

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)

話型：醫生說...，病人說...，(4)漫畫型：漫畫幽默表現...，(5)象徵型：運動健將說...，(6)詩歌型：編成詩歌易記憶，(7)質疑應答型：甲好在那裡？乙說在...，(8)證明型：試吃時說明...，(9)記事型：新聞剪貼內容...，(10)暗示型：不直言...(11)譬喻性：使有接近感，(12)命令型：請放心吃...(13)感情型：營養不足請吃...。文案好壞原則為：(1)一目瞭然，(2)強調銷售重點，(3)簡明，(4)有趣，(5)易懂，(6)用讀者看和常用的話，(7)生動，(8)典雅。



配合文案、佈局、標準字體設計的包裝，具有訴求效果與店面展示效果（楊文振 攝）

(二) 佈局

佈局指在一定空間內，將構成廣告作品之各種要素妥為編排，令讀者不產生排斥，進而悅目，吸引。佈局內容包括文案、插圖、象徵符號、標準字體。插圖指圖片或圖畫，目的在集中購買者的注意，關心廣告，進而提供廣告產品之消息，以引起購買慾為最終目的；象徵符號是形象之代表，加以註冊即是註冊商標，種類有人、動物、一句話，照片、圖畫、符號。佈局原則為(1)對照原理之規格、形狀、色彩、方向等之視覺對照，(2)均衡原理：規格、形狀、色彩、方向等之視覺平衡，(3)比例原理：數字、構圖、幾何學之比例。

(三) 標準字體設計

標準字體設計是廣告上將某種字體暗示某種內容的設計，其設計應注意：(1)必須使讀者馬上瞭解廣告印象，(2)必須留下印象及記憶，(3)必須使讀者不反感，表現方式，如中國字之甲骨文、鐘鼎文、籀文、小篆、隸書、楷書、行書、草書、藝術字體...

二、店頭廣告技術

此次行銷競賽評分之攤位擺設及整體搭配形象屬店頭廣告技術，亦即一般所稱pop(店頭廣告)、或店頭設計。以下分三項說明之：

1. 廣告展示品

廣告展示品包括展示品及空間構造(立體構造)，展示品之目的在直接或暗示購買者心理效果，誘導購買慾，幫廣告文宣品擔負起重要任務，例如：海報、招牌、廣告塔、廣告牌、霓虹燈、空中廣告、旗幟、音響。展示品有懸掛在空中之展示品，主體展示品，櫃台上展示品，不論何種型式，應注意原則為：(1)主題名顯且拆卸容易(2)質料輕而堅固，(3)簡單美觀，(4)字體選擇與色彩配合。

2. 櫥窗陳列

櫥窗陳列指商品陳列在櫥窗，例如樣本、圖表、相片、幻燈片、電影、舉辦活動等，其原則為：(1)整潔悅目，(2)陳列品有主副別，(3)陳列品配合廣告文宣品，(4)陳列品色彩搭配，(5)若是商店注意常變換方式、新商品及節令。

3. 黏貼卡

黏貼卡是玻璃紙或透明合成塑膠，經活版印刷或平版印刷，塗以黏著劑的廣告品，張貼於櫥窗、玻璃等，將紙撕掉，圖就被印上。黏貼卡製作原則有：(1)簡明醒目，(2)色彩鮮艷，(3)構圖新穎，(4)尺寸適當。



櫥窗陳列的商品適度的配合廣告文宣及色彩的搭配、並注意節令的替換（黃志民 攝）