

三信家商100學年度第二學期專題製作

行銷經營理念探討-以呷百二為例



班級：三年七組

組別：二

組長：鄭紋欣 9800288

組員：黃鈺晴 9800281

儲奕慈 9800289

指導老師：董瓊雲

目錄

一、前言

1-1 研究背景與動機	P3
1-2 研究目的	P3
1-3 研究方法與流程	P4

二、理論探討

2-1 呷百二發展之概念	P5
2-2 呷百二的行銷方法	P5
2-3 呷百二經營理念	P6
2-4 核心能力	P6
2-5 包裝	P6

三、專題設計

3-1 研究方法	P7
3-2 公司簡介	P7
3-3 行銷組合4P	P7.8
3-4 呷百二成功關鍵因素	P8
3-5 SWOT分析	P9

四、專題成果 P10~13

五、結論與建議

5-1 研究結論	P14
5-2 研究建議	P14
參考文獻	P15

第一章 前言

1-1 研究動機

企業競爭時代，重新檢討價值鏈，在設計、策劃、價格、分銷和促銷等活動中都應以用戶消費者需求為出發點，這也是我們探討企業經營策略的重要性。

呷百二和一般的糕餅店不同，有些糕餅店會比較注重賣相和口感，因此會加入許多的油和糖，而呷百二則是以健康為主，創新許多獨特口味的點心。

1-2 研究目的

呷百二糕餅業的經營策略方式，主要探討研究議題為：

1.研究「呷百二」店名：

經由上網查資料，了解為何呷百二會採用這個店名。

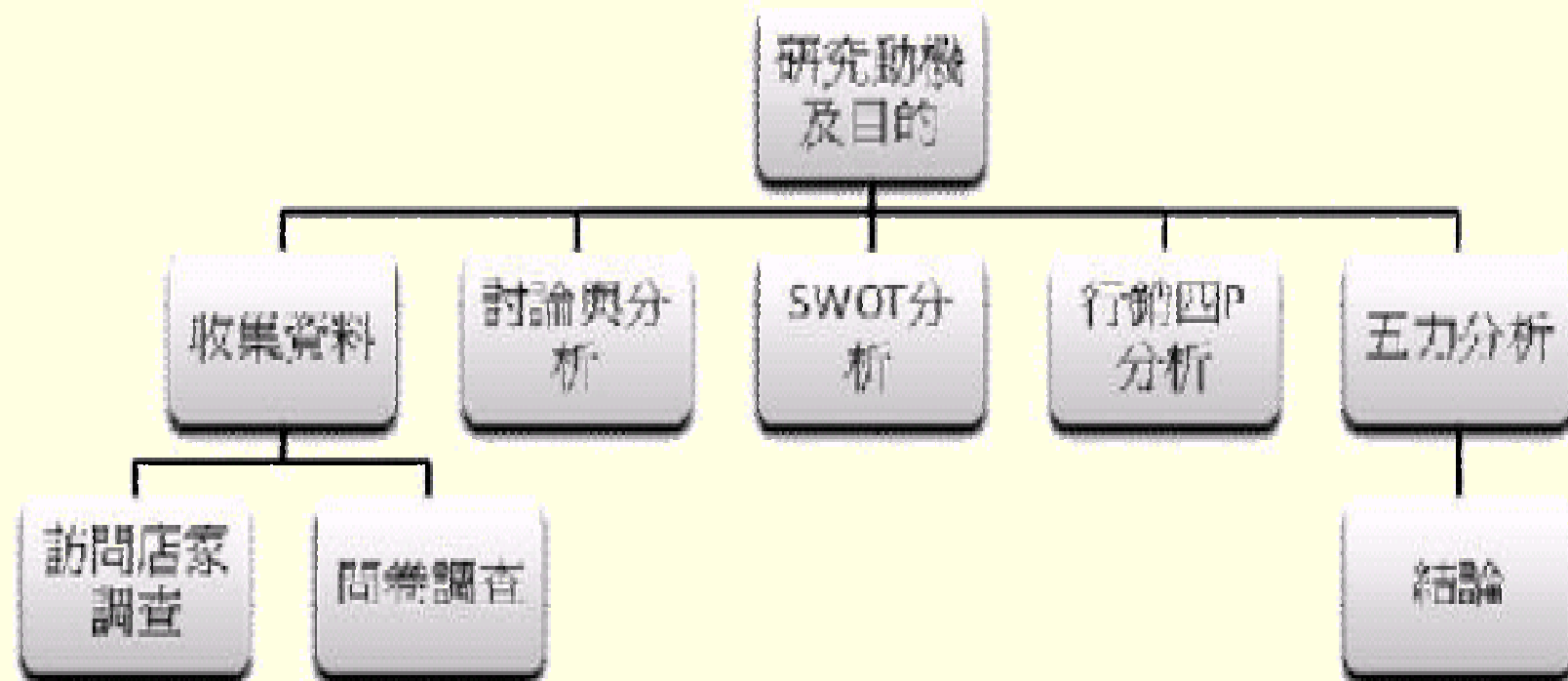
2.研究「呷百二」用料食材：

經由上網查資料與實地訪談，我們可以了解到他們所使用的食材是否真的為店家所注重的養生類為主。

3.研究「呷百二」經營與行銷：

經由上網查資料及實地訪談，我們可以了解如何加入呷百二會員、了解呷百二的服務態度、了解呷百二如何掌控經營模式。

1-3 研究方法與流程



第二章 理論探討

2-1呷百二發展之概念:

店名「呷百二原是河洛話裡祝壽的「呷」不是「吃」，是「到」的意思，指「活到一百二十歲」，通常用在祝壽的場合，祝福壽星可以平安健康!

2-2呷百二的行銷方法（來自呷百二官方網站）<http://www.eat120.com.tw/card.html>

如何成爲呷百二會員：

1.門市會員：

凡申辦呷百二儲值卡(TouchCARD)即可成爲呷百二會員，首次辦卡需儲值**1500元**(或以上)，爾後消費可憑儲值卡直接扣抵消費金額，減少您攜帶現金和找零的不便。會員憑儲值卡至各門市消費即可享有會員價，永久有效。

2.網路會員：

凡於網路下單，單次訂購金額滿**1500**即可享有會員價優惠價。

持卡人獨享優惠：

持卡至各門市消費即可享有會員價優惠，永久有效。
年度消費滿**3,000**元(消費時請出示卡片方可累積，
不限使用現金或儲值金額交易)，可再享有：

- (1) 新品嚐鮮回饋禮
- (2) 生日快樂禮
- (3) 彌月貼心禮 等獨享優惠。

2-3呷百二經營理念

- 要比同業對手的員工更進一步地鑽研學習，更進一步地努力提升實績，為達成此目的要能忍受一切苦難。
- 對外：服務、品質、創新、成長、分享、幸福。
- 對內：
 - 1、為同仁創造富足快樂的生活。
 - 2、協助同仁讓現在的工作成為將來的事業。

2-4 核心能力

- 傳統與科技：研發永續的力量。
- 一個企業要在競爭中勝，最關鍵的因素之一就是**差異化**，市場上有許多的產品，如：蛋塔、泡芙 都缺乏差異化做基礎，很快的就被競爭對手模仿，而失去了競爭優勢。

2-5呷百二包裝

- 這家企業的整體視覺企劃，在價值與精神的傳達上有下了一點苦心。
- 呷百二的包裝設計幾乎都以青綠與白色為基底，給人一種清新、健康的感覺。



第三章 專題設計

3-1 研究方法

實地訪談法

我們這組先到圖書館及網路上找了呷百二目前的產業狀況以及行銷手法。再談訪前先擬定了問題，以免失焦，避開店內繁忙時段，更能深入的進行訪談，並針對受訪者提出的內容做深度的檢討。

實地觀察法

觀察呷百二店內各項設備以及環境維護、購買年齡層、購買之商品，提出具體的建議，做為產品銷售及行銷策略考量。

問卷調查法

針對呷百二之顧客，採取問卷調查，凡是進店內購買商品的顧客，發予問卷填寫，了解顧客對於店內環境滿意度、了解顧客對於商品滿意度、了解顧客對於商品價格滿意度，等等.....。

3-2 公司簡介

- 「呷百二」由屏東已有**30**年傳統經驗的「華珍」食品所跳脫出的全新概念店。
- 呷百二自然洋果子行結合大師級技術，創新獨特口味的點心，訴求自然健康新概念，**低油、低糖、高纖**特色。
- 公司成立以來不刊登任何廣告，主要由顧客**口碑免費相傳**。

3-3 行銷組合4P

產品策略：

呷百二的產品總共有分：

養生蛋糕類、日式手燒煎餅、水果酥、手工牛軋糖、和風點心、傳統點心、蛋糕與派、經典禮盒，每種產品都注重養生與健康。

價格策略：(價格區間：養生蛋糕類：150~210、手工牛軋糖：100~220、鳳梨酥：120~240 有分會員與無會員。)

呷百二的產品相當平價，產品的用料也很實在，非常適合當伴手禮。

通路策略：

通常都是直接從店面購買，也可以從網路訂購並且宅配到府。

銷售推廣：

呷百二的銷售方式通常是由網路宣傳，也會由口耳相傳的方式，來提高他們的知名度。

3-4 呷百二成功關鍵因素

- 呷百二成功關鍵因素，我們想是在於他們的**服務態度與產品本身品質**，小組買過他們的日式煎餅跟養生蛋糕，都覺得裡面的用料很實在，日式煎餅吃起來脆脆的口感很好吃，口味也搭配的很好，養生蛋糕分很多種口味讓我們選擇，也可以兩種口味混搭購買，吃起來不會太油膩，甜度也控制的剛剛好。
- 呷百二的服務態度，店員總是把**微笑掛在嘴邊**，**主動詢問顧客**需要什麼產品，也會主動提供試吃產品給顧客品嚐，讓顧客感到窩心，並向左右鄰居口耳相傳，以達到宣傳的效果。

3-5 SWOT分析

- **SWOT**主要是針對企業內部優勢與劣勢，以及外部環境的機會與威脅來進行分析的一種分析方法。
- 我們這組對於呷百二這間店做出**SWOT**分析，並且實地訪問，以便我們更加深入了解這間店的優缺點，透過**SWOT**分析，可以了解到店家的優勢與劣勢，透過發展優勢、把握機會，並且改正劣勢與威脅。

S（優勢）

- 1.蛋糕強調自然、健康。
- 2.可網路訂購:可經由網路行銷下單，藉由網路傳播讓品牌曝光度增加。
- 3.有名氣：呷百二榮獲高雄十大伴手禮之一，打響其在台灣知名度。

W（劣勢）

- 1.過年過節送禮風氣不如以往盛行。
- 2.以一盒販賣顧客，無法滿足想吃少量的顧客。

O（機會）

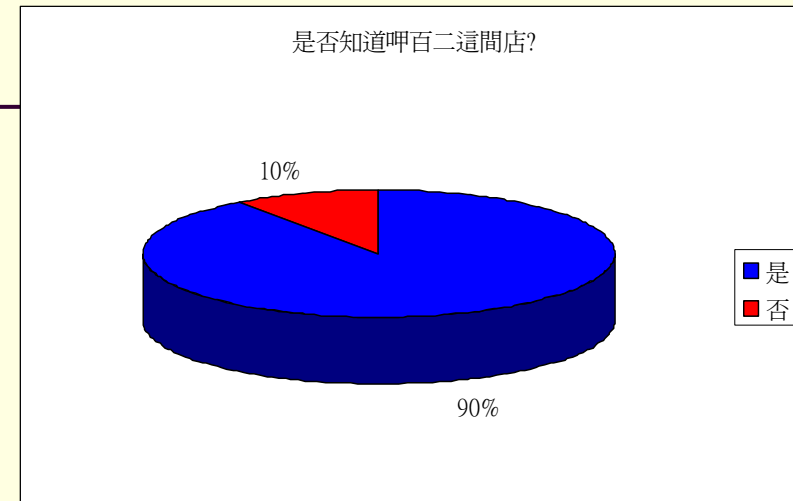
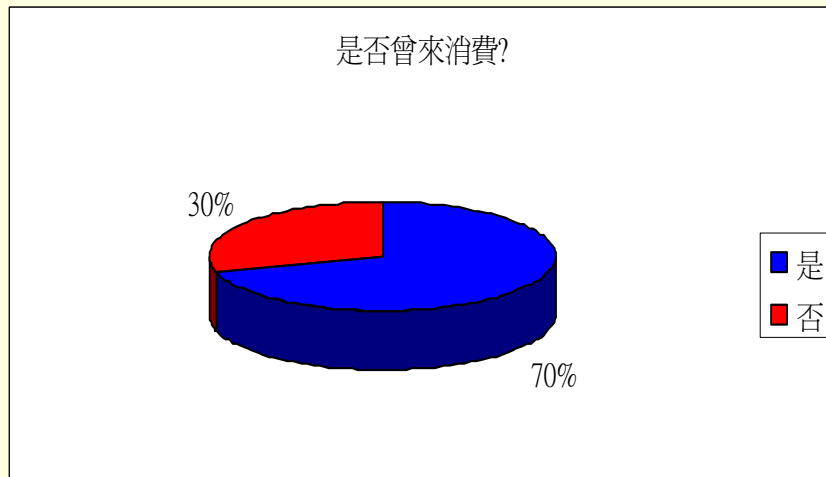
- 1.品牌著名獨特，相對競爭優勢。
- 2.可望擴展至國外與外縣市發展。
- 3.配合政府老年化政策，拓展老人市場。

T（威脅）

- 1.相似類型產業眾多，替代品及新加入競爭者所造成的市場分散。
- 2.便利商店也有訂購糕餅的措施，且便利商店較常見。

第四章 專題成果

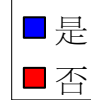
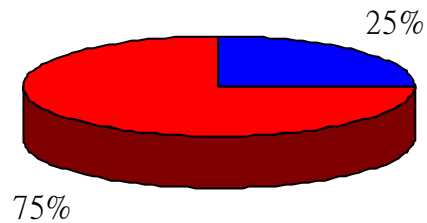
- 這是我們從設計問卷統計成的結果，針對呷百二的顧客性別、服務態度、價格接受度等等.....來了解消費者對於呷百二的想法。
- 發放數量為**100**份，回收數量**100**份。



↑ 呷百二只有高雄才有，但大部分被訪問的顧客都知道有呷百二這間店。

← 可在多加強在宣傳方面，讓大家知道有呷百二這間店。

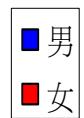
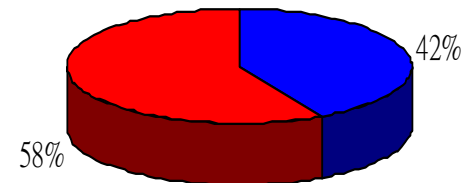
是否為會員?



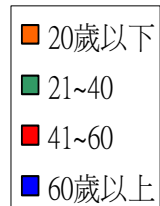
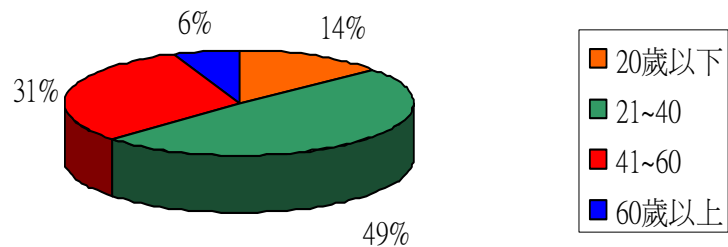
←呷百二儲值卡一次滿1500元，即有會員。

來消費的顧客滿平均，但還是以女性多為主。→

您的性別?

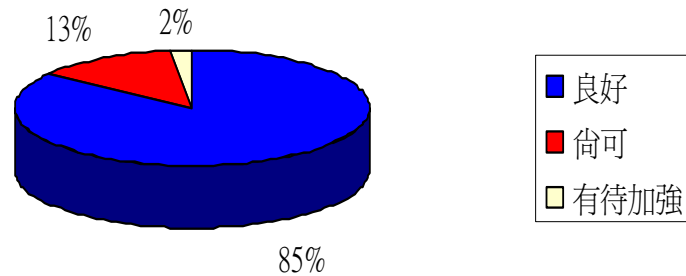


您的年齡為?



←來消費的顧客大多為21~40歲，其次為41~60歲。
可見呷百二較受青壯年歡迎。

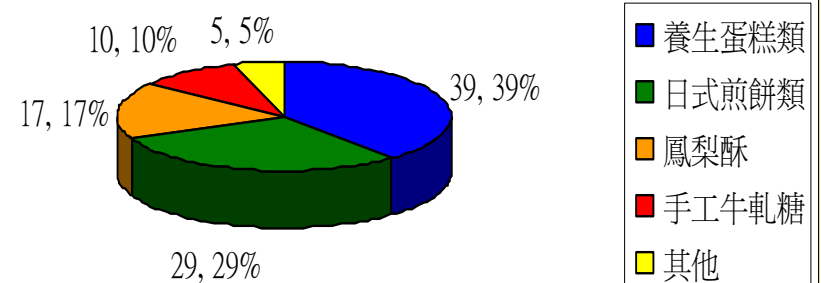
呷百二的服務態度:



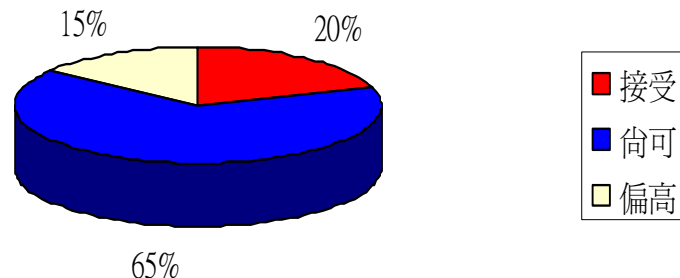
←多數消費者認為態度良好，且小組去的時候，他們會拿產品給我們試吃。

多數消費者對於養生蛋糕類的購買量比較高。其次是日式煎餅類。

購買商品種類:

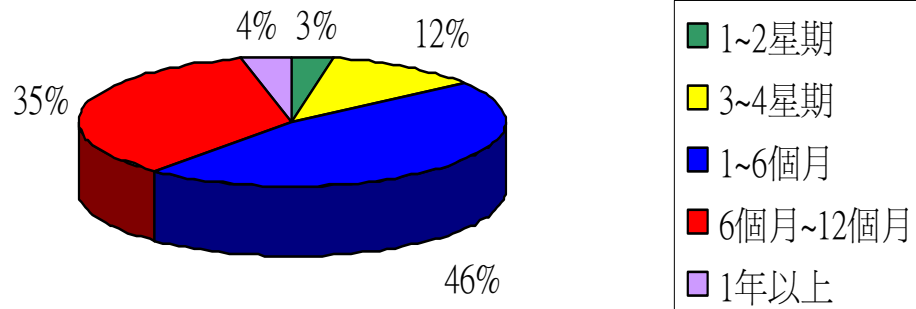


產品價格接受度:



←呷百二的價格以中低價位為主，鳳梨酥禮盒比較偏高。大部分的消費者對於價格接受度還可以接受。

多久來店消費一次?

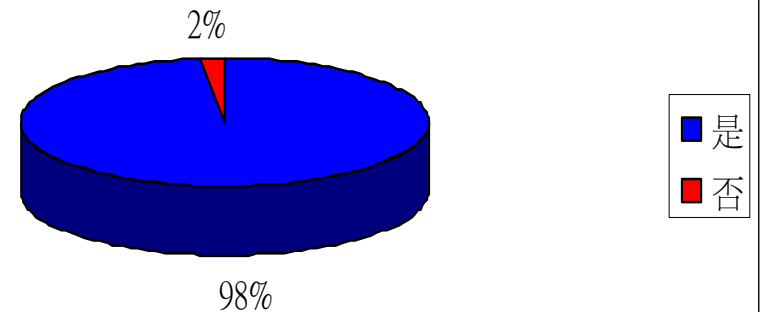


←多數的消費者都是1~6個月才會來消費一次。其次是6~12個月。

多數的消費者還會再來店消費。其次的2%根據我們的訪問是因爲：覺得產品並不是很特別&有時店內顧客太多結帳排太久。

→

是否還會來店消費?



第五章

5-1 研究結論

呷百二獨家研發許多種口味，他們的蛋糕都經過嚴格的品質控管，好吃又有衛生。有別於一般蛋糕店的味覺和視覺呈現重點，跨越一般糕餅店的印象，呷百二主要是做養生類的食品，強調低油與低糖並添加許多養生食材，吃起來甜而不膩，而且不斷的研發出許多新口味，讓顧客有許多種選擇。除了追求養生以外，蛋糕的品質也很重要，保證能吃得健康又安心。

5-2 研究建議

1.節慶行銷，發揮產品特色：

呷百二這家店面，除了產養生桂圓蛋糕之外，產品項目另有和風點心、傳統點心、蛋糕與派……等等。

2.加強行銷活動，提供產品訊息：

呷百二跟其他糕餅店比起來，並不是那麼的有名，沒有廣告、也沒發傳單介紹自家產品，廣告金費較龐大，建議可發些傳單給附近住戶或辦公大樓，以增加買氣。

3.建立顧客資料，提供公司資訊：

凡是來店顧客的消費者，可請消費者留下姓名、信箱聯絡方式，現代網路大多數人都在使用，可多提供網路訊息，讓消費者了解當期正在打折扣或熱賣的商品，透過網路，也可以讓不曾來店消費的顧客，知道有「呷百二」這間店。

4.重視養生，推出新產品：

現代人重視養生，對於添加防腐劑或多糖多鹽的產品都拒絕於千里之外，呷百二對於這點有注意到，他們的產品都是採取低糖低鹽的方式製作，讓人吃了很安心之外，也可達到養生的效果，真的是一舉兩得。

參考文獻：

1. 許裕昌製作-從呷百二談烘焙業傳統與創新：
www.sme168.org.tw/casesample/20100803123017.pdf
2. 呷百二官方網站：
<http://www.eat120.com.tw/index.html>
3. 蘋果日報動新聞：
<http://www.appledaily.com.tw/appledaily/article/finance/20090914/31939154>
4. 蔡宜蓉、陳怡靜、廖千儀、呂睿丞（2010）會計資訊系99學年度畢業專題計畫書中小企業經營策略分析：以白木屋食品公司為例。
https://www.google.com.tw/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Facc.hwc.edu.tw%2FStudent_subject%2Fupfile_system%2Fdownload.php%3FServerFilename%3D20110322145101.doc%26UserFilename%3D%25E5%25B0%2588%25E9%25A1%258C.doc&ei=5siOT6Vv4-CYBdXm_LUM&usg=AFQjCNFHe7IY0JHFG4nma5_LusudseSTAw&sig2=ht-tebYjN4qIL5_YLN7CCw