

辦理推廣貿易業務申請補助計畫書

台灣精品品牌協會

- 一、計畫名稱：補助台灣精品品牌協會推廣工作
- 二、計畫執行期間：107年1月1日至12月31日共365天
- 三、計畫執行地點：臺灣
- 四、參與之會員家數/參觀本單位展示或參加會議之人數/參與國家數：
300家/ 2000人次/ 國

五、計畫目的

透過全方位的品牌交流、觀摩、學習，推廣台灣品牌企業優良形象，並協助國內有志建立品牌的中小企業縮短學習時間、改善品牌經營能力，提升臺灣產業國際競爭力與品牌能見度，以加大拓展國際市場的力度。

六、執行方式

1. 製播「品牌趨勢報」影音短片

- ◆ 執行對象：台灣品牌企業負責人及品牌或行銷高階主管
- ◆ 執行方式：
 - 訪談並記錄台灣企業轉型發展品牌之心路歷程、經營品牌的心法與策略，透過影音短片方式擴散與分享。
 - 兼顧現代族群瀏覽習慣與內容完整性，每支影片長度約10分鐘左右。
 - 運用跨電子平台載體及網路的便利性，達到隨時隨地分享觀摩的目的。
- ◆ 執行目標：
 - 2018「品牌趨勢報」擬至少選擇5個產業或主題，訪談15家以上的品牌企業，製播5支影音短片。
 - 影音短片符合現代人閱聽習慣，透過網路傳播的便利性，更能隨時隨地協助台灣有志發展品牌的中小企業或相關從業人員，透過觀摩他人、內化為自己的品牌基因，縮短發展品牌的時間與歷程。

- ◆ 預期績效：數位行銷時代來臨，透過本會官網、FB 粉絲頁、Youtube、Line 群組等數位平台，以及網路廣告、抽獎活動等的交叉運用，預計將導入官網 6,000 人次流量、運用 Facebook 粉絲專頁活動增加關注粉絲約 1,500 人、運用 youtube 與 Facebook 宣傳導入 36,000 人次觀看次數。

註：舉辦內容將視執行實務所需進行滾動式修正。

2. 出版「MIT 品牌現場」系列叢書與電子書

- ◆ 執行對象：台灣跨產業品牌企業創辦人及 CEO
- ◆ 執行方式：
 - 訪談台灣具代表性的品牌企業創辦人或 CEO 15~20 位，從人物書寫出發，探討其如何領導企業自創品牌的心路歷程以及如何為品牌定位，全書將由思維、策略、人才培育、國際佈局…等面向，找出這些品牌企業成功的關鍵，並視訪談狀況單冊發行或兩冊為一系列，印製 500 本，以為其他有志經營品牌企業的參考借鏡。
 - 除紙本之外，將同步發行電子書，以觸及更廣大的閱聽群眾與年輕族群。
- ◆ 執行目標：
 - 訪談不同業別與業態的品牌企業，從中整理出品牌經營的關鍵成功要素。
 - 歸納品牌的成功方程式，提供台灣其他有意發展品牌的中小企業參考借鏡。
- ◆ 預期績效：
 - 在經營的紅海中要殺出重圍，擁有品牌不僅是 B2C、也是 B2B 企業的重要選項之一。品牌的經營需要長期的投入，透過前人的經驗分享，可縮短後進者的學習時間，並經由彼此切磋交流，為品牌企業引導一條康莊大道。
 - 紙本發行人數有限，需俟所有訪談結束方能出版，搭配電子書更具靈活性，不但可隨時隨地瀏覽，且隨著訪談進度於官網、FB 發佈，可多增加 15~20 次以上的曝光機會，再透過 FB 行銷操作，可望觸及 8000 人次。

註：舉辦內容將視執行實務所需進行滾動式修正。

3. 建置英文網站

◆ 執行對象：國際品牌推廣機構或公協會

◆ 執行目標：

相較於政府每年挹注龐大廣宣費用推廣台灣精品獎得獎廠商，台灣有許多優質的中小品牌企業或隱形冠軍沒有政府龐大的行銷資源作後盾，甚為可惜。本會是台灣最具代表性的品牌專業協會，會員不僅是台灣精品獎常勝軍，也屢獲國內外各重要獎項，擬建置英文網站，讓國際有更多機會看見台灣品牌，也協助這些品牌明日之星站上國際舞台。

◆ 推廣方式：

- 藉由協會的各項活動影像紀錄與品牌相關資訊，讓世界看見台灣。
- 透過和國際品牌推廣機構或公協會交流互動，增加台灣中小型品牌企業曝光的管道。

◆ 預期績效：

- 透過官網和 FB 粉絲頁的行銷操作，預計將導入官網 2,000 人次流量。
- 提高台灣品牌國際能見度。

註：舉辦內容將視執行實務所需進行滾動式修正。

4. 品牌 CEO 分享會及品牌論壇

◆ 執行對象：台灣跨產業 CEO、中高階主管及有志於發展品牌的行銷人員。

◆ 活動方式：舉辦品牌企業 CEO 分享會、品牌講座，邀請品牌企業 CEO、高階主管或學者專家傳授品牌經營心法、品牌策略、市場趨勢，讓有志發展品牌的企業，透過系統性的知識傳授與同異業的交流，激盪出經營新思維。

◆ 預期績效：全年預計在台灣北、中、南舉辦五場次 CEO 分享會或品牌論壇，預計參與企業人數超過 250 人次，並透過官網及 FB 粉絲專頁分享，觸及人數預計超過 2000 人次。

註：舉辦內容將視執行實務所需進行滾動式修正。

七、執行進度

計畫名稱 品牌解碼系列	月份											
	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
1. 製播「品牌趨勢報」 影音短片												
2. 出版「MIT 品牌現場」 系列叢書與電子書												
3. 建置英文網站												
4. 品牌 CEO 分享會及品 牌論壇												

八、預期績效

1. 企業自創品牌之路艱辛而漫長，所幸國內仍有許多有理想與抱負的企業並未因此而卻步。台灣精品品牌協會創辦始於一群有志發展品牌的企業，他們或是台灣精品獎的常勝軍，或是在各自領域正嶄露頭角的品牌新星，希望分享傳承自身經驗來縮短其他後進者的學習時間與成本。多年來本會一本初衷，扮演公益、服務、交流分享的平台，透過品牌企業間的經驗分享、典範學習，加強我國業界自創品牌的信心與功力，鼓勵國內企業邁開自創品牌腳步，加速我國產業轉型創新的力道。
2. 透過品牌趨勢報、品牌系列叢書與電子書的出版、品牌論壇的資訊分享，讓實務與理論在協會這個平台得到交流驗證的機會，不但為台灣企業培養品牌人才，也縮短學習的時間，增加品牌成功的機率而減少失誤的機會。
3. 配合數位行銷時代來臨，本會自 2017 年開始強化官網、FB 粉絲頁、youtube 等數位平台的運用，以提高品牌推廣工作的成效，績效顯著。2018 年將更進一步建置英、日文網站，以期增加台灣品牌國際能見度，催生更多中小型品牌企業站上國際舞台。
4. 自創品牌工作包羅萬象，推廣品牌工作更是千頭萬緒，所需投注之人力與資源難以計數。本會為民間致力推廣自創品牌及創新品牌價值的唯一非官方單位，希望經由本會每年規劃推動的不同品牌活動，讓「品牌臺灣」更深植在台灣企業心中，也鼓舞並協助更多品牌的明日之星繼續堅持品牌之路，在國際市場中，為台灣品牌打造一個嶄新局面。