

家鄉味懷舊飲食(店名:想家系列)



授課老師：趙永祥 老師

學系：自然生物科技

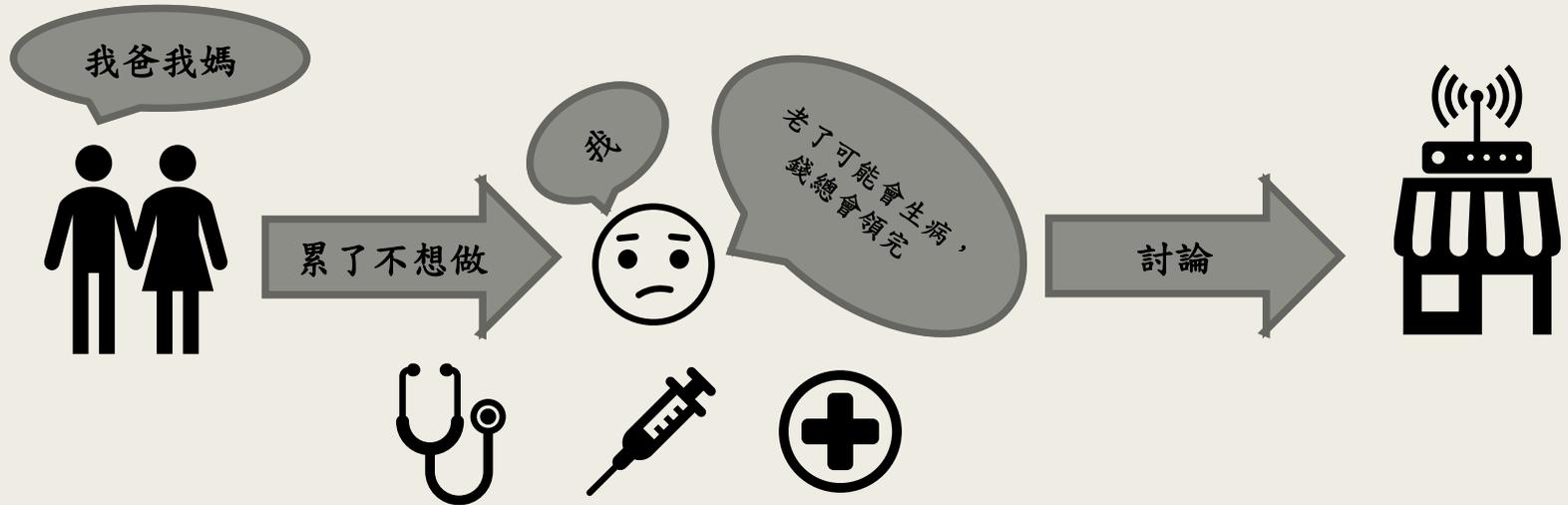
學號：10423043

姓名：郭崑林

目錄

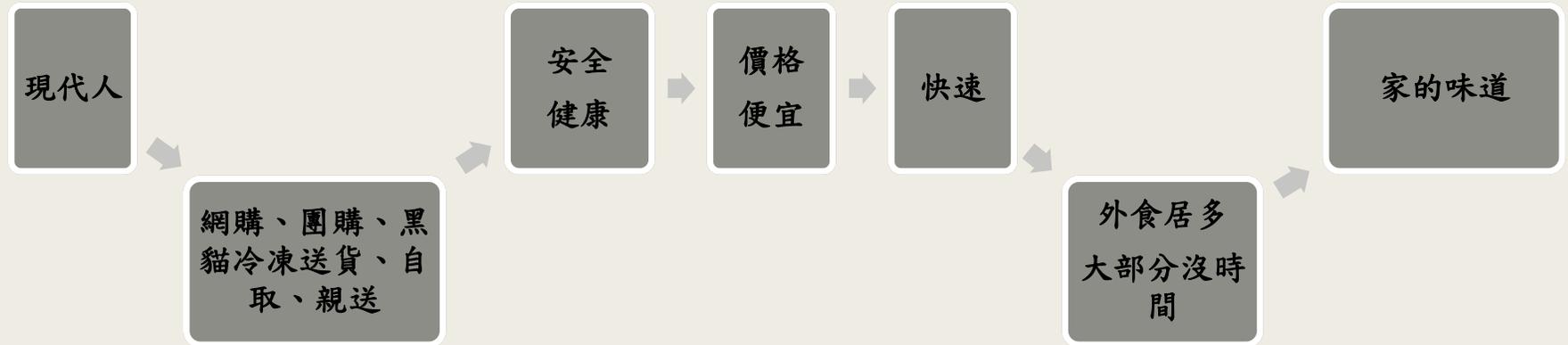
1. 創業背景
2. 行銷6P介紹
3. 主要經營與市場策略分析
4. 市場分析
5. 財務分析
6. [成功可行性]與[可能遭遇挑戰]之分析
7. 收穫與心得

1. 創業動機



- 於2017/5/28時，我的父母討論著要不要退休不做了，兩位服務於公家機關多年也累了，家裡也剩我一人在讀書，聽他們在討論時，我想著退休金也會有領完的一天，而且還有那麼多年，途中也不知道會不會發生什麼事，忽然我有個想法不如來賣吃的還不錯，尤其現在各種銷售通路發達，之後就跟父母討論，爸爸和媽媽的專長都不一樣，尤其媽媽是煮菜方面、而我就是電腦網路方面，那不然就來網路上賣吃的

2. 創業目的



1. 現代人多數都在外工作，離自己的老家或是奶奶家都有一定的距離，多數重要節日才會回家
2. 商品獲得方式
3. 經過iso、肉類認證、Gmp、食品健康認證、環保局環境衛生認證、還有最難申請的A. A(無添加認證)；急速冷凍、真空包裝
4. 價格親民
5. 而現在自己煮菜的人也不多絕大部分原因 “沒時間”，回家很累
6. 大部分都是外食
7. 吃外食吃多了總會想念家的味道

3. 創業背景



行銷6P

Product

大部分為家常小菜(約4份輪替)

也有秘密菜單

也接受顧客菜單

菜單中的食材因當季節變動

也分成五菜一湯和單一菜

家常小菜(1)

份數

Xo 醬炒當季蔬菜



滷牛肉

泡菜燴雞胸

豆豉蒸魚

脆皮烤魚

滷虱目魚頭

糖醋魚

糖醋排骨

控肉

番茄炒蛋

滑蛋蝦仁

滑蛋牛肉

滷煮(米血、甜不辣、黑輪、白蘿蔔視顧客需要可更改)

碎肉燴豆腐(辣/不辣)

豆腐湯

香菇雞湯

魚翅羹

香菇肉羹

鴨肉羹

行銷6P

Price

家常小菜(單一菜):約在40~180

顧客菜單(多人份):

若是顧客寫給我們的菜單以成本+手續的價格

五菜一湯(4~5人份):約1100~1500

五菜一湯(1人份):以單一菜組合價打九折

行銷6P

Place

於蝦皮(主力)、團購網上設置店面

黑貓冷凍車送貨

買家也可以自取

我也可以親送(限雲嘉南)

行銷6P

People

目標鎖定客群為上班族、外鄉學子、小家庭

例如:需要跨縣市上班族、外鄉學子

很久沒回老家的小家庭

或是沒時間煮東西的民眾

行銷6P

Promotion

採限量制五菜一湯 一個月50組

每樣單一菜 一個月20組

採用中獎制度，每個真空包上都會附上QR code
掃描後除了有食材產地、各類認證，還會有中獎訊息
中獎可得單一菜任選x1且免運

還有老/新顧客優惠

老顧客免運、新顧客第一次購買會附贈一包單一菜

行銷6P

Position

家的味道x快速安全

有別於量販店販售的真空包

完全無添加、多項認證，也比外食健康

主要經營與市場策略分析

■ Swot分析

優勢(Strengths)	劣勢(Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none">1. 多項認證2. 口味多樣化3. 沒有加任何添加劑4. 家的味道	<ol style="list-style-type: none">1. 行動力不足2. 無實體店面3. 雖有客源但知名度不高4. 人力不足
機會(Opportunities)	威脅(Threats)
<ol style="list-style-type: none">1. 可以跟在地小農合作2. 徵取優選賣家3. 與餐廳合作增加曝光4. 與餐具廠商合作	<ol style="list-style-type: none">1. 外食方便性2. 競爭者增加3. 量販店4. 食品大廠

■ STP分析

市場區隔:與量販店和食品大廠不相同的是，不是中央廚房統一烹煮，是顧客下訂後再進行烹煮，烹煮完進行真空包裝、急速冷凍，而量販店和食品大廠保存期限久，我的產品顧客收到後冷藏2~3天冷凍7~8天內要食用完

市場選定:目標鎖定客群為上班族、外鄉學子、小家庭例如:需要跨縣市上班族、外鄉學子很久沒回老家的小家庭或是沒時間煮東西的民眾

產品定位:親民價位、高等品質，堅持不加添加劑、純手工

■ 五力分析

五力分析	影響程度	說明
產業內部的對抗	大	有許多競爭者，如：量販店、食品大廠、便利超商、還有外食。
供應商議價能力	小	食材都是由台灣地區有機在地小農產地直送
潛在進入者的威脅	大	容易被量販店、食品大廠、便利超商、還有外食取代
代替品的威脅	大	消費者選擇的種類眾多，大廠的選擇多
買方的議價	小	菜單特殊性不大，購買者的量也不多，議價程度不大。

利基市場

- 有許多競爭者，如：量販店、食品大廠、便利超商、還有外食。
- 食材都是由台灣地區有機在地小農產地直送
- 每樣商品都以高品質、親民價位售出

損益表

想家系列 損益表 中華民國 106 年 6 月 30 日至 107 年 5 月 4 日		
項 目	本 期	
	小 計	
營業收入	573547	573547
銷貨收入	573547	573547
減：銷貨退回及折讓	0	0
銷貨淨額	573547	573547
營業成本	320000	320000
機器成本	60000	60000
水/電/瓦斯成本	40000	40000
食材成本	40000	40000
裝潢	180000	180000
營業毛利	253547	253547
營業費用	68000	68000
運費	68000	68000
營業損益	185547	185547

[成功可行性]與[可能遭遇挑戰]之分析

1. 成功的可行性:

成功是可以的已經親身試驗過1年，大部分民眾偏好這種網購回家又不用太長時間可以煮的食品
賺得不多不少，營業損益最終金額是185547能補貼家用

2. 遭遇的挑戰:運送問題和人手問題，還有一小部分的奧客

收穫與心得

首先感謝趙老師的體諒，因為這學期家裡出了事，不能時常來上課，跟老師說明清楚後，老師幫我開了一到後門，感謝老師，這學期學到很多，多半是因為之前有在做生意的關西，覺得老師講課很有趣也很專業，也時常影片鼓勵我們，也有請業師來分享如何創業，對我來說這學期收穫很大

報告結束