

投稿類別：商業類

篇名：

捲「吐」重來，不可「司」議
-創意行銷企劃

作者：

王昭儒。私立樹德家商。高三 6 班
劉圩茹。私立樹德家商。高三 6 班

指導老師：

郭有卿

壹●前言

一、研究背景與動機

吐司是由一位法國人” Grard Depardieu ” 於1491年發明的，發明的原因其實是因為”意外”，而這位先生一直想要發明一種機器可以把一片一片的麵包變成黃金，後來被法國國王知道了，國王限他兩個星期要把這種可以把麵包變成黃金的機器發明出來，當然，他並沒有成功的發明，最後只好拿著麵包和烤麵包機硬著頭皮去見國王。當麵包從烤吐司機噐器中跳出來時，大家一看也知道那不是黃金，這位先生差點要被砍頭了，靈機一動，在吐司上放了乳酪獻給國王吃。國王吃了之後，覺得真是美味，簡直比黃金更有價值，於是沒有砍他的頭，並且命名為這種麵包為”吐司”（Toast）。Toast 是這位國王的女兒的名字，因此，就有了現在的吐司了。

全世界充滿許多各不同的吐司，各有各的特色，這種延續生命的食糧，在世界各地傳播，隨著不同時代的變遷而轉化，如今衍生出種類繁多的吐司，各個國家賦予吐司不同的風貌，也深深地融入每個國家的風情因為它擁有著原始而不矯情的樸實滋味，卻帶有豐富多變的顏色變化和吃法，有法式吐司、港式吐司、台式吐司、德國吐司、日式吐司等，大部分的人在日常生活中，每天選擇不一樣的吐司吃法、醬料、烘焙程度創造出不一樣吃法的新奇吐司。

現代人的生活腳步特別的快，一天當中總會有一小段的休閒時間，而現在有些下午茶多半以吐司作為呈現，改造吐司原本的風貌創造出更多不一樣的創意吐司。有蜜糖吐司、棺材板、法國土司、焗烤厚片飯等…近而引起我們創作的興趣。本企畫將以研發吐司的創意料理為出發點，進而探討如何將創意商品加以行銷。

二、研究目的

- (一)吐司創意料理的研發
- (二)創意吐司的行銷策略

三、研究方法

本研究所採用的研究方法是文獻探討法。首先蒐集本研究欲探討議題相關之文獻資料，包含市場概況、競爭產品分析及市場調查與分析，進而分析行銷策略、產品特色優勢、SWOT分析、4P分析、4C分析、五力分析，創意行銷內容及網頁設計，最後進行財務分析，最終目的是研發吐司創意料理及提出創意

吐司的行銷策略。

貳●正文

一、市場概況

近年來吐司專賣店崛起，最具有知名度的餐廳有鯊魚咬吐司、跳舞香水等

(一)鯊魚咬吐司

鯊魚咬吐司要傳達的是一種美式的生活型態，創造出一種不分階級的美式舒適型態。他們之所以能快速受到大量顧客的歡迎，就是因為大量使用當季新鮮蔬菜及水果，讓你競情享受WAFFLE、TOAST美味甜點的同時，又可以符合健康養生的需求。他們並不是在餐飲業，而是在做分享的事業。



圖1.鯊魚咬吐司

(二)跳舞香水

跳舞香水則是，帶給顧客們全方位的享受，從甜品的熱量足足的降低了1/3，貼心的替女性顧客除去愛吃甜又怕胖的顧慮。原本甜點是西餐後的happy ending，但現在到跳舞香水單純吃甜點、聊天的姊妹淘也越來越多。讓每個去店裡消費的女性故個享受著有如貴婦般的感覺。



圖2. 跳舞香水

二、競爭產品分析

鯊魚咬吐司以手作厚切吐司為外層，在加上生菜、切達起士、及各項鯊魚嚴選食材組合而成。口感香軟、搭上法式香甜蜂蜜芥茉醬，均衡的層次有如置身充滿陽光的街頭，鯊魚採用口感極佳的黃金視好蛋、打造出充滿濃郁香氣的吐司，再加上豐富的配料及完美醬汁。



圖 3.鯊魚咬吐司產品

跳舞香水，主廚精心製作金磚蜜糖吐司，搭配上香滑柔順的奶油及冰淇淋，最後放上新鮮草莓及果醬點綴，完成視覺及味覺都是享受極致甜點。外酥內軟一口咬下去還會報將流出湯汁，內餡豐富，盤子外圍有幾個音符襯托出這項產品的名稱”重金屬旋律”吐司磚最上



方的酒釀櫻桃，也更是產品的一項亮點。圖4.跳舞香水產品

本組企畫的i-Toast，將結合上述兩家餐廳的優點，同時加入更多的創意元素。

三、市場調查與分析

表 1.市場調查與分析表

	i-Toast	鯊魚咬吐司	跳舞香水
經營理念	堅持當日新鮮蔬食及體 配送養生，性強，為整 材新創，訴求。	堅持使用新鮮蔬食的 果，讓消費者享受到 好吃健康食品。	華麗的羽毛，象徵用 力的與貴族元素，整 活威尼斯的風情有香 配異國風情，香氣瀰 漫的感受。
行銷理念	找新聞媒體打廣告 和附近商圈發 DM，在Facebook 專業上與消 粉專做良好的互 費者動。	以特定餐點（吐 司類）+特定飲料 （70元以內）為 （料）可折20元 促銷手法。	邀請當紅戲劇《蘭 陵王》中的胡宇威 來代言，讓這個牌 象「溫柔多情，增 加女性行銷」。
服務內容	設置 i-Pad 點餐 機，也提供 wi-fi 讓消費者使用，時 能上網。消費者上 約的消費先上 APP 也能先上點餐。	接受預約更開放 現場排隊，更適 團體聚餐，避 兒童造成食材浪 費。	不開放預約，採 現場排隊等候，在 等餐時間，服務生 等消費時，威尼 斯增加趣味。
價格定位	為了考量學生們 的經濟概況，我 們採取低價位， 讓消費者會更多 採度讓優惠。	為了讓顧客在 心更甜健平在 及負擔的別並 風味美 SHARK。	以高價位價格來 現有如貴婦般的 氣息。

四、產品特色優勢

“i”是以為英文方式來表達愛吐司的理念。i-Toast結合生活中各種平凡無奇的素材，卻想要用這些平凡的食材來打造一個有機又有創意的吐司，簡簡單單的食材卻能調配出意想不到的豐盛變化，正是i-Toast所要追求的理念，不只有最純淨的元素，加入新的食材卻又是出其不意的合適”吐司”是個極盡簡單又樸實的食品，在日常生活中幾乎每一間麵包店都會販售吐司的相關產品，而i-TOAST所追求的是從這些微不足道的細節中，尋找1度c的變化，魔鬼藏在細節裡而1度c的溫度卻也可以改變一塊吐司的口感跟顏色，而烘焙師付出的心也是包含了滿滿的愛，任何的東西都是有上帝賦予的生命，付出像對孩子一樣的

愛，吐司也一定可以感受到，成為顧客口中的美味佳餚。而在蔬菜水果上的清洗以軟毛刷輕輕刷洗，輕柔的清洗掉上面殘餘的沙子跟髒汙，讓顧客們吃的安心放心又開心，是我們i-Toast一直追求的品質嚴選。

i-Toast是由四位女孩所創造的夢想，在一次的際遇中四位女孩的相逢，有著不一樣的人生目標也有著不一樣的生活觀念，追求的未來也更是天差地遠，因為來自不一樣的家庭過著不一樣的生活成長在不一樣的童年，面對現實中的考量四位女孩決定把夢想放在心底的最深處，而牽絆著她們的心的正是i-TOAST的理念，有機健康，簡簡單單的素材卻能做出四個女孩的夢想，對未來的期許四位女孩決定走向不一樣的世界，而相互約定的是在35歲以前一定要聚在一起，在一次完成這初衷的夢想，因為女孩們雖走向不一樣的跑道而終點卻是一樣的目標，四位女孩的夢想就在35歲這年正式啟航。

表 2. 產品特色優勢表

產品名稱	產品介紹	價格	參考圖片
夏威夷焗烤飯／麵	以蓬萊米包在濃厚起司中，將外層吐司烤到金黃酥脆，增加在口中的香脆口感。	95	 <p>先將厚片吐司炸過在挖空，再把米飯放進挖空的吐司裡，鋪上起司絲放入烤箱烘烤 10 分鐘即可。</p>
歐式濃湯吐司	香甜的濃湯加在金黃酥脆的吐司中，以完美的黃金比例呈現濃湯與吐司結合。	80	 <p>先將厚片吐司炸過，在把厚片土司中間挖空，最後再倒入濃湯。</p>
西式養身蔬果餐	現在人重視養身之道，但又少食用蔬果，本餐點以新鮮有機蔬果，為消費者創造更好的飲養攝取。	110	 <p>先將厚片吐司炸過，在把水果擺盤上去，在淋上蜂蜜醬。</p>
日式海苔吐司捲	改良於日式的握壽司，以創意吐司替代原有的白米飯，在以火腿小黃瓜襯托出日式的風情味。	85	 <p>一張海苔片放在桌上，拿一片吐司將雙面抹上美乃滋，放在海苔片上，把火腿、蛋絲、小黃瓜、熱狗</p>

			鋪在吐司上，將海苔片捲起即可。
金磚水果塊	將吐司微烤到金黃色，柔軟中卻又帶點酥脆，在以巧克力棒及新鮮水果增加口感的誘惑。	120	 <p>將厚片吐司切邊後再對切，把中間挖空塗上蛋液炸過，擠上鮮奶油放上當季水果做裝飾灑上糖粉巧克力碎片即可完成。</p>

五、SWOT分析

表3. SWOT分析表

S(優勢)	W(劣勢)
<ol style="list-style-type: none"> 1.現今科技發達透過網路的普遍性進行行銷如：打廣告、架設網站、臉書粉絲專業節省營運成本 2.進軍中國市場，透過中國大量人口來推銷吐司創意料理，創造更大商機甚至開連鎖店 	<ol style="list-style-type: none"> 1.製作完全使用新鮮材料成本較高，此時訂價偏高 2.新產品上市知名度不足
O(機會)	T(威脅)
<ol style="list-style-type: none"> 1.結合公司學校或社區活動推銷 2.社會上對於創新物品具有新鮮感 3.烘焙機器設備傾向於簡單操作 	<ol style="list-style-type: none"> 1.潛在進入者進入市場容易 2.替代品多

六、STP分析

表4. STP分析表

市場區隔	i-Toast 以中低價位輕食為主，強調健康又帶有創意的吐司。不但能以低廉的價錢享受健康飲食，更不會為身體的帶來負荷。
目標市場	台灣吐司多分類為早餐及下午茶，i-Toast 考量現代人注重養身飲食以及健康蔬食的觀念，以及年輕族群重視創新的新鮮感。故消費群定位在學生以及重視養身健康的上班族群 15 歲~35 歲之間。
市場定位	i-Toast 秉持著「創意吐司」之經營理念，持續研發新產品每季推出季節性的餐點，重視有機健康及養身，精心嚴選食材，提供不同口味的產品。

七、4P分析

表5. 4P分析表

產品(Product)	(1)、現在素食居多，i-Toast 有推出，素食限定套餐 (2)、融入在地文化與特色，盡可能優先考慮本地新鮮材料，採取健康主要概念。
通路(Place)	(1)、我們也架設了網站利用宅配和團購的方式，讓不愛出門的人也可以透過網路知道我們的商品。 (2)、可以架設 APP 避免消費者打電話預約時，電話忙線中，直接使用 APP 向我們訂位。
推廣(Promotion)	(1)、找新聞媒體打廣告，如：蘋果新聞、愛玩客、部落客及旅行應用團等 (2)、附近商圈發 DM (3)、在 Facebook 粉絲專業上推廣粉絲人數達到 5000 人隨抽 50 位粉絲有案讚+分享即可送餐點乙份
價格(Price)	(1)、新開幕期間，一個禮拜內在本店消費滿五百元以打五折做優惠 (2)、配合節慶做促銷活動，如：情人節套餐、母親節、父親節限量套餐 (3)、發行本店 i-Toast 會員卡，可以享受優惠！ (4)、在本店 i-Toast 打卡送飲料 or 折價卷(限下次消費使用)

八、創意行銷內容

(一)成立實體店面

近年來，有許多的青少年跟上班族群喜歡把一些時間空閒出來品嚐下午茶。大家都喜歡去品嚐一些新奇或者特別的點心。為了消費者更注意到我們的商品，於是我們把地點設在高雄市巨蛋附近，為了避免與相同類型的店如：鯊魚咬吐司。開在附近我們特別選了巨蛋附近。那裏人潮蜂擁而且又有捷運站可以直達，先藉由網路的力量。

(二)設置 Facebook 粉絲專業

設置一個Facebook粉絲專業讓大家可以直接從專頁上快速的知道我們最新消息。在開幕前幾天，我們在網路、廣告、宣傳單做宣傳以達到宣傳的效果

(三)開幕親子 DIY 競賽

在開幕期間，我們會舉辦三天的親子創意DIY三明治。讓爸爸媽媽帶著小朋友參與這個活動來增進家長與小朋友之間的感情，我們不僅提供免費的材料，還進行分組比賽，讓小朋友們發揮自己的創意力，動手做出一個屬於自己

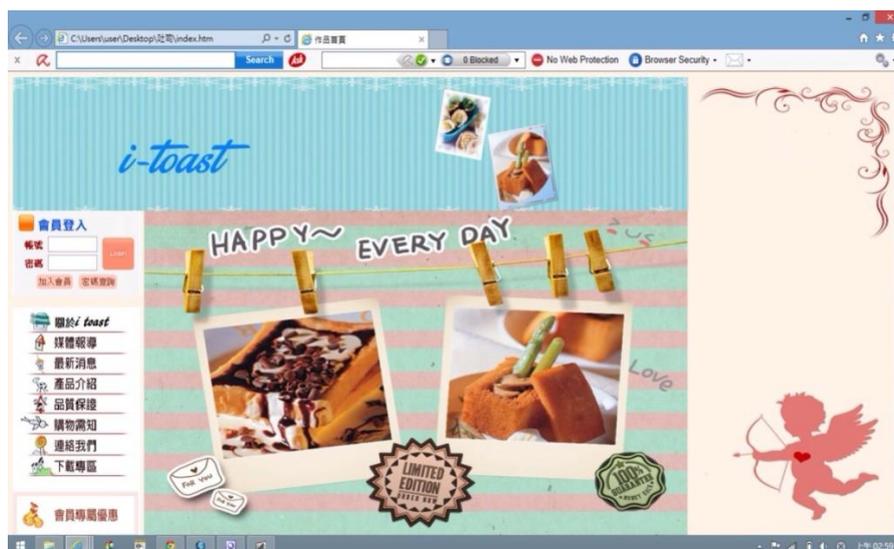
的三明治。讓在場觀看的民眾們投票表決，贏的那組可以自行選擇一樣自己喜歡的單品做為獎品。

(四)開幕一百名半價

我們的開幕時間為下午一點，前一百名來本店消費的顧客，我們給予套餐半價或者免費一杯飲料的優惠來吸引更多的消費者前往本店進行消費。

九、網頁設計

i-Toast網站



簡單介紹我們i-Toast的行銷理念與創意理念，讓消費者在未開幕前就先了解我們。網頁中，可以讓顧客感覺到i-Toast經營的快樂氣氛，也在開幕前做第一批的宣傳可以減少宣傳成本費用。

表6.會員活動表

申辦會員	回饋與建議事項
------	---------

<p>申辦會員優點： 加入會員，購買本店商品，可以享有優惠！</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.100 元集一點，集滿 12 點，可換特定套餐乙份 2.當月壽星，消費可打 5 折，同行免 10%服務費 3.特定節慶贈送一張折價卷給會員 	<p>對於我們的產品，有任何意見或是有關產品的問題都可以跟我們聯繫，本店會仔細認真聆聽您對我們的意見和細心貼心及關心的回覆您的問題。</p>
<p>申辦會員</p> <p>會員帳號： 登入密碼： 確認密碼：</p> <p>會員姓名： 性別： 身分證字號： 出生年/月/日： 連絡電話： 行動電話： 送貨地址： E-Mail：</p> <p><input type="checkbox"/> 我要訂閱 i-Toast 電子報</p> <p>送出</p>	<p>回饋與建議事項</p> <p>如果您有甚麼問題，歡迎您與我們聯繫。 對產品的服務、活動及相關資訊等問題都可以分問，您的問題會盡快迅速回覆您！</p> <p>地址：高雄市左營區安吉街 380 號 電話：07-2233116 傳真電話：07-2255667</p> <p>問題回饋：</p> <p>會員帳號： 會員姓名： 連絡電話： 手機： E-mail： 聯絡地址： 建議事項：</p> <p>送出 取消</p>

十、初期評估成本費用

表7 初期預估成本費用

項目	單價	數量	複價	說明
房租	2.8 萬	3 個月	8.4 萬	第一個月租金+押金兩個月
裝潢	100 萬	1	100 萬	
週轉金	10 萬	1 個月	10 萬	
生財器具	50 萬	1	50 萬	冰箱、烤箱、桌椅、杯盤等
行銷宣傳期	8 萬	3 個月	24 萬	開幕宣傳、活動
			約 200 萬	

十一、預估營收

表 8 預估每日營收

產品	單價	數量	複價
飲料	80 元	40	3,200 元

吐司	90 元	40	3,600 元
套餐	150 元	120	18,000 元
			約 24,800 元

十二、每月預估成本費用

表 9 每月預估成本費用

項目	單價
店面租金	2.8 萬
人事成本	20.1 萬
水/電/電話費/瓦斯	4.3 萬
雜費/消耗品支出	1.5 萬
折舊	3.3 萬
約 32 萬	

十三、損益表

表10 損益表

項目	小計	總計
銷貨淨額		8,928,000
銷貨成本		2,678,400
銷貨毛利		6,249,600
營業費用		
店面租金	336,000	
人事成本	3,015,000	
水/電/電話/瓦斯	561,000	
雜費/消耗品支出	180,000	
折舊	396,000	4,488,000
營業淨利		1,761,600
減：所得稅費用		352,320
本期淨利		1,409,280

分析：

1、銷貨淨額：根據預估每日營收約 24,800 元，月收入 744,000 元，得知年收入 8,928,000 元。

計算： $(24,800 \text{ 元} \times 30 \text{ 天}) \times 12 \text{ 個月} = 8,928,000$

2、銷貨成本：以售價為 30%

計算： $8,928,000(\text{元}) \times 30\% = 2,678,400$

- 3、店面租金：28,000(元)*12(月)=336,000(元)
- 4、人事成本：含年終獎金
計算：200,100(元)*15(月)=2,401,200(元)
- 5、水/電/電話/瓦斯：43,000(元)*12(月)=561,000(元)
- 6、雜費/消耗品支出：15,000(元)*12(月)=180,000(元)
- 7、折舊：33,000(元)*12(月)=396,000(元)
- 8、所得稅費用：假設稅率為 20%
計算：396,000(元)*20%=475,080

十四、近三年損益表

假設每年以20%幅度成長

表 11 103、104、105 年損益表

年度 項目	103 年	104 年	105 年
銷貨淨額	8,928,000	10,713,600	12,856,320
銷貨成本	2,678,400	3,214,080	3,856,896
銷貨毛利	6,249,600	7,499,520	8,999,424
營業費用	4,488,000	5,385,600	6,462,720
營業淨利	1,761,600	2,113,920	2,536,704
所得稅費用	352,320	422,784	507,341,
本期淨利	1,409,280	1,691,136	2,029,363

參●結論

現代人重視身體保健、養身之道以及喜歡嘗鮮的心理，因此皆會主動尋找創新特色商店，這對剛起步的i-Toast是非常大的商機，而在開幕當天以五折的優惠方式吸引顧客上門嘗鮮，也為i-Toast打開些許的知名度，並以每天前十名消費者五折優惠，造成排隊人潮，再以打卡送飲料或者折價卷的優惠吸引更多的顧客，希望以人拉人的網路行銷方式更積極的推廣讓更多人知道本店，該店的餐點在風格上具有相當的獨特性，對於一些講究「健康」的族群具有吸引力，與其他餐飲店的餐點有明顯的區隔。

肆●引註資料

書面

- 1.朱敏慎、莊宏啟、蔡佳真(2011)。商業概論 II。台北市：啟芳。

網站

- 1.吐司由來 <http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1609032005207>
- 2.鯊魚咬吐司 <http://sharkbitesttoast.com/>
- 3.跳舞香水 <http://www.zoe-grp.com/perfumedance/index.html>