

熱血！拼戰！團結！

企業男排賽事之行銷策略研究



現況分析 × 行銷策略 × 球迷洞察

打造更具吸引力的企業男排聯賽！

研究背景

企業男排為台灣重要的排球賽事之一，雖然擁有穩定的球迷基礎，但在行銷推廣與媒體曝光上仍有成長空間。本研究透過問卷調查與行銷分析，探討企業男排的現況與球迷需求，期望提升賽事影響力，促進聯賽的永續發展。

研究方法



文獻分析法

蒐集國內外相關文獻、官方網站與新聞資料，進行SWOT與4P分析。



問卷調查法

透過線上與紙本問卷方式，調查觀眾行為模式與滿意度分析。



統計分析法

將問卷資料進行整理與分析，作為研究結果與建議之依據。

行銷策略重點 – 4P分析



產品 (Product)

- 提升賽事品質與球員表現
- 開發多元周邊商品
- 強化觀賽體驗與球迷互動



價格 (Price)

- 學生優惠與家庭套票
- VIP專屬體驗活動
- 限量商品與加值服務



通路 (Place)

- 線上購票與賽事資訊
- 社群平台直播賽事
- 官方網站資訊整合與服務



推廣 (Promotion)

- 社群媒體行銷與短影音
- 賽事精華與球員故事
- 跨產業合作與校園推廣

目標市場分析 – STP



市場區隔 (Segmentation)

依年齡層區分之運動愛好者與排球球迷。



目標市場 (Targeting)

對排球具有高度興趣與消費能力之高中生、大學生與年輕上班族。



市場定位 (Positioning)

專業、熱血、精采的排球聯賽，展現競技精神與團隊合作。

SWOT分析



優勢 (Strengths)

- 專業訓練體系
- 穩定年度賽事
- 聯賽品牌認同度高



劣勢 (Weaknesses)

- 媒體曝光度不足
- 球員發展機會受限
- 經費與市場規模不足



機會 (Opportunities)

- 數位行銷與科技發展
- 排球運動在台灣日益普及
- 創新行銷推廣機會更多



威脅 (Threats)

- 其他運動賽事競爭
- 負面新聞影響形象
- 傳統媒體曝光減少

結論

- ✓ 企業男排具穩定發展潛力。
- ✓ 觀賽體驗滿意度最高。
- ✓ 推廣與媒體曝光仍需加強。
- ✓ 年輕族群為主要目標市場。
- ✓ 球迷願意持續關注與支持。



建議

- ✓ 加強社群媒體行銷與內容經營。
- ✓ 提升賽事曝光度與互動機會。
- ✓ 優化品牌經營與聯賽形象。
- ✓ 開發更多球迷活動與周邊商品。
- ✓ 提升消費者參與意願與支持度。

支持企業男排！

