搖滾黃瓜大革命，多元蔬果零廢棄

家樂福 Carrefour ✕ 風調雨順

欲解決問題

上游端彎曲小黃瓜因市場選擇及顧客偏見所造成的浪費。

企劃概要

家樂福提供目前市場未有的彎瓜通路，並透過賦予彎瓜新鮮的「搖滾」形象推廣購買搖滾黃瓜所帶來的三大永續價值：「食物零浪費」、「減少塑膠使用」及「支持小農」，透過販售達到解決彎瓜浪費的目的。

在商場，用裸賣的方式提升「彎瓜新鮮度」、「購買彈性」及「消費體驗」做出明確的市場區隔並傳遞正確的蔬果資訊以翻轉目前消費者對於彎瓜的偏見，藉此吸引消費者用符合彎瓜價值的價格購買搖滾黃瓜。未來將成功模式擴及至具類似浪費問題的其他蔬果，最終逐步影響整體市場，讓更多搖滾蔬果都能在賣場上大放異彩，並串聯其他組織及企業，一起將多元價值種植在每個人的心中。

提升價值



行銷計畫｜根據顧客反應五層級設計行銷計畫

知曉 → 了解 → 信服 → 偏好 → 購買



展架、
文宣品設計



社群連動



店內試吃



嚐鮮活動



價格策略

企劃時程規劃

短期	中期	長期
• 簽署進貨搖滾黃瓜合約 • 各縣市代表門市試售	• 增加販售搖滾黃瓜門市 • 紀錄並分析銷售狀況	• 複製成功模式至其他具類似浪費情形之蔬果 • 串聯食物鏈上的夥伴響應，讓所有消費者在生活中都能夠體會「蔬果多元」的價值

專案預期效益

- 減少彎曲小黃瓜浪費問題
- 減少塑膠使用，落實並推行永續發展的綠色購物模式
- 提升家樂福品牌CSR形象：綠色消費、親切熱鬧
- 將「多元」與搖滾精神連結，傳遞「人和蔬果都值得平等對待」的價值