

師生心聯繫-「創造適合自己的企業生存行銷手法」

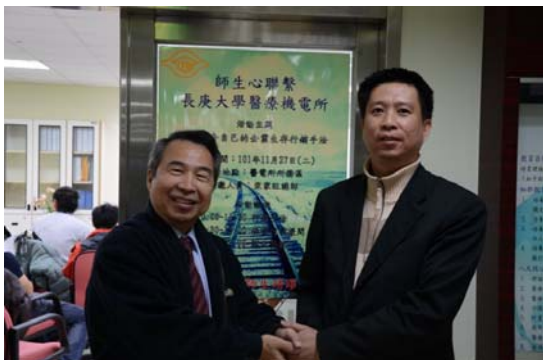
台灣兩岸企業行銷有限公司總經理 宋家旺 先生

長庚大學醫療機電工程研究所本學期舉辦之「師生心聯繫」活動，安排在2012年11月27日上午10點至下午1點於醫療機電所行政區舉行。本次活動邀請台灣兩岸企業行銷有限公司總經理宋家旺先生，以「創造適合自己的企業生存行銷手法」為題進行演講。活動開始首先由李明義所長致詞，並介紹主講人宋家旺先生的學經歷。

座談會開始宋家旺先生說道，由於不同的企業應有不同的行銷方式，但大多數的企業雖然也很懂行銷，但還是不太了解哪種行銷方式與行為才是對該企業是最適切的。接著，宋先生便先定義何謂行銷，並以行銷三個階段，說明行銷的真正意義。演講過程宋先生以簡報器為例，問大家為何此種產品售價能比一般市售類似產品之售價還要高？因為在行銷的定義裡，唯有提高產品的價值才能創造產品之價格，若產品品牌在初期尚未建立好基礎，未來在市場上產品的價錢就無法提高，這也凸顯了行銷規劃工作中價值創造的重要性。接著，宋先生提到行銷與業務之差別，並用提問方式與同學互動，讓同學們去思考兩者之關係，並說明行銷與業務之間的不同點。隨後，宋先生講到在行銷規劃工作，首先要作產品規劃與市場調查，由於行銷的方式有很多種，也有很多媒介工具，因此重要是在產品規劃過程要發揮思考能力，才可以提昇行銷的成效。例如：若想要消費者購買我們的產品，首先需要考慮到我們產品的消費族群是哪些，接著要試想如何讓消費者知道我們產品，以及與其他競爭品牌產品之差別，最後才是思考如何透過行銷的方式來凸顯自己公司的產品價值。

另外，宋家旺先生也指出在產品行銷規劃裡，要注意行銷產品的廣度、深度、長度、一致性等四個要項；唯有達到此四要項，才能夠塑造出產品的價值。宋先生也分別針對行銷規劃四個要項進行解說，讓同學能了解其意義，尤其宋先生還語重心長地說道「行銷的目的一定要訂清楚，有了清楚準確的目的後，再去想辦法創造產品的價值，當然最後也一定要注意細節」，只要能清楚了解這段話，對產品行銷就能建立了。

本次活動宋先生透過簡報，讓我們在短時間內了解如何創造適合自己企業生存之行銷手法。最後在全體與會師生合影留念後，於下午一點圓滿結束。



李明義所長與宋家旺先生活動前合照



宋家旺先生演講

「創造適合自己企業生存行銷手法」之實況



演講完李所長分享心得



醫電所師生與宋家旺先生
在演講活動結束後合影留念