附錄2 109年度MIT微笑產品聯合販促活動說明

1. 活動緣起

鑒於武漢肺炎疫情持續影響，不僅衝擊內需消費市場，亦造成歐美中等主要消費市場需求疲弱，故本年度為協助國產業者拓銷國內及新南向消費市場，活絡國內外市場消費需求，同時倡導「你的選擇，成就台灣大未來」之理念，將帶領臺灣優質製造業者及知名實體、虛擬通路平台攜手推出「MIT微笑產品聯合販促活動」。

1. 活動目標

透過聯合販促活動，大範圍觸及新、舊顧客，加強優質MIT產品於各大通路曝光，傳遞堅持在地製造的MIT精神，進而刺激民眾優先選購國產品，最終帶動國內外市場消費消費成長。

1. 執行策略
2. 擬定販促辦理規則
3. 活動期間：

為鼓勵民眾多購買臺灣製優質產品，同時活絡國內消費，暫定於雙十國慶檔期之109年10月8日(四)至109年10月12日(一)辦理，各通路檔期規劃須於該時段一同辦理。

1. 活動形式：

於自有實體門市通路或虛擬電商平台辦理（至少擇一類），MIT產品販促內容不拘，且MIT微笑產品占比不得低於50%，由通路自行提出規劃。另活動前6週，若疫情未見舒緩，中衛中心經工業局同意，得以公告更改為全電商販促形式之活動替代之，惟本項限於同時具備實體門市及虛擬電商或單一虛擬電商之通路，因若屬單一實體門市之通路，應以其他適當方式（如FB、IG、Line、Youtube等)進行活動串聯。

1. 品牌互動：

販促活動需涵蓋MIT微笑標章互動設計至少一式，如邀請超寶出席活動、提供特定折價券、標章意涵有獎徵答等。

1. 制定共通活動識別

由MIT微笑標章制定共通活動識別之素材，將與＜行銷輔導申請須知＞統一公告於MIT微笑標章官網，供欲申請之通路取用、規劃活動於行銷輔導提案中。其中共通活動識別主要有二：

1. 活動口號：

設計理念：以容易背誦且易記之口號串連各大連鎖通路，透過持續不間斷曝光，短期強化民眾印象，並有效維持MIT熱度，培養一群MIT鋼鐵粉絲。

1. 視覺識別：

設計理念：將MIT微笑標章之品牌理念：「台灣製造、安全、健康、信賴」，透過設計視覺化，並委由著名圖文設計師操刀辦理，利用有吸引力的視覺，將消費者的目光聚焦到品牌身上，並增強其認同感，同時激發消費者的購買意願。

1. 辦理販促活動啟動記者會

預計於10月6日(二)或10月7日(三)，擇日辦理啟動記者會，將邀請各大MIT微笑協力店之通路代表出席參與，期透過新聞媒體效應，促進全國消費者更加認同優質台灣製產品，進而帶動MIT產品銷售。

1. 預期效益
2. 擴大曝光優質MIT產品，拉抬通路業績成長。

結合本計畫行銷資源及新聞媒體效應，共同塑造優先選購優質台灣製產品之風潮，再搭配通路自行設計之各種主題促銷大量曝光優質MIT產品，進而促使業績成長。

1. 支持在地產業，提升通路優質形象。

藉此活動將在地生產的優質產品、具公信力的MIT微笑標章及MIT微笑協力店緊密結合，塑造強勢通路支持在地製造產業之正面形象。