

# Dr's Formula 3D立體面膜系列之行銷策略

## 1. 摘要

將產品推廣給廣大消費者的通常都是行銷企劃人員，且未來不論什麼產業都需要這種人才，因此想藉此次的機會向實習公司(台塑生醫生活用品事業部)的行銷企劃人員學習，行銷此部門的產品—3D立體面膜。

## 3. Dr's Formula 3D立體面膜系列定位

Dr's Formula面膜為3D立體面膜，其它市面上的品牌大多為2D面膜。Dr's Formula的產品，都是走中高價位，目標客群為中高年齡層，所以不會因為其他品牌走低價路線，而降低自己的定價，要走出自己的風格。

## 2. Dr's Formula 3D立體面膜系列產品系列簡介

因應消費者的膚質不同，對於面膜的需求也不盡相同，Dr's Formula為各種膚質的消費者打造不同效果的面膜，「Dr's Formula 3D立體面膜系列」，讓消費者親身感受到面膜系列對肌膚的呵護。

## 4. 結論

Dr's Formula 3D立體面膜上市的時間大概一年多，時間不算長，要跟知名度較高、歷史較悠久的面膜品牌競爭，相較之下較弱勢，本研究認為不能操之過急，要循序漸進，一步一步走，Dr's Formula可以向前邁進的。

明志科技大學 經營管理系

學生：林張源

指導老師：楊淑宜 老師

