

第二組

# 打造三井如家一般的角落

● 行動提案規劃

<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 結合國際與台灣品牌</li> <li>2. 摩天輪可眺望台中港</li> <li>3. 海景座位區眾多</li> <li>4. 汽、機車停車位多</li> <li>5. 戶外座位區有日系轉椅設計</li> </ul> <p>不信白曬兩張</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 部分戶外座位上面有灰塵、煙污</li> <li>2. 電梯位置偏僻，不容易找到</li> <li>3. 美侖街價位普遍偏貴(250-300元起)</li> </ul>
優勢	劣勢
<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 會員制度得穩定顧客</li> <li>2. 可以與台中港合作舉辦特色活動</li> <li>3. 台灣首座海邊型 outlet 與附近觀光景點共生發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 需與其他台灣百貨公司競爭</li> </ul>
機會	威脅

▲三井OUTLET SWOT分析



▲三井OUTLET 現地調查結果

<p>5 關鍵合作夥伴</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 三井公司</li> <li>2. MITSUI OUTLET PARK台中港</li> <li>3. 台灣港務股份有限公司台中港務分公司</li> </ul>	<p>3 關鍵活動</p> <p>實境遊戲企劃</p>	<p>1 價值主張</p> <p>讓三井OUTLET有如舒適的家，增添夫妻、親子、情侶的感情之外，也讓大眾了解三井豐富海港特色</p>	<p>6 顧客關係</p> <p>主要是長期客流量，達到循環經濟，永續發展。</p>	<p>2 目標客群</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 附近居民</li> <li>2. 各地遊客</li> <li>3. 外國遊客</li> </ul>
	<p>4 關鍵資源</p> <p>實境遊戲地圖製作 實境遊戲活動道具 實境遊戲實作影片</p>	<p>7 通路</p> <p>實體通路線上宣傳(fb,ig) EX:配合店舖行銷活動，打卡集點送小禮物或是優惠</p>		
	<p>8 成本結構</p> <p>地圖印刷費 道具製作費 行銷的成本</p>		<p>9 收益流</p> <p>無形收益</p>	

▲三井OUTLET商業模式圖



▲實境遊戲道具

● 實境遊戲關卡設計

- ① 我們的遊戲會有三張照片要去找尋
- ② 我們會提出跟三井outlet有關的指定地點照片 ( 特色地點 )
- ③ 每一個照片分成9格，我們會貼在各個設施附近。
- ④ 每一組要去找找到它然後合起來完整一個照片。
- ⑤ 並且找到相片地點，整組成員拍照完回來，即可勝利。

● 預期效益及未來展望

希望透過實境遊戲讓大家更熟悉三井OUTLET的內部設施，打造舒適的逛街型態也讓大眾更加了解三井海港特色，願意長期光顧三井OUTLET達到**永續發展**的目的。以及交通便利讓人想一直前往(搭乘308.310公車或是之後藍線捷運開通後，更多人潮進來)

● 預計計畫執行時程

2022年	4/10	5/3	5/17	5/24	5/29
議題分析及現地調查	完成				
提案方案報告		完成			
實作內容準備			完成		
方案實作與執行				完成	



▲園區位置圖(尋寶地圖)

● 靜宜商圈銅板美食&商業模式圖

