

Ole-Stars行銷計畫

目錄表

1. 要義說明
2. 任務說明
3. 使命為何?
 - a. 財務面向
 - b. 非財務面向
4. 目標市場
5. 2018年預算說明
6. 2019年預算規劃

要義說明：

Ole-stars行銷置重點於併購娛樂事業機構，本公司主要客戶係針對娛樂事業，而粉絲為透過銷售代幣所獲得之次要收入來源。

在最初期階段，整個直接行銷將專注於與娛樂事業機構簽訂協議；透過此項流程在各個國家，建立1至2家企業據點，將足以改變粉絲支持以及活動管理，再加上線上服務。

行銷將主要透經由網路連線，並且透過當地合作夥伴，在啟動來自諸如電視節目、電影發片以及發行新樂曲上市之藝術工作者新實質行動時，將會同時發展虛擬行銷作業。

此將降低行銷規模，但亦將提供新才藝機會讓人得以獲悉，同時應可在新才藝登上平臺時，迅速增加吾人粉絲基數，如此可保持Ole-stars具備最新與新鮮外在形象。

任務說明：

本公司將採取何種作為？

Ole-stars 提供娛樂企業平臺，以利其推廣其跨越所又不同娛樂領域之藝術工作者，其中包括但不僅限於下列各項，諸如電視、電影、音樂、廣播電臺，電玩遊戲、運動等項目。本公司協助增加與粉絲之互動往來，而且同時從中獲得粉絲行為模式以及回饋意見。

本公司如何達成前述作為？

本公司將提供動態線上平臺，藝術工作者與粉絲可同時在其上互動往來，藝術工作者及娛樂事業可自最新活動計畫中獲得支持度，而粉絲則可對於即將登場活動計畫表達其參與意願；亦可提供建議，並且獲知其所喜愛藝術工作者最新資訊。

本公司為誰採取如此作為？

本平臺主要關注對象為娛樂機構，本公司希望藉由協助此等娛樂企業機構，在娛樂事業代幣化領域中，建立其營業版圖，促使其與成長中並且對區塊鏈科技感到興趣，同時期待與藝術工作者以最新方式互動之年輕世代觀眾保持聯結關係。

但是粉絲與藝術工作者對於本平臺能夠成功運作，在角色職能上地位同等重要。

藝術工作者協助吸引新粉絲加入平臺，並且讓吾人觀眾分散其背景使其來自不同面向；吾人期待吸引來自不同類型之藝術工作者。

粉絲必須強化該平臺，並且增加OLE代幣價值，以及使該平臺具備動態娛樂性，讓娛樂企業與藝術工作者獲得價值。

何種價值可容本公司將其搬上檯面？

吾人最主要價值在於同時將科技體驗帶入娛樂事業，促成娛樂機構從區塊鏈科技與代幣利益成長中獲利，但毋須內部投資在該項專業技能，同時透過提供平臺，在吾人將更多觀眾自某個特定藝術工作者或是娛樂事業加以聯結時，讓多個無望者得以參與其事。

使命：

財務面向：

本公司財務使命業已勾勒於本公司數字貨幣首次公開募資白皮書，其目標將是美金一億，並可視狀況再增加五千萬美金。

Ole-stars預計在每個國家每個月可增加1家娛樂事業，並期望總數能達到3至4家。初期市場將包括日本、韓國、臺灣，並且在考慮越南、泰國，而且亦在研究未來在菲律賓、印尼及馬來西亞開設據點

娛樂事業入股費用預計約為美金10萬元

粉絲代幣售價：1單位代幣=美金10元

非財務面向：

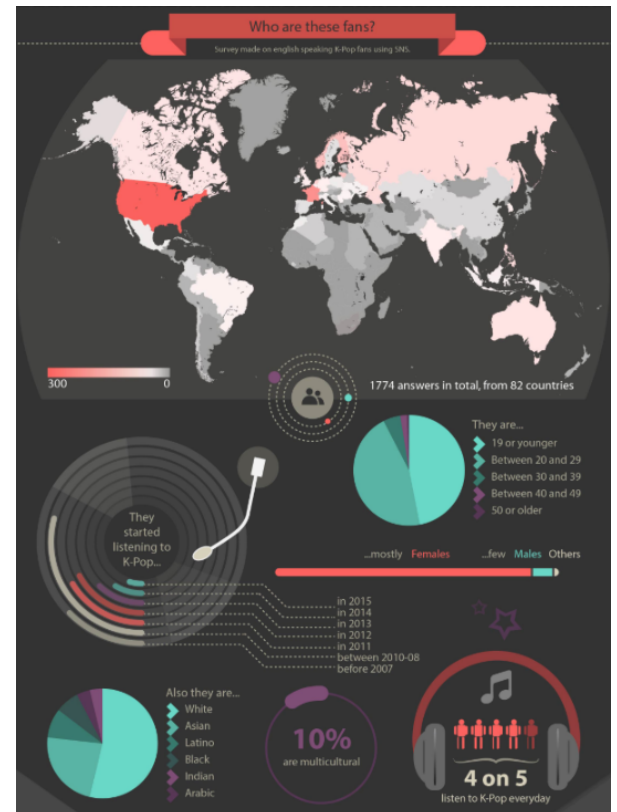
您所承擔使命為何？

特定要求：達成可持續運作之娛樂事業帳戶，本公司期望此將包括4至5家娛樂事業機構，而每個機構將有2位至3位藝術工作者。

可計量數量：粉絲加入數量預計在2百萬至4百萬之間。

啟發興趣性：本公司希望能夠支持跨越5至6個類別之藝術工作者。

市場現實性：在韓國、日本及臺灣，本公司主要關注焦點在於K-pop；而在臺灣及中國市場將會將重點置於電視劇/戲劇。



其他非財務面向目標之案例：

- 設置諸如內部銷售平臺等額外服務
- 每周定期訪談藝術工作者
- 內部視頻頻道
- 在亞洲地區簽署活動商約
- 與促銷活動夥伴簽署協議

目標市場：

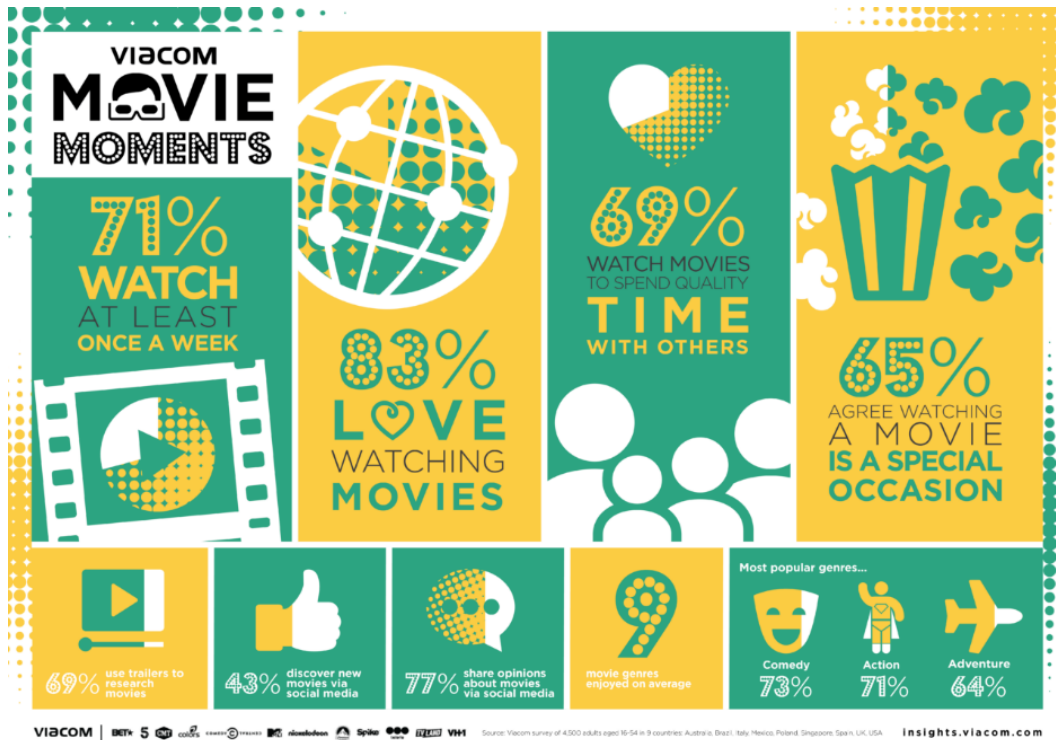
那些是主要市場類別？

原則上本公司市場將依據藝術工作者類別、粉絲年齡層加以區隔，但下述資料可讓架構更加清晰

音樂K-pop節目= 73%女性，23%男性

電視劇= 女性65%，28%男性

電影=女性22%，男性55%



年齡層範圍如何？

本公司主要目標市場在於16歲至30多歲較年長群體，但此年齡層可提供電視劇，並且電影可獲得更年長觀眾群，因此本公司必須掌握較大人口涵蓋面來加入平臺，因此較為單純之使用者介面設計以及使用者經驗就會相當重要。

* For this study, Viacom connected with 4,500 Adults aged 16-54 in 9 countries: Australia, Brazil, Italy, Mexico, Poland, Singapore, Spain, UK, USA

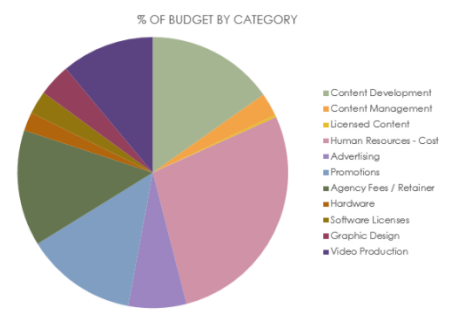
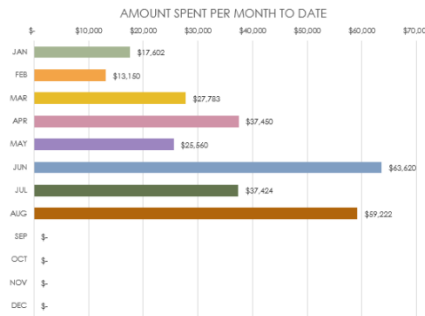
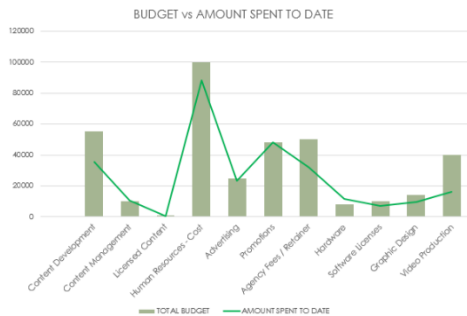




Ole-stars 2018年行銷預算說明：

Ole-stars MARKETING BUDGET 2018

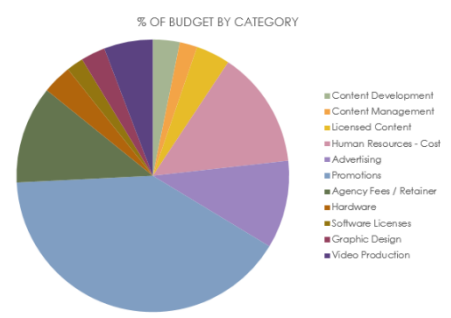
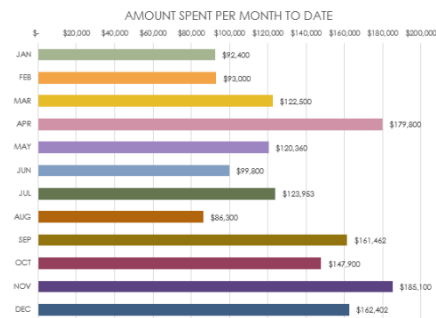
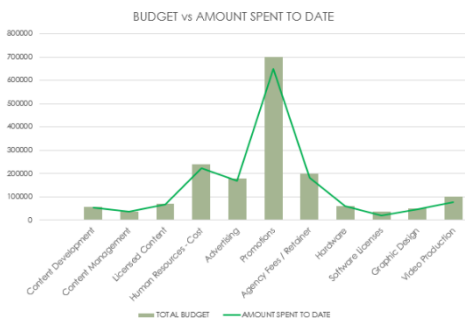
CATEGORY	TOTAL BUDGET	% OF BUDGET	AMOUNT SPENT TO DATE	BUDGET REMAINING	% OF BUDGET REMAINING	Q1			Q2			Q3			Q4		
						JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
Content Development	\$ 55,000	15%	\$ 35,378	\$ 19,622	35%	\$ -	\$ 3,000	\$ 6,000	\$ 6,000	\$ 7,500	\$ 6,000	\$ 3,378	\$ 3,500				
Content Management	\$ 10,000	3%	\$ 10,500	\$ -	-5%	\$ -	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500				
Licensed Content	\$ 1,000	0%	\$ 300	\$ 700	70%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 60	\$ 240	\$ -	\$ -				
Human Resources - Cost	\$ 100,000	28%	\$ 88,450	\$ 11,550	12%	\$ 3,450	\$ 7,000	\$ 14,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 14,000	\$ 14,000				
Advertising	\$ 25,000	7%	\$ 23,200	\$ 1,800	7%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200	\$ -	\$ 5,000	\$ 10,000	\$ 6,000				
Promotions	\$ 48,000	13%	\$ 48,000	\$ -	0%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 20,000	\$ -	\$ 28,000				
Agency Fees / Retainer	\$ 50,000	14%	\$ 31,672	\$ 18,328	36%	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 500	\$ 3,750	\$ 4,500	\$ 8,250	\$ 8,250	\$ 4,222				
Hardware	\$ 8,000	2%	\$ 11,553	\$ -	-44%	\$ 11,553	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				
Software Licenses	\$ 10,000	3%	\$ 7,032	\$ 2,968	30%	\$ 799	\$ 450	\$ 5,783	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -				
Graphic Design	\$ 14,000	4%	\$ 9,526	\$ 4,474	32%	\$ 600	\$ -	\$ -	\$ 8,000	\$ -	\$ 630	\$ 296	\$ -				
Video Production	\$ 40,000	11%	\$ 16,000	\$ 24,000	60%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,000	\$ -	\$ 10,000	\$ -	\$ -				
TOTALS	\$ 341,000		\$ 281,811	\$ 59,189		\$ 17,682	\$ 13,150	\$ 27,783	\$ 37,458	\$ 25,560	\$ 63,620	\$ 37,424	\$ 69,222	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -



Ole-stars 2019年行銷預算規劃：

Ole-stars MARKETING BUDGET PLAN 2019

CATEGORY	TOTAL BUDGET	% OF BUDGET	AMOUNT SPENT TO DATE	BUDGET REMAINING	% OF BUDGET REMAINING	Q1			Q2			Q3			Q4		
						JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
Content Development	\$ 55,000	3%	\$ 54,000	\$ 1,000	2%	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500
Content Management	\$ 36,000	2%	\$ 36,000	\$ -	0%	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 1,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 3,500	\$ 3,500	\$ 3,500	\$ 4,500	\$ 4,500	\$ 4,500
Licensed Content	\$ 70,000	4%	\$ 65,400	\$ 4,600	7%	\$ 400	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 4,000	\$ 8,000	\$ 8,000	\$ 8,000	\$ 8,000	\$ 8,000	\$ 8,000
Human Resources - Cost	\$ 240,000	14%	\$ 221,000	\$ 19,000	8%	\$ 14,000	\$ 14,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,500	\$ 18,500	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000
Advertising	\$ 180,000	10%	\$ 168,000	\$ 12,000	7%	\$ 8,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 14,000	\$ 14,000	\$ 14,000	\$ 8,000	\$ 8,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 24,000
Promotions	\$ 700,000	41%	\$ 648,040	\$ 51,960	7%	\$ 28,000	\$ 48,000	\$ 56,000	\$ 62,000	\$ 52,300	\$ 43,500	\$ 45,000	\$ 28,000	\$ 51,000	\$ 58,900	\$ 101,800	\$ 73,540
Agency Fees / Retainer	\$ 200,000	12%	\$ 181,000	\$ 19,000	10%	\$ 8,500	\$ 8,500	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 24,000	\$ 24,000	\$ 24,000	\$ 20,000
Hardware	\$ 60,000	3%	\$ 59,000	\$ 1,000	2%	\$ 11,500	\$ -	\$ 2,500	\$ 30,000	\$ -	\$ -	\$ 15,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Software Licenses	\$ 35,000	2%	\$ 20,000	\$ 15,000	43%	\$ -	\$ -	\$ 12,500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7,500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Graphic Design	\$ 50,000	3%	\$ 46,537	\$ 3,463	7%	\$ 4,000	\$ 2,000	\$ 1,000	\$ 800	\$ 12,560	\$ 800	\$ 453	\$ 2,300	\$ 452	\$ 10,000	\$ 4,300	\$ 7,862
Video Production	\$ 100,000	6%	\$ 76,000	\$ 24,000	24%	\$ 12,000	\$ -	\$ -	\$ 32,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 32,000	\$ -	\$ -	\$ -
TOTALS	\$ 1,726,000		\$ 1,574,977	\$ 151,023		\$ 92,400	\$ 93,000	\$ 122,600	\$ 175,800	\$ 120,360	\$ 99,800	\$ 123,953	\$ 86,300	\$ 161,462	\$ 147,900	\$ 186,100	\$ 162,402



2019年預算規劃顯現出從2018年預算在人力資源上重大負荷，產生主要轉變；此係由本公司開始擴張成長，並增加雇用人員所致，但在2019年則是將負荷移轉致行銷與廣告經費，在完成數字貨幣首次公開募資作業後，本公司會將重點移轉致增加娛樂事業機構與藝術工作者數量，同時注重粉絲基數成長，此將需要高額廣告與推廣預算，並將重點置於社交軟體、區域性活動以及與娛樂事業機構及推廣活動業者共同合作。