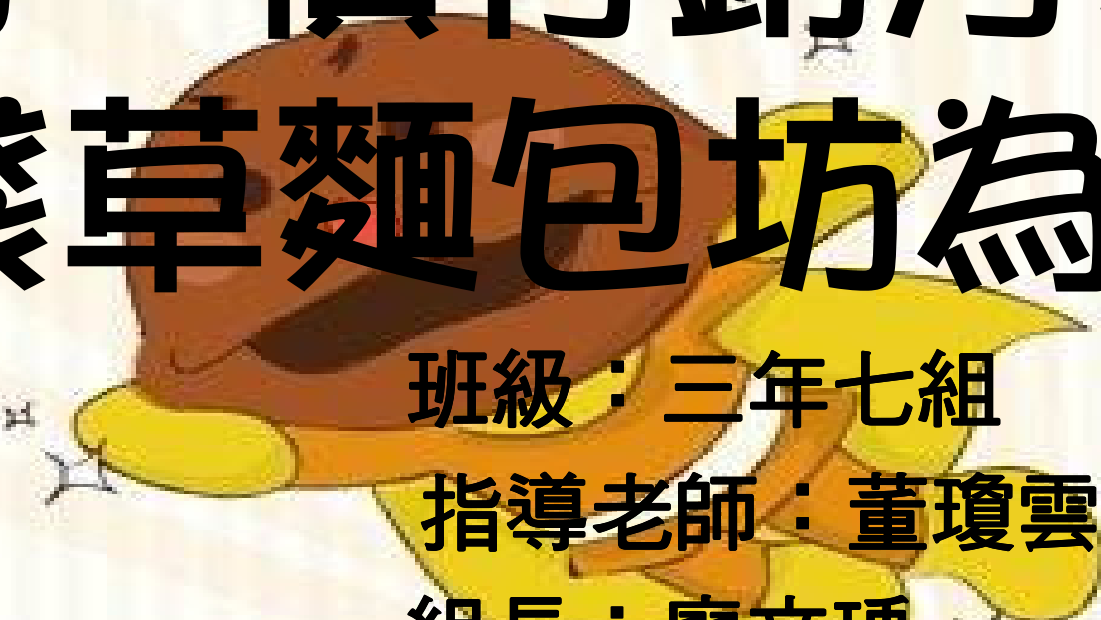


均一價行銷方式- 淺草麵包坊為例



班級：三年七組

指導老師：董瓊雲

組長：廖文瑀

組員：黃資婷

吳姿秀

吳孟娟

目錄

- 第一章 前言
 - 1-1 研究動機
 - 1-2 研究目的
 - 1-3 研究方法
 - 1-4 研究流程
- 第二章 理論探討
 - 2-1 麵包坊的定義和分類
 - 2-2 麵包坊產業行銷的概念
 - 2-3 行銷策略
 - 2-4 產業狀況分析
 - 2-5 均一價行銷分析
 - 2-6 影響定價的因素
- 第三章 專題設計
 - 3-1 公司簡介
 - 3-2 行銷組合4P
 - 3-3 SWOT分析
 - 3-4 問卷調查
- 第四章 結論
 - 4-1 結論
- 資料來源



研究動機

隨著人們的生活水平提高，很多麵包店的麵包會以精緻高價為主，但是淺草麵包坊卻選擇了均一價平價銷售策略，在這麼競爭的社會中他們是如何做到一直維持著均一價錢不漲價，又是如何吸引這麼多客人的呢？因此我們決定研究淺草麵包坊。

研究目的

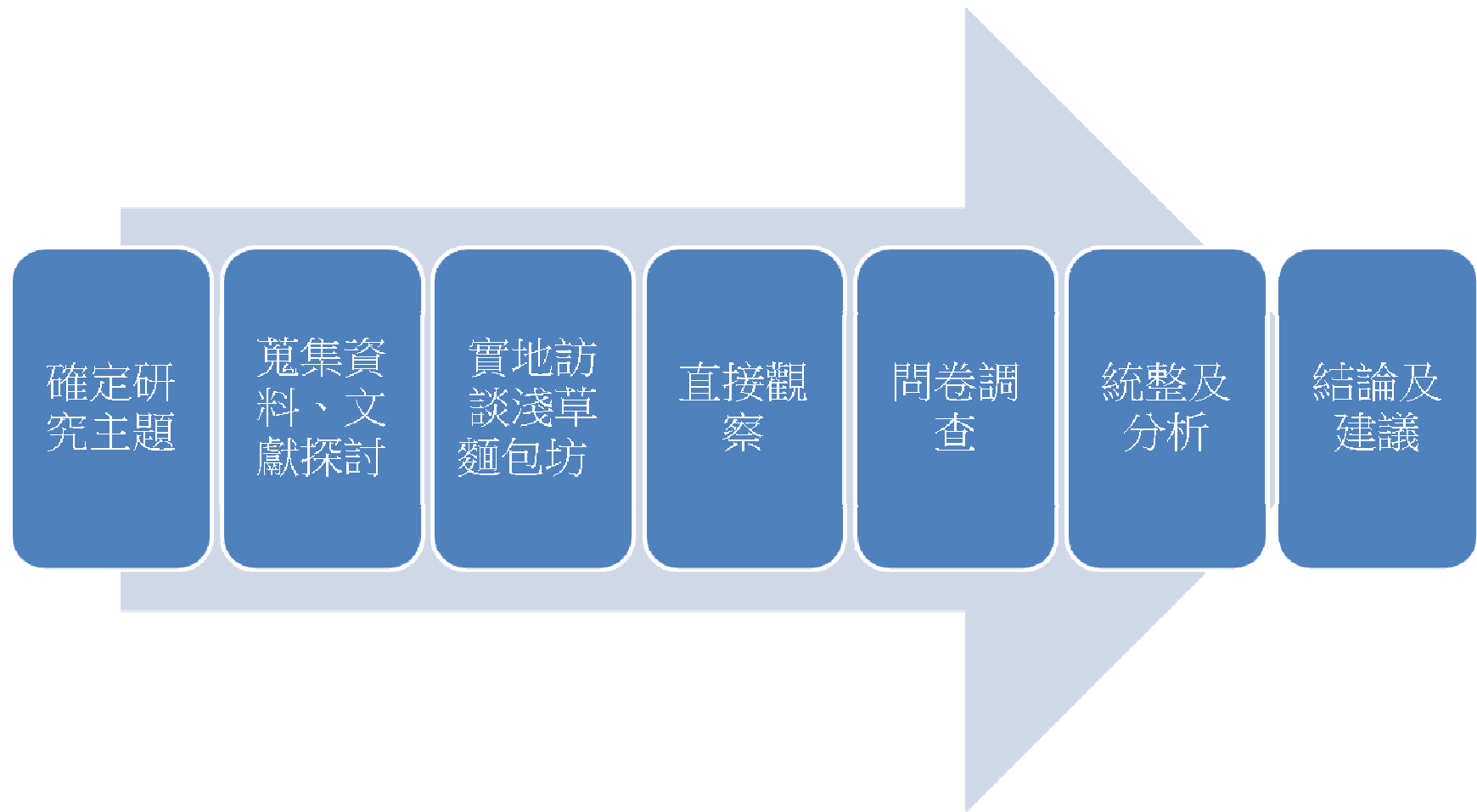
- 1.研究淺草麵包坊如何做到均一價平價策略不漲價。
- 2. 了解他們的分析市場及消費者族群。
- 3.在沒有做廣告及宣傳的情況下是如何打響知名度？

研究方法

- 上網蒐集相關資料
- 實際訪查
- 問卷調查



研究流程



定義

淺草麵包坊的定義

現在顧客們所追求的是「便宜又大碗」，而淺草統一以15元的優惠價格來打動消費者的需求，單一低價出售搶出商機，麵包不因低價而偷工減料，在口味上也十分豐富，只是因店內麵包幾乎採統一價格，導致產品一出就容易銷售一空。(作者:張美鳳)

均一價的定義

均一價就是店內每個商品的定價都相同，在通縮微利時代裡，人們已不再信奉便宜沒好貨，反而追求價廉物美，此時如果能夠將價格壓低，但品質不變的話，一定會深受消費者喜愛，商機必然無限。

均一價的優缺點

好處：

- 1.增加民眾的購買慾。
- 2.滿足民眾低價「瘋狂購物」的心理。
- 3.容易控制預算

壞處：

- 1.均一價的流行會引起市場的惡性競爭，大家爭先降低產品價格，會造成利潤降低，面臨倒閉的危機
- 2.「價格破壞」只是階段性的手段，是在不景氣的市場環境下，爲了突破市場蕭條的行銷策略，希望透過減價、低價與減量降價，吸引消費者上門購買(黃振家提出)

概論



台灣的麵包店

1.早期的麵包店：

早期的麵包店只單賣麵 包蛋糕

2.現代的麵包店：

(以行銷方式)

(1)均一價(淺草、小尊....)：

都是促銷在麵包和蛋糕的價格上

(2)複合式麵包店(多那滋、金礦...)：

賣飲料、麵包、蛋糕，但是價格上會比一般 麵包店貴上許多

(以推廣商品爲目的)

(3)以禮品出產的麵包店(幾分田麵包店)：

幾分田剛開始是以賣鳳梨酥禮品開始的，後來增加了麵包飲料蛋糕.....也轉行成複合式麵包店

(以技術性來推銷)

(4)以技巧爲主的麵包店(吳寶春麵包)：

吳寶春麵包大多是以歐式的麵包風格爲主，加上很多又自己研發，所以價錢跟一般麵包店貴上好幾倍的價錢，像一個麵包有到**500**多元



行銷策略

- 用均一價的方式來吸引消費者-以較低的整體價格刺激購買，以促銷消費者本來不太可能購買的商品
- 店內風格與一般麵包店迥異，且各分店較統一
(店內的裝潢以黑色為主加上掛著有淺草的紅色燈籠)
- 蛋糕採中低價位呈現，且定期的促銷方案

- 以群眾的力量來宣傳：來吃過的客人會把吃過的東西放在網路上來宣傳這家店的特色，新聞節目來播放或以報章雜誌來宣傳



產業狀況分析

- 以麵包店的成立時間、經營理念、販賣商品、價錢分析如下：

名稱	淺草麵包坊	方師傅	馬可先生
地點	高雄市	高雄市	全台灣
成立時間	2005年	1993年	1998年
經營理念	淺草麵包爲了回饋社會大眾，秉持薄利多銷原則，麵包、蛋糕一律15元	秉持著能提供顧客們最優質食物的精神，希望能看到顧客們滿足的笑容及幸福的滋味。 創造出滿滿幸福感爲理念	主打天然健康、真材實料
販賣商品	麵包、蛋糕、蛋塔、布丁...	麵包、蛋糕、伴手禮(鳳梨酥、牛軋糖...)	五穀雜糧麵包
價位	\$15→17(2011年)	中價位	高價位

均一價行銷分析

- 以均一價、品質、比較如下：

名稱	爭鮮迴轉壽司	西堤牛排	10元商店	大創
品質	集團內部成立專業的評比團隊，於固定時間進行評比，全省門市統一替消費者用心把關	完善健全的品管與良好的食材供應廠商	10元商店的產品出處，大多出自於中國或一些成本低廉的國家，其品質與成分皆沒有保障，只求能夠成本低廉	主打「低價格，品質不明確」，因商品由日本、歐美、中國、韓國、東南亞及台灣等地製造
價格	\$39	約\$550	大部分為價錢\$10	\$39

影響定價的因素

- 公司目標〈取自於網站〉

快速佔有市場→低價

- 產品成本

希望打擊競爭者、出清存貨、短期內取得現金、打開知名度時，甚至以低於成本定價

- 競爭因素

廠商面對的競爭者家數、規模、策略等，
會影響它的定價

競爭激烈的環境中，價格通常會不相上下，而且不會太高

- 通路因素

同商店的產品進價會因議價能力、地點、
交易量、過去的信用以及供貨契約等因素
而不同，因而導致產品售價的差異

資料文獻

- 淺草麵包經營理念
- <http://lib.shute.kh.edu.tw/essay/shs1000331/309b.pdf>
- 淺草麵包成立時間
- <http://www.shs.edu.tw/works/essay/2011/04/2011040111092911.pdf>
- 方師傅、馬可先生經營理念
- <http://163.32.94.2/~kingold/99a201final/201-05.doc>
- 方師傅成立時間
- http://www.calldoor.com.tw/mystore/master_fang82
- 馬可先生成立時間
- <http://www.mrmark.com.tw/aboutus/Future/future.asp>
- 高雄淺草麵包商機之探討的專題
- <http://lib.shute.kh.edu.tw/essay/shs1000331/309b.pdf>
- **15元麵包的麵包特色**
- <http://gourmet.homeycat.tw/2010-02-24/%E6%B7%BA%E8%8D%89%E9%BA%B5%E5%8C%85>
- **15元麵包的行銷看法**
- <http://www.wretch.cc/blog/yulanemily/13222638>

咖哩麵包超人 ♥



The End~