

# 工業工程與管理系

## 實務專題報告書

### 傳統農業轉型與行銷(以微熱山丘為例)

#### 摘要

鳳梨酥已連續多年蟬聯最佳伴手禮的第一名。然而鳳梨酥的品牌眾多，但微熱山丘鳳梨酥卻能在成立短短幾年內異軍突起，並造成”土鳳梨酥現象”，其產品屬性應有其特別之處，我們想了解這之間的轉變跟契機。其主要的研究目的如下：

探討當初老闆將土鳳梨入餡的契機，其中製造上的困難有哪些；

研究微熱山丘在行銷上是如何在短時間內大大的提升知名度；

了解微熱山丘的經營理念及未來展望。

本資料來源為實地探訪、次級資料蒐集以及網路相關資訊與文獻，研究方法運用行銷4P(product, price, place, and promotion)模型，SWOT(strength, weakness, opportunity, and threat)和波特五力分析以及問卷分析之統計分析方法。經由SWOT和波特五力分析以及問卷分析可以發現

一、微熱山丘運用感人的品牌故事，採取積極進取的行銷策略，讓原本不知名快倒下的農業起死回生，再創產業另一片天；

二、廣告不足，造成許多人仍然不知道微熱山丘應多廣告藉以打開知名度；

三、南投門市地點遙遠購買不便，應多利用現在3C流行的時代採網路行銷方式，可以增加曝光率也能使顧客購買便利性共創雙贏局面。

關鍵詞鳳梨酥微熱山丘網路行銷農業鳳梨