

# 商品行銷企劃書

## 理財課程



組員：409011541 汪宗緯

409040334 林詩旂

409383126 徐照東

## 目錄

壹、前言、動機 .....	2
貳、市場分析 .....	3
參、產品分析 .....	5
肆、消費者分析 .....	8
伍、行銷策略 .....	9
陸、預算 .....	12
柒、評估與追蹤 .....	13
捌、結語 .....	13

## 壹、前言

「你不理財，財不理你。」理財已經成為現代人必需的生活技能，若是不會理財，僅僅只是把錢放在銀行存，那你的錢只會被通膨逐漸蠶食，想想10年前的物價吧！當時雞排一份35元，現在都破百元了，不會理財的人，十年前你存在銀行的35元，到現在可能只有40元的價值，但是會理財的人，卻能把同樣的資產發揮更大的效益。

透過我們的課程，以及豐富又多元化的講師群，讓學員們將存款不僅是一串數字，而是對未來生活的投資，也有另外設計月存方案，讓忙於上班沒時間投資的您，也能穩定進行小額理財。

### 動機

錢，不是萬能；沒有錢，萬萬不能！很多人以為只能靠工作賺錢，卻失去了用錢滾錢的機會，我們的目標就是希望讓大家不要以為存錢只能放銀行，微薄的利息跟不上通膨的速度，為了讓大家的錢更有價值，於是我們創立了理財學習網，希望可以提供豐富的財務知識，充實正確的理財觀，以不投機的方式合理的存小錢，賺大利。

## 貳、市場分析

### 一、市場趨勢

- 1.線上學習普及:隨著互聯網的普及,越來越多的人選擇在線平台上參與理財課程。這種模式的好處包括靈活性、方便性以及能夠吸引全球受眾。例如,某些大型線上教育平台(如Coursera、Udemy)提供大量的理財課程,其中許多課程都是免費或低成本的。
- 2.科技整合:科技對於理財的影響日益增加,課程可能會整合新興技術,例如人工智慧、區塊鏈和大數據分析,以滿足學生對當代金融技術的需求。例如,某些課程可能會使用人工智慧來分析金融數據,或者使用區塊鏈來進行交易。
- 3.可持續和社會責任投資:隨著可持續發展和社會責任投資的關注增加,相應的理財課程可能會強調這些方面,培養學生對社會和環境影響的認識。例如,某些課程可能會教授學生如何選擇可持續的投資產品,或者如何評估投資項目的社會影響。
- 4.個性化學習:現代學生期望在學習過程中得到個性化的體驗。理財課程可能會採用自適應學習技術,根據每個學生的需求和進度提供定制的內容。例如,某些課程可能會使用機器學習來分析學生的學習數據,並根據分析結果調整課程內容。
- 5.實踐性學習:由於金融科技的快速發展,理財課程可能將更多注意力放在教授學生如何應對金融創新和數字化轉型的挑戰。例如,某些課程可能會教授學生如何使用金融科技工具進行投資,或者如何評估金融科技產品的風險。
- 6.金融科技和金融創新:學生越來越需要實際的實踐經驗,因此理財課程可能提供更多的實習機會、模擬交易和實際案例分析。例如,某些課程可能會要求學生在金融機構實習,或者參與模擬交易比賽。
- 7.行業認證:學生尋求通過行業認證來增強他們的就業競爭力。因此,理財課程可能會強調準備學生參加相應的金融專業考試。例如,某些課程可能會提供考試輔導課程,或者提供模擬考試。
- 8.多元文化教育:由於金融市場的全球性,理財課程可能更加強調多元文化教育,以幫助學生更好地理解 and 應對不同地區和文化中的金融挑戰。例如,某些課程可能會教授學生如何分析不同國家的金融政策,或者如何評估不同文化背景下的投資風險。

## 二、目標市場

### 1. Segmentation 市場細分：

- 年齡：25-35 歲是職場新人的黃金時期，對理財知識有強烈的需求；35-45 歲是事業發展的重要階段，需要理財知識來規劃人生。
- 職業：白領、公務員、自由職業者是具有一定收入和穩定職業的群體，有時間和精力學習理財。
- 金融需求：理財小白是指沒有任何理財基礎的人，理財初學者是指有一定理財基礎但希望進一步提升的人。

### 2. Targeting 目標市場選擇：

- 目標特點：這個群體可能更容易接受和應用理財知識，並且可能有一定的資金用於培訓。
- 目標需求：這個群體希望通過理財課程獲得以下收益：
  - 建立基礎理財知識，包括如何制定預算、儲蓄、投資等。
  - 提升理財能力，能夠合理規劃財務，實現財務目標。

### 3. Positioning 市場定位：

- 平價：這個群體可能對價格比較敏感，因此提供平價的課程可以吸引他們。
- 短時間：這個群體可能工作繁忙，因此提供短時間的課程可以符合他們的需求。
- 實際應用：提供案例分析、模擬演練等實踐內容，可以幫助學生更好地理解 and 應用理財知識。
- 資源豐富：提供線上工具、案例研究、互動教材等配套資源，可以提升學習體驗。

## 三、競品分析

1. 課程內容：市場上金融課程非常多元，很多人也推行各種不同的金融產品，教學不同的方式，也有客製化服務。

2. 市場規模：理財市場的規模理應無限大，但是受限於每個人對金錢的想法不同，投入的金額大小也不同，不過好好經營即可持續擴大經營。

## 參、產品分析

本課程將以深入淺出的方式，幫助學員掌握理財的核心概念，並提供實用的理財工具和方法，適合沒有任何理財基礎的學員，同時對於有一定財務分析知識的客群，我們也提供不同級別的講師，針對學員理財方面的弱項進行策略性補強，且提供學員一對一交流管道進行詢問理財諮詢。

我們致力於提供一個良好的學習環境，讓沒有任何理財基礎的學員能夠輕鬆進入理財領域。同時，對於已具備一定財務分析知識的客群，我們也提供不同級別的講師，以滿足其專業需求。無論您處於哪個階段，我們都將為您提供實用的理財工具和方法，讓您能夠更自信地應對財務挑戰。

此外，我們重視學員的個別需求，因此提供策略性強化課程，針對學員在理財方面的弱項進行補強。這些課程將由專業講師負責指導，旨在使您在特定領域得到更深入的理解和掌握。我們也提供學員一對一的交流管道，讓您可以就理財問題進行詢問和諮詢，並得到專家的即時解答和建議。這樣的安排能夠確保您在學習過程中得到有效的幫助和指導，使您在理財知識和技能上不斷進步，並最終達到自己的理財目標。

我們的課程將提供大量的案例分析和實際操作，讓您能夠將理論知識應用到實際情況中。透過這些實際案例，您將學會如何應對現實中的理財挑戰，並磨練自己的解決問題以及決策能力。透過與同行和專業講師的互動，您將有更多機會瞭解不同的理財策略和觀點，進而擴充套件自己的視野，更好地應對日常生活和職業中的理財挑戰。

在本課程中，我們將為您提供一個充滿啟發和互動的學習體驗，給予您豐富的理財知識和實用技能。不論您是剛入門的新手還是希望進一步提升的學習者，我們都將根據您的需求程度來量身定製課程內容，以確保您能夠從中受益匪淺。期待與您一同開啟理財學習之旅，為您的財務未來提供有力的支援和指導。

## 一、SWOT分析

### 1.優勢 (Strengths):

專業知識: 課程聘請優秀人員和講師, 具有豐富理財投資經驗, 能提供學生深入且實用的理財知識。

實踐機會: 提供實際案例研究、模擬交易, 幫助學生將理論知識應用於實際情境。

網絡建立: 課程幫助學生和業界專業人士連線, 提供學生與實踐者互動的平台。

### 2.劣勢 (Weaknesses):

過時內容: 課程內容無法跟上快速變化的金融環境, 易產生過時問題, 影響學生獲取最新的理財知識。

### 3.機會 (Opportunities):

行業需求: 由於金融市場的不斷變化, 培養理財投資技能, 可滿足行業對專業人才不斷增長的需求。

技術創新: 利用新技術, 例如線上學習平台、虛擬班室和數據分析工具, 可以提高課程的吸引力和效果。

合作機會: 與金融機構、企業或其他機構合作, 擴大學生和業界連接。

### 4.威脅 (Threats):

競爭: 其他高校或線上教育機構可能提供類似的理財課程, 形成激烈的競爭, 需要不斷提升課程的品質和吸引力。

法規變化: 金融法規和標準的變化可能影響課程的內容和結構, 需要及時調整以符合最新的法規要求。

經濟環境: 不穩定的經濟環境影響學生的報名意願, 導致行業需求的波動。

## 二、4P分析

### 1.產品(Product)

- 針對有固定薪水的上班族，課程設計成容易理解和融入繁忙工作日程的模式，例如提供彈性學習時間或短期集中式培訓。
- 課程內容以實際案例和生活經驗為基礎，並結合時事議題，讓學員更容易理解和應用。
- 課程提供實作練習和互動交流的機會，讓學員可以加深對理財知識的理解。

### 2.價格(Price)

- 對於有固定薪水的上班族，提供不同價格檔次的課程，如基礎版、進階版和高級版，以滿足不同層次的需求。
- 課程價格應與課程內容和價值相匹配，讓學員感受到物有所值。
- 可以提供分期付款或折扣等優惠，讓學員更容易負擔。

### 3.通路(Place)

- 為上班族提供在線學習平台，方便他們隨時隨地學習，也可以考慮合作線下機構提供面授課程。
- 在線學習平台應提供良好的使用體驗，讓學員可以輕鬆學習。
- 面授課程應選擇交通便利、環境舒適的場所。

### 4.促銷(Promotion)

- 利用社交媒體、財經網站和專業論壇等渠道，向目標市場傳播理財課程的資訊，突出課程的實用性和專業性。
- 可以邀請知名理財專家或名人為課程代言，提升課程的知名度。
- 可以舉辦免費講座或試聽課程，吸引潛在客戶



## 肆、消費者分析

### 目標客群

本次線上財務課程的目標客群為：有固定薪水的上班族

#### 1.消費者人口統計學

- 年齡：20-40歲
- 性別：男女皆有
- 教育程度：大學以上
- 收入：月收入30,000元以上
- 職業：上班族

#### 2.消費者需求

- 理財知識：希望能夠學習基礎的理財知識，如如何儲蓄、如何投資、如何規劃退休等。
- 彈性學習：由於工作忙碌，希望能夠有時間和地點的彈性，透過線上課程學習。
- 專業指導：希望能夠得到專業的理財指導和建議，解答自己的問題和疑慮。

#### 3.消費者行為

- 購買力：上班旅客群有固定的薪資收入，購買力較強。
- 線上行為：上班旅客群較熟悉網路和線上購物，對於線上課程也較有接受度。
- 購買決策：上班旅客群較為謹慎，會透過網路搜尋、評價和口碑等方式進行購買決策。

## 伍、行銷策略

### 一、目標

1. 每月新增 150 名學生
2. 每季度提升 15% 的品牌知名度
3. 每半年舉辦 2 次免費講座

### 二、策略

#### 1. 社交媒體行銷

- 在 Facebook、Instagram、LinkedIn 等平台上建立帳號，並定期發布理財相關的內容，例如理財技巧、投資理財案例、職場理財建議等。
- 利用社交媒體的廣告功能，精準定位 20-40 歲的上班族。
- 與金融機構合作，舉辦合作直播或線上活動。

#### 2. 內容行銷

- 創建有價值的內容，例如理財技巧、投資理財案例、職場理財建議等，以提高潛在學生的興趣和信任度。
- 通過合作夥伴關係，將內容分發到其他平台，例如媒體、網站等。
- 舉辦線上問答活動，與潛在學生進行互動。

#### 3. 電子郵件行銷

- 收集潛在學生的電子郵件地址，並定期發送電子報，分享最新的理財資訊和課程優惠。
- 舉辦抽獎活動，提升學生參與度。

#### 4. 與金融機構合作

- 提供學生實習機會，讓他們在實際工作中應用所學的知識。
- 邀請金融機構的專家來為課程授課，提升課程的專業性。
- 與金融機構合作舉辦理財講座或工作坊，提升課程的知名度。

## 5.線下活動

- 舉辦免費講座或工作坊，讓潛在學生親身體驗課程的內容。
- 參加教育展覽，與潛在學生面對面交流。
- 與金融機構合作舉辦理財講座或工作坊，提升課程的知名度。

## 6.口碑行銷

- 鼓勵學生在社交媒體上分享他們的學習體驗，以吸引更多潛在學生。
- 建立校友網絡，讓校友分享他們的成功故事。
- 邀請知名人士或KOL來推薦課程，提升課程的知名度。

## 7.差異化策略

- 提供具有競爭力的價格、優質的師資、實用的課程內容等，以吸引學生。
- 與其他理財課程進行差異化，例如專注於某一特定的理財領域或針對某一特定的受眾群體。

## 8.優惠和獎勵

- 提供早鳥優惠、折扣碼、獎學金等，以促進學生報名。
- 舉辦抽獎活動，提升學生參與度。
- 與金融機構合作舉辦理財講座或工作坊，提供優惠折扣。

## 9.行業合規認證

- 確保課程內容符合金融行業的標準，以提升學生的競爭力。
- 與金融機構合作，提供課程認證。

### 三、執行

#### 1. 社交媒體行銷

- 在 Facebook 上建立帳號，並將目標受眾定位為 20-40 歲的上班族。定期發布理財相關的內容，例如理財技巧、投資理財案例、職場理財建議等。
- 在 Instagram 上建立帳號，並使用創意圖片和短影音來吸引潛在顧客的注意力。

#### 2. 內容行銷

- 創建一系列針對 20-40 歲上班族的理財技巧文章，例如如何理財規劃、如何投資理財、如何做好職場理財等。
- 將文章分發到媒體、網站等平台，以擴大影響力。
- 舉辦線上問答活動，與學生進行互動，並提供專業的理財建議。

#### 3. 電子郵件行銷

- 收集潛在學生的電子郵件地址，並定期發送電子報，分享最新的理財資訊和課程優惠。

## 陸、預算

初始預算：本課程的預算為新台幣180萬元，主要用於課程製作、行銷宣傳等。

執行細節：本課程將在2024年7月1日開課，課程將持續12週，每週一堂課，每堂課45分鐘。

先以高薪100萬聘請8位業界有名的財務講師，再以30萬進行Youtube、Meta等網頁廣告投放，剩餘50萬作為後期製作、網站維護及相關客服行政人員的薪資，之後會視學員報名與反饋情況進行調整，後期有望增加多位財務講師。

## 柒、評估與追蹤

本課程的評估指標：

- 課程報名人數
- 學生學習成效：測試成績、作業完成情況、討論參與度、專案成果等。
- 學生認知表現：對課程內容的理解、資訊掌握能力、解決問題的能力、批判性思考等方面的評估。
- 教學品質：教師評價、教學方式及互動性、課程材料可用性、線上諮詢或輔導服務等。
- 學生對課程的滿意度：學生對課程內容、教學方式、學習資源和支援服務的滿意程度。
- 課程影響力：學生實際應用能力、提升的自信心、職涯發展等方面的成效。
- 學習行為分析：學習者在課程中的活動量、訪問率、課程完成率等資料。

追蹤方式：本課程將透過問卷調查、課後訪談等方式，收集學員的反饋和學習成果，以持續改進和調整課程內容。

## 捌、結語

本企劃案旨在規劃一套理財課程，幫助學員建立良好的理財觀念和習慣。本課程將以深入淺出的方式，幫助學員掌握理財的核心概念，並提供實用的理財工具和方法。透過課程內容的系統性安排和互動式學習方式，我們致力於滿足學員從基礎到進階的理財需求。同時，我們將探討現今金融環境中的挑戰和機遇，以幫助學員更好地應對和規劃他們的財務未來。在這個理財旅程中，我們將引導學員構建個人的理財策略和目標，並培養他們健康的財務觀念和風險意識。

同時，我們將著重於個人化的學習體驗，透過案例分析、實際應用和探討，使學員能夠在處理個人財務議題時更加自信和理智。我們的目標是建立一個開放、互動和富有啟發性的學習環境，將理論知識與實踐能力相結合，使學員能夠在日常生活中更加靈活地應用所學到的知識，實現財務目標並建立穩健的財務基礎。我們期待透過這個課程，幫助學員培養自我管理、風險評估和財務決策的能力，從而實現個人及家庭的財務健康和持續增值。

## 玖、參考資料

<https://www.hububble.co/blog/stp>

<https://medium.com/peerone-technology-%E7%9A%AE%E5%81%B6%E7%8E%A9%E4%BA%92%E5%8B%95%E7%A7%91%E6%8A%80/%E5%9B%9B%E5%80%8B%E6%AD%A5%E9%A9%9F%E5%AF%AB%E5%87%BA%E5%AE%8C%E6%95%B4%E7%AB%B6%E5%93%81%E5%88%86%E6%9E%90%E5%A0%B1%E5%91%8A-2621d5db6fe1>

## 拾、分工表

	林詩旂	汪宗緯	徐照東
前言與動機		✓	
市場分析	✓	✓	✓
產品分析	✓	✓	✓
消費者分析	✓		
行銷策略	✓		
預算與執行	✓	✓	
評估與追蹤	✓		✓
結語			✓
PPT製作	✓		
圖片+文案		✓	
影片			✓

我不確定你有做什麼，有的話自己打勾