

台灣廣告代理業經營策略之探討

何存基、黃營杉

E-mail: 8407586@mail.dyu.edu.tw

摘要

台灣廣告代理業唯有落實本土化經營,並由產品,市場,品質及競爭武器等 構面來找出企業實質之優勢所在,才是企業制定其經營策略之真正目的.吾 人可由本研究三個個案所呈現之共通特性,歸納出以下幾項假設命題: 1.行銷全球化,廣告地區化,經營本土化,將是廣告代理業逐步採行之基本 策略. 2.廣告代理業為服務不同區隔市場,或打破不可承接相似產品之兩 家廠商之行規,以多品牌策略來開拓客源. 3.決定經營規模之發展途徑,究 係採行先分工後專業化,或先專業化再分工之策略趨勢,乃取決於廣告代理 業本身之市場定位與資源運用. 4.廣告代理業因外資介入程度不一,導至 組織安排,管控系統及資源運作等方面之不同,其合適之策略傾向亦有所差 異. 5.imc理念促使廣告代理業提供更多樣化之服務,有助於其爭取業務機 會及增進市場競爭力.

關鍵詞：廣告代理業；經營策略；策略

目錄

第一章 緒論 第一節 研究背景與目的.....1	第二節 台灣廣告代理業現況與特性.....4	第二章 文獻探討 第一節 廣告相關概念.....12	第二節 廣告代理業經營.....21	第三節 經營策略.....26	
第三章 研究設計 第一節 研究架構.....45	第二節 研究流程.....46	第三節 研究方法.....47	第四章 個案說明與分析 第一節 台灣廣告公司.....50	第二節 台灣麥肯廣告公司.....59	第三節 黃禾廣告公司.....70
第五章 研究發現與命題建構 第一節 台廣、台灣麥肯及黃禾之經營特性.....78	第二節 台廣、台灣麥肯與黃禾之策略比較.....80	第三節 命題建構.....88	參考書目.....95		

參考文獻

- 一、中文部分【書籍】 1. 中華民國廣告年鑑編纂委員會，中華民國廣告年鑑(五) (81年~82年)，台北市廣告代理商業同業公會，民國82年印行。 2. 日本文摘，六月號(101期間，民國73年6月印行。 3. 司徒達賢譯，William F. Glueck，企業政策與策略規劃(Business Policy : Strategy formulation and Management Action)，東華書局，民國71年印行。 4. 政大公企中心，重要服務產業現況調查及未來發展策略--廣告業，民國80年印行。 5. 許士祥主譯，David A. Aaker，企業策略管理(Strategic Market Management)，中華企業管理發展中心，民國80年印行。 6. 陳萬淇，個案研究法，華泰書局，民國74年印行。 7. 黃營杉等編著，企業政策，國立空中大學，民國80年印行。 8. 楊中芳著，廣告的心理原理，遠流出版社，民國76年印行。 9. 蔡正雄譯，競爭策略，華泰書局，民國74年印行。 10. 樊志育著，廣告學新論，三民書局，民國82年印行。 11. 劉毅志等編著，廣告學，國立空中大學，民國81年印行。 12. 鄭耀本著，日本高階經營管理與經營策略，五南圖書出版社，民國81年印行。 13. 謝安田，企業研究方法，自印，民國78年印行。 14. 顏伯勤著，廣告學，三民書局，民國77年印行。 15. 羅文坤編著，廣告主張，中國廣告學刊，民國80年印行。【論文】 1. 黃松共，事業策略、行銷作為與績效關係之研究--台灣西藥業之實證研究，國立政治大學企業管理研究所博士論文，民國78年1月。 2. 高淑芬，資源特性與合作策略聯之研究，國立中興大學企業管理研究所出版碩士論文，民國82年6月。 3. 張旭利，企業策略、企業文化及企業績效關係之研究，私立淡江大學管理科學研究所出版碩士論文，民國82年6月。 4. 陳倩婷，連鎖書局經營策略之研究，國立中興大學企業管理研究所出版碩士論文，民國81年6月。 5. 陳基旭，我國產業國際化策略之研究--以半導體IC產業為例，國立政治大學企業管理研究所出版碩士論文，民國79年6月。 6. 郭雅俐，國內企業公關業務負責人的人格特質與公關策略之研究，國立中興大學企業管理研究所出版碩士論文，民國79年6月。 7. 楊曜同，汽車製造業對政府當前汽車政策的因應策略研究，私立大葉大學工學院，事業經營研究所出版碩士論文，民國82年5月。 8. 廖信宏，台灣廣告代理商功能之研究，國立政治大學企研所未出版碩士論文，民國56年6月。 9. 趙真皓，中韓兩國現代廣告發展趨勢之比較研究，私立輔仁大學大眾傳播研究所出版碩士論文，民國79年6月。 10. 劉源，企業主持人個人特質與經營策略之研究，國立交通大學管理科學研究所出版碩士論文，民國79年6月。 11. 劉道源，企業經營策略諮詢專家系統之探討，私立淡江大學管理科學研究所出版碩士論文，民國78年6月。 12. 鍾貴平，進入順序與競爭策略之研究 - 以人壽保險業為例，國立台灣大學商學所未出版碩士論文，民國82年6月。 二、英文部分【書籍】 1. Aaker, David A., Strategic Market Management, University of California, Berkeley, 1984. 2. Bovee, Courtland, L. and William F. Arens Advertising, Homewood Illinois: Richard D. Irwin, Inc., 1986. 3. Bolen, William H., John Wiley, Advertising, Georgia Southern College, 1981. 4. Mandell, Meurice I., Advertising, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1968. 5. Poter, Michael E., Competitive Strategy-Techniques for Analyzing Industries and Competitores. New York: Free press, 1980. 6. Pride, William

M., O.C.Ferrell, Marketing-Basic Concepts and Decisions., Boston: Houghton Mifflin Company,1983. 7.Scott,Jame D., Advertising Principles and Problems, New York: Prentice-Hall Inc.,1953. 8.Wells,W.,J.Burnett,and S. Moriarty, Advertising Principle and Practice,Prentice Hall,Englewood cliffs, New Jersey,1989. 【期刊上之論文】 1.Altstiel, T., "Agency perspectives on ad.testing", Agri Marketing (AGI), Vol.31,No.3(Mar.1993),pp.34-45. 2.Bartakovich, Dense, "Building Competitive Advantage through Creative Pricing Strategies", Business Qtrly, Vol.55,No.1,(Summer 1990), PP.45-48. 3.Bracker,J., "The Historical Development of the Strategic Management Corcept", Academy of Management Review 1980, Vol.5, No.2,PP.219-224. 4.Butkys, Adolph S. and G. Herpel, "How Advertising Agencies Handle Their Own Advertising Strategy: An Industry-Wide Overview of Its Self-Promotion Efforts", Journal of Advertising Research(Sep./Oct. 1992),PP.18-23. 5.Buller, Paul F., Caryn. Beck-Dudley, and Glenn M. McEvoy," Competitive Strategy and Human Resource Practices in a Professional Service Environment", Human Resource Planning, Vol.13, No.1(1990),PP.27-36. 6.Cagley, James W., "A Comparison of Advertising Agency Selection Factors: Advertising And Agency Perceptions", Journal of Advertising Research, (Jun./Jul.1986) PP.39-44. 7.Cravens, David W., Shannon H. Shipp, "Market-Driven Strategies for Competitive Advantage", Business Horizons, Vol.34, No.1 (Jan/Feb 1991), PP.53-61. 8.Farrell,Greg.,"The Agency of the Future is not a Vendor", Adweek (Southeast Ed.),Vol.14,Iss.7,(Feb.1993) P.46. 9.Fiegenbanm, Avi.,John. McGee,and Howard Thomas,"Exploring the Linkage Between Stragegic Groups and Competitive Strategy," International Studies of Management & Organization, Vol. 18, No.1(Spr. 1988), pp.6-25. 10.Galbraith, Craig, Dan. Schendel "An Emprirical Analysis of Strategy Type", Strategic Management Journal, Vol. 4, 1983, P.154. 11.Grant, Robert M., "The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation", California Management Reviea, Vol. 33, No. 3(Spr. 1991), PP.114-135. 12.Greeno,J.Ladd.,"Good Environmental Management Can Sharpen Competitive Strategies", Environment Today, Vol.2, No.6(Jul./Aug 1991)P.49. 13.Hambrick, Donald C., "Some Tests of the Effectiveness and Functional Attributes of Miles and Snow's Strategic Types", Academy of Management Journal, Vol.26,No.1, PP.5-26. 14.Higgins, Susan and J. Ryans, "Ec-92 and International Advertising Agencies", International Journal of Advertising. (Oct. 1991) PP.239-298. 15.Hofer,Charles W., Don. Schendel "Strategy Formulation: Analytical Concepts", west publishing Co. 1978, PP.18-28. 16.Kreshel, Peggy J., Kent M.Lancaster, and Margeret A. Toomey, "How Leading Advertising Agencies Perceive Effective Reach and Frequency",Journal of Advertising, Vol.14, No.3 1985, PP.32-38. 17.McGann, Anthong F., "Human Resource Planning in the Advertising Agency" Journal of Advertising, Vol.14, No.1, PP.3. 18.McGann, Anthong F., "Human Resource Planning in the Advertising Agency" Journal of Advertising, Vol.14, No.2, PP.3. 19.Sharp, Byron, "Competitive Marketing Strategy Strategy: Poter Revisited", Marketing Intelligence & Planning, Vol.9, No.1(1991), PP.4-10. 20.Szilagyi, Andrew D., David M. Schweiger, "Matching Management Review, 1984,Vol.9, No.4,PP.626-637. 21.Wallace, Don., "Strategy: Harvard Business School's Michael Poter on the Essence of Competitive Advantage", Success, Vol.36,No.5(Jun. 1989), PP.32-37. 22.Wills, James R., "Winnig New Business: An Analysis of Advertising Agency Activities", Journal of Advertising Research, (Sep./Oct. 1992), PP.10-15. 23.Wilson, Jan., "Competitive Strategies for Service Business", Long Range Planning, Vol.21, No.6,(Dec. 1988)., PP.10-12.