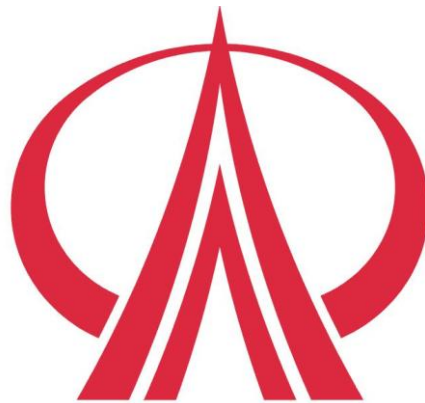


修平科技大學

行銷與流通管理系

三明治教學校外實習專題

實習公司：85 度 C 有限公司



指導教師：李文明 老師

學生：BZ98076 林廷維

中華民國 102 年 5 月

致謝

感謝行銷流通管理系的林晉照主任、劉淑寧主任和段念祖老師、沈武賢老師、楊振昌老師、李文明老師們，快畢業了，四年下來你們上課真的很有趣也為每位學生著想，常常惹你們生氣，但要致謝的時候還是會想到你們，謝謝大家長期以來的教導與陪伴。

感謝在公司中的各位同仁，一年的時間的陪伴，一起歡笑、一起努力、一起共度了很多的節慶，雖然對我們來說任何節慶都是戰爭，但我們也都一起闖了過來。

伴在身邊的任何人，不管是客人、同事、家人、師長、同學，只要有跟我說過任何一句鼓勵的話，都謝謝你們，因為你們即使覺得這一句沒甚麼的鼓勵，但對我來說都是一路走來的動力，一句好話可以讓我謹記一個小時，甚至一整天。

這一路到現在的 22 年、大學的 4 年、校外實習得一年，謝謝你們大家。

目 錄

致謝錯

誤! 尚未定義書籤。

前言錯

誤! 尚未定義書籤。

第一章 實習動機與目的

第一節 實習動機.....6

第二節 實習目的.....6

第三節 實習公司甄選過程.....6

第二章 個案企業（或公司）介紹

第一節 公司沿革（歷史）與現況.....8

第二節 企業（或公司）策略.....11

第三節 企業（或公司）戰術與作業策略.....19

第四節 直接負責單位業務內容.....21

第三章 個案公司實習所見

第一節 門市行政實習.....23

第二節	門市營運管理實習.....	29
第三節	連鎖企業經營管理實習.....	39
第四節	行銷企劃實作.....	47
第五節	店長與管理職務實習.....	55
第六節	商業自動化與營運決策實習.....	59
第七節	物流與供應鏈管理實習.....	62
第八節	消費者行為分析實習.....	67

第四章 實習心得與未來建議

第一節	實習心得.....	70
第二節	未來建議.....	74
第三節	我的未來計畫.....	75

圖目錄

圖一	9
圖二	21
圖三	56

表目錄

表一	9
表二	10
表三	11

前言

如果面對未來一年要綁約的職業，原本想說要挑戰看看不同領域想多學多看，但又怕不適應到時候會變得很痛苦。所以還是選擇了以前走過的餐飲業，畢竟以前在西餐廳待過的經驗。因此選擇了位於太平路與永豐路的 85 度 C。

這家店是 24H 的店面，而我任職於早班，學習著有關咖啡與飲料的調製，以及蛋糕製作、訂貨進貨等勤務。在這一年的時間當中慢慢累積著 1050 小時之中，讓自己提早一年習慣就業市場，藉由時間未滿之前不能離開這裡的想法，堅持著我，讓我努力適應所有我無法適應的環境、主管、同事、客人、問題…等等。很開心有這次的機會能學習，這一定會對未來出社會的我很有幫助。

第一章 實習動機與目的

第一節 實習動機

藉由三明治校外實習計畫給自己一個很好的職場經驗，在職場上磨合、學習、溝通。提早進入就業市場，藉由綁約的方式調整心態，在剩一年就要出社會了，在外面的頭銜也要從”打工”變成”工作”，並培養自己對事的抗壓性，讓自己在問題中成長、負責、主動。

第二節 實習目的

在這最後一年的時間裡面想著如果無打算繼續升學，不如用這一年的時間去努力工作。

藉由在外工作所面臨的環境讓自己在學校所學的知識有更深一層的體悟，也讓在這倒數一年的時間裡累積一點金錢讓自己可以不被金錢壓著走，有更多的時間能找到自己最有興趣的工作。

第三節 實習公司甄選過程

確定參與校外實習後，便開始尋找相關的職缺，詢問學長姐與老師的建議後，就決定尋找有連鎖體制的企業。聽取系上實習企業的講座之外，透過朋友打聽公司福利。最後在同學介紹下，選擇了離學校不遠的 85 度 C，並到門市投履歷進行面試。

很幸運的門市店長在公司就直接進行了面試，也成為了 85 度 C 太平店的工作夥伴。剛到新的環境的不習慣與緊張感，很快的就被同事間的相處與熱情所緩和，進而開始產生更多興趣，大大的提升了我學習的意願。

第二章 公司介紹

第一節 公司沿革與現況

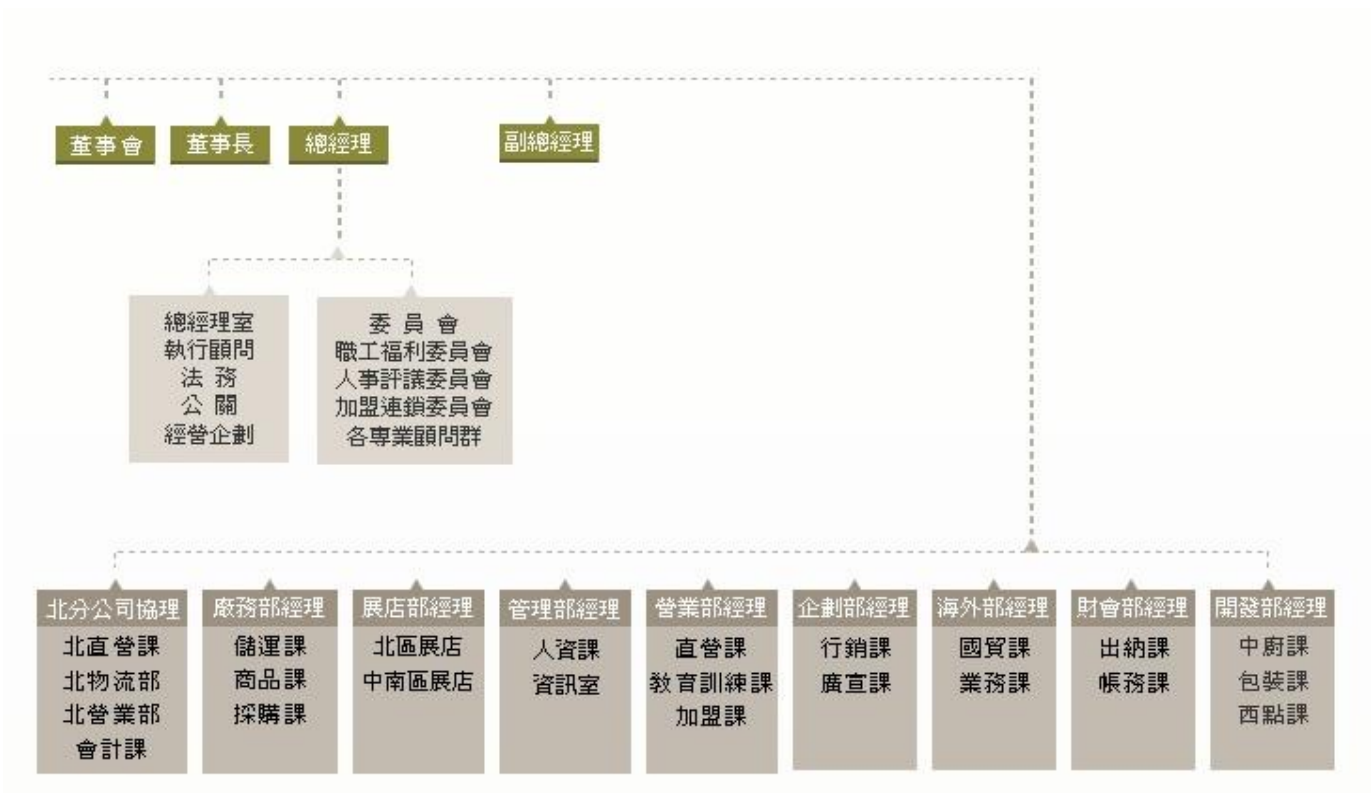
2003 年創立「85 度 C」，是一家以咖啡、蛋糕、烘焙為主的專賣店。

吳政學是 85 度 C 的創辦人，質樸、踏實、勇於築夢的個性，完全是他的成長環境來塑造而成，2003 年初的一天，吳政學剛結束在世貿中心的連鎖加盟參展活動，與重要幹部到附近的君悅飯店喝咖啡吃下午茶，覺得真的很好吃，但價格實在不是一般消費大眾所能負擔。就在員工的七嘴八舌中產生了一個念頭「如果我們把東西做得有五星級飯店的質感及品質，然後價格只有五星級飯店的一半」那一定會賣得很好，這一刻起，85 度 C【高品質商品 平價化價格】、【咖啡+蛋糕】的品牌定位模式就在吳政學的心中生根發芽。

2010 年 11 月 85 度 C 正式回台上市，股票代號 2723，名稱：KY 美食。全球 482 家門市，大陸 152 家，台灣 325 家，澳洲 4 家，美國 1 家。

美國爾灣店單店 1~11 業績創下高達 800 萬元美金全新紀錄。

(圖一) 85C 組織架構



(表一)投資預估表

單位：(萬)

店舖型態	咖啡 蛋糕複合式經營
平均營收	120
產品毛利率	蛋糕 35%，飲料 65%
平均毛利	60
平均租金	12
平均人事費用	23
水、電、瓦斯費	4.5
其他雜支	6
平均獲利	14.5
預估投資金額	300 ~ 400萬(含加盟金)
預估回收期(月)	24~30月

(表二)創業所需表

項目別	營業型態	店舖面積	創業資金			契約期限	教育訓練	員工培訓	開幕人員進駐輔導	備註
			加盟金	招牌、五金等費用 設備、裝潢、水電	保證金					
店舖別	飲品、並提供外送服務 售咖啡、茶飲、蛋糕等特色點心 及咖啡、茶飲、蛋糕小型複合店	約 25 坪以上	25 萬元	約 300 ~ 450 萬元	本票 50 萬元及每年度現金 25 萬支票一張 (共三張)	3 年以內	加盟總部提供店舖約 7 天之專業訓練課程(含操作實習)，課程內容如下： 機器設備維護 表單數字管理 顧客資料建立 人事成本控制 經營成本控制 外送服務流程 蛋糕裝飾技巧 原物料控管及品質控制 吧台操作流程 開店及打烊作業流程	直營店舖現場操作教育訓練二十一天至三十天(依門市教育訓練狀況而定)	輔導人員進駐開幕活動 5 天	全球加盟專線：886-4-3703-1080 加盟專線：0800-783168

第二節 公司策略

一. 公司的目標與使命

(表三)公司使命

基本原則	目標政策	全員共識
品質	全面提昇產品品質	一流的設備才有一流的產品，嚴格的管理才有優良的品質保證。
專業	專業人才訓練 商品研發 優質競爭力	重視門市訓練才有專業的人才，重視產品的改良才有優質的競爭力。
創新	不斷求新求變，因應整個環境	以創新領先的思想做法，配合時代變遷需要，不斷開發研究，自我提升參與國際競爭。
責任	永遠關懷並持續要求企業之於加盟業主、員工及消費者的責任	持續性要求輔導、協助創業加盟主精益求精、追求最大消費者滿意，發揮最大化的企業責任。

文化特質



勤奮與踏實：85度C秉持著實實在在做事 → 誠懇待人追求。

顧客滿意：永無止境的服務精神 → 不以顧客滿意為滿足。

創新與活力：凡是追求創新 → 做事充滿活力。

終身學習：學無止境 → 85度C的每個人都抱持著一顆謙虛的心在學習。

二. 策略規劃

1. 產品策略(Product)

85度C的產品主要是咖啡和蛋糕，五星級的產品並且針對飲食習慣和季節來提供商品，不同的特殊節慶還特別推出限定蛋糕。而且85度C對於產品的創新度也很講究，並在每次的蛋糕製作中標計出貨時間以及日期確保品質。

2. 訂價策略(Price)

85 度 C 的訂價策略可以說是的「五星級的品質、平民化的價格」，在茶類上他們只銷售在 40 元以下，咖啡、蛋糕類也走平價路線。以最低成本低價位提供最符合消費者需求的商品。始每天早上要一杯咖啡提振一整天精神的客人一個銅板有找。

3. 推廣策略(Promotion)

85 度 C 在價格上打低價位，在平日做產品特價促銷，特殊節日或者特殊活動時則由文宣、口頭、網路方面做產品推銷。在產品的宣傳上也沒有做太多的廣告，也未曾有見過在電視上有做宣傳，但是他們很常在類似財經周刊等商業性質的雜誌報紙上去宣傳他們的創業歷程跟 85 度 C 七次的會面洽談才招募來的五星級蛋糕師傅的過程等等，來去營造出創業理念，並且推廣說他們的產品是經由星級師傅的烹飪手法和低價格售出。

4. 通路策略(Place)

85 度 C 行銷的對象是從鄰近的國中小、上班族等等的顧客，價格低廉平民化是 85 度 C 的主打，所以可以很容易的吸引到一般大眾。晚上部分則是以麵包加價等產品來吸引消費者為明日早餐做準備。就地點而言，85 度 C 堅持開店必須要開在三角窗，因為三角窗的店面可以帶來高聚客力吸引許多顧客人潮，並且可以提高店面的曝光率。

三. 預測行銷成果

行銷方式:人員口頭行銷、異業結盟、網路及文宣、大型活動

1. 人員口頭行銷：

多半已加購價為主要每日例行行銷工作，雖然每天都會現做吐司、三明治、麵包，但有些商品可以放 2~3 天。

有新鮮現做的，但又有些商品可以放置時就會以半價加購為推銷手段。

或者是不定期的嚐試行銷方式，三個種麵包(價格 20~22 內的)組合價 50 元、消費滿特定金額送吐司麵包、10 元麵包商品 5 入 35 元，買 5 送一…等

預測結果:普普 這種人員口頭行銷的方式也只有親臨店面才會得知，而且這種行銷活動是不定期的，只能稍稍帶動點當日業機，並看不出來有大幅改變

2. 異業結盟:給予優惠卷、午茶品嚐卷、使用悠遊卡...

預測結果:效果不錯，能增加與客人接觸的機會，時常看到客人拿著蛋糕卷、咖啡兌換卷來店兌換。

悠遊卡部分，做活動除非是平時較受客人喜愛的咖啡品項(拿鐵、招牌、美式)，較為明顯的業績提升。不然的話就其實效果較為不佳(如近期推出的海岩系列第二杯半價)就較少客人提及。

3. 實體海報文宣：活動開跑時，總公司會給予海報文宣。或者個別店家的單一活動製作菜卡。

預測結果：效果普普，除非是有搭配網路廣告，不然也只是提點客人有這活動。曾有新品水蜜桃系列飲品的活動文宣，但效果不佳，還是要看客人喜愛飲品種類

麵包部分買五送一、消費滿 70 打 9 折，也只是讓客人多買轉點數量而已，但有時候會遇到客人退掉原本夾取的麵包改買活動商品麵包的狀況。

4. 大型活動:臨店消費指定飲品第二杯半價、8月5號全館85折、特定節慶蛋糕飲品…等

預測效果:極好，大型活動一出時網路、文宣、廣告、看板車…等同時祭出，因外送並不參與活動，甚至有客人改自取。全館85折時營業額還翻3倍。

四. 建立行銷策略

(一)STP

1. S 市場區隔:

主要是想要以低廉的價錢，就可以讓每個人輕易的買到五星級的咖啡、蛋糕、茶飲

2. T 目標市場:

針對的族群是青年到中年都有，但是會是以學生等年輕族群為主，因為青少年沒有太多的錢，也沒有賺錢的能力，在金錢上沒辦法去消費太昂貴的商品，像是星巴克這種走高價位的咖啡店，年輕族群可能會偶爾去個幾次，但是85度C的咖啡價錢低的甚至只要35塊就可以獲得，就會讓學生常去消費較無壓力。

3.P 定位:

1. 以高級食材及技術，來製作產品，並以低價銷售
2. 當日商品賣不完隔日立即丟棄強調品質。

(二)5 力分析

1. **新進入者威脅:**飲品成本、資本不高，獲利可觀，吸引相關食品產業嚐試、研發、創新，連鎖加盟風氣逐漸盛行。
2. **替代品威脅:**即溶咖啡、外食套餐附贈咖啡飲品…等。
3. **供應商:**位居世界第二大貿易品的咖啡豆，而咖啡連鎖店由於統一採購，可以達到品質一致與提高議價能力等優勢，相對來說，供應商的議價能力並不高。
4. **購買者議價威脅:**長期消費者較於習慣、品質，因此議價不高
5. **內部競爭者威脅:**產業內競爭性較強，除了品質上差異，也在軟硬體上競爭，如裝潢、室內氣氛。

(三)SWOT

- S 優勢:**
1. 加盟者統一訓練制度，制式化 SOP 維持品質
 2. 產品多樣化，除了原有的麵包、咖啡、蛋糕，漸漸的推出簡餐方面的餐飲系列
 3. 人才輩出，麵包師傅接以五星級師傅聞名

W劣勢:1. 以外帶為重、外送為副，內用這區塊較為不足，建立起的是迅速方便，質感略為遜色。

2. 學習事項較多較繁瑣，加賞較少，流動率快，人員品質控管較為不易。

O機會:1. 以台灣為主，勞工工時甚長易需依賴提神飲品。

2. 國際化觀念日漸重視，更多機會了解咖啡品種分辨好壞。

3. 不景氣使得業者從自己創業的意願，逐漸傾向於加盟意願

T威脅:1. 油電雙漲，將反映在原物料上逐漸加重企業壓力

2. 氣候逐漸異常，咖啡豆、其他物料品質控管漸漸需較注意。

五. 85 度 C 行銷組合規劃

(一) 產品

強調主廚是五星級的高品質高點，打著麵包當天現做沒賣完當天下架，講求品質，並不定期調整商品，配合消費者喜愛口感。

如之前停賣的北海道鮮奶土司，因詢問度高而又開始販賣了。

更在品質上把關，所有上至蛋糕下至咖啡茶飲，所有只要是吃進肚子裡的商品全部都要標明時間以及保存期限。

(二)訂價

對於 85 度 C 的訂價策略常常說的「五星級的品質、平民化的價格」。茶類飲品價格 20~40 元之間，咖啡 30 至 75 也有，蛋糕類切片從 35 元~60 元，6~8 吋單高價格也在 280~580 元。幾乎都是百元有找的商品。

85 度 C 以大量進夠降低購買時的物價為主，使得客人也不必因為供應商原物料價格高漲而受到影響，真正的想有的價格，高品質的享受。

(三)推廣

85 度 C 打著低價位高品質的享受，在平日坐著小促銷讓客人撿便宜(例如半價加購、買一送一、三個五十元)，配合上服務人員的口頭銷售，提醒顧客今天所做的優惠活動。

特殊節慶上也會有不同的文宣、海報、節慶蛋糕、優惠折扣…等。使顧客每次消費，都感受到不同的活動及興趣。

在網頁上也常刊登各種受到裁訪的新聞、雜誌宣傳報導例如:7 次麵會洽談、1 個月至少要有兩種的新產品、營業額上打敗星巴克…等等。

(四)通路

85 度 C 價格低廉平民化是 85 度 C 的主打，加上外送的服務，上至附近工廠、銀行、農會，下至國中小學校、補習班。概括了學生族群以及上班族族群的喜愛。相對應也會做很多異業的結盟，例如：咖啡茶飲的兌換卷、悠遊卡第二杯半價、折價卷…等，使得購買者無職業、年齡的限制做到了真正的大眾化。

第三節 企業（或公司）戰術與作業策略

美食達人成立之初便是希望以五星級的產品、平價化的價格，普及、深入台灣各角落，用高級的原料與技術，呈現出精美、平價的商品，讓人人都能享有五星級的待遇與五星級的享受。

一、五星級咖啡

85 度 C 的咖啡主要是使用瓜地馬拉的安堤瓜火山咖啡，除了採用保護自然環境的餘蔭法栽培咖啡樹外，主要特色是種植於瓜地馬拉的安堤瓜高山區，當地的活火山所持續噴出的火山灰除了使該地區的土壤肥沃外，同時也是增加咖啡豆風韻的一大助力。也因此，該咖啡豆獲得國內外許多知名及成功人士所指定使用，同時也在各大五星級酒店販售。除此之外，這一獨特風味的咖啡豆同時亦是我國 2002 年國宴所指定使用的咖啡豆。

二、五星級蛋糕

85 度 C 禮聘曾任遠東香格里拉大飯店，國家金廚獎得主及前華膳空廚主廚倪世豪先生率領專業的五星級團隊擔任蛋糕西點研發製作，讓消費者用平價的消費享用五星級的產品。

三、五星級烘焙

85 度 C 禮聘曾任開平中學西點副教授，亞太會館主廚的鄭吉隆師傅和他的五星級團隊負責，以五星級飯店才使用的食材及概念，來製造出新鮮現做的麵包。所有麵包秉持當日現做，賣

不完立即丟棄，強調新鮮現烤，五星口感，頂級享受的概念。保障消費者們都能吃到最新鮮，非隔夜的麵包。

四、五星級服務

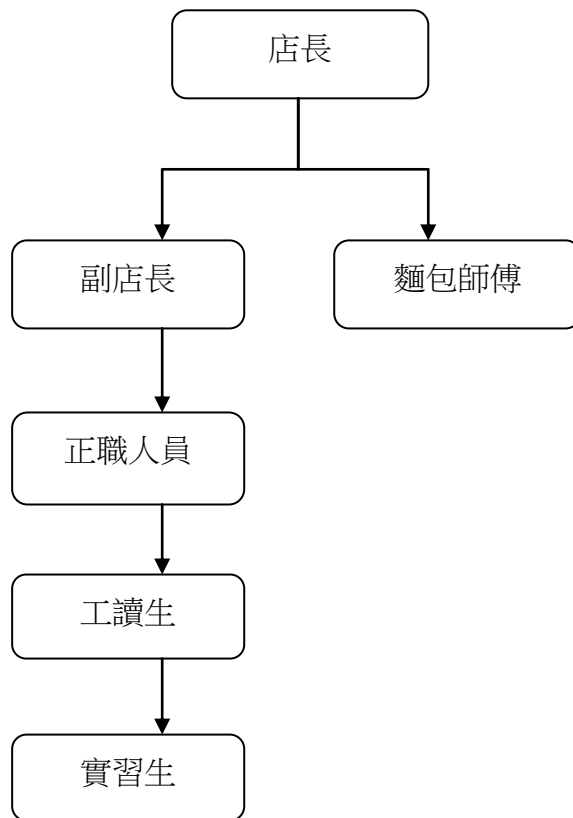
85 度 C 為因應都會人口的新生活型態，我們首創 24 小時的咖啡、蛋糕專賣，讓消費者不論多晚休息，多早起床，都能享受到新鮮的咖啡、蛋糕等美食，另外，全天候二十四小時提供三明治選擇，讓消費者更能感受到 85 度 C 的貼心與服務。

五、門市主要顧客

85 度 C 每天來客數量約 600 人，營業額每天約 3 萬多。

主要服務對象就是在店舖附近辛苦上班的上班族，此外這附近有多間工廠以及國中小學，這些都是我們店內所提供外送服務的常客。

第四節 直接負責單位業務內容



(圖二) 公司組織圖

直接負責單位工作內容

工作期間主要負責的是咖啡調理與販售以及麵包裝袋等部分，配合著師傅今日所做的活動進行口頭推銷，而上早班的人員少部分會多學習到訂貨、蛋糕製作。

在與晚班交接班之後，必須把環境清潔、補貨、檢視茶湯是否充足...等，給晚班一個準備好的工作環境才能下班。

一、工作時間與輪班方式

早班:班次較為多段班，通常 3~4 名人員。

1. 6:30~15:00

2. 7:00~16:00

3. 8:00~17:00

晚班大多是學生所以排班時間幾乎都是看每位工讀生的課表而彈性排班的。

15:00~22:00

16:00~23:00

17:00~23:00

晚上 11 點過後就是大夜班，大夜上班時間是從 23:00~07:00。

門市的作業早晚班並無差多少，主要就是麵包、飲品的販售，以及等麵包冷卻之後的包裝，所以如果有人休假，空缺人手早晚班都可替補。

第三章 個案公司實習所見

第一節 門市行政實習

一、人力規劃

(一) 人力需求

依照本店人力之部分總共分為四類，正職人員、工讀生、大夜班、麵包師傅。

1. 正職人員:通常早晚班各一名正職人員，同時兼擔任組長之職務，負責與店長連繫，協尋同仁與店長間的溝通。
2. 工讀生:性質與正值大同小異，服務客人、外送、整理店內事務為主要工作內容
3. 大夜班:大夜班同仁店內通常只有一名正值大夜班，而此同仁固定月休天數時則由店內男性(包含工讀、正值)，分攤替補。
4. 麵包師傅:此是額外的職位是特別聘請或者總公司協助的人員，與外場聯繫服務客人，麵包製作為主要工作內容。

(二) 人員招募

照店內所需人數由網路、徵才海報、以及不同店家支援人手協助。

員工徵選及訓練

(三)、人力規劃

1. 通常正值與工讀有分早晚班

早班:班次較為多段班，通常 3~4 名人員。

1. 6:30~15:00

與大夜班交接，早班顛峰時段前準備工作

2. 7:00~16:00 較正規早班，以處理店內事務(放置麵包、服務客人、外送)為主要工作內容。

10:00 會派一名人員進入蛋糕房製作蛋糕，通常8吋、6吋、4吋、切片製作完畢耗時4~5小時。

15:00 與晚班交接收銀機以及店內事務

3. 8:00~17:00 算是緩衝人員，於早班顛峰時刻上班、以及輔佐晚班接洽

4. 其他彈性條配時間福佐同仁服務，例:12:00~21:00、新人

9:00~12:00...等不規則班次

晚班:通常以三名為主

1. 15:00~9:00 與早班接洽交班為主要目的

2. 16:00~23:00 配合工讀生上課時間也可能為17:00~23:00

3. 18:00~23:00 較晚上班並與大夜班交接

大夜班:通常配一名 休假則由店內全體男生輪流接替

1. 23:00~07:00

麵包師傅:領月薪 算專職人員，店內所有麵包事務都由師傅負責。

二、員工甄選與試用

(一)徵選流程:投遞履歷表→視店內欠缺篩選面試→現場面談→報到。

(二)員工徵選與試用

徵選:由店長親自面試，男女皆可、不限制學歷、經驗，需具備機車駕照。

三、員工的教育訓練

(一) 以服務客人為主，辨別麵包種類品名、辨別蛋糕飲料、店內雜物處理、操作收銀機、電話接單、咖啡飲料調製、外送…等為主要學習內容，通常會配一名人員教導。

(二)專業訓練(蛋糕製作、大夜班執勤)

此為有興趣、人員責任或者店長溝通同意者學習，

1. 蛋糕房為防風砂設計較不易通風，蛋糕製作耗時長、需細心度、出入冷凍庫、蛋糕房、一人作業，精神上易勞累。

2. 大夜班值勤通常由男生輪替，通常等人員習慣大致人員作業流程之後配一名教導者學習，通常第一天學第二天就獨立執勤。

四、工作績效評估與考績

(一)、店內績效評估:

雖店內績效部分，雖多半是由口頭獎勵與口頭則罰。

但當本身表現得越好越會顯現在你的班表上，上班時數跟可否休假都會以此為依據，表現越好，能力越強反而越不容易休假，可替代性低，時數長。表現不好態度不佳者，很大機率替代性高容易休假，時數較短。

(二)、上級績效評估:

而整間店的總體評估則由總公司來評判，通常藉由神秘客、稽核人員、輔導員作為把關者。

如有特殊節慶活動，也會以銷售量來做為標準評價例如:海岩系列第二杯半價、節慶蛋糕，依各店銷售量依照中、南、北分別評比列出各店家銷售數量加以表揚懲戒。

五、輪班制度

1. 店內排休:人手不足的情況下，一個人大約月休5~7天且無假日、節慶盡休規定。

人手充足的話則可多排假，排休基本上都彈性，也無禁止連休多天，只要人手夠上班就好。

但如自身想帶班、休假要看那天同仁是否有能力完成店內事項，例如：
做蛋糕、報表製作、訂材料貨源、點貨…等，必須要確認是否有人有
能力可以接駕自身所學的東西才可多休或調班請假。

2. 大夜班休假:店內通常只請一名大夜班，大夜班多半約休6天，
大夜休假時，則由店內男性均分天數代為上班，所以店內男性大部分
都要學習上大夜班，平均一人一個月上1~2天，如果大夜班想多休或
想請人代班，提前報備的則由店長跟店內同仁商量，臨時性的則要自
行找人，不然就要準備閉店

徵選資格:需年滿18歲。正式進入之後需有台中銀行帳戶，試用期為
三~七天。

薪資

正職人員:2萬1~2萬5

工讀人員:依政府發布實新規定 目前為103

大夜人員 依政府規定 大夜津貼加50

六、獎勵制度

工作績效考核著重在於平常上班表現，學習速度，以及對客處理
報備等方面。

由店長評估，隨著學習東西越多，薪水雖然是小加錢，但會從班表上看得出變化以及重要性，新人通常上班時數，比一般晚班還要少，平均上班約 3~4 小時。

學得越多，休假越少連續上班次數越多，上班時數越長，但相對的急需休假或搶假時較好排到休假上班，較資深約 7~9 小時。

每個月會有 10 分鐘的遲到限額，如果都沒遲到擇會有全勤獎金。

男性員工較特例的是大夜獎金，戴上大夜除了基本工資之外，會額外給予大夜獎金，但並無三節獎金或其他年節津貼。

七、員工福利及保險

享有勞健保制度

蛋糕飲品 9 折優惠

第二節 門市營運管理實習

一、企業文化與目標

85 度名字的由來，85 度 C 這好記又特別的名字，取名來自「咖啡在攝氏 85 度時喝起來最好喝的意思」，因為根據咖啡專家資料，一百度 C 熱水經過咖啡機內部的管線後，就如同離開瓦斯爐的熱水一樣，溫度會自然稍降，沖煮咖啡的溫度大約在九十到九十六度 C 之間，而最適合喝咖啡的溫度應是八十五度 C 左右，也此溫度下可讓您品嚐到咖啡中甘、苦、酸、香醇等均衡的口感，而這也代表的是 85 度 C 品牌希望產品呈現給顧客都是最優質品質、最美味、超值的精神，也期待消費者到 85 度 C 消費都能感受到品牌所帶來的甜蜜幸福動。

2010 年 11 月 85 度 C 榮獲上海第十二屆 FHC 國際烹飪藝術比賽烘焙技藝類類和乳酪蛋糕製作類雙料金牌。85 度 C 正式回台上市，股票代號 2723，名稱：KY 美食。全球 482 家門市，大陸 152 家，台灣 325 家，澳洲 4 家，美國 1 家。美國爾灣單店 1~11 業績創下高 800 萬元美金全新紀錄。

二、門市作業基本認識

1. 收銀機功能認識與操作

利用 pos 機來為客人服務，靠近外側的為 pos1:外送多半利用

pos1，較於麵包房的為pos2。兩台pos都可為客人點餐點、飲料、蛋糕，可注意客人如買飲料會詢問是否需要其他蛋糕或麵包，反之買麵包、蛋糕類則會詢問飲品咖啡之部分。

如有特術的特價活動或商品資訊也會在結帳前告知客人請客人參考。

2. 店舖設備之維護與保養

除了定期的檢查店內物品使用期限之外，還會不定期的清潔，大部分都會在大夜時段，因大夜客人數較少，所以會做較詳細的清潔工作，例:詳細的洗茶桶、所有封膜機擦拭、咖啡機整潔、調理區配料管子的清潔…等

如設備受損或該更會則會與店長連繫，或者打35039090專線請總公司人員協助處理。

3. 發票與各種單據之使用

發票機:一捲發票數量為250張，有收執聯跟存更連，每兩個月會換月份發票。發票上都有編號，不可跳號使用發票

結帳時會有發票以及熱感應紙的消費明細，兩張都要給客人。

明細雖然沒有對獎、抽獎等用途，主要功能在於提醒客人今日所消費品名、金額服務人員是否有出錯，加以合對。

三、顧客服務

一、本店十大條例

1. 給客人親切的笑容<笑容是最簡單的服務>
2. 讓顧客有賓至如歸的感覺<像家人>
3. 保持愉快的心情上班<因為帶給客人快樂>
4. 別把顧客當顧客，要把顧客當朋友<展現親和力>
5. 努力將服務做到超越客人期待
6. 親切有朝氣的口號
7. 常說請、謝謝、對不起
8. 要懂得顧客需要什麼，盡量滿足顧客需求
9. 與顧客互動
10. 主動告知門市優惠活動訊息

(二)、主要活動流程:

口號:

1. 歡迎光臨 85 度 C，(其他同仁聽到也要跟著喊)
2. 麵包師傅麵包出爐時會喊:新鮮麵包出爐喔!(同仁聽到師傅喊大家也要跟著喊)
3. 對於外帶離開客人，謝謝光臨請慢走(其他同仁聽到也要跟著喊)
4. 對於內用客人，謝謝光臨請慢用(其他同仁聽到也要跟著喊)

以上口號只要是來店客人都要喊，不管有無消費，不管是不是重複同一人。

例:客進入麵包房看看麵包就要喊 1 口號，無聊在晃出去就要喊 3 口號，結果客人沒離開店只是去看蛋糕櫃看蛋糕，之後又進入麵包房 1 次，口號要再重複喊一次。

四、顧客忠誠度

評價卻有品質的蛋糕，享受最高檔的鮮選鮮味。且有明確的產業定位，使客人覺得花的每一分錢都有它的價值，也大大提升購買意願。

當然環境還是會影響企業的經濟及顧客購買意願，為此不時給予促銷活動、以及參與不同企業給予折價券、午茶兌換卷，使客人體驗咖啡、蛋糕輕食的感受，希望在顧客頭腦裏面刻印下 85 度 C 的名字的深刻印象。

五、提升忠誠度

製作過程全程透明化，麵包房部分師傅製作麵包、蛋糕房的蛋糕製作，全採用透明玻璃，使客人可以看到師傅們的製作過程，把一坨坨麵團、一粒粒奶油、一顆顆草莓，搭配不同組合不同變化，更添加了不同的層次

如果上班中無法臨店的客人也提供外送服務，而致店的客人則如果優惠活動也可參與。

六、顧客滿意

當顧客的滿意度累進起來將會是給予企業莫大的鼓勵以及動力，在滿意度下累積的常客，在慢慢的累計下也提供了我們更知道方向，知道社會大眾的喜愛。

與客人互動、記取熟客的習慣，有時客人還會回饋給我們，我們所沒注意到的訊息，如近期咖啡較酸、叫苦…等等。

客人給予的信任與滿意，更使顧客願意主動詢問客人心目中所喜愛的產品。

七、店鋪銷售作業流程

1. 飲品

當客人來店，手舉高 大喊歡迎詞(歡迎光臨 85 度 C)，並為客人點餐確認蛋糕品種及飲料。

點餐時有幾點必定詢問(品種、冷熱、甜度冰塊、、外帶內用是否需要提袋、熱的及海岩有奶泡類的則要詢問封口還是蓋蓋子)並在確認完餐點的時候推銷當季活動，收錢、找零、單號都要重述一遍給客人。

2. 蛋糕

確定品項之後，則詢問是否需要蠟燭(歲數或者問號)、盤子個數。如客人是先付錢擇日再自取，要跟客人留下電話、取貨日期與時間、姓名、註記盤子及蠟燭、並標註付清或者未付款、簽點餐服務人員姓名。

4. 麵包

全部點完之後與客人和對麵包、如客麵包過多則與客人說有總共多少麵包、多少錢順道推銷當季貨動或者一旁的加購區商品，結帳之後則要將收據、發票、找零一併給客人。

裝袋時則須提醒客人哪些吃不完需要冰起來。

※1. 出餐之後客人如內用 則大喊謝謝光臨請慢用，如客人離開則要喊謝謝光臨請慢走。

※2 如早上師傅出麵包，師傅會喊新鮮麵包出爐了，同仁聽到也要一併喊新鮮麵包出爐了！

※3. 如蛋糕是剛做好，因內部蛋糕體是急速冷凍，所以要提醒客人大約需再放置多久會比較好吃。看客人是否執意選擇此品項

八、突發狀況之處理

狀況 1: 客人買 10 杯招牌咖啡半糖，回去之後發現全部都沒加到糖。

處理: 真誠的道歉，確認地點如果很盡可幫外送，稍遠可能要依現場狀況允許，或者與客相約時間，請客人重新來領取 10 杯半糖，而做錯的則贈送。

狀況 2: 刻點茶類飲品，茶湯剛好用完

處理: 先行道歉，告知茶湯要煮約 X 分鐘，客如果願意等請客稍做，如不願意看要換飲品，還是退費。

狀況 3 客人夾取麵包不慎掉到地上

處理: 安撫客人，詢問客是否還要同品項麵包，要則在夾取新的給客人，掉地上麵包則報廢，併地板清潔。

內部把關：

總公司會每個月不定期派出神秘客，製造狀況並評估服務人員處理態度加以評分，格定期則會派出稽查人員總體內部評分，為顧客所有品質、服務做把關。

而公司教育方面則通以客為尊，麵包、茶飲本身成本較低，學習變通性也是公司交予人員的課程之一

九、 店鋪管理工作

(一)、各項標準作業流程

飲品:點餐->調理->出餐

麵包:點餐->裝袋->詢問是否需要飲品 OR 加購商品->出餐

蛋糕:接受點單->詢問包裝(裝是否個別包、蠟燭、盤子數量)->麵包、飲品是口需要->結帳出餐。

飲品部分：

客人一到店門口即要喊口號(歡迎光臨 85 度 C)，幫客人點餐時要詢問冰的還是熱的、大中小杯、甜度、冰的則需問冰塊，熱的則需問封口或者蓋蓋子、確認飲品杯數以及金額並詢問是否需要其他蛋糕或麵包，有促銷活動的時候也要詢問是否要參與促銷活動。

收銀要清楚的說出收多少錢，找零多少錢，找零時要順道給予發票以及領取單號。

出餐時則要大聲喊說來賓號碼、內容品項，客人領取時切記核對單號是否正確，並大聲喊出送客用語(謝謝光臨請慢走)

蛋糕則是確認是否是這種蛋糕，8、6吋要詢問是否需要蠟燭以及盤子數量，並引導客人至收銀機前方，在點單過程中順便詢問是否需要其他咖啡或飲品。

麵包部分:在點單過後跟客人確認今天購買麵包數量，推銷今日促銷商品以及詢問客人是否需要咖啡飲品，在詢問過程中可先著手幫客人包裝麵包，收銀多少、找零多少，要喊出來，客人離開麵包坊的時候就要喊送客口號，如果客人離開麵包坊又進來迎賓口號還是要再喊。

(二)、飲料調製及蛋糕製作

飲料調製:分為咖啡、飲品、冰沙，三個調理單要背，會依照咖啡、飲品、冰沙一次考默寫，通過之後才由其他同仁教調理如何製作，以及注意事項。

蛋糕部分：這個是只有要學做蛋糕人員在需碰觸的，並不是所有同仁都須學會，蛋糕雖然有說明書，但還是需要有人員在旁教導，蛋糕所重視的並不是像飲品單一樣用背的，而是經驗，人員教與的是如何看奶油打發程度、擠花技巧，以及裝飾、擺設。

(三)、考核獎懲制度

獎勵:

口頭鼓勵、上班時數、工作內容委託多寡

懲罰:

調理未過，重考，如不適應則辦辦

懲罰則視事情大小，小事口頭責罵，大事情例如客速則要寫員工守則

10 條每條個寫 10 次，並到總公司上課受訓，寫事後心得報告。

遲到 10 分鐘限額，超出時分鐘則一分鐘以 10 塊計算，例如超出 11

分鐘則扣 110。

十、店內管理介紹

上班打卡、男生戴帽子女生帶頭巾、男女皆穿圍裙、私人飲品餐點不能放置工作檯面、不可在客人視線範圍內用手機、店內不能出現美工刀、鋼刷等物品，洗手台內不可有清洗用具(使用完就馬上要歸位)、3 點下班人員要完成補貨工作才可下班、記錄各原料用量、溫度、維修保養檢查時間、所有原物料是否新鮮未過期。

第三節 連鎖企業經營管理實習

一、連鎖說明

「我只是有點成績，卻還沒有成功」，以 85 度 C 為品牌，創建咖啡連鎖加盟體系的美食達人企業董事長兼總經理吳政學說，台灣的市場規模太小，包括 85 度 C 在內，連鎖企業再怎麼用心用力，充其量也只能衝出三〇〇多家店的格局。

吳政學表示，自己的理想是將品牌推向國際，或至少在彼岸開疆拓土，等店數超過千家後，才叫做真正的成就。儘管吳政學口中的「成績」，離自己定義的「成就」還有一段路要走。

1. 以不到三年的時間開出了二八七家門市，成為店數最多的品牌，市占超過三〇%；
2. 從二線城市、住宅商圈起家，以鄉村包圍城市策略，布建連鎖網路；
3. 一年用掉二百萬磅咖啡豆，一舉將供應商卡塔摩納公司推到咖啡豆進口商前五名內；
4. 開店失敗率低，號稱所有店都賺錢。月營收超過二百萬元者有三十家，低於百萬元者只有二十幾家；
5. 造就了千萬富翁，集團創業股東中「年薪+紅利」逾千萬元者超過十人。

85 度 C 在台灣連鎖咖啡市場已成為繼壹咖啡之後的另一傳奇。同樣都是發展連鎖，85 度 C 在兩年內就成為連鎖咖啡市場的 Local King，有幾個重要關鍵：

1. 以「咖啡+蛋糕」的產品組合，擴大客源打擊面。
2. 以五星名廚作蛋糕的訴求，強化了產品差異性。
3. 庶民化訂價策略，增加了客人消費頻率。
4. 「三角窗」的開店立地策略，提高了品牌能見度。
5. 與具「產銷合一」背景的原物料供應商合作，從源頭掌控品質。
6. 創體系就設中央工廠，徹底掌握產品的質量。
7. 利潤分享，員工除薪資外，視貢獻度與工作績效，依階級按月發放績效獎金。
8. 組成研發團隊，商品定期推陳出新。
9. 落實標準化作業流程，配合不斷的教育訓練，降低加盟主操作門檻；
- 10 以外賣外帶為主的經營業態。

前述十大元素，相互為用，發揮綜效，讓 85 度 C 以極快的速度竄出。在達到經濟規模後，採購與營運成本自然隨之降低，讓總部更具競爭力，形成「善的循環」。吳政學說，85 度 C 不是用「高薪挖角」請到五星級烘焙達人跨刀，而是以「共同理念」號召創業夥伴共襄盛舉。

只有國中畢業的吳政學，從出社會就一心想創業當老闆，他說，就是因為自己在連鎖加盟產業中累積了十幾年經驗，洞悉市場生態並找出過去失敗原因，轉化為成功基因，才能愈做愈有把握。

綜合整體而言：

對於零售業中如上述，一舉將供應商卡塔摩納公司推到咖啡豆進口商前五名內；他也如連鎖的鐵鍊一樣，把上游也拉攏起來。當然受益的不只有咖啡豆還有麵包，蛋糕等原物料，牽動所有小產業的經濟起飛。對企業對社會也造就了許多工作機會、造就了很多富翁、更因連鎖的堅持設立了中央廚房控管了所有品質，使一切都是善的循環

開咖啡連鎖店是今年最火紅的連鎖加盟事業之一，在日前舉行的連鎖加盟展中，「咖啡 85 度 C」打出五星級點心師傅的保證及加盟就送機車的促進方案，一天內就有 5 件加盟案成交。

85 度 C 在加盟展現場上，有前歐華酒店點心房倪世豪師傅、前亞太會館點心房鄭吉隆師傅、前凱悅飯店尹自立師傅，以及高雄漢來飯店點心房古建隆師傅等五星級四大名廚現場表演，

創立 85 度 C 的美食達人公司總經理吳政學表示，咖啡跟蛋糕已成為生活消費品，而產品口味的優劣跟區域化經營則成為勝敗的關鍵。樹立「精緻、優雅、時尚、平價」的定位與行銷策略，讓 85 度 C 在咖啡連鎖市場中成為強勢競爭品牌。

二、連鎖加盟制度

1. 開放加盟地區

台灣全省....(目前高雄,屏東,台東無開放,因為蛋糕無法配送)

2. 說明營運分析

平均營收(萬) 150

平均毛利 毛利 蛋糕 35%，飲料 65%

平均毛利率 蛋糕 35%，飲料 65%

平均人事費用(萬) 17~25

水電瓦斯費(萬) 3

其他雜支(萬) 3

平均獲利(萬) 42

預估投資金額(萬) 280~350 (建議準備 400 以上吧)

預估回收期(月) 8~10(今年開的建議往後延半年吧)

3. 加盟準備金

複合店約 280~350 萬元

共 計 350 萬元

說 明店舖別 大型複合店

=====

店舖面積 約 25 坪以上

創業資金 約 380 萬元

房租押金 不含

契約期限 2 年

4. 教育訓練

加盟總部提供店舖約 7 天之專業訓練課程(含操作實習)，課程內容如下：

開店及打烊作業

經營成本控制

吧台作業

顧客關係及促銷管理

原物料控管及品質控制

表單及數字管理

蛋糕裝飾技巧---7 天

機器設備維護

員工培訓---7 天

(公司課程及直營店舖現場操作教育訓練)

開幕人員進駐輔導 5 天

輔導人員之食、宿統由加盟主負擔

加盟專線：0800-783168

全球加盟專線：886-4-3503-9090

三、連鎖國際化

2006 年 9 月 澳洲第一家門市開幕。

2007 年 12 月 上海第一家門市開幕，全球年營收達 27 億

2008 年 8 月 澳洲中央工廠成立。

2008 年 9 月 美國第一家門市於加州爾灣開幕。

『85 度C 至8 月中為止，計有25 家直營店，277 家加盟店，共 302 家店，直營店占十分之一都不到，換言之，85 度C 的成功靠加盟店。

吳政學說，「我計算過，只要規模經濟做大，成本自動攤銷，於是，加盟店快速進行，一年後全數正式轉虧為盈。吳政學採「自願加盟」而非「委託加盟」方式，自願加盟只要繳一筆加盟金，由總店輔導，統一向總店採購原料，未來所有利潤歸加盟店所有，結果，一家一家加盟店拓展，至今年已突破300 家，營業額一年跳三倍，獲利倍增。

吳政學採三贏策略：加盟店生意越好，向總店採購原料越多，總店可賺的採購錢越多，例如，現在一年可採購200萬磅的咖啡豆，擠入前五大。消費者可經由高平質平價方式，得到最大的滿足。

連鎖店巔峰 迎接挑戰以台灣的人口數而言，吳政學認為320家是最適合的經濟規模，要讓加盟者都賺錢，不會惡性競爭，自相殘殺，今年已達到此規模，吳政學說，下一步是發展多元化的營業項目，例如發展麵包等，與拓展海外市場，以擴大營業額，維持高獲利。

目前直營店有麵包項目，占營收的45%，比咖啡、cake的35%、20%還高，但是吳政學承認，麵包比較複雜，單是師傅的訓練就不是那麼快，不像咖啡與cake的快速複製成功模式，需要時間。

今年先在14家直營店進行，第一年目標是8家，未來擴至60家，下一步才會擴及加盟店。

85度C目前已在全球60餘個國家註冊，將由台灣走向全球，今年第四季進入大陸市場上海開店，並跨足澳洲和美國展店。吳政學承認，海外需要重新了解，大陸市場預定要花1年時間，建立海外成功模式，因此，這一年對85度C相當重要。吳政學的願景是希望30年在大陸開設18000家，讓85度C台灣品牌成為兩岸最大的咖啡、蛋糕複和式餐廳品牌連鎖店。』

第四節 行銷企劃實作

一、策略規劃

(一)產品策略(Product)

85 度 C 的產品主要是咖啡和蛋糕，五星級的產品並且針對飲食習慣和季節來提供商品，不同的特殊節慶還特別推出限定蛋糕。而且 85 度 C 對於產品的創新度也很講究，並在每次的蛋糕製作中標計出貨時間以及日期確保品質。

(二)訂價策略(Price)

85 度 C 的訂價策略可以說是的「五星級的品質、平民化的價格」，在茶類上他們只銷售在 40 元以下，咖啡、蛋糕類也走平價路線。以最低成本低價位提供最符合消費者需求的商品。始每天早上需要一杯咖啡提振一整天精神的客人一個銅板有找。

(三)推廣策略(Promotion)

85 度 C 在價格上打低價位，在平日做產品特價促銷，特殊節日或者特殊活動時則由文宣、口頭、網路方面做產品推銷。

在產品的宣傳上也沒有做太多的廣告，也未曾有見過在電視上有做宣傳，但是他們很常在類似財經周刊等商業性質的雜誌報紙上去宣傳他們的創業歷程跟 85 度 C 七次的會面洽談才招募來的五星級蛋糕師傅的過程等等，來去營造出創業理念，並且推廣說他們的產品是經由五

星級師傅的烹飪手法和低價格售出。

(四)通路策略(Place)

85 度 C 行銷的對象是從鄰近的國中小、上班族等等的顧客，價格低廉平民化是 85 度 C 的主打，所以可以很容易的吸引到一般大眾。

晚上部分則是以麵包加價等產品來吸引消費者為明日早餐做準備

就地點而言，85 度 C 堅持開店必須要開在三角窗，因為三角窗的店面可以帶來高聚客力吸引許多顧客人潮，並且可以提高店面的曝光率

(五)預測行銷成果

行銷方式:人員口頭行銷、異業結盟、網路及文宣、大型活動

人員口頭行銷：

多半已加購價為主要每日例行行銷工作，雖然每天都會現做吐司、三明治、麵包，但有些商品可以放 2~3 天。

有新鮮現做的，但又有些商品可以放置時就會以半價加購為推銷手段，或者是不定期的嚐試行銷方式，三個種麵包(價格 20~22 內的)組合價 50 元、消費滿特定金額送吐司麵包、10 元麵包商品 5 入 35 元，買 5 送一...等。

預測結果:普普 這種人員口頭行銷的方式也只有親臨店面才會得知，而且這種行銷活動是不定期的，只能稍稍帶動點當日業機，並看不出來有大幅改變

異業結盟:給予優惠卷、午茶品嚐卷、使用悠遊卡...

預測結果:效果不錯，能增加與客人接觸的機會，時常看到客人拿著蛋糕卷、咖啡兌換卷來店兌換。

悠遊卡部分，做活動除非是平時較受客人喜愛的咖啡品項(拿鐵、招牌、美式)，較為明顯的業績提升。不然的話就其實效果較為不佳(如近期推出的海岩系列第二杯半價)就較少客人提及。

實體海報文宣：活動開跑時，總公司會給予海報文宣。或者個別店家的單一活動製作菜卡。

預測結果：效果普普，除非是有搭配網路廣告，不然也只是提點客人有這活動。曾有新品水蜜桃系列飲品的活動文宣，但效果不佳，還是要看客人喜愛飲品種類。

麵包部分買五送一、消費滿 70 打 9 折，也只是讓客人多買轉點數量而已，但有時候會遇到客人退掉原本夾取的麵包改買活動商品麵包的狀況。

大型活動:臨店消費指定飲品第二杯半價、8 月 5 號全館 85 折、特定節慶蛋糕飲品...等

預測效果:極好，大型活動一出時網路、文宣、廣告、看板車...等同時祭出因外送並不參與活動，甚至有客人改自取。全館 85 折時營業額還翻 3 倍。

二、執行行銷計畫

近幾年大家提倡方便性，有許多店家紛紛與悠遊卡公司合作。

如 7-11、各家銀行信用卡，85 度 C 也不例外。

今年 85 推出了一連串的活動都是與悠遊卡有關的，如最近的〈持悠遊卡/悠遊聯名卡/icash 悠遊卡付款〉購買指定飲品，第二杯半價。從最近一連串悠遊卡的活動中可以帶動人們使用悠遊卡的慾望，也帶動了 85 的業績大幅成長，顧客原本可能只需購買一杯飲品，會因為活動的心態而多購買幾杯，也有學校因為這個活動一次訂購 62 杯來請學校老師。

而因為店內有活動也會帶動人潮聚集，相對的其他沒有在做促銷的商品也會被顧客看到，如活動期間內客人來購買咖啡，也會順便買個小蛋糕來搭配咖啡，蛋糕與麵包的業績想對的也成長許多。

比沒做活動時業績成長 10%，但為了讓顧客有新鮮感而不是覺得常常有這種便宜事，公司都會有時間的限制，每個活動檔期大約持續一個月，結束後會有一段時間沒有促銷活動。

有許多的客人其實並不會注意每個活動的檔期，所以雖然檔期已經結束了，可是還是有需多客人會來買咖啡，而雖然沒有了活動還是多少會買些東西。

此外 85 堆出了一連串相關活動，也讓在這景氣不好的時期，還是多少可以維持營業額。

三、建立行銷控制系統

(一)85 度 C 行銷控制

85 度 C 於早上的上班族及明天早餐而採買的消費族，通常會分為三個區塊，飲品、麵包、蛋糕，不同的產品可變化性不同，如何行銷這些也就變成人員訓練最重要的課題了。

麵包部分:需配合師傅，推出新品試吃、促銷商品組合，而師傅那邊會記錄麵包出貨數量加以統計，在跟我們外場人員溝通找出最受歡迎的品項、數量以及促銷手法。

飲品部分:變化則較少，如何在巔峰時間內把店內顧客跟外送控制得好卻是一件不容易的事情。

蛋糕方面:蛋糕就比較特別一點點了，除了要思考昨日銷售量、現有庫存以外，如何叫貨也是一個課題之一。

因為 1.3.5 叫貨 2.4.6 進貨 所以常常平日要計算隔兩天的量，

而禮拜五就要更省思，禮拜五叫貨，禮拜六進貨，日沒辦法叫貨，禮拜一叫貨禮拜二進貨會跨四天，所以要計算的好不然會變成缺貨的情況。

(二)在事前的準備也就是備貨或者事先審視今天所有的庫存表

飲品部分:早班會有一個是較早上班的人員 6.30 的班

一來先檢查所有茶湯是否充足，果糖、熱水補足，以及存備咖啡液。

早上顛峰時間各分為兩批早上 7 點~8 點半甚至九點會常常看到上班族聚集來買咖啡，中午 11.30~12.30 也會開始聚集人潮。

時長一次顛峰時刻就 30~50 杯咖啡飲品起跳，在加上外送可不得了，

因此會先把茶湯備齊、咖啡液打起來方便客人一來就直接製作。

但咖啡液時效只有半個小時(熱騰騰咖啡液放置冷大約時間，冷了的咖啡液會變酸品質會變差)所以時間上須拿捏。

麵包部分則以是吃新品以及組合促銷折扣為主要，並與師傅討論如促銷加購商品銷售完之後下一個補上的商品以及促銷方案

蛋糕部分:巡視牆上訂單、檢視庫存表，並巡視蛋糕櫃未賣完商品，開始思考今天要做的蛋糕並且開始叫貨(必須要在中午以前叫貨完畢超時不受理訂單)。綜合以上必須要在早班時把蛋糕、飲品、麵包部分控制得好。

(三)事中控制:

麵包部分:早上除了可以直接夾取的麵包之外，師傅也會烤吐司、餐包，這些是需要等吐司、餐包冷卻，人員加以包裝、打標之後才可以上架賣的。

如何搭配咖啡作業，又不錯過顛峰人潮時段包裝完成上架，增加曝光率，時間點必須加以控制並適時巡視麵包吐司類是否冷卻可以包裝。

咖啡:在店峰時段接到外送訂單、自取，離峰時間的備貨重新調整，即使提早存備咖啡液時長也會發現不夠用，會演變成邊打咖啡液，在咖啡液漏的同時進行調理工作。

調理區域必須拿捏現場、電話自取、外送客單時間，有時交叉混著做、有時則必須要先捨棄掉外送部分努力把現場客人、電話自取客人先做好的情況。

分工時會有:

一人專心打咖啡液其餘人手分成飲品、咖啡、出餐(同時間擔)等分批做，或者是出餐時間先後順序現做現場、差不多時間再混著做自取，外送不分先放置等情況。

如電話自取客人已經到擇要開看現場客人等候情況判斷是否讓電話自取客人先插隊先行調理。

蛋糕部分:則必須審視訂單數量以及時間，看是否訂單種類先做(8.6吋、切片)，如取貨時間較晚則先準備架上較少種類商品。例如6吋剩3個(補足量8~12個)、8吋0個(正常量6~8個)、切片量略多，擇優先順序則是8吋->6吋->切片。

(四)關卡控制

常常會卡住的時間在於8點多以及11點多左右

8點多剛好搭配到巔峰時間以及師傅出麵包的時間，人潮最多師傅自然希望我們趕快將麵包上架增加曝光率，這也會影響到師傅的業績。必須學會控場，例如:一人出餐點餐，兩人調理共三名，必須馬上變換一人出餐點餐，一人調理，一人去出麵包(將麵包從師傅出貨架夾取，至店內盤子並且擺上架)。

調理則必須搭配出餐，出麵包人員，出道一定量則要問師父是否還有未曝光商品(如果沒了則先不需要夾完趕緊回崗位幫忙)。

8點必須要在出麵包、調理、出餐、點餐接單中時長跑位當中維持平衡。

10點則必須再調派一人進蛋糕房做蛋糕。

11點則又是另一筆顛繡時刻，這時會開始搭配個上班族外送訂單以及吐司、餐包這些需人員包裝打標之作業。

蛋糕人員則情況出來幫忙。

現場人員則需視情況來完成吐司、餐包包裝打標作業以及外送客人協商大約需等候多久。

(五)事後控制:

巔峰時期一過，麵包部分則需開始準備麵包、吐司、餐包的包裝作業以及與師傅協商今日的促銷方案。

飲品部分則檢察茶湯熱水是否需補齊、咖啡液備置作業以及煮珍珠(需耗時將盡1個小時所以都是等離峰時間準備)。

蛋糕部分則專心做蛋糕並利用剩餘時間準備其餘自製配件、店內自行製作的慕斯、配件以及裝飾。

第五節 店長與管理職務實習

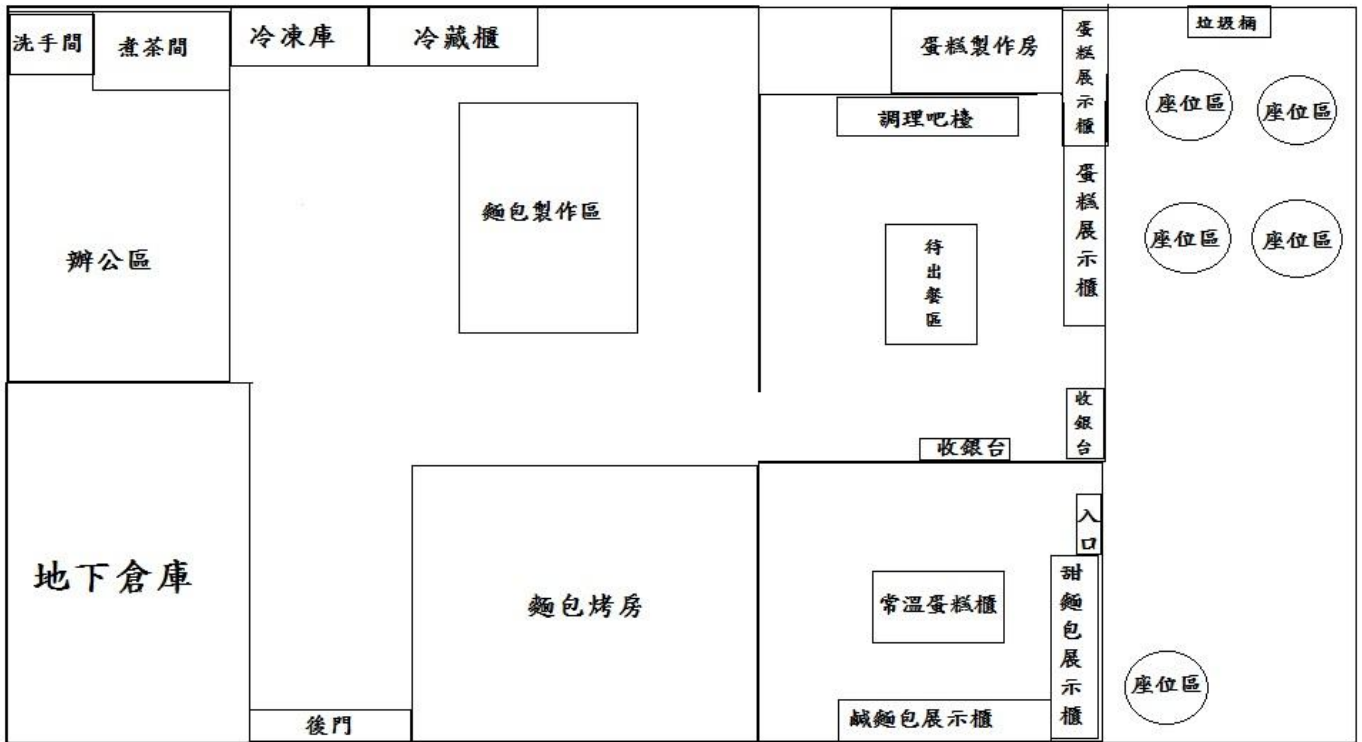
一、認識營業店

(一) 商品認識

飲品系列:咖啡系列、茶飲系列、奶茶系列、冰沙系列、海岩系列、果汁系列

糕點類:長條蛋糕系列、精緻切片蛋糕系列、生日蛋糕系列、造型蛋糕系列。

麵包系列:台式麵包、日式麵包、歐式麵包、三明治、丹麥麵包、常溫糕點、炸類。



(圖三)公司佈置圖

二、認識店經理職務

(一)工作內容及要點

1. 推廣們是近期最新活動，正確積極得面對各種營運狀況。
2. 確實保持門市環境整潔度，以及顧客的需求。
3. 培訓新進夥伴人員，學會尊重工作中的每位同仁。
4. 建造良好的營運氣氛。
5. 在門市非顛峰時間完成營業報表、班表、與師傅討論麵包出貨表、蛋糕裝飾蔬果的叫貨、蛋糕進貨，並在有活動的期間首要學習所有新品製作方式以及活動流程。
6. 在每月定期清潔上，分配工作，帶領同仁合力完成大目標的清潔，並拍照回傳給總公司。

7. 在職班時間運用各種活動，促銷即期品、加購品的販賣狀況。

(二)應具備之基本條件和技能

1. 領導

確保門市營運正常，並保持良好的服務態度，成為門市夥伴的好榜樣，並正確教導新進門市服務人員的工作內容與態度，並且用行動帶領門市團隊氣氛，創造出一個快樂且盡責的上班環境。

2. 督導

依照公司作業目標，定時定期檢視門市環境與作業進度是否順暢，並檢視新進人員學習進度是否到位、正確，且檢視現場人員作業是否符合標準，架上商品是否依照說明書的裝飾，對任何對商品有疑問的地方隨時保持警覺性(例如:麵包長得太醜、小不符合正常樣式)。

3. 協調

在公司糾紛上，聽取兩邊意見並抓取中間平衡點，尋找出最適合的方案來解決方法。

排班上，要想著每個人的課表、個人事情，排出大略的月班表，再推出週班表公佈，依照每位員工的突發事項進行調整。

在總公司、師傅方面進行銜接，也確實讓每位人員正確接收到公司的最新狀況及活動。

(三)領導技巧

軟性

帶領整體店面氣氛，創造出最快樂、最積極、最負責、最努力的上班環境，並視同仁相處情況、課業情況、門市活動，加以排班，創造出最佳營運的環境，在緊急時候，人力分配的溝通，並適時的鼓勵及賞識門市人員。

硬性

在責罵、懲處中讓人員知道事情的嚴重性，調理、糕點製作方面也要有自己的想法與堅持。

在任何事情的思量上都以安全為前題，正確的使用各種器材，且府盒食品衛生安全、顧客安全、員工度促上，必須當著所有人的榜樣。

建立起信任感。

第六節 商業自動化與營運決策實習

一、 店鋪報表研習

門市從早到晚存在著許多報表，進貨、出貨、總公司報表、麵包營運報表、庫存表、班表…等。

(一)商品進貨表

分別為常溫進貨單、蛋糕進貨單、麵包進貨單、草莓收據、牛奶進貨單、乾貨進貨單，所有物品都會搭配著四聯單的簽收、大量的東西都是由總公司運動大貨車的運送。

簽收了就要付錢，所以每次都要確認商品齊全與完整度都正確才能簽收，如果缺少就要馬上畫掉不可以賒欠下次再送，只能另請送貨大哥下次再重新開單，以確保貨源不會亂掉。

(二)營運報表

在晚班 22:00 之後，晚班人員會統計今日(早上 06:00~23:00)來客數量、總營業額、外送數量、外送金額。

麵包師傅則會下班前完成麵包出貨、進貨、活動、營業額的報表。

由店長統一整理並回傳總公司，與總公司確認每天的營運狀況。

(三)蛋糕庫存表

平常門市每天都會製作不同的蛋糕，8吋、6吋、切片，平均每日統計下來不下百個，因此公司會製作七日式表格，填寫著每天的出貨、及進貨，來防止庫存的混亂。

所有同仁都會被要求學習看表格，與客人接訂單時要哪出來對照，確認店內有客人所需的庫存。

(四)訂單與注意事項

1. 訂單

如客人需要大量或者是目前架上沒有的商品就需要跟客人填寫
訂單，

主要內容是姓名、電話、領取日期、是否付清、外送還是自取、特別註記…等。

一般會建議現場致店的客人先付清，比較不會亂。

付清的客人會有消費平據，要請客人領取蛋糕時帶小費憑據來領取。

2. 注意事情

大多會貼在打卡處，讓同仁上班時可先了解今日公司宣導事項，有充足的準備面對今日一天的工作。

二、Pos 機系統操作

Pos 機主要的工作是經由店內商品與顧客接觸，了解顧客消費狀況，正確的輸入顧客的商品內容，結帳、找零。

是點餐與出餐都會接觸到的重要站點，積極有好的態度是非常重要的，報表、事項查詢、品項設定、顧客消費上都需依靠的不會走動的工作夥伴。

Pos 機系統功能

發票設定、報表查詢、悠遊卡交易、商品販售交易、現金交易、退貨單處理。

第七節 物流與供應鏈管理實習

一、供應鏈管理

85 度 C 為了達到最高品質的服務在物料方面為了確保品質，都會標名日期，並註記有效期限，在時間上嚴格把關。

1. 咖啡方面的咖啡液全部採用手工現打的方式，如真遇到顛峰時期才可現打。

但都會教導新進人員咖啡打出來最新鮮的時效是 30 分鐘，因此要人員學會拿捏量。

2. 鮮奶方面全採用林鳳營的鮮奶，1.3.5 在進貨時會教導人員拿捏數量

3. 蛋糕方面 1.3.5 訂貨 2.4.6 進貨，而蛋糕本身都是蛋糕體方式進貨，奶油及裝飾是來到店裡之後，蛋糕師傅在裝飾的。

蛋糕體本身有奶油，巧克力種類的保存期限也都會因奶油多寡而保鮮期不同。

4. 至於麵包部分全都要求當天現烤現做的，至於原物料要採用半成品進貨方式或者是最基本的麵粉搓揉起則要看師傅，如果試半成品就是由中央廚房統一進貨，如果師傅有時間的話，總公司則會提供獎金鼓勵師傅。

5.

在訂單方面，也都一樣

麵包訂單方面:因為麵包必須要冷的時候才能包裝，否則會在袋子內有水氣使麵包吃起來軟爛，也都要與客人接洽，盡量會接洽 10 點以後的。

蛋糕方面:也是需要製作時間而蛋糕體本身也會要退冰，否則內部仍然是處於結冰狀態，退冰時間大多是兩個小時，而人員基本上是 10 點才會進去做蛋糕。

因此多半是建議客人 12 點以後的訂單，如果逼不得已也只能提前一天先做好並冷藏。

在服務方面也會要求制服整齊，帽子、襯衫、圍裙、名牌，缺一不可。

環境方面也都會要求整潔，如有麵包紡方面，葷食、素食，麵包會再擺放位置以及夾子上會加以區隔。

二、倉庫庫存管理

存放管理方面會盡量以陰涼為主，如店內備有地下室就放置地下室，如無地下室的話則盡量放置陰涼不受日曬為主要原則。

1. 乾貨方面: 杯子、罐頭、袋子、奶精、糖漿、包裝盒…等，全都統一放置地下倉庫，並且為求乾淨整潔，會要求早晚班各補一次貨，其餘得依舊放在地下倉庫。
2. 蔬果、鮮奶類則全部都是以冷藏為準
3. 蛋糕體本身、以及師傅的麵包半成品則要求放置冷藏在所有物品上面都會加以標明保鮮日期，連乾貨也不例外咖啡、奶精等等都會蓋上生產日期的印章，並要求先進先出
4. 茶飲方面也都會要求門市人員注意製造時間並標計有效到期期限。
5. 庫存方面則也都會註記出貨數量以及進貨數量，所有事物都會加以嚴格把關，並且會在每個月月底進行點貨紀錄，來確認是否無誤

三、運輸管理

對內

在貨源方面，大多原物料都是由中央工廠準備，牛奶、乾貨、蛋糕(包含蛋糕配件)接由門市人員在每週的訂貨日(12點以前)下訂單再由總公司的貨物車送至店舖的，而送達的時間不一定，因為每輛貨車會在著不同店舖的貨源一次跑，所以也要看每位司機今日送的點跟司機本身安排路線的順暢度。

麵包以及常溫蛋糕方面則要看師傅叫的數量，牛奶、乾貨、麵包、麵包、常溫都是由不同的貨車送來的，當送來之後就要交由人員盤點今日數量是否正確，並在簽收那邊簽名，有時蛋糕的部分會一同送來公司新規定的公告，乾貨則事會搭配的是文宣及海報。

如果缺貨物品通常要等當日司機送來才會知道沒貨，貨已如果特殊節慶活動叫貨時必須要機警一點，如當日發現缺貨則要在品項上劃掉並註明缺才可簽名，如沒發現就簽名就要算有到並付款。

對外

飲品方面 200 元即可外送，如果只單點麵包或蛋糕方面則要加到 400 元才可外送。

如是在店舖附近的店家(步行就可到的距離)，有時會不看限定金額就外送。

外送單接洽方面，必須詢問時間、地址、電話、姓氏。

三、供應商管理

85 度 C 利用大量採購來降低物價成本，對於較大的東西則由總公司負責、把關，例如蛋糕、麵包半成品、咖啡豆…等都是由總公司負責大量採購、準備，再由個別店家進行訂購作業。

至於草莓、水果等部分則由店家個別採購、審查…以求新鮮。

畢竟像是蛋糕裝飾的草莓、水蜜桃…等水果，畢竟還是有產期的問題，就像是夏天梅雨季、冬天寒流來時影響到草莓的品質，使得訂購的草莓品質偏小、熟透、軟爛的較多的話，就不適合訂購台灣出產的草莓，就可能改訂購外國種的草莓。

第八節 消費者行為分析實習

一、立地條件調查

結構：

門市附近內有農會、住宅、學校、工廠…等毒群，而店鋪則選擇十字路口地段。

人流量：

入店人數約 500 人

顛峰時間分別為：晨間約 6 點半開始陸陸續續有人潮來店，7 點~8 點半為一日最忙，11 點到 1 點為第二波小顛峰，晚上約 5 點到 6 點半較為繁忙。

稍稍有客人的時間會持續到 12 點左右，過了 11、12 點之後，會明顯感受到街上漸漸的沒有人，過 12 點之後大夜班營業額最慘只有 800 而已。

二、消費者行為調查

(一)消費者習慣

門市店面附近有許多工廠、學校、菜市場、餐飲業等不同的商圈，上班時間也不相同，最常消費的族群為家庭主婦、上班族、學生。

(二)消費時間

上班族主要消費時間為上班前 7~8 點，也造成了營業上的顛峰時間中午有些上班族群會出來買飯因此 11~12 點為小顛峰，附近工廠如果趕時間或者是無法外出的話也會用外送的方式叫飲料。

學生族群大多都是放學時間為居多，4~5 點的時間，來店裡看個蛋糕，買杯飲料，較少參與外送的部分，如真有外送大多都是同學生日，或者班級性的活動叫的外送。

附近家庭方面則是晚餐時間過後來店消費通常是為了隔天的早餐做準備，除非是家庭活動，或者人數夠多。否則較少參與外送活動。

三、價值與態度

(一)上班族群:大多購買時間於上下班顛峰，或者是上班中的外送，在時間方面較不願意等待，較沒耐心，與人員相處也較簡短。

(二)學生族群:通常消費時間都是下課時段，在金錢方面也較有限，因此都會與人員討論價錢、內容物，選擇自己喜歡的東西，相處也較為友善。

(三)家庭族群:大多都在晚上來買，因為晚上會有些即期品的販售，就會成為主要銷售目標，雖然與服務人員詢問的時間較長，但常常會面臨到客人只想購買即期品，不願意符合即期品加價購的活動，或者時符合條件卻想購買較多樣，有時會變成與服務人員爭執。

四、人口資料與顧客系統管理

85 度 C 主要規劃為用低廉價格的享受，五星級的品質與服務本店採複合式餐飲，提供麵包、蛋糕糕點、咖啡飲品、以及外送等服務。

目標族群為附近國中小、住宅區、以及工廠廠房等皆為客群以 85 度 C 為所有視覺重點，建立客人容易記起這名子的方式，只要想到蛋糕咖啡就想到 85 度 C，在 2006 年底以 30% 的市占率，首度超越統一星巴克的 23%，躍升為國內咖啡蛋糕店的本土天王 (local king)，目前也在率需增加中。

第四章 實習心得與未來建議

第一節 實習心得

一、對企業（或公司）的看法與初步看法的比較

在實習以前對 85 度 C 的印象僅限於蛋糕而已，本身不太愛吃甜品，但卻在特殊節慶中總知道有個地方可以買的到蛋糕，這就是我對 85 度 C 的第一印象。

正式進入門是上班的第一天，正於巔峰時間的 7 點，同事們都在專注於手頭的工作，沒有時間互相交談，看著同事俐落的手腳讓人備感壓力，還好以前有在餐飲業待過，以致於不會不知道自己能做甚麼，但短時間內盡量幫著同事的作業也努力表現自己可以。

在一陣忙亂過後，才開始做著簡略的介紹，並且先教我入門該做的事物看著每個事情都會有一定分類，製作方面也有固定的調理表，再開封與未開封的原物料上面也都記住著很多不同的時間，只為了讓顧客購買到品質一致而且新鮮的產品。

二、實習後與實習前的期望比較

在進門是實習前，雖然覺得本身做過餐飲業，但其實心中還是很怕一種東西，叫做調理表，對於背科很沒自信，很怕在這裡卡住，但跟同事相處、熱絡了之後，大家毫不吝嗇的傳授各自背的方法，也都會開著玩笑說著彼此當初考了幾次才過，經過幾次分享的經驗，很快的就考過了自己最害怕的背科，也發現很多東西，想像比現實可怕。

當店長叫我學做蛋糕的時候也是，本身沒有糕點經驗，做著做著就會發現，其實只是固定幾個方式，不同的變化而已。

三、實習最難適應或最難過的事

在每個新的工作最難適應的時間就是前一個月，以前工作的都是晚班換成早班之後，起床的時間就變成 6、7 點甚至有時要 5 點就起床，每天持續的工作，起床總會特別勞累、雖然錢賺得多但每天回到家的疲憊會很想讓人放棄。

第一個月的每一天都帶著害怕度過，怕自己會遲到、怕自己調理表背不起來、怕自己下班之後睡了晚上會睡不著、在很累的情況下還要背著調理表、第一次考試沒有過會想著真的是很困難。

每個禮拜最想到的時間就是禮拜日，想著回到家可以不顧一切的睡覺，不用擔心晚上會不著、明天會遲到，到學校之後也絲毫不會有上班的壓力。

在新手的過程中，總會有做錯的時候，蛋糕做太醜、飲料泡錯、數量裝做，雖然總會提醒自己要多注意一點，但勞累中只要一個晃神，初做被罵總是難免的，一次次鼓勵自己撐下去成了自己最難忘的事。

四、實習最大的收穫

在實習中為期一年的合約，綁著每位實習生一定要在同一個地方工作，不可以離開，藉此培養著每個人的抗壓性，面對事情，面對爭執，面對不同的意見，如何化解一切不開心的場面，努力撐過著一個月又一個月的時間，這對還在讀大學的男生，可能就會像另一種當兵吧。不管你喜不喜歡這份工作，想辦法讓這工作喜歡你，抗壓性跟應變力成了這最後一年的時期，給我最大的收穫吧。

五、實習甘苦談

真的很多東西大家都知道是辛苦的，卻還是努力拼了選擇了這一切，為了只為了成功之後的成果，雖然從大一開始就會面臨到種種困

境，報告、期中考、期末考，常常要面臨同一個禮拜要擠出多科的報告會變得很辛苦，在夜深人靜的時候也會問自己為什麼要讓自己這麼辛苦，會想著這個時間大家都還在熟睡著，為什麼我在這個時間還會醒著，但往往熬出成果之後，是對自己的一種肯定，會增加很多的自信心。一磨練就是磨練了三年的心態，到大四之後還是會遇到狀況，常常在工作中也會想著為什麼，但已經知道撐下去就會成功了，想著這只是以往辛苦的升級版。

以前面對不會動的報告，遇到困境就起來走一走、散散步、喝杯水，甚至偷懶睡個午覺，但現在是實習、是上班了，要讓自己背著困境繼續往前走，不停歇，在 9 小時的時間內即使再累、在難過，也要等打了卡才能真正的讓自己累癱，讓自己練出一個銅牆鐵壁的肩膀與內心。

六、若再選擇一次，仍願意實習嗎

當然是願意，只要有任何機會可以自己找困境，來訓練自己、來逼自己成長，這就是一件好事情，雖然辛苦了一點，但當你下次面對同樣的事情，這對你來說這已經是件輕鬆了的小事，並且在畢業以前累積實務經驗，讓自己面對未來的就業市場，更有求生的能力。

第二節 未來建議

一、對實習制度的建議

這一年的時間，常常會面臨到很多困境，常常也跟主任抱怨著很多事情，期望能讓學校再給我們一次重新選擇的機會，但往往事情過後，就發現已經熬過去了。

要說的建議，也只有感謝的一些話而已，如果真要叫學校幫我準備，打店好一切，讓我們想逃避的時候，就有個退路，那…不就失去了努力的意義，現在是因為在學讓我們還有理由給自己，但如果真的畢業了之後，一切的一切不就是個賭注，而且很多福利主管是不會先告訴你的，常常要等你在熬過去了之後才會給你的，這段的时间對主管們來說就是審查期。

總之，感謝學校給了我這一個機會，讓我們能夠在大四的最後一年，先習慣自己出社會了、先習慣男生當兵是怎麼樣的感受。

二、對學弟妹的建議

如果沒有要繼續升學，那就出社會工作吧，再怎麼逃也逃不過最後一年，出社會之後要養活自己、家人、未來，事到臨頭再想辦法解決，不如提早面對，而且還有一個好處就是可以存錢，想想如果你上

早班一個月 18780 有時候上班上多點還 2 萬多，10 個月下來就是 20 幾萬，而且還是在受到學校保護之下賺錢，任何事情咬一下硬撐，絕對都撐下去的，說撐不下去、說抱怨，不是又過了一個禮拜嗎、人又回到學校一次了不是嗎？

第三節 我的未來計畫

在實習前，其實我就已經對我未來有了想法，在畢業之前一直找的工作就是與人接觸的餐飲業、服務業，想著多與人接觸，學習手腕、培養抗壓性，知道未來一畢業要跟著我媽去工作，學著賣保險，也讓我媽可以準備退休，把手上的顧客接到我手上。

但顧客畢竟是媽媽好不容易接來的，不可以因為自己一點的疏失，而失去這個客人，因為磨練下累積的經驗是很重要的。如果可以賺點閒錢以後也會想開間餐廳，看著別人吃著自己煮的東西，跟客人攀談聊天，與同事的相處，真的是讓人開心的事情。

快畢業了，謝謝大家以往的陪伴、老師們的教導，任何有在身邊待過的人們，都很感謝你們。

參考文獻:

<http://www.85cafe.com/>

<http://www.85cafe.com/html-c/company-introduction.htm>

<http://www.85cafe.com/html-c/store.htm>

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1613050204958>

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1507092308488>