

投稿類別：商業類

篇名：

走在潮流尖端的特色餐廳－歐兔啡食館行銷策略

作者：

蔡政霆。國立花蓮高商。會計科三年甲班
林紓婕。國立花蓮高商。會計科三年甲班
鍾姦涵。國立花蓮高商。會計科三年甲班

指導老師：

陳學毅

壹●前言

一、研究動機

由於現代的年輕人容易被新奇的事物所吸引嘗鮮，加上新餐廳拓展的速度日益增快，所以藉此研究店家如何運用創新的想法(idea)和特別的行銷策略吸引顧客消費。選擇歐兔啡食館為研究的對象，是因為它不管在部落格或臉書上受許多消費者的青睞，本研究想瞭解這間餐廳的經營方式及行銷策略，消費者如何受到吸引前去消費。

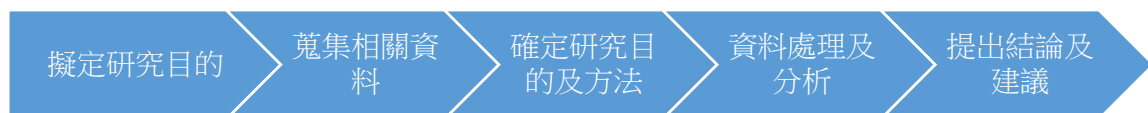
二、研究目的

- (一) 研究歐兔啡食館的行銷策略
- (二) 提出歐兔啡食館 SWOT 分析及行銷組合 4P 分析。
- (三) 提出具體的行銷策略建議，以供歐兔啡食館參考

三、研究方法

- (一) 文獻分析法：利用關於歐兔啡食咖啡館的網路資料進行搜集。
- (二) 實地訪談法：實地訪談歐兔啡食咖啡館，與業者進行訪談。
- (三) 問卷分析法：利用問卷來調查顧客對歐兔啡食館的滿意度。

四、研究流程



貳●正文

一、歐兔啡食館的起源

一開始歐兔啡食館的老闆跟他妻子去台中玩意外發現了一家主題餐廳，覺得這家餐廳很有特色，又想說花蓮主題餐廳比較少，所以在 2015 年 7 月左右老闆開始有了構思。

二、歐兔啡食館的介紹

歐兔啡食館位於花蓮市博愛街 232 號，位於花蓮市區，交通很便利，營業時間 11:00~15:00，17:00~21:00。他是結合了簡餐的餐廳，他的外觀主軸以可愛鄉村風為主，還有許多兔子，整個店裡充滿可愛氣氛。有很多的消費者會在網路上分享他們去歐兔啡食館的心得，許多消費者都是因為外觀的可愛而前來這家餐廳，而也有的客人是因為他們的「愛迪生燈泡珍珠奶茶」造型獨特而來嚐鮮的。(參考花蓮燈泡珍珠奶茶【歐兔啡食館】超夯燈泡珍珠奶茶 今天我也是個小小愛迪生！)

在廣大的餐飲市場裡，老闆用開發新飲料，和不斷的開發新產品，跟維持原產品的品質來維持客源。目前的特色飲品有，蝶豆花以美麗的漸層吸引消費者的目光，精靈寶可夢寶貝球珍珠奶茶結合時下最流行的手機遊戲，吸引消費者前來一探究竟，冬天會推出熱飲。目前的促銷方案有打卡送麵包，對於會員採用會員制，以 LINE 集點的促銷方案。



圖一 實際參訪照



圖二 歐兔啡食館外觀(取自於引註資料 2) 圖三 蝶豆花照片(取自於引註資料 3)

由於在花蓮不好找地方開店，是偶然找到這個地點開店的，後來覺得這個地方大家也都熟悉，所以就決定在這裡開店。推出新產品方面，老闆說會想推，因為以前早餐推出輕食，但是發現早餐的輕食很少消費者會來，所以把營業調整成現在這樣，現在產品方面，可以增加義大利麵，甜點等消費者的喜歡的產品。

三、歐兔啡食館 SWOT 與 4P 分析

(一)歐兔啡食館 4P 分析

我們想要更了解歐兔啡食館的行銷 4P，所以對歐兔啡食館做了 4P 分析。本組對歐兔啡食館的 4P 分析詳見表一。

表一 歐兔啡食館 4P 分析

	飲料類	飯類	麵食類	火鍋類/湯品
產品	寶貝球燈泡珍珠奶茶、蔓越莓汽水、美式咖啡、特調咖啡、可可拿鐵、焦糖拿鐵、焦糖瑪奇朵、阿薩姆紅茶、油切綠茶、黑糖奶茶、甜蜜柚子茶	奶油培根燉飯、西里海鮮燉飯、日式丼飯、親子丼、紅酒燉牛肉飯、招牌辣味雞飯、嫩雞佐青醬燉飯、奶油野菇燉飯、和風照燒雞腿飯、時蔬丼飯	奶油培根義大利麵、番茄海鮮義大利麵、白酒蛤蠣義大利麵、番茄蛋烏龍麵、泰式海鮮烏龍麵、蒙古牛奶烏龍麵、時蔬珍菇烏龍麵	日式豚骨鍋、韓式泡菜鍋、養生藥膳鍋、酸菜白肉鍋、好漢雙享鍋、珍菇蔬食鍋、玉米濃湯、南瓜湯、番茄蔬菜湯
價格	50~80	140~190	130~190	30~259
通路	只有門市			
推廣	網路跟新聞			

(二)歐兔啡食館 SWOT 分析

因為我們想要更進一步的舉出歐兔啡食館的優缺點，所以對歐兔啡食館做了 SWOT 分析。本組對歐兔啡食館的 SWOT 分析詳見表二。

表二 歐兔啡食館 SWOT 分析

S 優勢	W 劣勢
1.飲品有創意能夠打開之名度進而吸引客人 2.裝潢可愛有特色 3.服務優良 4.產品多樣化 5.促銷方案多元	1.用餐空間不大、翻桌率不高 2.停車不方便 3.價格較同業高
O 機會	T 威脅
1.透過網路以及新聞報導能夠打開知名度 2.喜歡特殊造型飲品的人口增加	1.許多餐廳紛紛跟進這種促銷手法，容易造成市場上重複性過高分攤客源

四、實施問卷調查

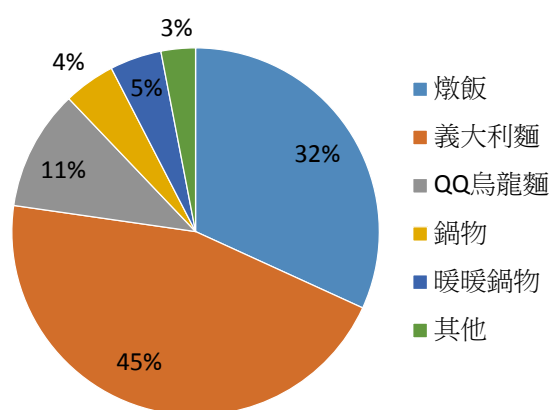
(一)問卷說明

我們要利用問卷來調查歐兔啡食館的行銷策略，了解消費者喜歡他的產品什麼地方。在這問卷裡有產品、價格、通路、推廣四方面，我們在 10 月初發了 100 份收回 87 份，無效一份，有效回收率 86%。

(二)樣本資料

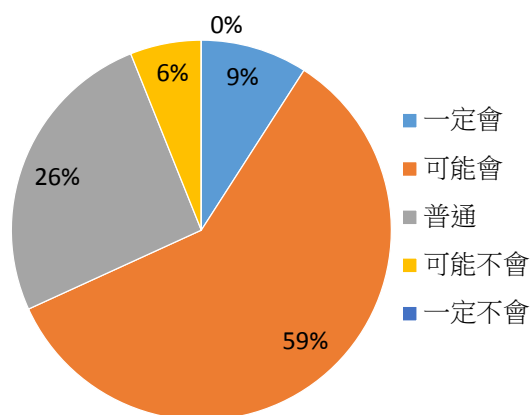
從問卷我們得知來用餐的大多數為女性（78%），大多數人來的次數都不超過 3 次（71%），且來的時段一半以上都是 11 時到 14 時的時段（84%）。

(1) 產品方面



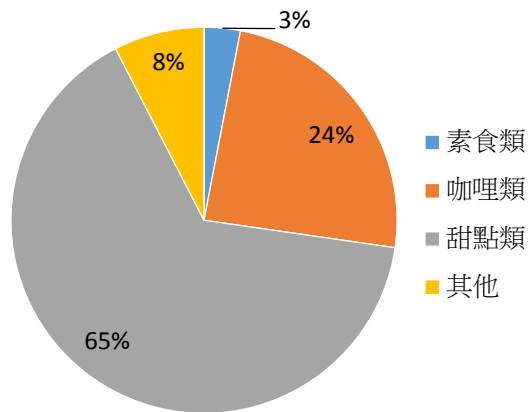
由圖三可得知，有 45%的消費者喜歡義大利麵，其次是燉飯，且這兩個佔的部分遠大於其他的種類，所以消費者都比較偏好於這兩種產品。

圖三 最滿意的餐點調查



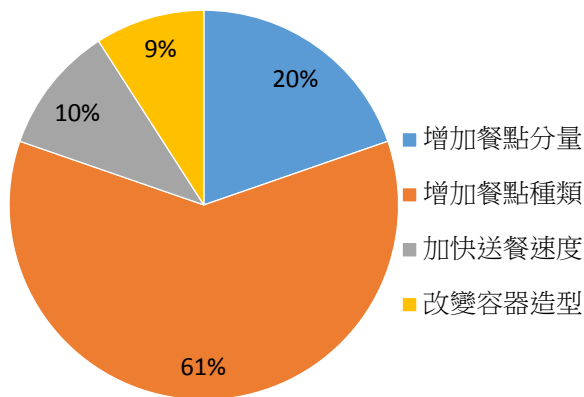
由圖四可知，大多數的消費者會因為容器造型可愛而來消費，其次是普通，代表改變容器造型有助於增加來客數。

圖四 造型的容器是否會增加消費



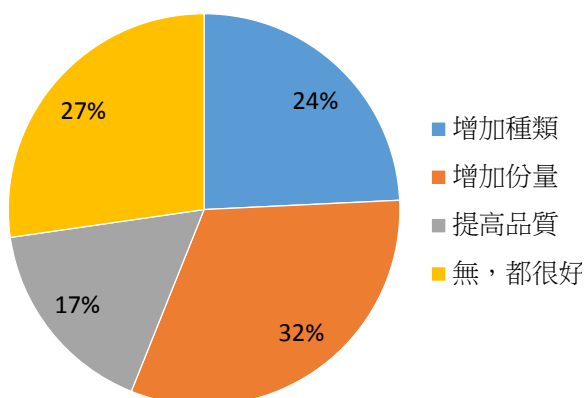
由圖五可知，有 65%的消費者希望歐兔啡食館能夠先推出甜點類的商品，其次是咖哩類 24%，代表著推出甜點類的商品能夠滿足大部分顧客的要求。

圖五 若要研發產品應該發展哪一類



由圖六可知，有 61%的消費者認為歐兔啡食館在餐點方面可以再增加餐點種類，其次是 20%的消費者希望能夠再增加餐點份量，代表著仍然有部分的消費者認為份量及種類有些不足，是消費者對於歐兔啡食館未來的期待。

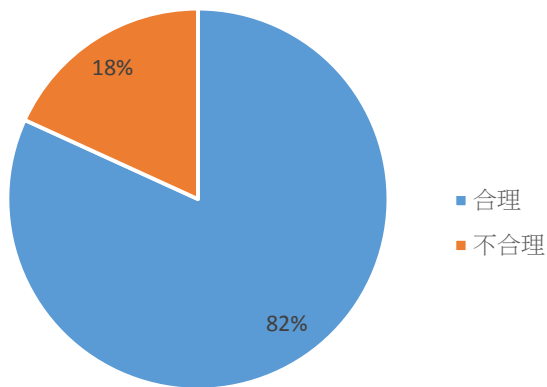
圖六 認為在日後的餐點方面可以如何



由圖七可知，有 32%的消費者認為歐兔啡食館在餐點的部分能夠再增加餐點份量，其次有 27%消費者認為無，都很好，有 24%的消費者認為能夠再增加餐點種類，代表著大多數的消費者認為歐兔啡食館的份量仍然不足。

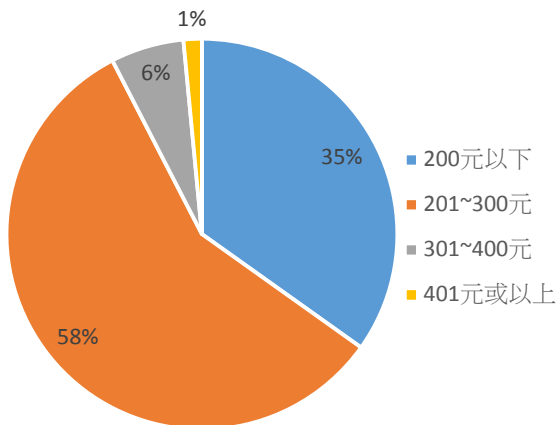
圖七 認為產品方面可以如何改善

(2)價格方面



由圖八可知，有 82% 的消費者認為歐兔啡食館的價格是合理的，28%認為不合理，代表著大部分的消費者認為歐兔啡食館的價格是可以接受的。

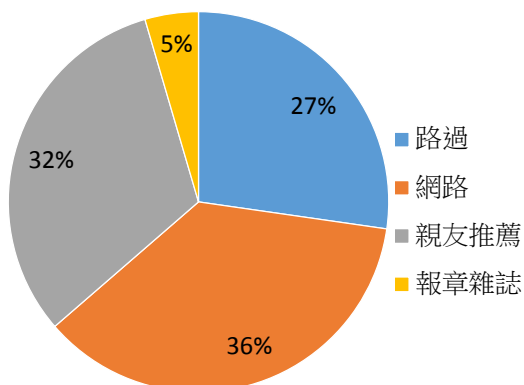
圖八 價格是否合理



由圖九可知，有 58% 的消費者來店的消費金額落在 201 元~300 元之間，其次 35% 的消費者在 200 元以下，代表著 201 元~300 元之間是大部分消費者比較能夠接受的價格。

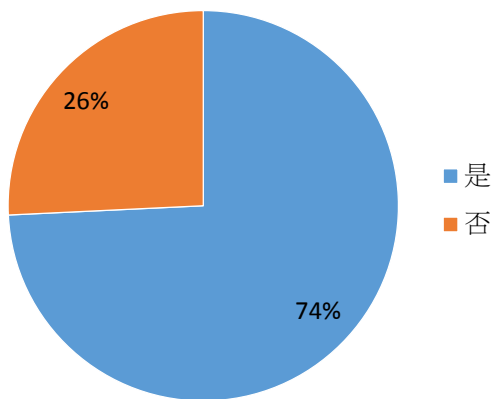
圖九 在此餐廳消費的金額為

(2)通路方面



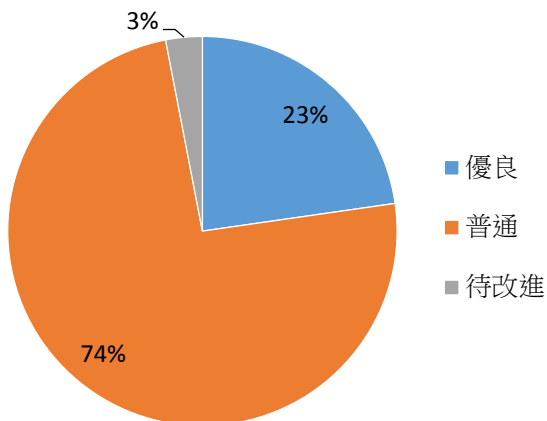
由圖十可知，有 36% 的消費者是從網路上得知歐兔啡食館，其次是 32% 透過親友推薦，網路佔大多數，代表著只要善用網路的宣傳有助於歐兔啡食館的曝光率，藉此吸引消費者來嚐鮮。

圖十 如何得知此餐廳



由圖十一可知，有 74% 的消費者會向親友推薦歐兔啡食館，26% 的消費者不會，代表著歐兔啡食館能夠滿足大部分的消費者，但仍然有部分的不足。

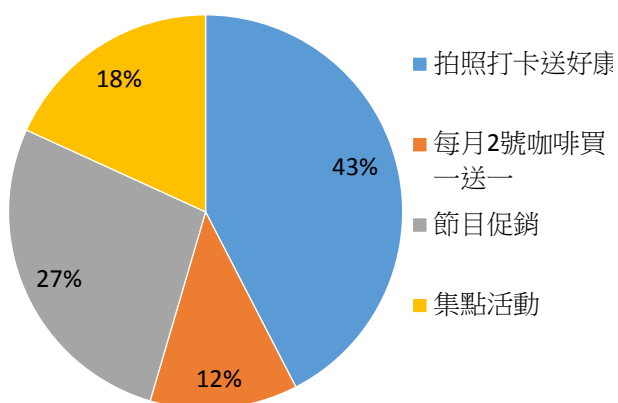
圖十一 是否會對親友介紹此餐廳



由圖十二可知，對於歐兔啡食館的位置有 74% 的消費者覺得普通，其次是 23% 優良，有 3% 認為待改進，代表著歐兔啡食館位置並不是影響消費者的主因。

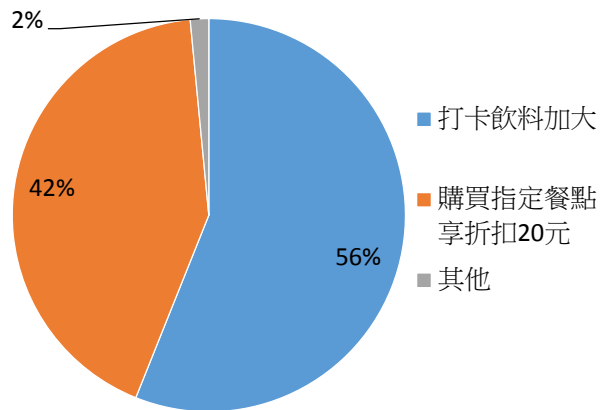
圖十二 對於此餐廳的位置如何

(3) 推廣方面



由圖十三可知，對於歐兔啡食館的促銷方案中，有 43% 的消費者偏好拍照打卡送好康，其次是 27% 的節日促銷，所以拍照打卡送好康的方案比較能夠吸引消費者前來消費。

圖十三 偏好哪項促銷



由圖十四可知，有 56% 的消費者認為歐兔啡食館在未來應該先推出打卡飲料加大，其次是 42% 購買指定餐點享折扣 20 元，代表打卡飲料加大是消費者對於歐兔啡食館促銷方案未來的期待。

圖十四 應推出哪像促銷方案

參●結論

一、行銷策略分析

(一)產品方面

依據調查，多數的人比較喜歡吃義大利麵，再來是燉飯。而且有特別造型的容器可能會增加消費者消費的意願。

消費者指出如果增加種類或增加份量可以增加消費量，由此可知消費的種類跟數量是消費者對歐兔啡食館的期待。

(二)價格方面

多數的人覺得歐兔啡食館的產品價格合理，消費的金額都處於 201 元到 300 元之間，消費者多數認為其價格是可以被市場接受的。

(三)通路方面

調查從哪裡得知歐兔啡食館的結果我們知道，以網路認識跟親友介紹比較多，但是大多數的人認為歐兔啡食館的位置沒有普通，可見多數消費者認為其位置不是影響消費意願的主因。

(四)推廣方面

多數的消費者認為拍照打卡跟打卡飲料加大會增加他們的消費意願，所以歐兔啡食館可以適時舉辦此項活動，來增加來客量。

二、建議

- 1、大多數的消費者認為餐廳的用餐空間太小，如果要增加消費者來消費，建議可以把空間用大一點。
- 2、價格比同業的還要來的高，建議降低價格可以對消費者來說是個很好的做法。
- 3、可以增設停車場，讓來用餐的消費者不會因為沒地方停車而失去消費的意願。
- 4、推廣的方面只有網路跟新聞，建議可以用宣傳單來增加消費者認識歐兔啡食館。
- 5、大多數的消費者認為歐兔啡食館的裝潢很可愛，應該繼續保持，這也是開發客群必備方法之一

肆●引註資料

- 1、歐兔啡食館官方網站。取自 <http://www.o2brunch.com/>。
- 2、痞客邦婷婷文章。取自 <http://cjcai1023.pixnet.net/blog/post/186529372-%e5%85%a8%e6%96%87%e8%bd%89%e8%bc%89~%e8%8a%b1%e8%93%ae%e7%87%88%e6%b3%a1%e7%8f%8d%e7%8f%a0%e5%a5%b6%e8%8c%b6-%e3%80%90%e6%ad%90%e5%85%94%e5%95%a1%e9%a3%9f%e9%a4%a8%e3%80%91>。
- 3、花蓮蝶豆花 【歐兔啡食館】超夢幻飲品藍色小精靈 來到美食的異想世界之女孩超瘋狂夢幻餐點。
<http://meishow.cptaiwantour.com/%E8%8A%B1%E8%93%AE%E8%9D%B6%E8%B1%86%E8%8A%B1/>。
- 4、林淑芳(2014)。專題製作 SOP 最佳秘笈。新北市：台科大圖書股份有限公司。