

行銷金典獎

台北 E. M. C. 編輯採訪組

目錄

壹、協會行銷現況分析

1. 優劣勢分析

貳、目標及執行重點

參、編採行銷方式(執行計畫)

一、對內行銷

1. 文本行銷
 - (1)Y 報
 - (2)Inspire 雜誌
2. 活動行銷
 - (1)編採思辯 SHOW
 - (2)編採知識+
 - (3)編 GO 出任務

二 對外行銷

1. Inspire 雜誌

肆、編採成果效益

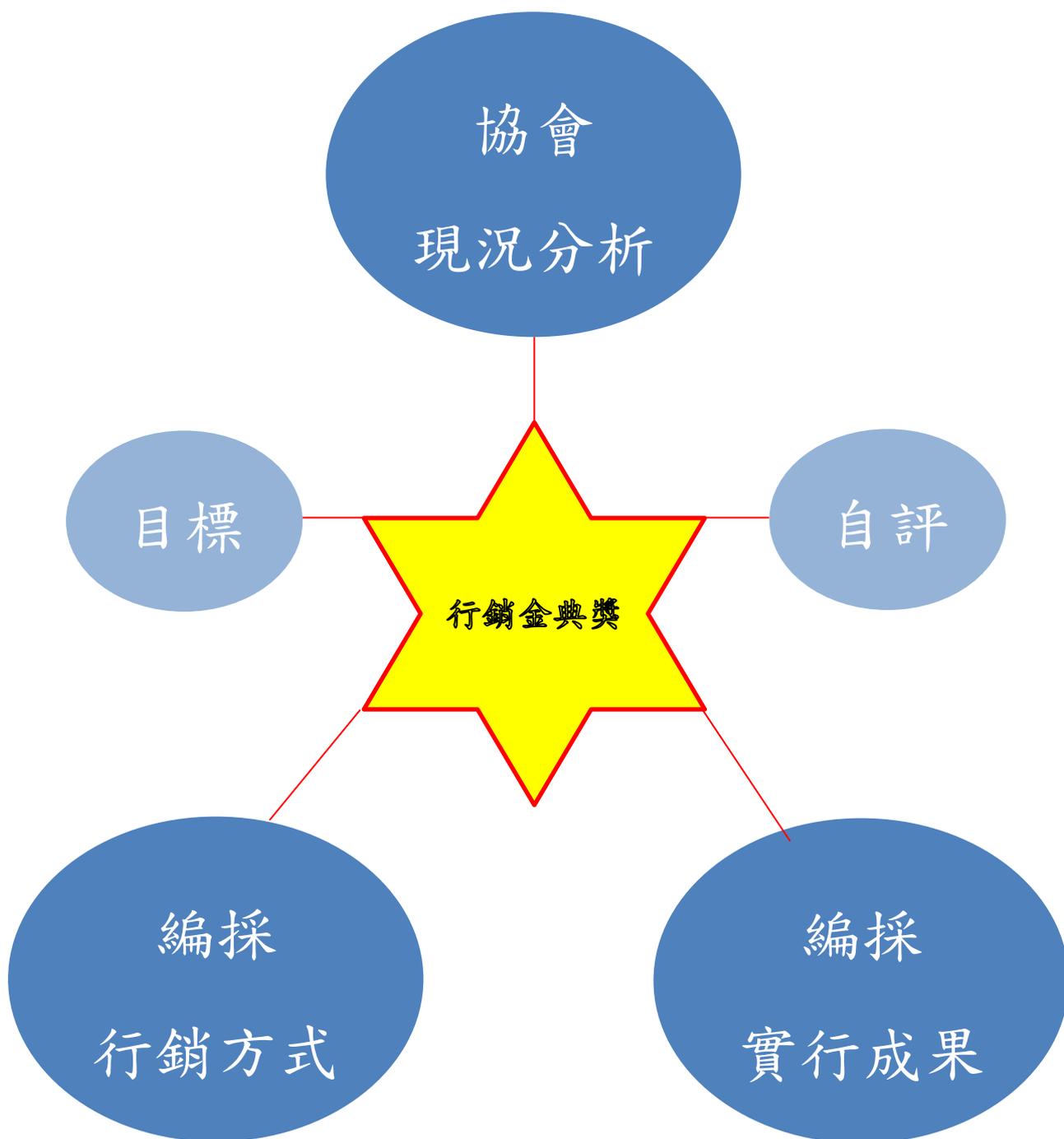
一、對內行銷成果

1. 文本行銷
 - (1)Y 報
 - (2)Inspire 雜誌
2. 活動行銷
 - (1)編採思辯 SHOW
 - (2)編採知識+
 - (3)編 GO 出任務

二、對外行銷成果

1. Inspire 雜誌

伍、自我評語

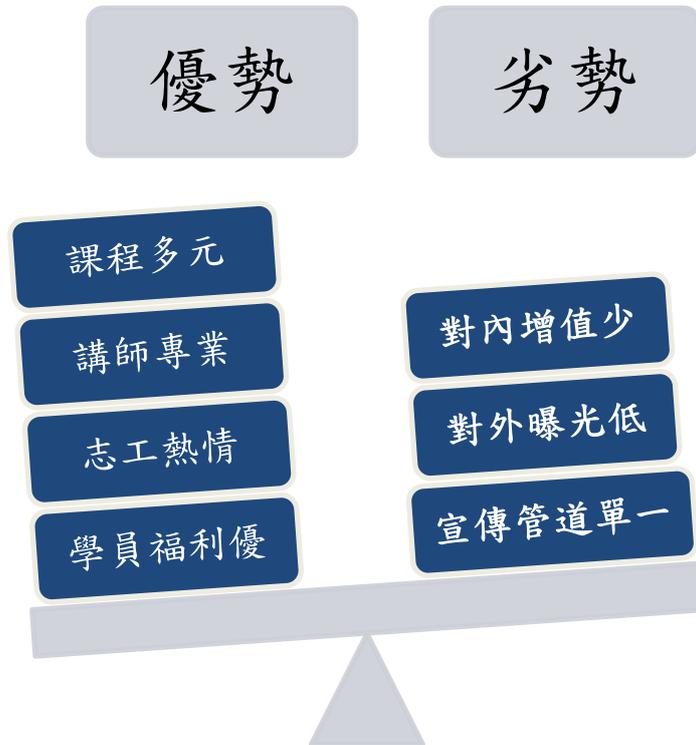


壹、協會現況分析

台北 E. M. C 編輯採訪組以優劣勢分析顯示目前協會行銷現況。

優劣勢分析主要針對協會現況做**優劣勢分析**。

一、優劣勢分析



劣勢	說明	解決方式
對內增值少	除表訂課程外，無其他活動為品牌持續增加不同效益	舉辦活動提升演講 附加知識品質
對外曝光低	社會普遍不知道大專生涯發展協會這個團體	藉 Inspire 雜誌/電子書 宣傳，擴大族群
宣傳管道單一	宣傳管道多從學校、考場，缺乏社會大眾曝光率	藉 Inspire 雜誌/電子書 宣傳，為 A. T. C 塑造社會關懷之品牌

貳、目標及執行重點

編輯採訪組將分**文本**及**活動**兩種行銷方式，**補強**協會現況分析中的**劣勢**，同時另闢一條屬於我們的優勢道路，協助協會宣傳，讓更多人知道 A. T. C. /E. M. C. 。

目標：運用編採**分享知識**的特點，補強現有劣勢，協助協會宣傳。



執行重點： 文本行銷 + 活動行銷

編輯採訪組擅長文字編輯，以往皆將書籍、雜誌或網路上的資料整理後撰寫成文，編輯成報紙，轉換成一種文字行銷的力量。但近期，有鑑於時代轉換，期望更新輸出方式，轉型雜誌社，每三個月出刊，讓宣傳有全新的面貌。除此之外，也加強了活動行銷，藉由較活潑的方式，吸引更多不同特質的學員參加，達到提升課程附加價值的效益

參、編採行銷方式(執行計畫)

台北 E. M. C 編輯採訪組針對上述劣勢推行內部及外部不同的行銷方式，
對內主要為提升學員知識廣度及深度；**對外**則著重於協會品牌行銷。

一、對內行銷

1. 文本行銷

(1)Y 報(已執行 4 年半) **已完成**

時間：自民國 99 年 8 月起撰寫報紙已列為編採組例行公事，每月均實行

效益：4 年半來持續為 A. T. C 演講課程提升專業知識品牌

Yang 報紙每個月由夥伴撰寫，分為國際、職場、特別專欄、好書、月主題、電影分享、演講分享等主題，並定期採訪講師，將撰文置入報紙中，藉以提升學員知識、增廣見聞，觸及不同資訊面向。YANG 報正式於去年 11 月停刊，轉由 Inspire 雜誌持續位學員提供更多元的知識。

(2)Inspire 雜誌_影響·超越(執行 3 個月) **執行中**(稿線分配請參考第 8 頁)

時間：自民國 104 年 1 月起創刊，預計每屆出 3 本季刊

效益：為 A. T. C 演講提升專業知識品牌的附加價值

Inspire 台灣區繁體中文雜誌是一本充滿人文及社會關懷的雜誌，我們期望透過知識的傳遞，激發熱情，帶動青年人出走。Inspire 編輯群是一群熱愛分享的大學生，也是「編輯採訪組」的志工，利用課餘時間走訪各地，蒐集大大小小的故事，撰寫成文並定期出刊，希望藉由我們的努力影響，並超越。

2. 活動行銷

(1)編採思辨 show **已完成**

時間：103 年 8 月 27 日

效益：提升課程效益，創造演講額外附加價值，體驗**做中學**。

編採思辨 show 的活動為三小時，邀請編論社的志工擔任講師，教導大家辯論概念及技巧。課程中透過實作經驗，增進參與者對社會議題的關注，也培養獨立思考的能力，並學習表達、接納不同的意見。除此之外，更邀請台大辯論社獲獎學長到場擔任評審，針對參與者的表現進行回饋評分，達到**做中學**的效果。

(2)編採知識+(執行 3 個月) 已完成

時間：103 年 10 月~103 年 12 月

效益：活絡講座現場氣氛，分享知識。

現代社會處在資訊爆炸的時代，資料容易取得卻相當雜亂，期望透過我們的分享，讓學員有效地且完整接收，也藉此活絡現場氣氛，增加知識服務。編採知識+利用下午台宣時間，分享不同知識給學員，期望除了 A. T. C. 講座的課程外，能提供更多元的知識給學員，達到分享知識的目的。

(3)編 GO 出任務(執行 1 個月) 已完成

時間：104 年 1 月

效益：提升講座附加價值，擴散知識分享使命。

編輯採訪組的目標，是共同創造分享的最高價值。分享知識，一直是任何專案必要的核心。以往，分享的角色從我們出發，發現只有單方面的傳遞，無法真正擴散能量，因此，透過這個活動，我們希望藉由學員間的分享，讓這股力量傳遞更遠。活動設計為九宮格的單子，每一格均為一項分享任務，連成兩條線完成任務後即可參加編輯採訪組的講師專訪，擴散知識分享使命。

編 GO 出任務

活動進行方式：完成格子中的任務後，找到見證人簽名作證，完成九項任務者，即可獲得編採組精心準備的小禮物(見證人請在空格空白處簽名)

任務一 上課回應講師提問 3 次。	任務二 撰寫 100~250 字上課心得。	任務三 參與中午美食團活動。
任務四 向 3 位同學分享一本好書。	任務五 認識 5 位來自不同學校的同學。	任務六 用心上課認真抄筆記。
任務七 向講師提問 1 個問題。	任務八 和 2 位同學分享上課心得。	任務九 和 6 位同學合照一張。

二、對外行銷

1. Inspire 雜誌 影響・超越(執行 3 個月) **執行中**

時間：自民國 104 年 1 月起創刊，預計每屆出 3 本季刊

效益：為 A.T.C 演講提升專業知識品牌的附加價值

Inspire 台灣區繁體中文雜誌是一本充滿人文及社會關懷的雜誌，我們期望透過知識的傳遞，激發熱情，帶動青年人出走。Inspire 編輯群是一群熱愛分享的大學生，也是「編輯採訪組」的志工，利用課餘時間走訪各地，蒐集大大小小的故事，撰寫成文並定期出刊，希望藉由我們的努力影響，並超越。

2015 Inspire 雜誌 稿線規劃

2015 四月題目 (待討論) Pizza				
頁數	欄目	備註	交稿日期	編輯
1p	發刊言	字數：500-700	預計 3/30	楊老師
1p	關於 Inspire	字數：500-700	2/10	采菱
1p	總編的話	字數：500-700	2/13	采菱
2p	Inspire 編輯群	夥伴自我介紹/編採個人照	3/7	All
2p	關於 A.T.C.	字數：1,000 字	2/17	采菱
2p	目錄	圖+文	3/8	采菱
一、講師專訪				
4p	楊智為老師 (主題名待討論)	字數：2,000 字 含拍攝照片(個人照及其他)	3/14 3/28 交稿	聯誼/前媒
4p	劉平老師 (主題名待討論)	字數：2,000 字 含拍攝照片(個人照及其他)	2/8 採訪 2/22 交稿	前媒/聯誼
二、Inspire 外派記者				
6p	小旭的 Pizza (主題名待討論)	字數：3,000 字 含受訪者 data 及個人照, 情境照	2/6 採訪 2/20 交稿	育欣
6p	佳卡餐廳 (主題名待討論)	字數：3,000 字 含受訪者 data 及個人照, 情境照	2/17 採訪 3/3 交稿	晨媛
三、老工專訪				
4p	心態 (主題名待討論)	字數：2,000 字 含拍攝照片(個人照及其他)	2/16 採訪 3/2 交稿	子瑜
4p	書展 (主題名待討論)	字數：2,000 字 含拍攝照片(個人照及其他)	2/9 採訪 2/23 交稿	東澤
4p	怡隆+意隆 (主題名待討論)	字數：2,000 字 含拍攝照片(個人照及其他)	2/13 採訪 2/27 交稿	頌怡
				共 41 頁

編採行銷方式

對內行銷						對外行銷
文本行銷			活動行銷			Inspire 雜誌
項目	YANG 報	Inspire 雜誌	編採思辨 show	編採知識+	編 GO 出任務	
執行時間	4 年半	3 個月	1 天	3 個月	2 個月	3 個月
效益	為 A.T.C. 提升專業知識品牌	為 A.T.C. 提升專業知識品牌	知識結合實作, 體驗做中學	加強知識服務, 提升課程附加價值	調整傳遞者, 擴散知識傳播力量	協助 A.T.C. 對外宣傳

肆、編採實行成果

一、對內行銷成果

1. 文本行銷

(1) Y報(達成率 100%)

自十六屆起(去年6月),每月均完成報紙撰寫,共完成 8 篇。

效益: 為 A.T.C 演講課程提升專業知識品牌

肆、編採實行成果

Y.A.N. G報 中華民國一百零三年六月刊

【好書】巴爾札克與小裁縫

七十年代,文學界如雲,兩極分佈。一方面是龐大的文學界,一方面是龐大的讀者群。在龐大的文學界中,巴爾札克與小裁縫,以其獨特的風格,吸引了眾人的目光。...

社說說說,交出好人緣

這是一篇關於如何建立良好人際關係的文章。作者指出,在現代社會中,良好的人際關係至關重要。文章提供了許多實用的建議,如如何傾聽他人、如何表達自己的觀點等。...

Y.A.N. G報 中華民國一百零三年五月刊

自信力

中專的敘利亞

敘利亞內戰已進入第四年,敘利亞人民在國際社會的壓力下,正尋求和平解決的途徑。然而,敘利亞的局勢依然緊張,敘利亞人民的生活依然困苦。...

距離感之必要

在現代社會中,距離感變得越來越重要。隨著社交媒體的普及,人們之間的距離感正在消失。然而,適當的距離感可以保護我們的隱私,也可以讓我們更好地處理人際關係。...

Y.A.N. G報 中華民國一百零三年五月刊

甜品——精緻美味的藝術饗宴

甜品不僅是味蕾的享受,更是藝術的展現。精緻的甜品可以讓人感受到生活的美好。...

甜品——精緻美味的藝術饗宴

甜品不僅是味蕾的享受,更是藝術的展現。精緻的甜品可以讓人感受到生活的美好。...

自信從姿勢開始

自信不僅是心理上的狀態,也是外在的表現。良好的姿勢可以讓人看起來更有自信。...

Y.A.N. G報 中華民國一百零三年五月刊

叫我第一名——展開夢想的羽翼

這是一本關於追逐夢想的書。書中講述了作者如何克服困難,最終實現自己夢想的過程。...

叫我第一名——展開夢想的羽翼

這是一本關於追逐夢想的書。書中講述了作者如何克服困難,最終實現自己夢想的過程。...

發丘三千年一盜墓,為何而盜?

發丘三千年一盜墓,為何而盜?這是一個關於盜墓的謎團。...

青年人才培訓學院 用心服務 給你一個競爭力之未來 <http://www.e-yang.org.tw>

青年人才培訓學院 用心服務 給你一個競爭力之未來 <http://www.e-yang.org.tw>

(2) Inspire 雜誌(完成率 70%)

自 104 年創刊，預計 4 月中出刊

效益：為 A.T.C 演講提升專業知識品牌的附加價值，除內部助教、志工、學員外，更延伸至陌生族群，並擴大宣傳範圍。



2. 活動行銷

(1) 編採思辯秀

目標 24 人參與，實際參與人數 21 人！目標達成率 87.5%

效益：提升課程效益，創造演講額外附加價值，體驗做中學。



報名表

姓名：_____ 簽收人：_____

學校/系級：_____ 繳費：_____

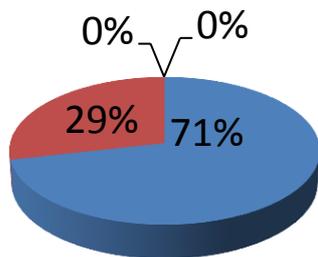
手機：_____ 備註：_____

e-mail：_____





講師的辯論介紹



- 很棒，學到很多
- 不錯，講解清楚
- 還好，有點無聊
- 不好，沒參與感

這次的主題是辯論，為一般學員陌生的範圍，因此講師的講解需要在專業及學員可吸收程度之間取得平衡。

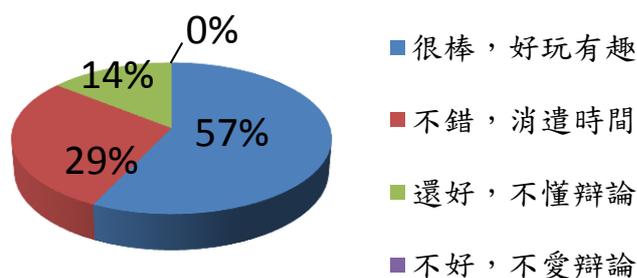
有學員反應講師的節奏、語速太快，在排練時可請幾位對辯論不熟悉的夥伴試聽，了解他們的吸收狀況，做為調整依據，調整可以是放慢語速、帶故事及實例。

也有學員反應講師的儀態，排練時可面對面排練，並提醒講師儀態。

多數學員反應良好，覺得講師專業度高，講解內容豐富，獲益良多。

表達能力	58%良好	37%不錯	5%普通
簡報技巧	47%良好	37%不錯	16%普通
分享内容	53%良好	42%不錯	5%普通

辯論小遊戲



超過八成的人反應都良好，少部分的人反應不太了解。推測應該是因為對辯論感到陌生，以後可以請主持人再確定學員們都了解玩法，遊戲過程中也可以請服務人員在旁邊適時輔導。

此辯論小遊戲是為了讓學員可以銜接下來的模擬辯論賽而用的暖身活動，而這暖身活動的效果在模擬辯論賽的回饋中可見一斑。

多數人表示模擬辯論賽對於理解辯論有所幫助，以後若要舉行相關的活動，可以考慮此類實作，幫助學員更了解主題。

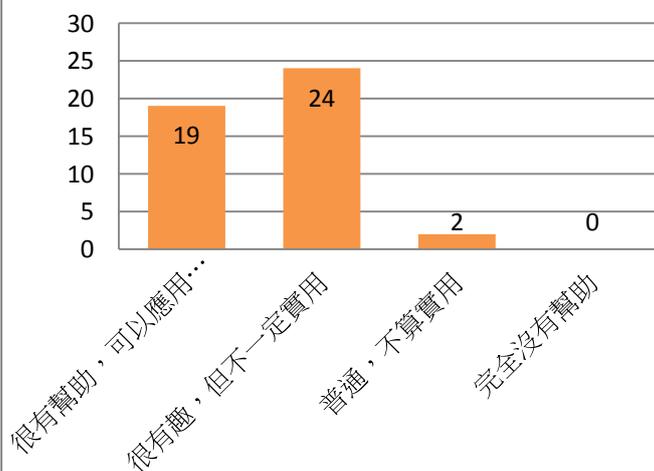
(2) 編採知識+ (非常滿意 18%，滿意度 69%)

藉由下午台宣時間分享四次主題，讓學員在課堂外也能接收不同資訊。

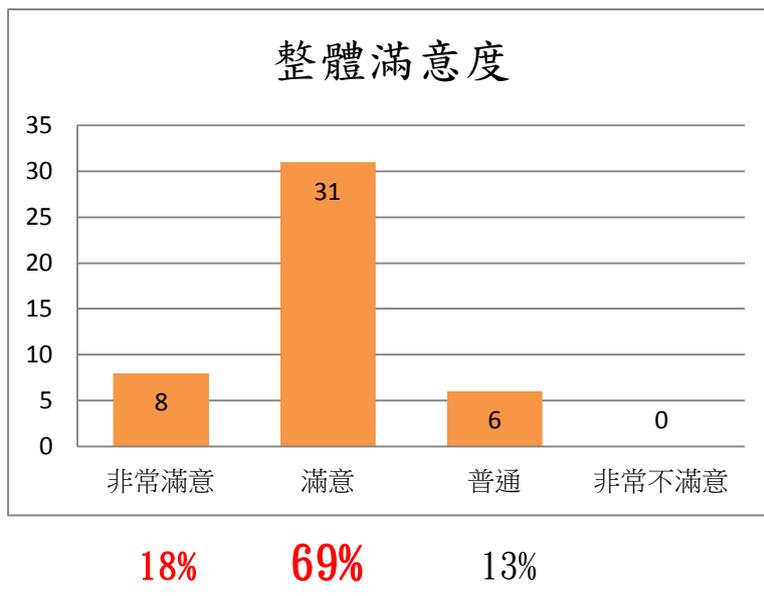
效益：活絡講座現場氣氛，分享知識。

知識+台宣表		
時間	主題	分享者
10.26	介紹 Y 報 問卷調查	秉澤
11.16	抗毒食物	晏茹
11.23	跑步的好處(結合公企公益路跑活動)	富宸/品瑄
12.28	可口可樂 行銷魔法	莉琪

知識是否有所幫助



學員對於”編採知識+”所分享的知識大多都覺得很有趣，甚至覺得很有幫助，只有少部分的人覺得普通，以整體來看，我們所分享給學員的知識，算是符合學員們所想知道的。



對於整體的滿意度為中上，學員的感受算是滿意的。而多數學員只有感到滿意，可能是因為分享內容無法讓學員感到實用，或是分享的主題不符合學員的需求。

(3) 編 GO 出任務 (滿意度 90%)

藉活動方式，擴散知識分享使命，達成目標者，即可共同採訪講師

效益：提升講座附加價值，擴散知識分享使命。



編採行銷方式						
對內行銷						對外行銷
文本行銷			活動行銷			Inspire 雜誌
項目	YANG 報	Inspire 雜誌	編採思辨 show	編採知識+	編 GO 出任務	
執行時間	4 年半	3 個月	1 天	3 個月	2 個月	3 個月
效益	為 A. T. C. 提升專業知識品牌	為 A. T. C. 提升專業知識品牌	知識結合實作，體驗做中學	加強知識服務，提升課程附加價值	調整傳遞者，擴散知識傳播力量	協助 A. T. C. 對外宣傳
成果	完成率 100%	完成率 70%	目標達成 87.5%	滿意度 69%	滿意度 90%	完成率 70%

自我評語

*認為能獲獎之原因

- 面向廣**：首次以**文本**及**活動**方式行銷，並藉此**5**項行銷方式，提升課程附加價值。對協會而言，能增加講座**品牌喜愛度**；對 E. M. C. 而言，能有招生之用途；對編採而言，能訓練夥伴並成為往後宣傳之有利資產。
- 創新行銷**：編採知識+、編 GO 出任務、Inspire 雜誌皆**突破**以往籌備活動的方向，也加強台北地區講座附加價值，此乃與其餘五地區講座**不同之處**。
- 具宣傳效益**：Inspire 雜誌除對內宣傳，仍能透過電子書及網路的方式，加強**對外宣傳**，使更多人認識 A. T. C. /E. M. C.，進而增加 A. T. C. 學員人數。

*改善之處

- S. O. P.**：Inspire 雜誌首刊發行，因此許多程序都在摸索當中，也造成籌備期間不時修改、調整政策，因此期望透過這次的經驗，將各步驟、細節記錄下來集結成**S. O. P.**，以利傳承。
- 專業度**：關於採訪能力及經驗，幾位夥伴**實際歷練仍有不足**，且不少成員下屆將離退，因此希望在下屆能加強夥伴採訪能力，除實戰演練外，也希望能多參與業界採訪觀摩，增加學習廣度。
- 品質**：Inspire 雜誌首刊發行，在品質上仍有需調整的空間，例如稿線比例、內容深度及相片品質等等，期望在下屆能有所突破。