

Sunbelt

防曬專門店



組員名單： 933114 廖新綺 (通路長)

933147 吳婉菁 (財務長)

933155 王 瑩 (行銷長)

933159 陳盈任 (產品長)

指導老師：彭慶懷老師

目 錄：

一、 公司簡介.....	2
二、 SWOT 分析.....	7
三、 競爭者分析.....	8
1. 市場競爭者分析(五力分析) :	8
2. 4P 分析.....	11
四、 STP 分析.....	12
S : SEGMENTATION.....	12
T : TARGET.....	13
P : POSITION.....	19
五、 產品策略.....	20
1. 產品分類.....	20
六、 價格策略.....	29
七、 通路策略.....	31
八、 促銷策略.....	36
九、 行銷控制.....	43
SALES PLAN.....	43
A&P.....	45
A&P 附表.....	45
財務報表 :	46

一. 公司簡介

* 公司名稱

Sunbelt 防曬專門店

* 公司成立時間

2007 年 7 月

* 公司經營理念和目標

一想到防曬就會想到 Sunbelt

* 產業基本介紹

【產業類別】 化妝品業

【員工】 4 人

【資本額】 1,000 萬

【創辦人】 Sunbelt 團隊

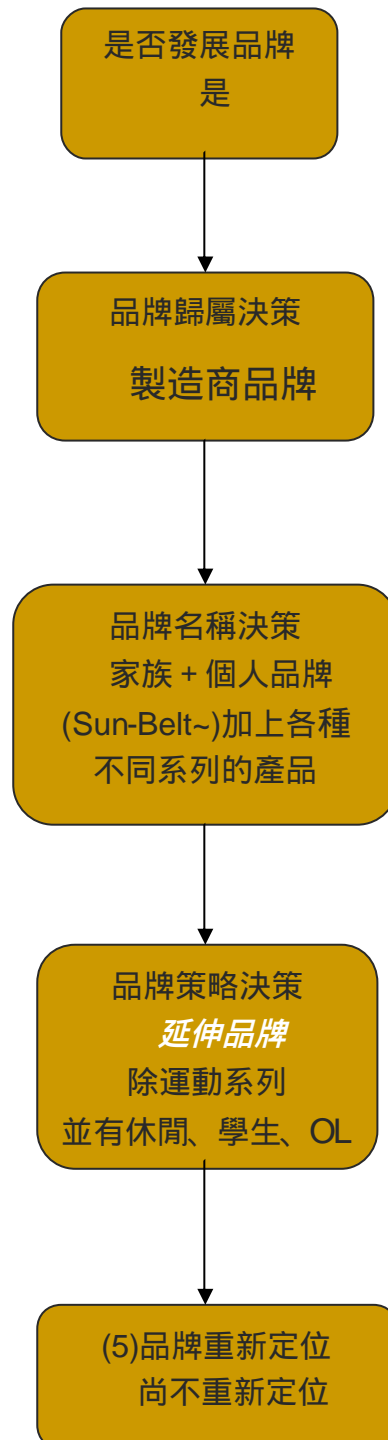
【聯絡人】 陳盈任 小姐

【電話】 03- 4624892

【傳真】 03- 4624892

【公司網址】 <http://www.sunbelt.com.tw>

* 品牌決策



* 品牌權益

品牌名稱

Sunbelt

品牌故事

Sunny 和 Beauty 是熱愛戶外活動的健康男孩和女孩，舉凡打球、慢跑、登山、衝浪和郊外旅遊等，都是他們熱愛的活動，但是每每他們與太陽 face to face，造成他們皮膚曬傷、乾澀與老化的困擾，他們想要盡情的享受陽光，但同時也想要擁有健康的皮膚！

* Symbol

Sunbelt 的中文叫做陽光地帶,而 belt 代表防護帶的意思,象徵著陽光男孩與陽光女孩因為有了本產品的保護而健康的從事戶外運動。

* Slogan

 我的健康肌膚 我的陽光地帶 

 Super Sunny Nice Buddy 

* Logo



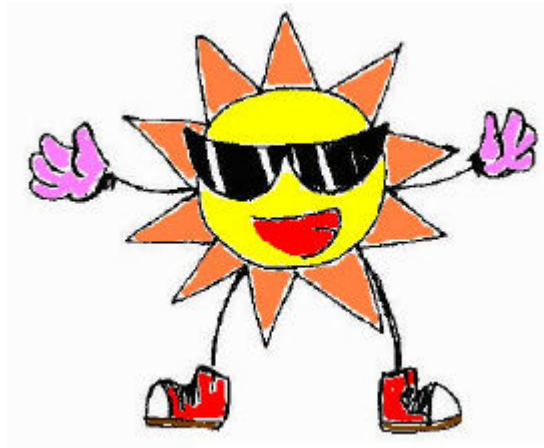
中央 S 與整體看來有點像 B 的形狀代表本店店名 Sun-belt 同時 S 也有 skin 的意思，S 上方的延長弧線就像保護膜一樣，保護你的皮膚不受外界陽光的侵襲。因為我們是賣防曬產品，所以整體看來，我們的 logo 像是一個太陽。上方的三條線分別是產品的三個系列：

紅 專業運動 熱情、積極、爆發力強

橘 學生 年輕、活力、有朝氣

黃 光明、溫暖的幸福

* 吉祥物



選太陽為吉祥物，是因為有太陽的存在，所以才會有我們防曬產品的存在，太陽不斷地放送熱情，很符合我們旗下產品要表達的概念，就是有朝氣地運動！

* 延伸品牌-----SunLife 生活

SunLife 生活

- 屬於：學生 與 Lady 族群的副品牌

Symbol

- 防曬隨時隨地都不能少，SunLife 就像是我們生活中不可或缺的一部份。
- S 代表 student L 代表 lady

* Slogan

Enjoy Your Life

Beauty Girl Sunny smile

* Logo

The logo for SunLife 生活 features the word "SunLife" in a bold, pink, sans-serif font. Below it, the Chinese characters "生活" (Life) are written in a similar pink, stylized font. The entire logo is set against a light pink background with a subtle, repeating pattern of the word "SunLife" in a smaller, lighter shade.

二、SWOT 分析

<p style="text-align: center;">內</p> <p style="text-align: center;">部</p> <p style="text-align: center;">外</p> <p style="text-align: center;">部</p>	<p>STRENGTH</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 防曬之專業性高 2. 提供實用與便利性兼具的產品 3. 產品獨特,依各種不同屬性而有其適用之產品 	<p>WEAKNESS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 缺乏相關產品 2. 價位稍高 3. 副產品較無吸引力與競爭力
<p>OPPORTUNITY</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 數年來因污染問題大氣層不斷地持續被破壞,導致紫外線的強度增強,防曬抗紫外線等用品漸然成為出門必做的防護措施。 2. 現代生活重視休閒與健康活動,假日戶外活動者不佔少數。 3. 戶外運動員長期處於太陽底下,需注意預防曬傷。 	<p>SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 藉由對於防曬之專業系列依照所需提供各式的特殊功能防曬產品 2. 有為民眾出外活動所設計之便利性清潔防曬產品。 	<p>WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 配合戶外活動發展相關產品如太陽眼鏡和防紫外線衣物等 2. 對於防曬之需要提供具品質與實用之保證的產品讓消費者感到物真價實
<p>THREATEN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 大家對於新品牌之認識不多,需要一段時間來熟悉此品牌,民眾之接受度也是一個問題。 2. 其它舊有的防曬產品品牌以及知名美白彩妝廠商也有推出附屬之相關防曬產品。 3. 民眾對於防曬知識的了解。 	<p>ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 必須要讓大眾認識本品牌之專業防曬,知道防曬的重要性,多做宣傳 2. 依照不同需求搭配適合之防曬用品,並以此除去與其他舊有知名品牌之競爭威脅。 	<p>WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 經由宣傳將主打商品推廣開來做出口碑,建立消費者對本品牌之信任與喜愛進而購買副產品 2. 派員至各單位教育民眾防曬的正確觀念並提供產品試用

