

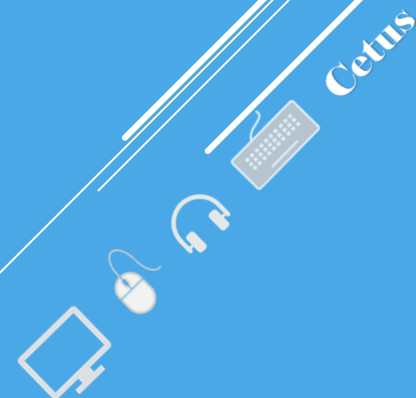
電競商業管理
品牌策劃書

鯨嘆號



團隊名稱：海洋之星

台北海洋科技大學 學生_曾淳綾、簡愉潔



目錄

一、概要

二、品牌介紹

1. 視覺形象

2. 內部員工

3. 社會公益

三、現狀分析

1. SWOT分析

2. 4P與4C

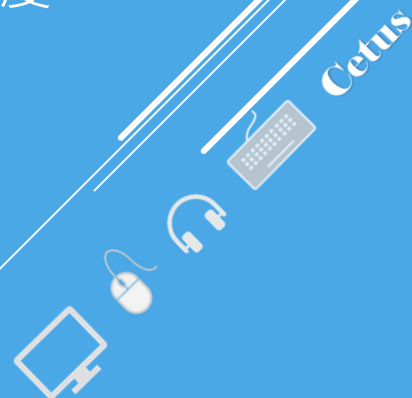
四、品牌核心

五、產品介紹



概要

- 本企劃書執行目標為彰顯電競品牌與服務結合的價值，提升使用者對現代商品的有感溫度，提出品牌形象服務企劃與簡潔酷炫設計，以強化品牌親民度，保固與售後問題解決。
- 優化後台客服群並積極行銷活動，增加顧客信賴度的方式，轉為專屬會員系統，成為電競品牌的守門員。由提升品牌形象著手吸引大眾，建立第一時間服務優勢，搭配全面社群行銷保持客戶忠誠度，將鯨嘆號（Whale）行銷層次深入消費者心中。



品牌介紹

- 視覺形象

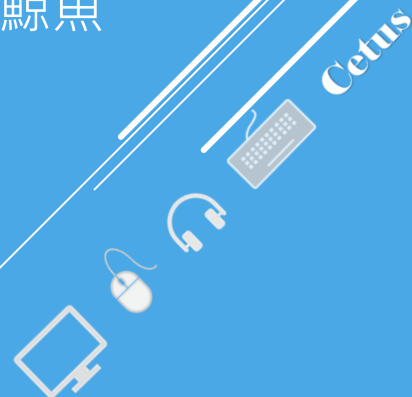
我們創立的品牌名稱為「鯨嘆號」(WhalE)

以海中霸主的鯨魚為形象、使用黑藍配色

在視覺形象上帶給人們威武和科技感。



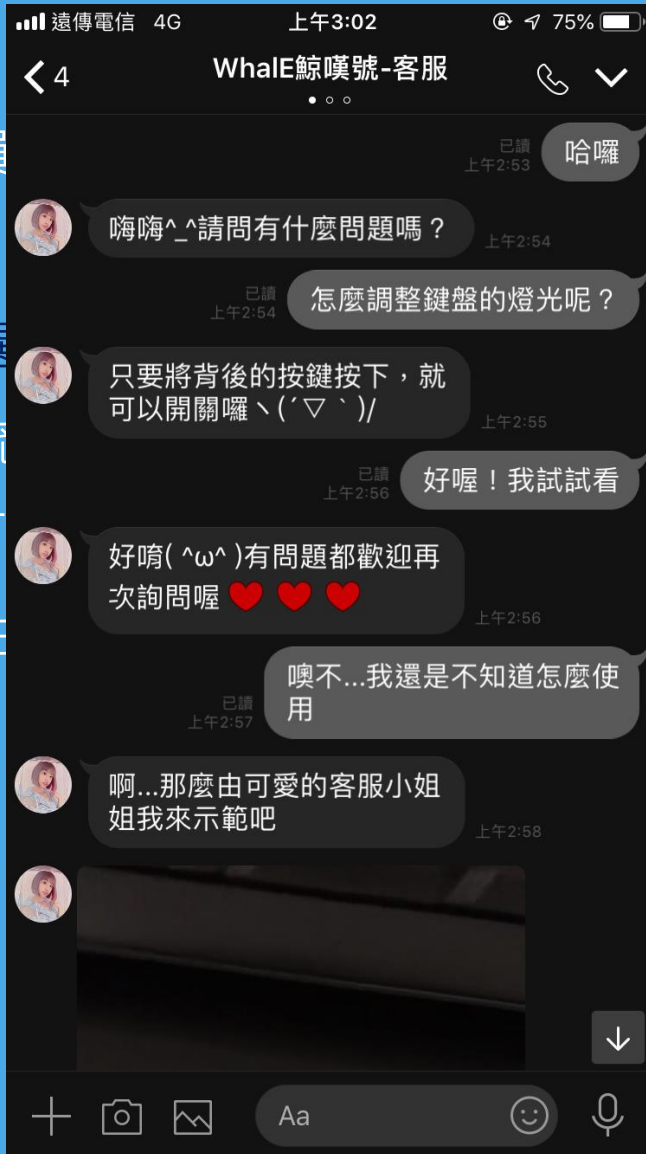
- 在我們的觀察中，認為大多電競品牌的共同特點，就是名字容易記憶、且標誌酷炫。在經過討論後，我們決定以「鯨嘆號」作為我們的中文品牌名稱，英文則取名為「WhalE」。標誌的部分，結合鯨魚以及驚嘆號的圖像，最終完成鯨嘆號的標誌定案。



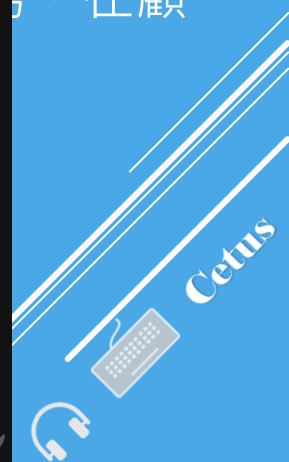
品牌介紹

● 內部員工

將挑選
的交流
業的「
客產生



員工之間
將由專
務。在顧



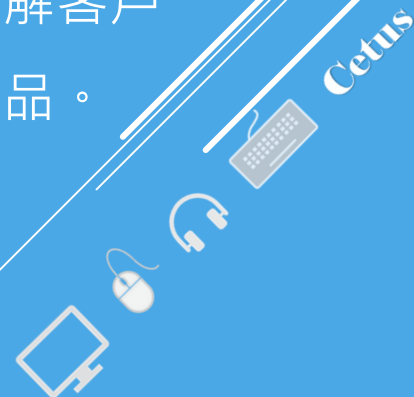
品牌介紹

- 社會公益

鯨嘆號以「關懷流浪動物」為社會公益主旨，透過拍賣福利品及規劃特定購物日期的方式，將收入捐給流浪動物機構。並用完善的服務、優質的產品服務、與顧客真誠的互動以及優良的職業道德維持品牌形象。

- 現狀分析：

因電子競技產業剛起步不久，想必競爭者會陸續增加。因此必須一推出時就要有優秀的產品以及良好的推廣方式，多接觸並瞭解客戶群的需求，研發出市場上目前沒有，但玩家們所需要的產品。



現狀分析

S

提供優良售前及售後服務
除注重功能外亦注重外觀造型

W

效能、品質高，相對成本高
全新品牌，不易快速吸引客戶

W

新穎的市場、現有競爭者不多
加入電競領域的玩家逐漸增加

T

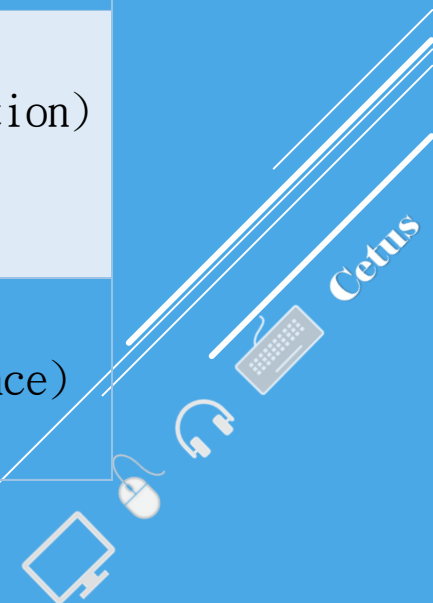
潛在競爭者的進入
已有多年銷售相關產品的現有競爭者



Cetus

現狀分析

賣方：4P	統整融合	買方：4C
產品 (Product)	鯨嘆號以顧客的需求為前提，全面的人性化設計使產品具快速敏銳並提升精確度。	顧客需求 (ConsumerNeeds)
價格 (Price)	鯨嘆號屬中高價位，其主要顧客是遊戲玩家，所以鯨嘆號投入研發產品，目的就是為了能達到接近完美的遊玩。	成本 (Cost)
促銷 (Promotion)	透過網路社群進行各種促銷，滿額就送贈品包括驚喜袋、3C配件等，獎品包括自家優質的產品，使滑鼠、耳機、鍵盤順利地達到促銷與推廣的效用。	溝通 (Communication)
通路 (Place)	通路採「網路商店」為主，在各地都可以透過網路消費，不用出門也可以消費的便利服務。	便利 (Convenience)



品牌核心

真正符合
市場需求產品

觀察並學習
市場動態
以順應潮流

用心對待
每位客戶



Cetus

產品介紹



「鯨」妙絕倫！
鯨魚座系列

高效能光學電競滑鼠



紫藍光 CHERRY 軸電競鍵盤



鯨魚概念 7.1 聲道環繞耳機

Cetus

謝謝大家



Cetus