數據分析來看，僅有三重 12 月份校園組與士林 1 月份的成人組未達目標；以 3 個月總量目標來看，士林成人組又創新低，將是下屆改進的重點之一

2. 提昇主動參賽率：原定目標校園組－E7Club 30%、E7PLAY 40%；成人組－E7Club 50%、E7PLAY 60%，

		三重				士林			
		11 月	12 月	1 月	小計	11 月	12 月	1 月	小計
校園組	參賽率	18.82%	26.7%	25.93%	23.51%	16.11%	62.1%	70.93%	44.15%
	達成率	62.73%	89%	86.43.7%	78.37%	36.53%	155.25%	177.33%	110.38%
成人組	參賽率	47.96%	59.53%	57.99%	54.78%	27.42%	86.27%	70%	57.34%
	達成率	95.92%	119.06%	115.98%	109.56%	45.7%	143.78%	116.67%	95.57%

※三重校園組 12-1 月均未達目標，主要是受到去年校園組之常客皆已畢業加上已無郭彥甫因素的影響，所以導致主動參賽組數大減﹝下滑 14.81%﹞；相同的學生畢業因素也影響到士林校園組整體目標，所幸有另外養成三組熟客的持賽習慣，但到了下半年仍會遇上學生熟客畢業的問題。至於成人組的部份，少了沈明河因素，今年呈現較正常成長之趨勢，並且造成至少 10 組以上之隊伍持續參賽，雖然參賽率下滑，仍有達成所設定之目標。而士林成人組則是三重球隊的天下，可產生高分組同質競爭，卻容易造成新手參賽排斥感，這一點為了改善參賽率，考慮士林做加碼送或是幸運賞價值提升的調整。

3. 提昇 2 次參賽率：

		三重				士林			
		11 月	12 月	1 月	小計	11 月	12 月	1 月	小計
校園組	2 次以上參賽率	8.24%	14.14%	14.40%	12.05%	13.01%	58.73%	58.14%	39.94%
	達成率	27.47%	47.13%	48%	40.17%	43.37%	195.77%	193.8%	133.13%
成人組	2 次以上參賽率	35.52%	56.52%	52.37%	47.46%	13.11%	78.43%	46.67%	43.66%
	達成率	118.4%	188.4%	174.57%	158.2%	43.7%	261.43%	155.56%	145.53%

※ 兩館以各月各組數據分析來看，如上屆兩館皆是第一個月重複參賽較差，雖然兩館各組的 2 次參賽率也都有成長的趨勢，但三重校園組達成卻低於 50%，列為下一屆改善重點，其餘皆在目標所設定下情況達成。

4. 每月增加 100,000~200,000 參賽消費者收入：

		三重			士林		
		11 月	12 月	1 月	11 月	12 月	1 月
98 年	營業額	3,066,365	2,971,799	3,961,672	1,295,966	1,319,764	1,693,666
99 年	營業額	3,128,915	3,121,888	3,787,654	1,579,423	1,813,274	1,952,763
達成金額		62,550	150,089	-174,018	283,457	493,510	259,097

※ 以兩館的 11 至 1 月的營業額來看，只有三重館在 11 月與 1 月未達目標，研判原因與今年冬天氣候與假日少 1 日有關﹝今年 11 月假日少 1 日，1 月則多為兩天﹞。而士林館則是業績提昇，但多為受到 B1 業績提昇之影響，所以判斷本次業績的變動與 3 對 3 無關。換句話說，下半年的 3 對 3 並未發揮全部的影響力。

5. 整體業績與參賽營收佔比：以整體營業額來看，未發現 3 對 3 活動對整體業績有明顯提升的影響；但就兩屆參賽營收佔比比較來看，今年 3 個月兩館平均為 7.19%﹝較去年上昇 2.49%﹞，如果單此點來看，該活動的影響力是成長的，而且在淡季發揮了不小的營收力。只是如在前 45 天能吸引到較多散客參賽的話，在增加營收上則會有不一樣的結果。

活動操作架構

1. 人力分工：自上屆行銷部調整人力分工後，增進不少本活動的有效露出度與更新度。但個人總積分部分，應設代理人制度，本屆有產生因負責人休假而成績未即時更新，導致參賽者客訴情形發生。
2. 外部合作：本屆首次嘗試外部合作，在排名優惠賞的預算上省下不少。雖然無法與協會合作，下屆考慮可加入慈善機構的合作，讓新一屆活動增加話題性。

賽事內容規劃

1. 3 對 3 參賽卡：

三重					士林				
製作數	發出數	回收數	發出率	回收率	製作數	發出數	回收數	發出率	回收率
4,500	5,185	781	115.22%	15.06%	3,000	1,668	202	55.6%	12.11%

※ 兩館參賽卡此次平均發出率為 91.37%，執行度佳，但由於士林新參賽者較少加上首批製作量較上屆多，使得發出平均發出率降低，但實際發出數比上屆高，而多出參賽卡則調整至三重使用，所以並沒有造成太多參賽卡的浪費﹝未使用 647 張﹞。

※ 三重部分有產生參賽卡違規使用情況發生，下一屆將加註﹁限參賽者本人參賽蓋章抽獎，嚴禁轉讓或填寫他人資料，如有任何違規或損害他人權益情事產生，將取消該卡抽獎資格﹂。

2. 規則說明：大部份熟客皆已熟悉個人總積分賞與 iPhone 抽獎的運作模式，所以對於活動目的客已不需太多推廣；但對於散客來說，這兩項獎項的誘因，仍舊顯得薄弱，推測原因可能與我們的客層特性與現場人員推廣說明有關。後者的部分，將在下一次列為行銷部觀察重點之一。
3. 獎賞說明：這次的獎品皆都附有獎品明細與簡易保固說明，所以這次獎品未出現特殊客訴情事之發生。
4. 成績更新公布：因為人力問題與專案代理人請假，僅有 2~3 次因為士林導致成績未即時更新，其餘皆按所規劃之時程更新成績。
5. 兌獎領獎程序：皆按規定日期與時程進行兌獎領獎程序。

賽事活動宣傳

1. 校園訊息露出：本屆以台北縣市的國高中與大專院校來實施校園張貼海報的宣傳，總共發出了 98 間學校，經電話追蹤後，成功張貼的學校計有 67 間之多﹝第一波 67 間、第二波 64 間﹞，張貼宣傳成效優於前 3 屆。
2. 內部會員行銷：此次每館總共發了 8 次即時戰報，6 次情報誌與 3 次總戰報；總共發信 25,933 封，開信率 16.19%，開信人數 4,198 人次，總寄出數與平均開信率皆小幅下降於去年數據，除情報誌以外，其他皆在可接受範圍內﹝20%以上﹞。

	三重			士林		
	寄出數	開信率	開信人數	寄出數	開信率	開信人數
即時戰報	1598	26.85%	429	271	21.77%	59
情報誌	14501	14.9%	2160	6477	12.6%	846
總戰報	2340	24.53%	574	746	21.45%	160
小計	18439	17.15%	3163	7494	13.81%	1035

3. 活動官網宣傳與連結：本屆為正式成為館內例行活動的第一次，仍舊兩館固有網路資源實施賽事內容的宣傳連結，皆按規劃內容執行。

文宣佈置規劃

1. 現場佈置：本屆仍舊維持上屆的佈置型式，雖然宣傳強度與露出度同於去年，還是讓部分散客消費者注目到本活動的內容，但缺乏一些創造話題的新鮮感 。
2. 文宣品：各項文宣皆按控管之數量執行，並且有按兩館需求做數量之調整，所以未有短缺或過多浪費之情事發生。
3. 宣傳影片：本屆在兩館增加了 Flash 宣傳影片的播放，增加了活動露出度，下屆仍將維持。

現場營運配合部分

1. 銷售 POS 設定：一切設定正常，執行無誤。
2. 銷售流程規劃執行：與過去兩屆相同並未改變，執行無誤。
3. 人員訓練規劃執行：執行正常。
4. 賽事執行紀錄更新：除人力問題與專案代理人請假，僅有 2~3 次因為士林導致成績未即時更新，執行正常。

專案預算控管

本屆編列預算 356,500 元，實際支出 265,604 元，其中包含個人總績分賞獎金實際支出 90,000 元，計本屆結餘專案預算 90,869 元，皆在成本預算控制範圍內。

其他

2011 年上半年目前因為士林店暫停營運，所以暫停舉辦；待下半年新點確認後再行起動。