

台茂購物中心（示範）

SP08 週年慶檔期企劃案

檔期：2025/11/06（四）－11/30（日）

文件編號：MKT-PLN-2025-008

主辦部門：數位行銷處 行銷部

文件日期：2025/09/15

一、檔期目標

本檔期為 2025 年度最大促銷檔期，訂定以下目標作為檢核基準：

指標	目標值	說明
檔期業績	9.5 億元 (95,000 萬元)	較 2024 同檔期成長目標
來客數	175 萬人次	全館檔期期間累計來客
新增會員數	20,000 人	檔期期間新入會會員

以上目標將於檔期結束後與行銷部檔期成效報表進行核對，並納入年度復盤報告檢討。

二、行銷策略

本檔期採「會員分眾 × 銀行禮 × 社群造勢」三軸策略，透過會員分級提供差異化回饋，結合作業銀行聯名信用卡禮遇提升客單價，並以社群造勢擴大檔前聲量，帶動來客與新增會員成長。

策略軸	說明
會員分眾	依會員等級與消費歷史，分眾提供滿額贈禮與專屬折扣券
銀行禮	與合作銀行推出聯名卡滿額禮，設置銀行日加碼活動
社群造勢	檔前社群倒數造勢、名人開幕活動、社群抽獎擴大觸及

三、活動架構

活動項目	內容說明
滿千送百	全館消費滿 1,000 元贈送 100 元抵用券，可跨櫃累計
銀行日	指定合作銀行卡別於特定日消費享加碼回饋
名人開幕	檔期首日邀請藝人／網紅出席開幕活動，帶動媒體與社群聲量
社群抽獎	檔期期間社群平台舉辦打卡抽獎活動，擴大自然觸及

四、預算拆分（合計 1,200 萬元）

項目	預算_萬元	說明
滿額贈禮／抵用券	480	滿千送百抵用券成本
媒體與社群投放	310	數位廣告聯播、社群、KOL 合作
名人開幕活動	180	活動製作、藝人通告、舞台工程
主視覺與文宣製作	120	主視覺開發、多尺寸文宣延展
會員簡訊推播	62	檔期簡訊發送費用
其他（場地、人力支援）	48	臨時工讀、場地佈置等
合計	1,200	—

五、KPI 與檢核點

檢核點	時間	檢核內容
檔前造勢檢核	11/03	社群聲量、主視覺與文宣到位率
開幕首週檢核	11/10	首週業績進度、來客數、會員新增速度
檔期中段檢核	11/20	銀行禮核銷狀況、簡訊發送成效追蹤
檔期結案檢核	12/05	業績達成率、新增會員、費用執行率彙整

檔期結束後將依實際業績、來客與新增會員數，與本企劃案目標值進行對比，並納入「行銷_年度檔期復盤報告_2025」進行完整檢討。