

首先要恭喜您進入 2016 年第十四屆 ATCC 全國大專院校商業個案大賽初賽階段。這份個案是以 BAND（以下簡稱 BAND）在實際經營上所面對的優勢、機會、挑戰，甚至威脅，以及營運上所關心的議題作為題材撰寫而成，它是一個真實存在的商業個案。在比賽的過程中，您不但要著重個案的分析、創意的發想與方案的企劃，更必須考量邏輯性與執行性，站在 BAND 的立場思考，考慮如何在滿足 BAND 期望的基礎上，將企劃案順利完成並且創造符合 BAND 所需要的結果。

一、公司與品牌簡介

Camp Mobile 為韓國最大入口網站 NAVER 集團下子公司，公司旗下擁有眾多知名智慧型手機應用程式，致力成為行動裝置的開拓者，打造每隻手機都不可或缺的應用程式。

Camp Mobile 雖擁有母公司 NAVER 的資源，卻富有新創公司的風格與企業文化。公司的員工自稱為 Camper，期許自己能像露營者一樣，在未知的行動市場領域，能夠以冒險犯難的精神，快速行動並開疆闢土。

二、議題背景

2014 年 BAND 首次參加 ATCC，以「BAND 的一百種校園生活」為題，透過學生團隊的創意在校園成功獲得許多關注，並在最後帶領學生團隊取得冠軍。

在競賽結束後，BAND 採納了許多同學的分析與創意，並依據這些回饋實際做出產品調整，進一步在 2015 年底策劃出電視廣告行銷企劃，打響了在大眾市場的知名度。

電視廣告雖然告一段落，但 BAND 成長的腳步沒有停止。在充滿各種可能性的 2016，BAND 期待再一次與社群世代的同學們合作，創造出另一波高潮。

三、題目

BAND 由你做主 — 創造 BAND 的潮文化

題目說明

在 2015 年末，BAND 以「總有人跟你一樣」的共感社群概念，推出全媒體的行銷，包含電視廣告、數位廣告、與名人插畫家合作等等，成功地大幅提升了市場知名度。

兩年之內，BAND 全球下載已經突破 5,000 萬，在台灣也擁有 180 萬用戶。BAND 不僅改變了使用者團體社群間既有的溝通方式，也撼動了行動社群的版圖。

2016 年，BAND 期待將影響力更深入年輕族群，透過參賽同學的智慧與創意，發掘更多 BAND 團體溝通的使用情境與族群，並透過異業結盟以及活動實際去執行，讓使用 BAND 變成一股潮流。

四、提案說明與條件限制

初賽企劃大綱重點說明 (2 頁 A4)

1. 透過市場觀察，找出 BAND 潛在合作對象
2. 提出合作內容規劃與目標
3. 規劃可擴大合作效益的 (scalable)行銷方式

初賽完整企劃書要求

- 企劃書內容需包含以上三點，其餘可由同學自行發揮補充
- 合作對象的應用不限群組類型、私密群組的應用也可提出
- 初賽階段並無預算上面的限制，只要是可行、有效益的做法皆可提出
- 評審的指標會著重在是否能有效的提升「活躍用戶」數，而非只是單純的下載。

五、附加說明

BAND APP 載點：

Android：https://play.google.com/store/apps/details?id=com.nhn.android.band&hl=zh_TW

IOS：<https://itunes.apple.com/tw/app/band-ju-hui-geng-you-qu-gan/id542613198?l=zh&mt=8>

同學們不妨推薦校園、日常生活圈或實習工作領域的同儕、師長、社團夥伴、親友和同事使用BAND APP，進一步了解user在BAND APP上的使用行為，也可作為初賽提案的基礎。