

產銷班如何做好產品行銷競賽?

謝俊雄

高雄區農業改良場舉辦產銷班產品銷競賽及展售，參加競賽及展售計有49班，興趣之高昂，可喜可賀，在此，願將行銷競賽要領加以說明，以爲今後再辦時，供產銷班之參考。以下分廣告文宣品—文案、佈局及標準字體，以及店頭廣告技術說明之。

一、廣告文宣品：

廣告媒體指新聞、雜誌、電視、電台、戶外廣告、交通廣告、包裝標籤、廣告函件(DM)等等，以廣告文宣品爲核心，此次競賽之廣告文宣包括廣告函件設計、包裝設計、及品牌設計三項。

1. 廣告函件：廣告函件是選定對象，將印妥之印刷品用郵寄或直接給對方，以達廣告所要傳達的消息，有人稱爲印刷推銷員，常用者有信函，明信片、說明書、摺頁、冊子、目錄、傳單等。

2. 包裝：包裝主要是保護商品品質及增加商品價值感，方便運輸，又可提高售價。工業性包裝分內外包裝，如油裝入瓶、瓶裝入箱；商業性包裝分豪華包裝(富有魅力的包裝)、消費者包裝(方便消費者包裝)及零售包裝(方便零售業者包裝)。包裝是廣告媒體之一，具有訴求效果及店面展示效果，因此，文案、佈局、標準字體，均應詳加以考慮。

3. 品牌：是產品的一個名稱、語詞、符號、標誌、設計、或幾種之組合，用以辨認某一個或一組商品或服務，以與競賽者有所區別，品牌目的

在告訴消費者購買商品的品質及方便訂貨，告訴生產者可增進購物的效率及吸引消費者注意。一個好品牌應具備：(1)顯示商品的利益及品質。(2)易於發音、辨認及記憶。(3)具有獨特性。(4)登記受法律保護。

廣告文宣除上述三種外，另有標籤，標籤是貼或掛在產品上或包裝箱上的標誌，其形狀、色彩、構圖等由設計者隨意設計，目的在正確說明產品，使消費者加深商品印象，或增加商品及包裝容器之美觀，標準內容常包括：成份規格、性能、用途、保存方法、處理注意事項、商標、生產者、經銷商、有效日期間、保證。以上各項廣告文宣品應注意內容不外乎文案、佈局及標準字體。

(一)文案：

文案是用語言或字所表現的部份，由撰寫人基於推銷原理，直接或間接引起購買參觀者產生購買行爲的文字，有大標題、副標題，本文，其原則爲(1)應有創意，(2)對讀看者產生直接衝擊，(3)並產生連續興趣(4)又提供產品消息，因此文案之撰寫應深入瞭解產品，進而瞭解競爭產品，以及讀看者特性。文案類別甚多，例如：(1)第一人稱型：某產銷班長說...(2)條列型：產品對消費者之益處有...(3)對



傳單是常用的廣告函件之一
(黃志民 攝)



易記、易認發音響亮的品牌名稱能加深消費者對商品的印象
(楊文振 攝)