

首先要恭喜您進入 2019 年第十七屆 ATCC 全國大專院校商業個案大賽初賽階段。這份個案是以臺灣吧 (以下簡稱 臺灣吧) 在實際經營上所面對的優勢、機會、挑戰、甚至威脅，以及營運上所關心的議題作為題材撰寫而成，它是一個真實存在的商業個案。在比賽的過程中，您不但要著重個案的分析、創意的發想與方案的企劃，更必須考量邏輯性與可執行性，站在 臺灣吧 的立場思考，考慮如何在滿足 臺灣吧 期望的基礎上，將企劃案順利完成並且創造符合 臺灣吧 所需要的結果。

## 一、臺灣吧簡介

2010 年起，臺灣的社會運動蓬勃發展，所倡議的主題更是從政治運動跨足媒體改革、環境、勞工、人權...等各種面向。在各式媒體群起報導及龐雜網路資訊的轟炸下，閱聽人似乎只能被動接收意識形態二分法的攻擊，在已經被形塑好的對立意見中選邊站。

臺灣吧 的四名創辦人，面對社會問題的擾動，強烈感受到臺灣社會對於自我認識不足，臺灣吧 希望能做到的，不是要告訴閱聽者「你應該是誰」，而是先讓閱聽者了解「我們從哪裡來」，再思考「要往哪去」。

因此，臺灣吧 定位自己為教育型新媒體，希望透過自身影響力及互動性，創作能增進文化涵養，也讓世界更認識臺灣的優質內容。終極目標是要「讓臺灣成為亞洲數位內容的燈塔」—以具文化深度而趣味生動的數位內容，替臺灣找到下一個不可取代的理由。

2014 年，推出臺灣第一支歷史系列動畫《動畫臺灣史》，第一支影片《賣台？後藤桑の如意算盤》創下發佈 48 小時內即突破 20 萬次點閱數的紀錄，而目前系列中點閱率最高的《全球瘋傳，臺灣人不告訴你的，228 事件》則已超過 230 萬人次點閱，該系列節目累計瀏覽人次更突破 1,800 萬。

2017 年，與客家電視台合作的《客客客棧》系列節目入圍 52 屆金鐘獎動畫節目。將歷史知識轉譯成具娛樂性動畫內容的創舉，也讓臺灣吧 拿下 YouTube 2014 年度《最佳創意獎》及文化部 104 年度文化之星創意加值競賽《數位內容與影視出版類組第一名》的雙料肯定。

從歷史出發，臺灣吧也陸續推出法律、經濟、舞蹈、實驗科學相關的系列節目，知識探索的觸角延伸到生活的各個面向，希望進而改變閱聽者長期來被動接收資訊的習慣，使臺灣的年輕人成為主動追尋解答的關鍵人物。

除了透過幽默、有趣的網路動畫，拉近議題、知識與觀眾們的距離。臺灣吧也不斷創作出人氣角色 IP，是臺灣少數同時結合娛樂與知識的高人氣網路創作團隊。未來，臺灣吧將持續用創意顛覆既有教育思維，創造無限可能！

## 二、議題簡介

### 1. 題目

#創造知識新媒體典範

#締造社群聲量新高峰

### 2. 議題背景暨題目說明

2014 年臺灣吧成立以來，已創作超過 26 個知識內容的系列節目，主題觸及教育、臺灣歷史、地方文化、經濟、法律、舞蹈、科學、現代金融、時事議題等等，累積瀏覽數超過 4,500 萬次，也有不少身處教育現場的工作者，會使用臺灣吧的影片輔助教學，課堂中的觀眾便是數位世代的學習者。

臺灣吧深信學習可以是一件很快樂的事情，對於數位學習世代的閱聽者來說，對於內容的主導權提升，傳統媒體的影響力減弱，整體的媒體產業更是走入「社群化」時代。

各位參與 ATCC 的同學，於 1990 年代至 2000 年出生，被稱為「Z 世代」，從小就生活在科技蓬勃發展的世界，關於穿梭於虛擬網路與現實世界之中，早已具備極高的社群敏感度。對於企業來說，你們獨特的文化脈絡與創意，將為組織帶來意想不到的活力。

希望透過個案競賽，與同學互相交流，讓臺灣吧的社群聲量再創高峰。也期盼借助同學的大腦，提出知識創造的新方式、社群活動的新玩法。請你站在「行銷企劃」的角度，進行市場調查、網路觀察，了解閱聽眾，試著提出「能讓臺灣吧成為知識新媒體典範並最大化

社群效益」的行銷策略。相信透過這次競賽，能夠讓各位同學學會定義問題、解決問題，並對社群、時事的敏銳度更上一層，與臺灣吧共同打造更豐富璀璨的新媒體時代。

### 三、提案需求說明與條件限制

#### 提案需求

針對不同的競賽階段，產出的格式與內容說明如下：

1. 初賽企劃大綱 (ATCC Camp 當天現場需繳交的 2 頁 A4 成品)

2. 格式：2 頁以內 A4 企劃大綱，PDF 檔案

➤ 內容：

- 臺灣媒體現況分析及臺灣吧市場定位：藉由市場分析挖掘品牌行銷瓶頸/機會。
- 目標族群洞察：自行定義目標受眾，並深入洞察其資訊接受習慣、社群媒體使用習慣。
- 行銷策略：發展行銷目標及策略，並規劃初步的執行計劃。
- 可行性評估：預估時程、預算分配以及預期效益。

(3/17 ATCC 千人 Camp 上午第一次 office hour 時間，每組需準備 3 分鐘簡報，現場臺灣吧業師會據以提供反饋建議)

2. 初賽完整版企劃書提案要求 (針對千人 Camp 提交 2 頁 A4 成品通過評選之公告晉級團隊)

➤ 格式：10 頁以內 A4 完整企劃，PDF 檔案

➤ 內容：依 Camp 提案、企業評核與參訪指導後反饋建議為基礎，擬定初賽完整企劃

- 問題發掘：觀察現有媒體，進行品牌分析，挖掘目前所遇問題。
  - 閱聽者洞察：分析目標族群的資訊吸收背景及媒體使用習慣，了解社群語言，進而發想社群操作手法。
  - 目標設定與策略發想：依據目標族群習慣，進行問題解決，制定目標與策略。
  - 計劃執行：明確擬定策略之執行方式，可使用各種社群媒體，活動場域不限線上或線下，請發揮最大創意同時注重可行性。
- 提醒：企劃書內請務必包含明確預算分配及預期效益評估、時程規劃、執行內容，請以成本為核心考量，發揮豐富想像力及創造力，在有限預算下達成最高社群效益。

### 條件限制

1. 行銷策略需能彰顯臺灣吧品牌價值。
2. 預算上限為新台幣 100 萬，並請依據預期效益評估可回收之成本比例（轉換率及商品/服務毛利可依網路資訊自行假設）。

### 四、附加說明

1. 競賽中，如需品牌相關資訊可向臺灣吧提出，將視情況提供同學使用。內部相關之資訊、文件、圖像皆受版權保護，懇請參賽同學保密。未經授權而揭露或從事商業行為，將負相關法律責任。
2. 提案作品禁止抄襲剽竊，如任何涉及智慧財產權之侵害，經查證屬實立即報請主辦單位理並取消參賽資格。如涉及智慧財產權之侵害，由法院判決確定者，該提案團隊需負全責，概與臺灣吧無涉。

### 五、平台連結

- Taiwan Bar YouTube 頻道 <https://bit.ly/2DLY9Jd>
- Taiwan Bar Facebook 平台 <https://www.facebook.com/taiwanbarstudio/>
- Taiwan Bar 線上商城 <http://bit.ly/TaiwanBarShop>
- Taiwanbar 社群年齡/性別分布

