

奶酪小作坊

創業實作

&

歷程與心得



作者: **個人資料**

個人資料



目錄

- 計畫緣起
- 關於產品
- STP/4P/SWOT 分析
- 實作過程與心得

計畫緣起

動機

我自己從小就對做甜點有興趣，曾經做過的小蛋糕、烤布蕾、餅乾請家人與朋友試吃，味道與口感被肯定，讓我覺得作甜點是個很棒的事情。因為這次疫情的關係，從5月開始線上上課後，在家的時間就變多了，也因為有拿到獎學金這個契機，才讓我想嘗試銷售手作奶酪這項活動。



準備

除了宣傳、送貨由家人幫忙以外，資金、傳單設計、成本、製作奶酪都由我一手包辦，宣傳請自家老媽將我設計好的傳單LINE給她的同事與朋友，資金的來源是我自己的獎學金，DM設計是用CANVA的程式製作。



關於產品

產品理念

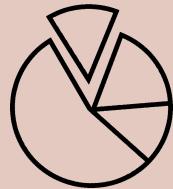
因為我自己每次嘴饞想吃甜點，但內心壓力都很大，吃完感覺又變胖了，就想著可以做無添加糖、鮮奶油的奶酪，單純只有牛奶本身香甜的味道，對身體負擔也沒這麼大，可以吃得健康，又低負擔的甜點。



STP分析

市場區隔

Segmentation



以手工現製低脂低糖奶酪與一般市售大量生產的甜品作區隔。

市場選擇

Targeting



採集中行銷，針對注重健康、喜歡嘗鮮的年輕女性為主要市場。

市場定位

Positioning



純手工、當日現製、低卡健康，可安心享用無負擔之甜品

SWOT分析

優勢

Strength

- 無添加任何調味及防腐劑
- 平價親人
- 手工製作

劣勢

Weakness

- 單一商品無選擇
- 小量生產無法壓低成本
- 行銷管道有限
- 行銷宣傳不足

機會

Opportunity

- 現代人健康意識提升
- 自媒體行銷管道多、成本低
- 科技發達，網路宣傳速度快

威脅

Threat

- 產品口味是否被大眾接受
- 網路上類似競爭者多

SW
OT

產品 Product

單一產品原味無糖奶
酪、環保可回收包裝。



價格 Price

低價策略採比一般市價
低的成本加成訂價法。

通路 Place

透過親朋好友下訂
單，可自取或外送。

4P 分析

推廣 Promotion

自製傳單，先由親朋好友
在社群媒體轉發推廣。

實作過程 與 心得

傳單設計



SHIBA 手工無糖輕奶酪

- 無加糖 低卡無負擔
- 出貨前一天製作
- 無添加防腐劑
- 主成分:瑞穗鮮乳 吉利丁
- 本產品非素食

原味輕奶酪六入 \$150

歡迎加line訂購~
0978496705

左圖為自己設計的傳單，學到了Canva這個很棒的程式，利用它重新製作我之前所有的歷程心得。

製作傳單花了我很多心思，文字與圖的排版設計了很久，也詢問家人的意見，前前後後改了不少次，還有商品照片，拍了無數張才挑出滿意的。

左圖中的黃色圓形圖案原本是用色鉛筆畫的，但視覺效果不太好，嘗試MediBang Paint來畫(下圖)，呈現效果相較於色鉛筆好很多。



上路過程

第一次賣的效果沒有很好，發現價格對客人來說有點高，買四個甜點\$150其實有點負擔，這其中的原因就是容器成本太高，因為我是用一個\$11塊(可見下表)的玻璃杯，雖然也賣了24杯，但用玻璃杯缺點就是很重又易碎，原本想說客人退回全部玻璃杯與蓋子就退\$20可以再重複利用，但疫情期間，雖然有殺菌的烘碗機，總覺得哪裡不對勁，決定再次更換容器，這真的讓我錢包在痛，好險玻璃瓶只進30個，不至於損失太多。

思考了一個禮拜，決定容器採用耐熱食品級PP布丁杯(右圖)，包裝也從紙盒變成紙袋，成本也大幅降低，一個奶酪平均賣\$25元，對客人與我來說負擔沒這麼大，從開始到七月底共賣了72杯，到8月開始上暑輔變得比較忙碌，就停止這個活動。



初發行&再次發行-容器包裝成本比較

初次



玻璃瓶\$11/個

開窗紙盒\$\$8/個

再次



PP布丁杯\$2/個

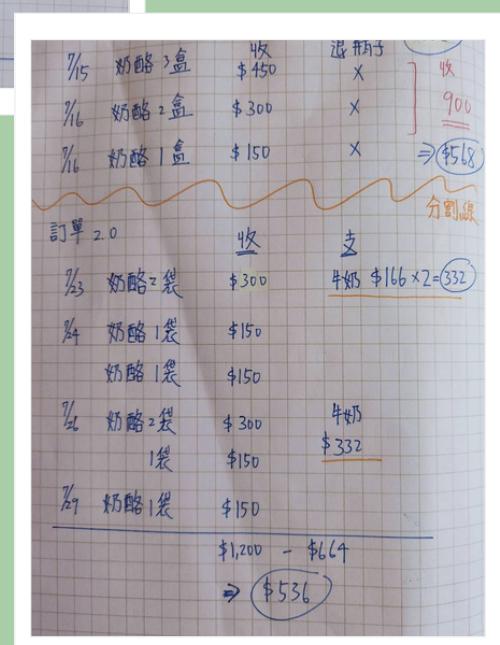
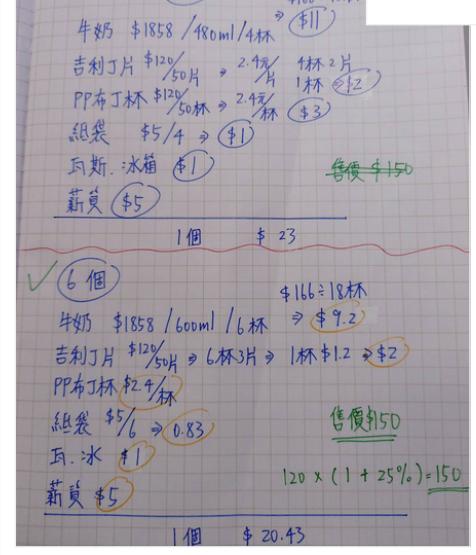
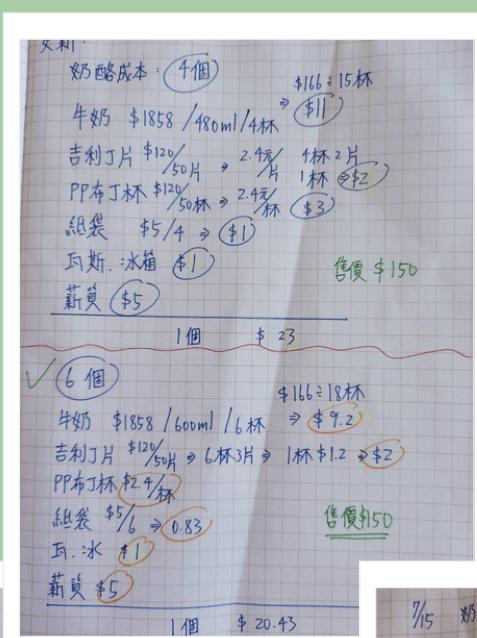
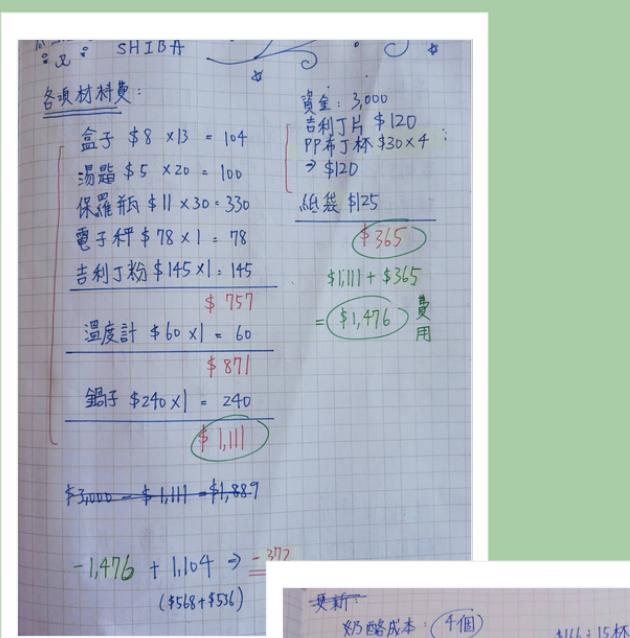
手提紙帶\$5/個

宣傳

宣傳是我最做不好的，我只設計了傳單，轉發的部分請媽媽傳到LINE群組裡，結果窗口變成媽媽，傳單上打的聯繫方式沒有一個人來找我，這地方真的很多漏洞，沒有運用好社群平台，宣傳管道太單一，傳單設計的技巧也要向別人多學習。

成本

以下4張照片是計算奶酪成本與紀錄訂單的過程，我偏好用手寫的方式去記錄，這讓我感覺有小小的成就感。這次投入\$3000的資金，各項成本共\$1,476，前次售價\$150/4個，更換材料後，最後售價是\$150/6個，銷量72杯奶酪，約虧損\$372。



心得反思

創業真的沒有想像中簡單，在實際操作上有很多事先沒想過的困難，像是傳單設計完成了，該如何做有效的推廣？也因為是小量生產，成本沒辦法壓低，剛開始還在虧損的狀態下遇到材料成本的更動，又是另一筆支出，所面對的資金與心理壓力都需要去調整。這次實作有運用到行銷管理中所學的專業理論，例如產品的訂價策略是採用成本加成定價法，還有直效行銷的推廣組合，是透過社群媒體將傳單發送給消費者，但如果能事先做市場調查、成本的控制、通路、推廣的製定等更詳盡的規劃，或許能達到更好的行銷成果。這次的創業實作雖然不盡完美，小虧約\$372，但有了這次的經驗，相信自己在下一次的創業機會來臨時，能做的更加成功與完美。

我學到了...

- **設計上的應用:**為了製作傳單，學Canva與MediBang Paint的程式，排版、美編方面都有所提升。
- **要有「適當」的計畫，過度規畫只會造成多餘的壓力:**這次實作的計畫有待加強，我覺得自己急著想要獲得回饋，規畫的零零散散，就立刻執行，成果當然不如意，可以依照前面說的，事先做市場調查等詳盡事項。
- **做好心態調適:**決定更換材料後，自己陷入了懊悔的心情，一直在想著為什麼當初就不先規劃好，導致多出不必要的費用，這時自己心態要調整好，去學會接受這個事實，計畫永遠趕不上變化，即使做好一切準備，但還是會有沒有辦法預料的事情發生，要讓自己繼續保持動力，才能持續前進。

