

# BOOK LIFE

ENJOY YOUR LIFE

企四A康文芸

企四B官秉憲

企四B蔡侑妤

企四B蔡馨慧

企四B林廷庭

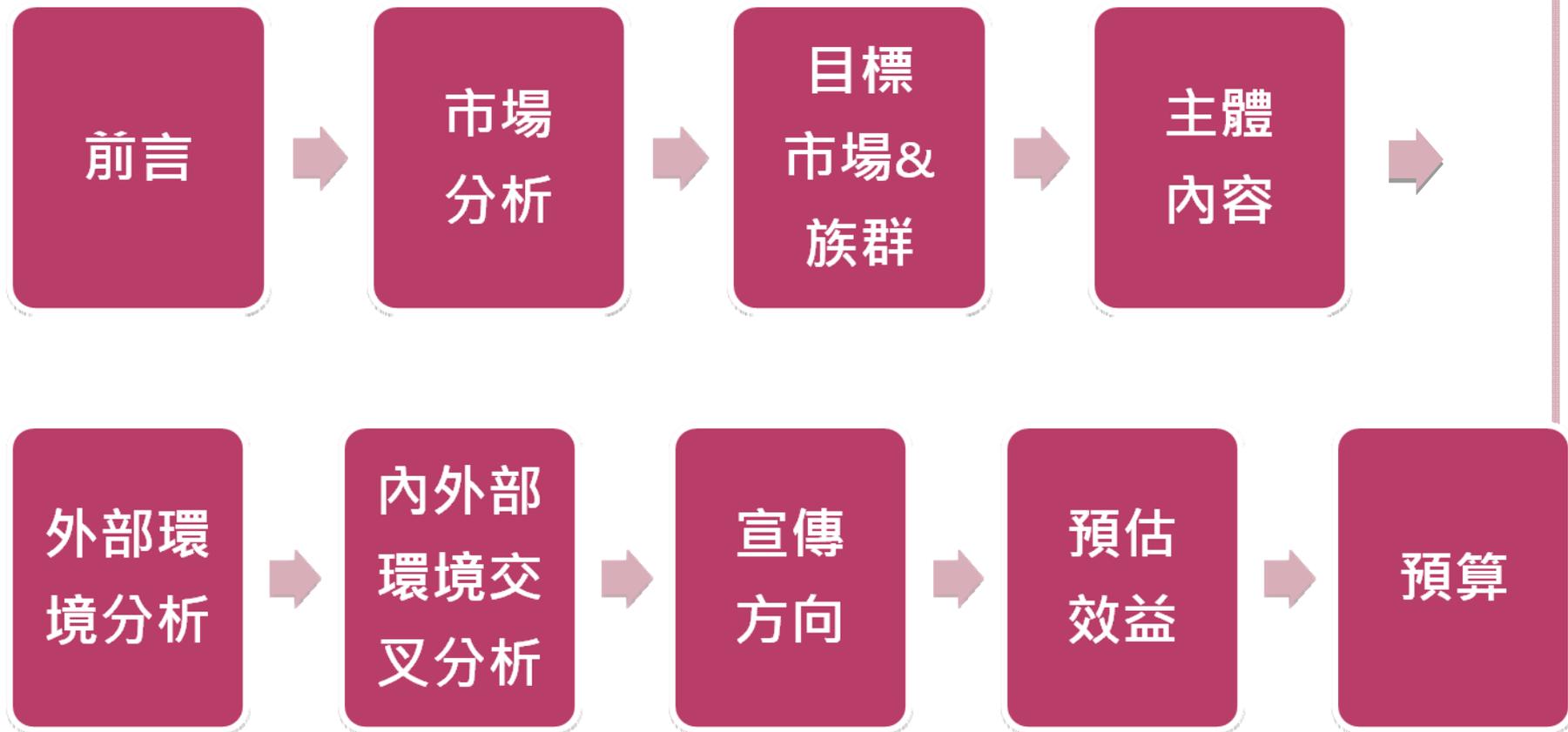
企四B溫家騏

企四B王怡璇

企四B陳書曼

企四C呂紹璋

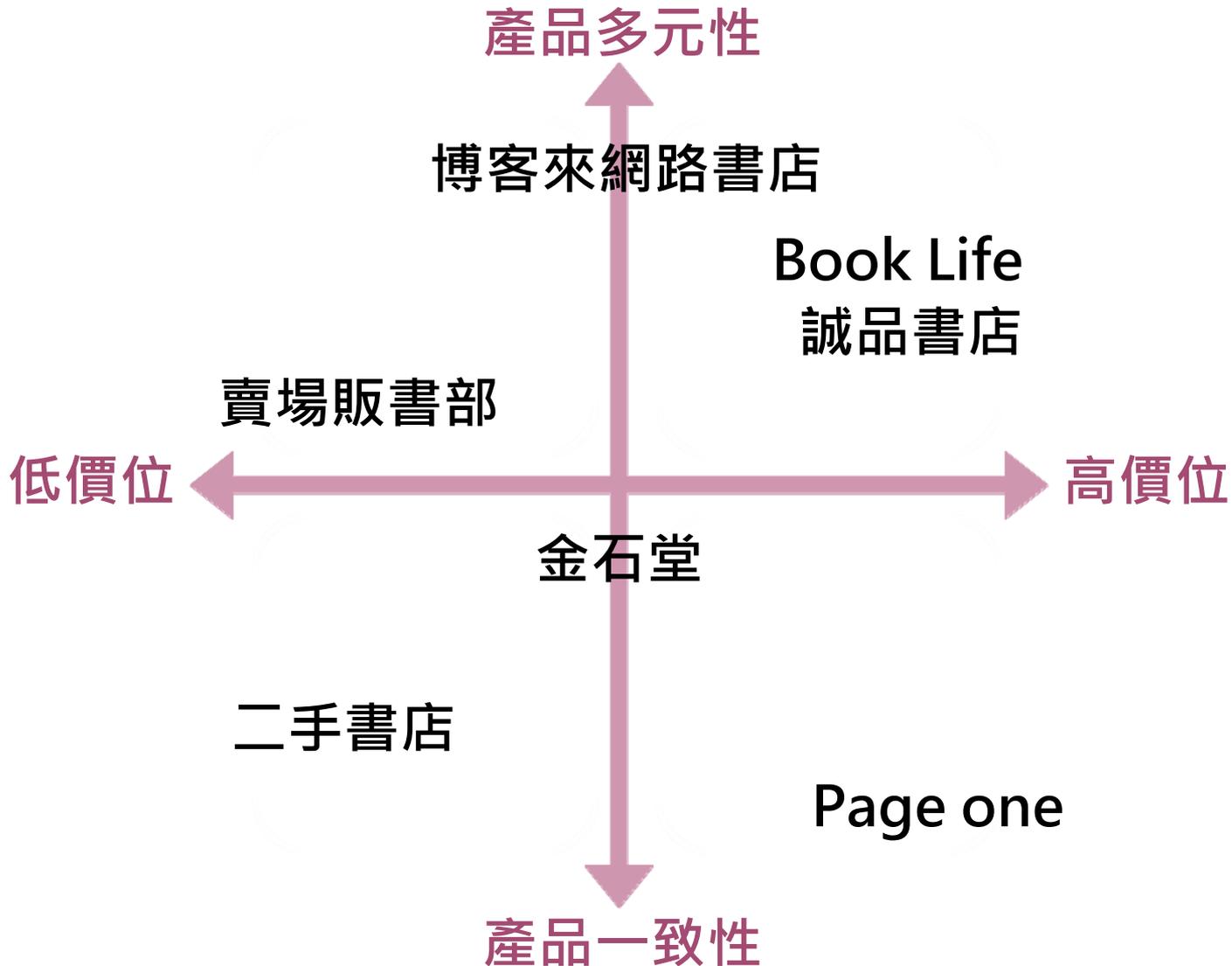
# 架構



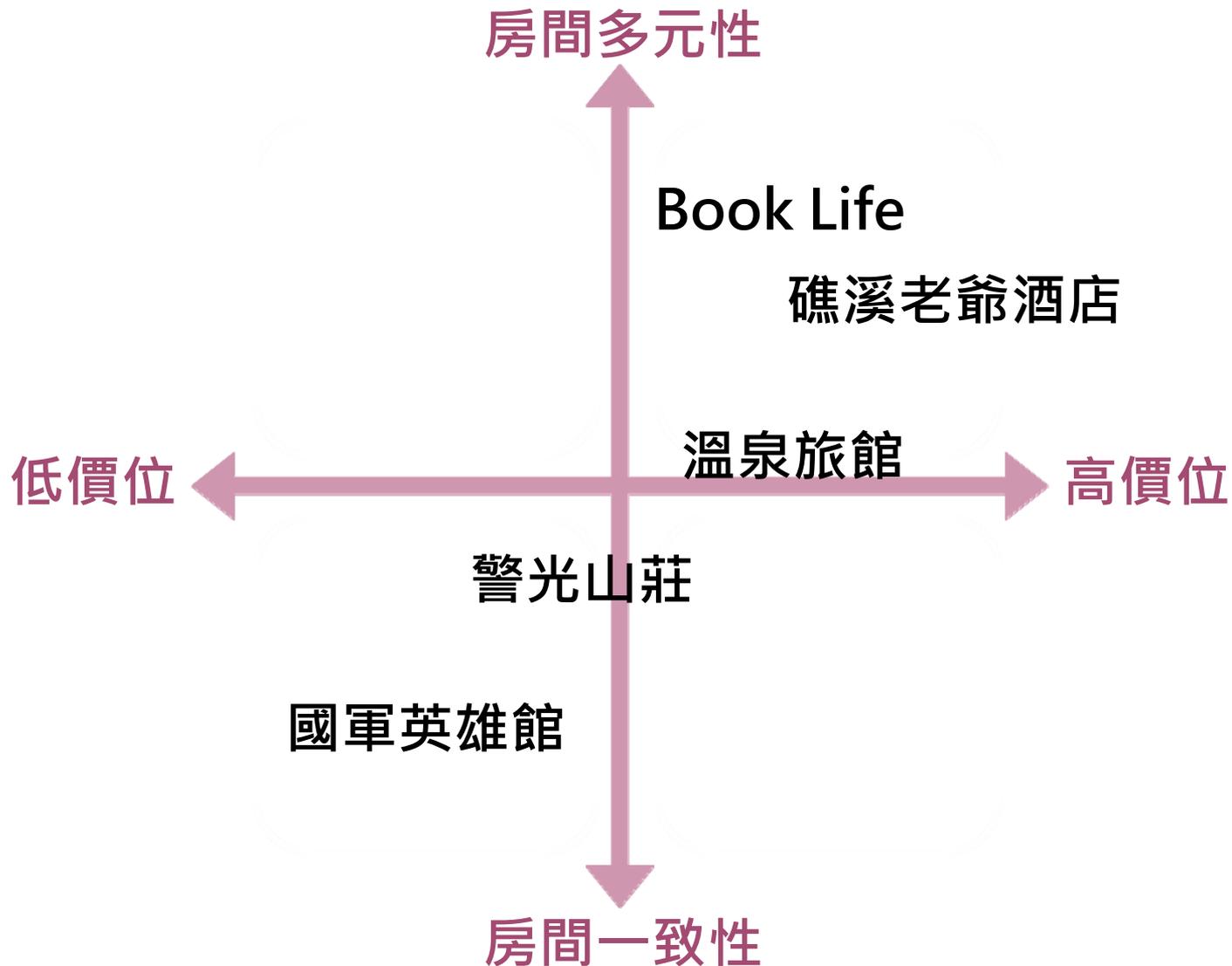
# 前言

- 書店名稱叫做Book Life，Book 在英文中當名詞使用時，是“書”的意思，當動詞使用時，是“預訂”的意思。
  - 隨著心境態度，我們對不同環境的認知，會有所調整。閱讀，也是這麼一回事，我們必須有這麼一個可以讓我們心無旁騖的場所，才能專注地融入書本。
  - 而Book Life除了提供書店以及空間的服務外，也提供食物上的鏈結，希望能給顧客有更多元的體驗。
  - 我們盡量滿足各式各樣喜好的消費者，提供他們一個自在的環境，替他們營造不一樣的人文氣氛。因此我們把不同產業、不同元素相結合，產出新創意、型態！
- 

# 市場分析-書店



# 市場分析-旅館



# 目標市場&族群

---

## 目標市場

- 性別：無限制
- 年齡：各種年齡層皆可
- 收入：每月對書籍相關花費有一定程度的消費者
- 消費習性：喜歡實體書店看的到、摸的到感覺的人們，以及網路購書的人；喜歡創新、多元體驗者



## 目標族群

- 首要目標族群：各年齡層喜歡閱讀的人
- 次要目標族群：學生、在職場上想要在充實自己人

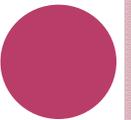


# 主體內容

書 店

主題飯店

主題餐廳



# 書店

- 營業時間：24小時營業
- 通路：
  - 實體店面
  - 架設網站，讓讀者與網友都能獲得最完整的資訊與服務，並提供網路購書服務
- 書店外觀：
  - 由書籍平放堆疊而成，每一本書代表一層樓，書本之間的微轉的角度，呈現出書籍堆疊的美感。
  - 大門設計以書為概念，將書的造型和旋轉門結合，讓人有進入書中的特別感受，店內整體以明亮清爽、兼有美感的創意為設計。

- 書店內部架構：
  - 設有書籍檢索系統，方便讀者查詢書籍的相關資訊，如：是否還有存貨、位於哪一區、是否有相關活動(像是簽書會)等。
  - 體驗區設計
    - a. 食譜烹飪：廚房裝潢、香氛噴灑
    - b. 自然科學：科學儀器、地球儀、星星等模擬設計
    - c. 小說：魔幻的裝潢設計等
    - d. 以上裝潢設計將會定期換新
    - e. 依各區的不同而有不同性質的音樂



○ 書店附設項目：

- 文藝廳：不定期舉辦講座、表演、展覽、DIY課程等
- 美食小館：沏茶趣和咖啡館
- 販售其他產品：書籍周邊商品、文具、創意禮品、影音商品等



# 主題餐廳

- 裝潢設計：共兩間，一間為中式、另一間為西式餐廳
- 創意菜色：如以文房四寶的靈感做成菜，如毛筆頭做成可食用的，硯台用黑芝麻製作等，還可將其他創意帶入飲食中，如象棋可入菜，西洋棋也可作為甜點的造型等，為飲食增添另一番樂趣

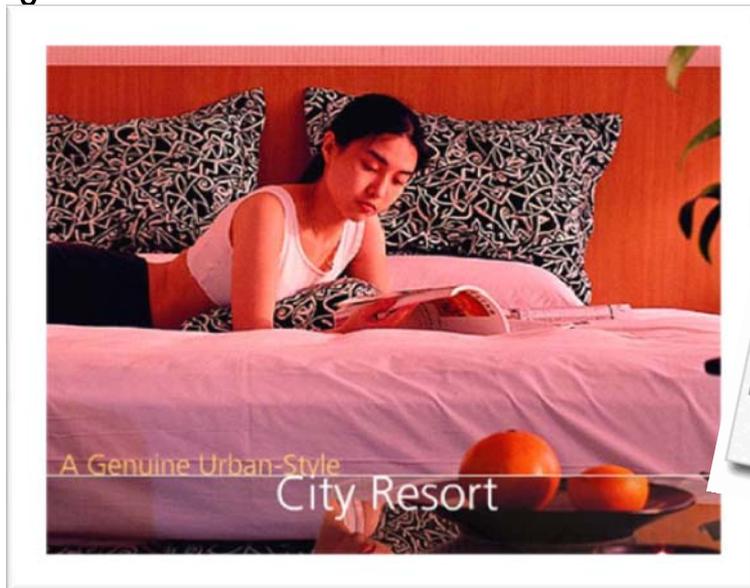


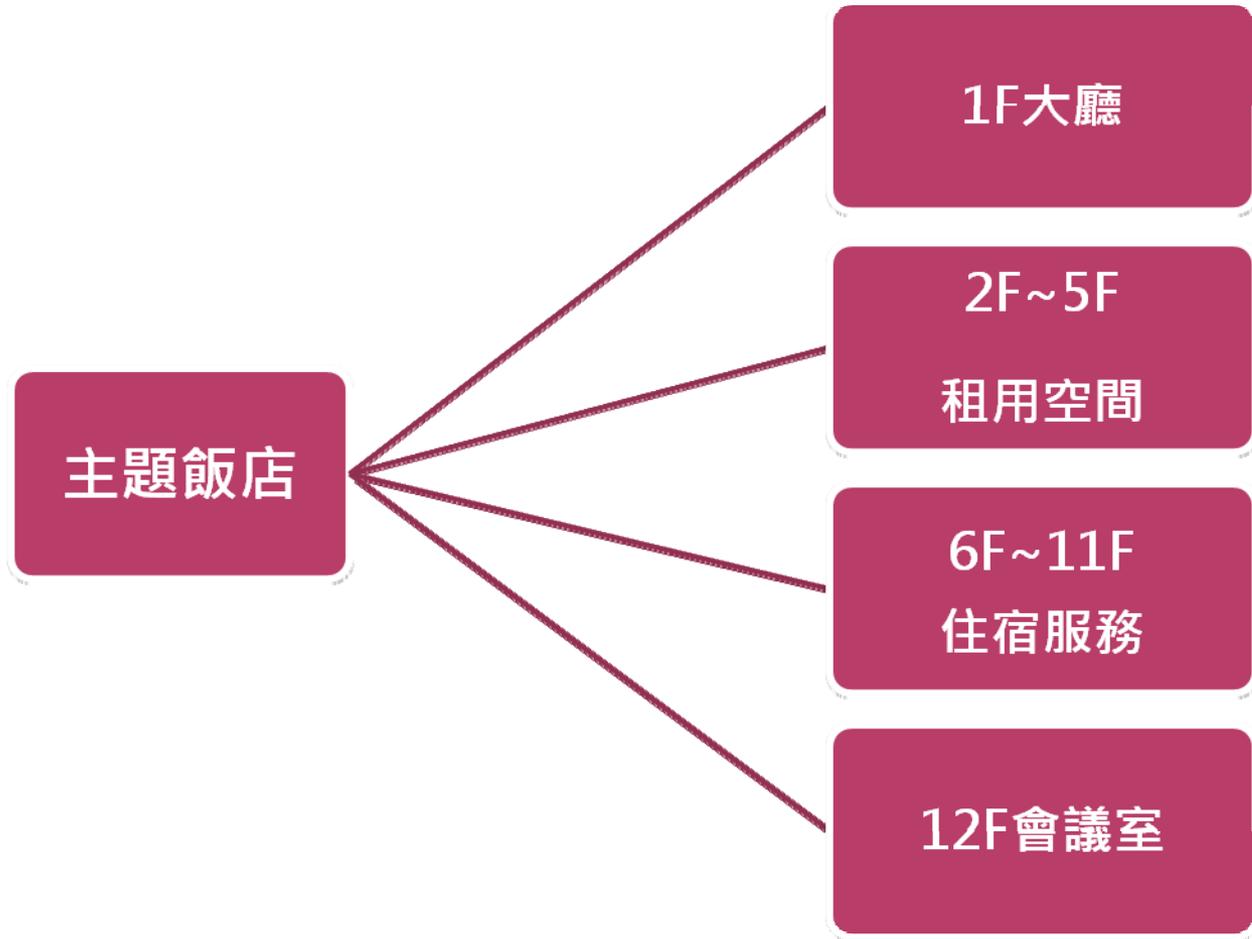
- **菜單設計**：不僅可設計成像是古籍、聖旨、屏風等，還可將書名、詩詞文句融入使其更有特色，如「蛋白質女孩」是蛋料理系列、「濃情巧克力」為甜點名等，在材質上可選用較不一樣的，如竹柬、陶瓷片、羊皮紙、沙草紙等，讓客人點餐時不僅在視覺上，連觸覺嗅覺都可享受到
- **餐具擺設**：除了一般的餐具，尚可加入一些具有特色的元素，如小酒甕、竹籠、陶器、籐器、彩繪瓷器、彩繪玻璃



# 主題飯店

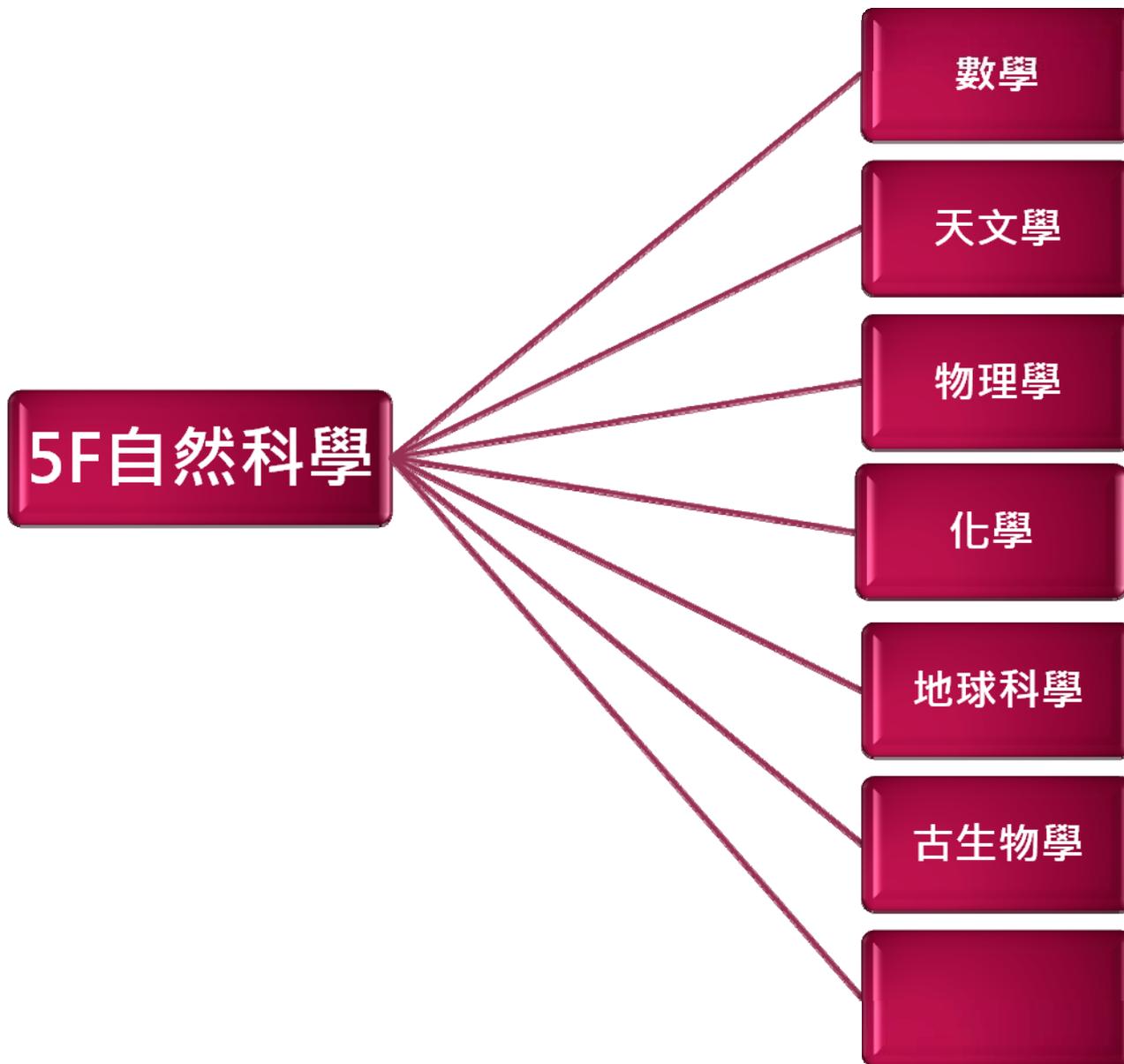
- 整體設計：以「圖書館」為概念，風格較典雅，給人溫暖舒適且知性的感受，擁有108間房間。大廳被琳琅滿目的書籍和木製書架所圍繞，附有會議室及許多的閱讀空間，旅客可在此閱讀、輕聊等。





- 樓層分類方式：以杜威十進分類法來區分各樓層，一樓為大廳和享用早餐或茶點的地方、二樓為「宗教」、三樓為「社會科學」、四樓為「語言」、五樓為「自然科學」、六樓為「科技」、七樓為「藝術」、八樓為「文學」、九樓為「史地」、十樓為「總類」、十一樓為「哲學及心理學」、十二樓則為會議室。





- 樓層分類介紹：整棟主要分為兩大部分
- 二到五樓主要為低價位的租用空間，提供顧客一個舒適閱讀休息空間。使用時間2小時為一單位，人數上限為4人，營業時間為上午八時至晚上十時。每間擺設皆為較簡單的租用空間。
- 六到十一樓則提供住宿服務，每間擺設典雅別致皆有不同風格，價位也較為高檔。全館書籍皆可提供住宿者借閱服務。



- **房間內設計**：每間房依各小類為主題設計，並提供與這個房間名稱相關的書籍，若旅客喜歡某書，也可向飯店訂購，而室內各種通訊設備也一應俱全，旅客可接上自己的電腦處理事務或隨時使用網路查詢資料。

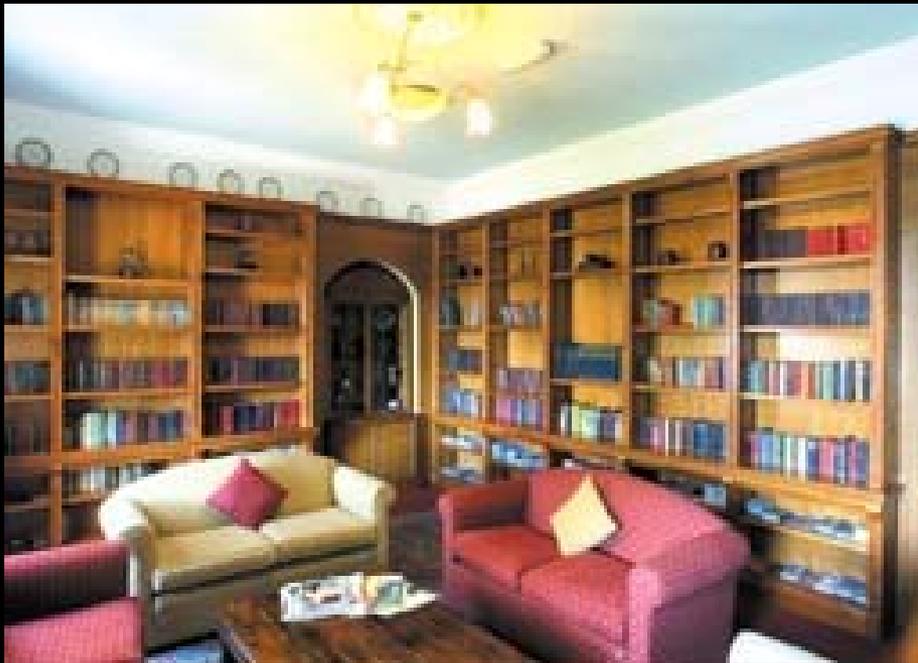


- **其他**：從進入房間開始，都讓顧客充滿溫馨的感受，例如提供精緻書籤或明信片，可供房客收藏或留為紀念，或是提供每位房客個人化照片等。









# 外部環境分析

## 政治法律

- 政府近年來推行觀光業
- 近期開放陸客來台觀光，旅客人數增加

## 經濟環境

- 2010年第三季、第四季景氣回春，股票上漲，人民較勇於消費

## 社會文化

- 知識文化以及閱讀風氣盛行
- 飲食文化的改變（如：創新的烹調方式）
- 旅遊風氣盛行（如：背包客）

## 科技改變

- 網際網路的發達及應用
- 交通便利性（如：高鐵）
- 分子食物

# 外部環境 & 4P

	產品	價格	通路	推廣
政治法律	√ (住)	◇	◇	√ (書、住)
經濟環境	√ (書、吃、 住)	√ (書、吃、 住)	◇	√ (書、吃、 住)
社會文化	√ (書、吃、 住)	◇	◇	√ (書、吃、 住)
科技變化	√ (吃)	√ (吃)	√ (書、吃)	√ (書、吃、 住)

# 競爭者-礁溪老爺酒店



## 優勢

- 風格
- 組織學習、變革與創新能力
- 員工素質、訓練完善
- 產品及其他行銷組合的創新能力
- 產品定位、特色與效能
- 通路與零售效能



## 劣勢

- 跨部門互動與協調
- 回應市場需求與生產技術的能力
- 顧客關係、顧客滿意度、忠誠度
- 市場佔有率、產品利潤



# 競爭者-信義誠品



## 優勢

- 與讀者雙向溝通，互動良好
- 書店複合式經營，始閱讀變成一種享受
- 店面具創意設計感
- 通路多元化，滿足各種讀者不同需求
- 閱讀與感官連結，印象更深刻
- 創新的體驗，具有新鮮感
- 書籍出版種類多，速度快



## 劣勢

- 書籍生存空間被其他產品瓜分
- 商品情報不足
- 書種重複，生命週期短
- 人才培訓
- 創意成本高，使產品本身價格提高



# 內外部環境交叉分析

		內部分析	
		優勢	劣勢
外部分析	內部分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 產品及其他行銷組合的創新能力</li> <li>• 產品定位、特色與效能</li> <li>• 通路與零售效能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 回應市場需求與生產技術的能力</li> <li>• 顧客關係、顧客滿意度、忠誠度</li> <li>• 市場佔有率、產品利潤</li> </ul>
	機會	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大陸遊客來台觀光，旅客人數大增</li> <li>• 景氣回春，民眾較勇於外出消費</li> <li>• 搭上花博列車，旅客人數大增</li> <li>• 飯店結合書店產品創新，適合個人及家庭度假</li> </ul>	<p>SO1 配合大型活動做促銷</p> <p>SO2 配合各個年齡層呈現多樣性</p>
威脅	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 交通便利性，造成一日生活圈</li> <li>• 同業競爭</li> </ul>	<p>ST1 提供短時間休息閱讀服務</p> <p>ST2 與公司行號簽約提供出差住宿、放假舒壓的場所</p>	<p>WT1 與當地飯店合作，避免惡性競爭</p> <p>WT2 提供大飯店無法做到的服務</p>

# 宣傳方向

短期

- 開幕慶活動
- 置入性廣告

中期

- 節目介紹
- 活動代言人

長期

- 活動月曆
- 網路社群



# 活動目的

增加品牌  
知名度

建立品牌  
形象

提高顧客  
忠誠度



短期

# 置入性廣告

## ○ 操作行式：

- 新聞媒體
- 電影戲劇
- 平面廣告

## ○ 活動重點：

- 書籍量大且豐富
- 舒適的閱讀空間
- 特色住宿與餐飲
- 開幕慶系列活動



短期

## 開幕慶活動-一元體驗

### ○活動目的：

- 創造行銷話題
- 吸引目光焦點
- 使體驗過的顧客為Book Life宣傳好口碑，並於未來成為固定客源

### ○活動日期：未定

### ○活動人數：每日限額88人

### ○活動方式：以「一元」便可體驗Book Life，凡於體驗後留下體驗心得者，還可得到精美禮物！

短期

# 開幕慶活動-好禮大放送

- 活動目的：
  - 吸引目光焦點
  - 普羅大眾均可參加
- 活動日期：不限
- 活動人數：不限
- 活動方式：
  - 於報紙上刊登廣告，憑截角即可享有不同優惠
  - 於電視節目中，提供送禮活動
  - 來店消費滿一定金額，即可參加抽獎活動
  - 後續還會有一波波的限時優惠活動



中期

## 節目介紹

### ○活動目的：

- 完整介紹BOOK LIFE
- 提升BOOK LIFE知名度
- 使有旅遊或買書需求的消費者得知另一種消費選擇

### ○活動方式：成立專案小組協助節目拍攝，約需4人



中期

## 活動代言人

- 代言人：九把刀
- 代言目的：
  - 傳達與書為伍的概念
  - 傳達新穎的複合式書店
  - 直接接觸目標顧客群
- 代言方式：
  - 代言與拍攝平面廣告
  - 請他入住本飯店一天，並於體驗結束後，在部落格與媒體上發表感想，且提供九把刀10個名額，可直接回饋書迷
  - 不定期與相關話題人物作篇幅的報導



長期

## 活動月曆

- **活動方式**：在官網上每個月定期發佈本月活動
  - **新書發表**：邀請作者與讀者分享寫作歷程，並可規劃作者與讀者共度一整天，增加作者與讀者的緊密度，也可使讀者體驗本飯店
  - **節慶活動**：如新年、端午節、聖誕節等等，創造主題空間，並與主題配合推出相關優惠
  - **團體預約**：可對本書店提出申請後，舉辦相關活動主題



長期

## 網路社群

- 目的：
  - 直接接觸消費者
  - 完整介紹Book Life
  - 加深顧客的凝聚力
  - 即時公佈Book Life相關訊息與活動
- 方式：成立專屬社群，並與線上顧客互動，以達永續的效果



# 媒體宣傳

- 宣傳期限：3個月
- 媒體選擇：
  - 電視節目：瘋台灣、在台灣的故事、草地狀元、美食新聞、食尚玩家、新聞搜得妙
  - 電視廣告：詳細內容與託播時段，待廣告公司提案後決議
  - 雜誌：食尚玩家、Taipei Walker、TRAVELER LUXE、MY LOHAS、壹周刊
  - 報紙：中國時報、聯合報、蘋果日報、自由時報
  - 網路：Facebook、痞客邦、無名小站、TraNews、PTT、mobile 01

# 預估效益

## 廣告宣傳

- 電視：預計收看率5%，以全台電視收看人數1千萬人預估，觸及率達50萬人。
- 報紙：預計閱讀率為6%，以全台閱報人口7百萬人預估，觸及率達42萬人。
- 部落格：預計點閱率8%，以全台點閱人口8百萬人預估，觸及率達64 萬人。



## 開幕慶活動

- **一元體驗**：每天限額88名，於活動限定五天可達440人次，估計受此活動影響而前往住宿的住房率達4成，亦即活動後至少可為公司帶來176人次的住房數。
- **好禮大放送**：可為Book Life帶來市場詢問度，引起消費者的好奇心，進而蒞臨帶來銷售契機與逐步建立品牌知名度。

## 活動代言人

- 藉由九把刀現有龐大書迷，直接接觸目標顧客群。



# 預算

單位：元

項目	說明	費用
公關	新聞角度規劃與制定、媒體邀請函與新聞稿	125,000
	記者會、採訪陪同、媒體採訪團	250,000
廣告	電視台(瘋台灣、在台灣的故事、草地狀元)	1,000,000
	報紙(自由時報、蘋果日報、聯合報、中國時報)	500,000
	雜誌(時尚玩家、Taipei walker)	120,000
	網路(Facebook、痞客邦、無名小站、TraNews、PTT、01 mobile)	80,000
其他	代言人費用	120,000
	人事費用(銷售人員、飯店人員、廚師.....等)	500,000
總支出		2,695,000

**THE END**

