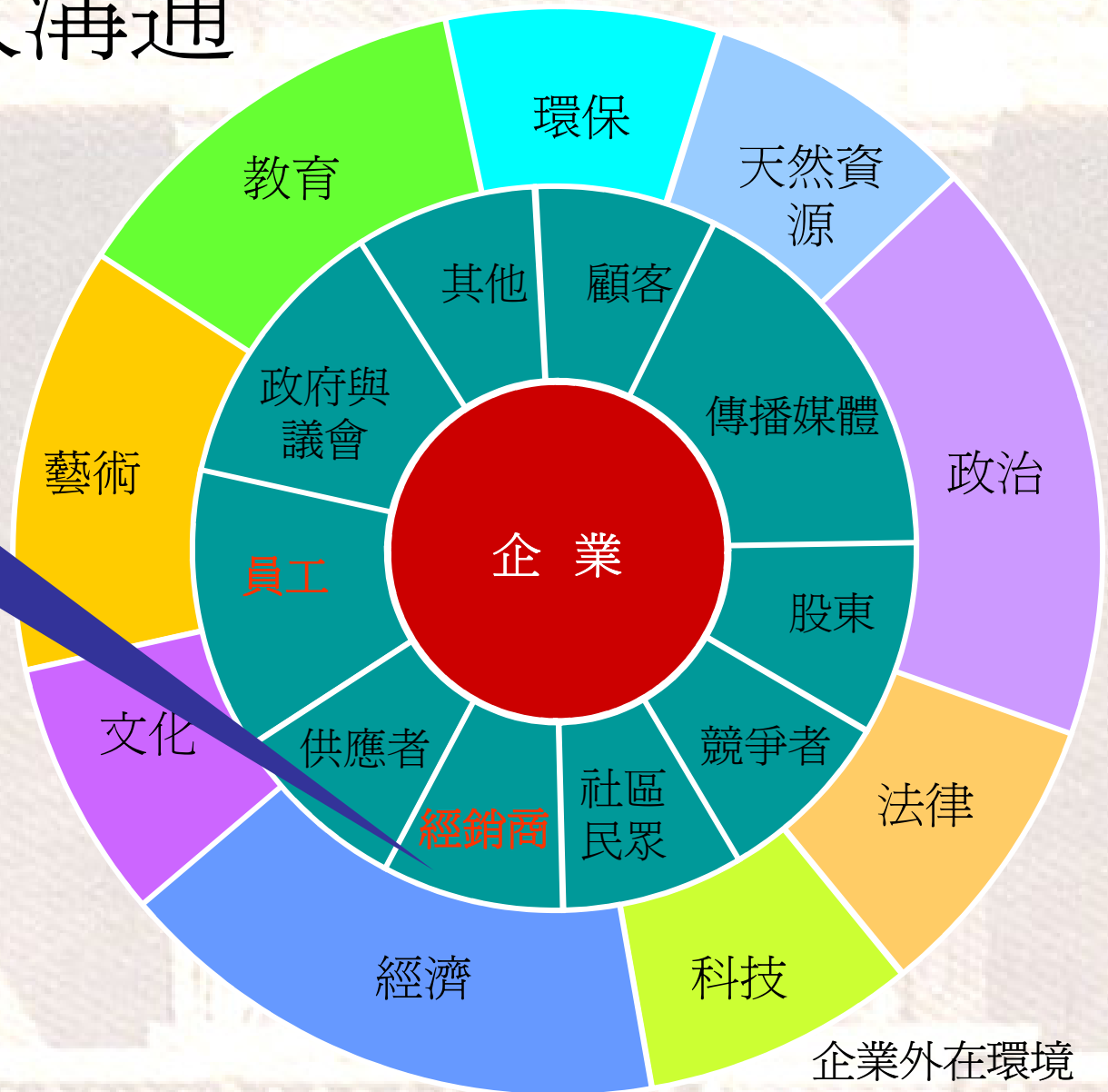


# Agenda

- 公關本質：利益關係人溝通
- 通路行銷
- adidas 2008 Brand Day 專案介紹
- 2008 VS 2007 的差異
- PR Learning
- Q & A

# 利益關係人溝通

- 以企業角度思考
- 建議合適公關工具
- 傳遞正確訊息
- 創造正向循環效益



# 通路行銷 Trade Marketing

- 指的是製造業公司內部，一個負責通路企劃的單位。工作內容主要是透過對流通業者之定位瞭解及整體通路分析，發展通路別之品牌策略，讓行銷策略可以充份實現在賣場。通路策略包括鋪貨、陳列、價格及促銷等4個構面。
- Trade marketing為隨著國際流通業在台灣之發展擴大，逐漸形成之新概念，因此，在日用消費性用品業界，目前有此一單位的公司，皆以大公司較多。
- 在公司組織內部定位，介於Brand Marketing及Sales force之間，負責轉換品牌策略成不同型態的流通業客戶計劃。以adidas為例，則以Retail Marketing部門在主要負責通路行銷業務。

# adidas 的通路體系



**直營店/ Own Retail**

- 旗艦店：忠孝SPF
- 門市：天母/敦化 等

**經銷商/ Whole Sale**

- 全省百貨專櫃  
如：新光三越/Sogo  
/衣蝶/漢神等
- 經銷商通路  
如：尚智/千琪/摩曼頓/  
一亨/微笑/摩瑪克等



# HTC 經銷商大會



- Sales Talk
- 遊戲設計：  
融入現場下單  
優惠機制



# 2008 adidas Brand Day

- 公關目標：展示 adidas 2008 品牌實力
- 公關策略：
  - 主動創造與經銷商的正向積極互動，持續強化 adidas 為國際專業運動品牌的良好形象
  - 展示 adidas 2008 年 Q1 SP+ Originals + TMaG adidas-Golf 最新產品，同時溝通各大類產品概念
- 時/地：2007/7/2(一)、桃園揚昇高爾夫球場
- 主題：Olympic Games
- 三大主角：Sport Performance + Originals+ TaylorMade adidas-Golf

# 2007 v.s. 2008

相同處	均運用 Sport Course + Fashion Show方式 與VIP & 經銷商溝通品牌精神	
相異處	下午： Sport Course+ SP fashion show  <b>【Presentation】</b>	下午： Sport Course+ SP/Originals/Golf Fashion Show  <b>【Entertainment】</b>
	晚上： Originals Show+ Dinner Party  <b>【Entertainment】</b>	晚上： Dinner Party+ 煙火表演  <b>【Entertainment】</b>



# Event Rundown

- 4:40-5:00 經銷商入場
- 5:00-5:05 SP+ Originals 會旗入場
- 4:50-5:00 Michael Wellman 致詞
- 5:00-5:03 五環 Opening Show
- 5:03-5:05 聖火入場
- 5:05-6:10 **Fashion Show**
  - Video + Basketball (SBL洪啓超/張容軒+泰山高中球員演出)
  - Video + Running (何志豐/何志宏+輔大田徑隊跑者演出)
  - Video + Football (桃園僑愛國小足球演出)
  - Video + Golf (產品展示)
  - Video + Techfit (3位健身教練專業演出)
  - Video + Women (唐幼馨等兩位瑜珈老師演出)
  - Video + Originals (產品展示)
  - FINALE