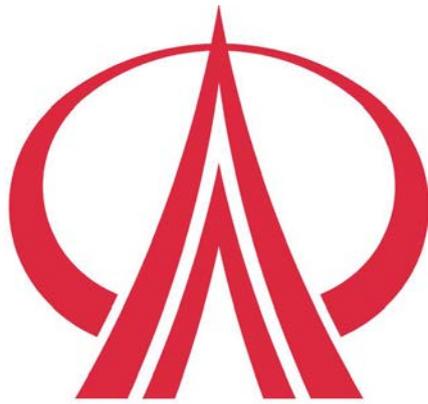


修平科技大學

行銷與流通管理系

三明治教學校外實習專題

實習公司：全家便利商店(太平新平店)



指導教師：沈武賢 老師

學生：何佳修

中華民國 103 年 05 月

摘要

全家便利商店自 1988 年獲得日本全家便利商店地區加盟權成立迄今，微笑的店頭招牌與新穎的店鋪形象，不僅為當時的零售市場注入一股新活力，同時亦揭開台灣連鎖便利商店業的新契機，歷經多年的發展與市場深耕，現今，「全家就是你家」的鮮明印象已經成功的深植人心。

在全家實習過程中，我從工讀生轉為正式門市人員，從懵懂無知只會把排面拉整齊、清潔賣場跟補貨的員工到現在已經可以自己訂貨退貨、面銷商品，我學到了很多，雖然有些艱難與不開心，但這也是一個人生的過程，也學會管理一家店真的不簡單，需要靠經驗跟知識，才能成功。

致謝

當初高中畢業時，唯一的推甄就是選擇了修平行銷與流通管理系，當初看到錄取時也很開心，不後悔選擇了修平，雖然當時因為車禍跟各種因素導致休學了2年，但是還好的是最後還是回來把學業修完。

再來要感謝我們的班導師李文明老師，他從大一到大四都很盡心盡力的協助我們班上幫助我們解決各種疑難雜症，也很積極的參予甚至是規劃安排班上各種大大小小的活動，在我們班出席的各項活動無論是動態的各種運動會，或是靜態的聚餐同樂，只要有時間就會參予我們，跟我以前高中時，想像的大學班導師出席時間很少這種觀念真的是相差非常多，他對我們班上的付出相信班上的每位同學都會感恩在心。

而我們行流系的大家長林晉照主任，也很盡責的對系上負責，不管是我們在實習上的種種合約及規劃都是由他一手包辦的，如果沒有主任，系上的實習也不會如此的順利進行。

目錄	
摘要	II
致謝	III
目錄	IV
圖表目錄	VI
第一章 實習動機與目的	1
第一節 實習動機	1
第二節 實習目的	1
第三節 實習公司甄選過程	2
第二章 公司介紹	3
第一節 公司沿革與現況	3
第二節 公司策略	5
第三節 公司戰術與作業策略	10
第四節 直接負責單位業務內容	13
第三章 個案公司實習所見	15
第一節 人力規劃及徵選程序	15
第二節 門市營運管理實習	21
第三節 連鎖企業經營管理實習	36
第四節 行銷企劃實做	39
第五節 店長與管理職務實習	44
第六節 商業自動化與營運決策實習	50
第七節 物流與供應鏈管理實習	53
第八節 消費者行為分析實習	59

第四章 實習心得與未來建議	63
第一節 實習心得	63
第二節 未來建議	64
第三節 我的未來計畫	64
參考文獻	65

圖表目錄

圖 2-1 企業組織圖	4
圖 2-2 FM WAY	6
圖 3-1 員工甄選圖	16
圖 3-2 佈置認識圖	45
表 2-1 工作人員表	14
表 3-1 標準流程表	31
表 3-2 獎懲制度表	34
表 3-3 店鋪工作管理規則表	35
表 3-4 全家連鎖加盟表	36
表 3-5 商圈特性表	39
表 3-6 SWOT分析表	39
表 3-7 行銷規劃表	42
表 3-8 廣告促銷表	42
表 3-9 行銷預算表	43
表 3-10 全家子公司表	54
表 3-11 採購時間表	57
表 2-2 配送時間表	58

第一章 實習動機與目的

第一節 實習動機

在大一時，就得知原來我們行流系上大四有所謂的三明治實習，讓學生有機會提前到職場實習，增加就業經驗，提高職場競爭力，當下就決定，大四要參加實習，放棄寫專題。

會選擇全家便利商店為實習單位，也是因為跟系上所學的有相關，在大三時接觸到行銷贏家與 BOSS 這 2 款行銷軟體，就對 2 款軟體非常有興趣，並且還去參加全國辦的比賽，也因此得到第 2 與第 4 名，並且還會繼續參加相關比賽，而全家這樣的一間店，在這裡實習，可以讓我學到許多管理經營店鋪的經驗，所以是我的實習單位首選。

第二節 實習目的

一、對自我期許

- 1.由於在學校所學跟服務業相關，並且服務業也是未來的趨勢，所以希望可以在全家便利商店學到基本的應對能力，跟良好的工作態度。
- 2.由於超商就是一間 24 小時營業的店鋪，可以接觸的各種不同的客人，也會碰到許多突發狀況，希望可以藉此提升我處理問題的能力。讓自己藉此提高未來職場競爭力。
- 3.可以認識更多的人，拓展人際關係。

二、對全家便利商店的期望

- 1、學會基礎的店舖經營管理
- 2、學習專業能力並培育領導潛力
- 3、如何依照其職位，教導其所需具備的知識、技能，並給予訓練
- 4、透過在職訓練的管道，讓員工可以有升遷的機會

三、實習公司甄選過程

在大三下學期時，由學校安排企業單位來學校演講介紹，由於對店舖管理非常有興趣，所以在各行各業中，挑選了全家便利商店，來做為我未來的實習單位，在透過系上投履歷應徵，再由公司派遣人員來面試，經由人員面試成功後，加入了全家便利商店這個大家庭。

第二章 公司介紹

第一節 公司沿革與現況

一、 公司名稱及介紹

台灣全家便利商店成立於 1988 年 8 月，迄今已有 23 年，為日本伊藤忠商社企業集團、日本 Family Mart 株式會社、及國內著名大企業共同合資經營。店舖數穩定成長，於 2006 年 11 月，展店突破 2000 店，為大型連鎖之規模，並於 2002.02.25 股票上櫃，目前為全國第二大連鎖便利商店。2004、2005、2008、2010 年四度榮膺遠見雜誌便利商店服務力第一名，於 2006 年通過【SGS 國際服務驗證】，成為亞洲第一家通過之連鎖零售企業，期待以更優質之服務提供消費大眾。2004 年進軍上海，成為國內便利商店系統第一家登陸企業。目前國內店數 2,814 店，全球總店數近 20,408 店。

未來將以「全家」為主體，發展以流通業為主之關係企業，成立「全家集團」，並以發展新事業、投資新區域為未來發展方向。

全家便利商店的企業理念，為「顧客滿意」、「共同成長」，期待公司員工、加盟者、協力廠商、社區居民，皆能共同成長，創造美好未來，提供更便利的生活環境。

二、企業組織圖

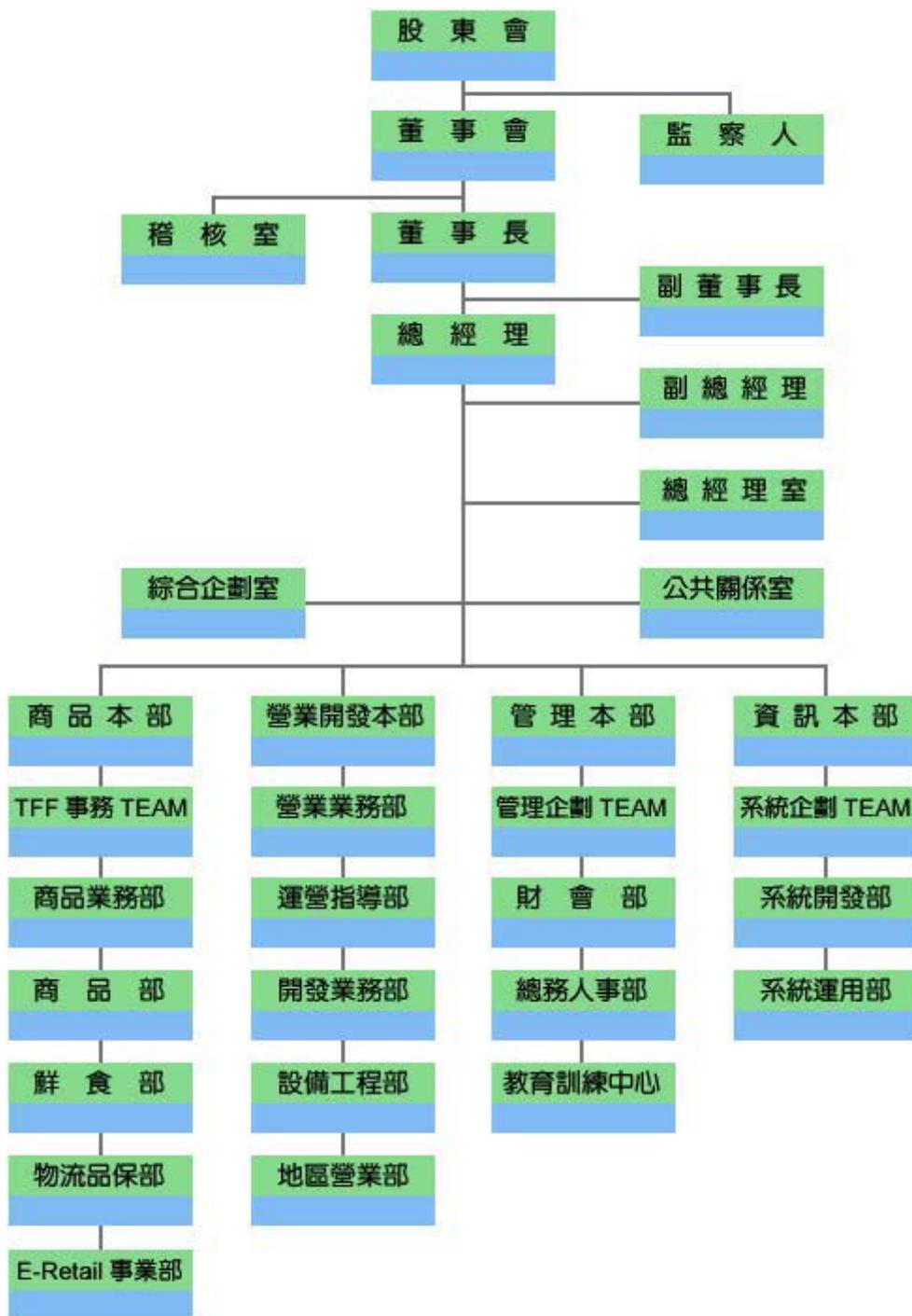


圖 2-1 企業組織圖

第二節 公司策略

一、品牌宣言

全家與你親密在一起，讓生活更有意思

全家便利商店的董事長潘進丁說過:全家就是你家、Family、賓至如歸，是這項概念的基本精神，也就是把客人當作家裡的貴賓來對待，透過情感聯繫，讓客人變成忠誠的熟客。不過，顧客的到店經驗，大多數是與門市工讀生接觸，為了滲透概念，總部必須做層層的教育訓練，並且圍繞在「家」的主軸上達成共識。

二、經營理念

1.顧客滿意

抱持認真、負責、誠懇的態度，作為消費者、店舖與廠商之間的橋樑；徹底貫徹S&QC 的經營方針，提供消費者親切的購物環境、優質的商品、多元便利的服務與生活情報資訊。懷著無比的信心，開創「全家就是你家」的新世紀！

2.共同成長

結合顧客、加盟者、協力廠商、公司、全體員工及社區居民等全體利益關係，不斷創新突破、共同互助成長。

三、FM WAY

FM WAY 是全家人共有的工作價值觀，也是全家人為了體現Fami lymMart 品牌價值而力行的共同行動準則，不管在店舖時、工作時、以及生活時，都要時時重新檢視自己習以為常的觀念、行動

及生活方式，從新的角度來發想，賦予日常生活新的意義，也樂於看到新發現。

以這樣的態度才能時時用新的視點看到新的樂趣，找到新創意，為顧客提供更有風格的每一天。

四、服務承諾



圖 2-2 FM WAY

一直以來，全家秉持著服務力 NO.1 的精神，更訂定「全家六大服務承諾」來實現對消費者最好的服務品質！

全家六大服務承諾

全年無休，及時回應您的問題

家家環境整潔、明亮、安全

就是要展現主動、親切及微笑的服務

是 不斷推陳出新的生活便利屋

你 能買到新鮮且豐富的商品

家 家戶戶可信賴的社區服務站

五、全家的 SWOT

(一) 優勢 strength

1. Happy GO卡集點：在全家可申辦 Happy GO卡，每消費50元可累積1點，累積4點可折抵1元。
2. 慎選加盟者與加盟地點：全家便利商店對於即加盟者的條件加盟地點相當謹慎，這樣可以降低開店失敗的可能性，並保持公司聲譽。
3. 店內擺設一致：全家便利商店對於加盟店有一套商品擺設制度，會定期變更擺設，保持熱門商品，也會將銷售不佳的產品下架，以提高商品的流通性。
4. 具有風潮敏感度：台灣近兩年來有一股哈日風潮，而全家便利商店內部組織敏銳地察覺到，並在風潮開端即推出日式商品，廣告也走日本風。
5. 店舖管理流程穩定度高：無論是成本管理或人員管理，全家便利商店內部都制定一套固定的管理流程，此套流程可提供管理人員，依循流程完成工作。
6. 配合行動力足夠：一年內有許多節日，全家便利商店都會依節日的到來推出應節商品。
7. 食品鮮度高：食品全程保鮮，店中設置18度保鮮櫃，這些做法都是為了食品保鮮。

8. 品質要求嚴格：會定期從總公司派人巡視，如有問題會監督改善，以維持全家便利商店的服務品質。
9. 加盟者無現金週轉壓力：一般零售業者都會有現金週轉壓力，但全家便利商店訂貨貨款是總公司交付供應廠商，加盟者無定貨貨款的週轉壓力。

(二) 弱勢 weakness

1. 商品價格略高：全家便利商店商品如：麵包、御飯團…等，比麵包店及早餐店中的食物價格高上許多。
2. 店數接近飽和狀態：台灣是全世界便利商店展店密度最高的國家，可能一個小巷子就有數家便利商店。
3. 地區分配不均：有些比較熱鬧的地方全家便利商店有許多家，如：台北，可是較偏僻的地方，卻沒有全家便利商店，如：金門，這種現象可能會配送不便。
4. 員工安全無法顧及：便利商店所標榜的就是24小時服務，而晚上店員只有一人，常會成為歹徒犯罪的對象，另外不可否認這是所有便利超商的缺點。
5. 決策皆是高層決定：各家分店並不會參與決策制定過程，有一些基層的聲音無法影響決策過程。
6. 有業績壓力：預購競爭激烈，總公司會給各分店業績壓力，達成有獎金，未達成會有懲罰。
7. 鮮食損失自行負擔：鮮食部份若有過期需自行負擔損失，但如果是長時間保鮮產品過期，可以退回總公司，公司回收負擔。

8. 分店有訂貨壓力：有時因為產品銷售狀況不佳，分店會傾向於不訂購此商品，但總公司會要求分店訂購此產品，有時會造成分店的損失。

(三) 機會 opportunity

1. 品牌優勢：全家就是你家的鮮明印象深植人心，具有品牌優勢。
2. 國民所得提高，雖然全家便利商店的產品訂價略高，但是隨著國民所得的提高，一般民眾寧願選擇鄰近的便利商店。
3. 多元的服務在講求便利與效率的現代生活中，全家便利商店始終秉持著提供消費者一個24小時體貼入微的便利環境為最高使命，目前全家便利商店在各社區中有極高的密度及滲透度，成為消費者生活中不可或缺的據點，因此全家積極地拓展各種生活便利服務，包括：代收各種公共事業費用、宅配通、UPS、國際快遞、照片沖洗、影印傳真等服務，透過眾多的服務，吸引許多顧客來店消費。

(四) 威脅 threat

1. 同業競爭：其他同性質便利商店的出現，也就是主要威脅，消費者在沒有比較下，哪家便利商店對他而言都是一樣的。
2. 供應商的議價：於各便利商店的產品都是來自供應商的供應，所以供應商在議價的時候都會向商店提出要求，如果不能達成共識，供應商可能會提高所供應的商品價格，甚至停止供應商品給便利商店，造成貨源不足，銷售量

可能因而會下降，導致營業利潤下降。

3. 顧客群的關係：雖然便利商店賣的都是必需品，但是也是要經過精挑細選，人們才會常去，印象不好或是狀況不好的店家自然會被淘汰，倘若失去了與顧客群之間的良好關係，那麼市場將會被其他商店所占去。
4. 潛在威脅：便利商店最大的隱憂大概就是新型商店代替它，就好像它取代了雜貨店，隨時都有可能會被替代掉。
5. 市場飽和度高：便利商店已經呈現出一條街上同時有好幾家不同品牌的便利商店的情形，會導致大者恆大，小者恆小的現象，所有的業者都會面臨利潤下滑的狀況，業者必須走出自己的路，與其他品牌有差異，這樣顧客才會上門消費。

第三節 公司戰術與作業策略

一、販賣幸福的便利商店

商品開發的基本理念是以融入以下四個情境來帶給消費者歡樂、幸福與感動。

1. 「全家就是你家」一種屬於人與人之間群聚的歡樂情感。
2. 利用新商品的開發去創造舊商品的價值，透過本土的傳統商品，來帶領年輕人一同去發現地方的美食與魅力。
3. 再加入幸福的元素，包括傾聽、被了解、接觸、享受，用家的概念來營造全家的幸福感以及全家的企業形象。
4. 加強公關活動的操作，當發現到某地的特產時，就結合當地店舖來舉辦產品的造勢活動，增加與消費者之間的互動。全家的目標就是要隨時提供更快、更便宜、更好的產品給消費

者。

二、優質的鮮食商品

隨著社會就業結構變化，一般家庭下廚的時間大幅減少，根據統計台灣地區每日外食人口約1770 萬人次，為因應如此龐大的消費需求，全家便利商店從以往單純的茶葉蛋、熱狗、包子之販售，延伸至早餐的飯糰、麵包、三明治，中餐的便當、涼麵、義大利麵及晚餐、宵夜的各式小吃與麵食，以添加鮮食的豐富性。而針對日漸成長的素食人口，亦開發了素食類商品供其選擇，另外更延請日本甜點專家來台技術指導，投入鉅資興建國內首座甜點專業生產工廠，提供消費者更精緻、優質、美味的甜食點心。

三、豐富的商品組合

面對消費需求的多樣性，全家便利商店提供了2000 多項商品予消費者選擇，除考量是否為生活必需品外，尚須符合便利性與流行性，在賣場裡不會有某一廠牌獨佔的狀況，所以可以針對消費者需求來規劃商品，以能引進第一品牌產品為目標，並且每個月舉辦兩次的商品行銷會議，進行新商品導入與迴轉低的既存商品刪除評議作業，一年的商品平均汰換率高達四成，也創造了一個高效率、高接受度的賣場。

為提升消費者對全家品牌的偏好度，亦不斷地進行商品差異化，包括與異業品牌合作，與製造商共同開發，並朝製販同盟發展，以滿足消費者的需求。塑造流行有魅力的賣場，開發、導入受消費者歡迎的商品是全家便利商店不斷努力的方向。而在差異行銷方面，全家創新推出相同商品「第二件

六折”，造成商品加值販售，創造需求之效果顯著，成為各行各業競相模仿的行銷手法。

四、多元的服務發展

在講求便利與效率的現代生活中，全家便利商店始終秉持著提供消費者一個24 小時、體貼入微的便利環境為最高使命。目前在各社區中有極高的密度及滲透度，已成為消費者生活中不可或缺的據點，因此全家積極地發展各項生活便利服務，包括：代收各種公共事業費用、宅配通、UPS 國際快遞、照片沖洗、影印傳真以及正陸續導入銀行ATM 等服務。樣樣都為顧客帶來便利，隨時引進更多元之商品及服務，讓消費者真正感受到「全家就是你家」的體貼。

五、創新的預購服務

全家預購商品既豐富且多樣化，有年菜、食品禮盒、地方特產、音樂CD、電影票、旅遊票券、新鮮水果、沐浴用品、化妝品、玩具…等，方便的預購可於店舖取貨、或宅配到府，使消費者、店舖達到雙贏的效益。

六、服務便利通

1. 代收繳費服務

代收水費、電費、瓦斯費、停車費、電信通訊費、有線電視費、申請書、汽機車強制險費、人壽保險費、交通罰單、學雜費、分期付款、捐助款、各項稅款、信用卡費。

2. 快遞宅配服務

台澎金馬包裹、文件快遞宅配服務、UPS 國際快遞。

3. 沖印服務

代客沖洗一般軟片、APS 軟片服務、數位沖印服務、證照、加洗、放大沖印服務。

4. 影印傳真服務

單色複印、國內外接收、遙控傳真服務。

5. ATM 金融服務

提供提款、轉帳、查詢等交易服務。

6. 3C 維修服務

使用捷元商品產品故障時，可到店面進行產品報修作業，免除您故障品送修時所受的舟車勞頓之苦。

第四節 直接負責單位業務內容

一、直接負責單位

我所隸屬的分店於台中市太平區新平路3段347號，為全家便利商店的加盟店，而我任職的職位為本店舖的正職。

二、工作內容

1. 點列管商品
2. 賣場整理與補貨
3. 整理進貨商品並上架
4. 負責冷藏飲料、鋁箔包、甜點訂購
5. 賣場環境清潔
6. 填寫品保手冊，注意機台是否正常
7. 檢查過期品
8. 宅急便服務

9. 咖啡製作

10. FamiPort機台操作

三、工作時間與輪值方式

本店的門市職員分為早、午、晚、大夜，而我的上班時間除了大夜外都會排到，禮拜一固定休假，剩下休假日以店長排班為主。

四、相關工作人員

表 2-1 工作人員表

班別（時間）	現職	學歷
早班（7~15）	早上進貨與清潔	大學
中班（15~23）	下午進貨與清潔	大學
晚班工讀(18~22)	協助晚上時段	大學
大夜班(23~7)	店舖設備清潔	大學

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

1. 人力需求預測

全家便利商店的工作時段分為正職跟 PT 這 2 種班別，正職時段有 3 個，早班時段從早上 7 點到下午三點，中班從下午三點到晚上 11 點，大夜班從晚上 11 點到早上 7 點，工讀生則是負責協助，所以都在中午跟晚上，大約 4 個小時，而有時候店長也會依照突發狀況來安排人力。

我們門市位於住宅區，周一到周五的早上為學生與上班族的消費顛峰時段，由於早上 7 點到 8 點顧客較多，所以平常大夜的班會拉到 8 點，協助早班消化早上上班的人潮，而中午時間是另一波顛峰人潮，由於還會進 OC 與鮮食，所以店長都會出來幫忙站櫃檯，讓早班人員有時間去點貨整理與上架，而晚班人員要負責訂貨與整理倉庫，所以也會安排一位工讀生協助，大夜時段由於顧客較少，主要負責清潔工作，所以只安排一名大夜人員。

2. 人才招募

人才招募主要條件是必須年滿16歲，無不良記錄，健康狀況良好，有責任感，享有勞健保，直營店享有完整的福利，而加盟店則因各家加盟主來訂定不同的福利制度。

至於正職享有勞健保、尾牙、三節獎金、生日禮卷、月休7天，PT則是基本工資。

二、 員工甄選與試用

1. 甄選的程序

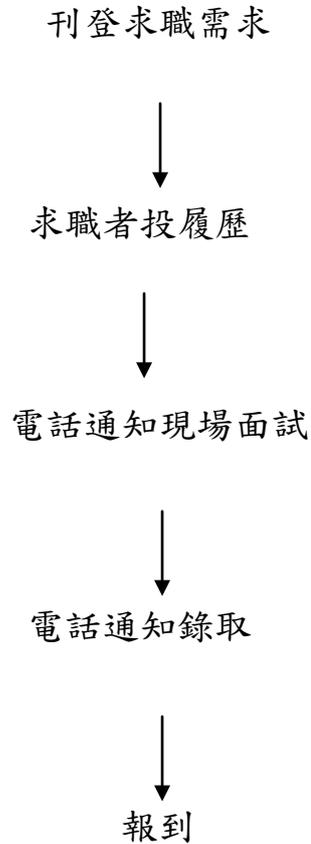


圖 3-1 員工甄選圖

2. 面試重點

由於面試只有短短的幾分鐘，員工應該面帶微笑表現出良好的工作態度，而店長也會藉著這幾分鐘來了解你，如下

- (1) 詢問過去工作經驗
- (2) 告知工作內容與流程
- (3) 詢問能否配合店鋪輪班及工作時間
- (4) 說明店鋪相關規定與制度
- (5) 說明工作穿著
- (6) 基本自我介紹

3. 員工試用期間之考核

試用期間的考核是用來決定你是否適任這份工作，店長會觀察員工的重點如下

- (1) 觀看員工工作態度
- (2) 與顧客間的互動
- (3) 學習狀況的瞭解
- (4) 與同事之間的互動

三、員工的教育訓練

1. 評估訓練需求

- (1) 讓新進員工可以更快速的瞭解店鋪事務，可以減少新環境的適應期
- (2) 對在職員工加強專業能力，並培訓更高階的專業技能，提升工作效率。

2. 訓練方式

(1) 新進人員訓練

店鋪實習 5 天 > 新進人員課程研習 5 天 > 店鋪實習 3 天 > 門市人員在職訓練 OJT1 > 候用副店長甄試 > 副店長在職訓練 OJT2 > 候用店長甄試 > 店長在職訓練 OJT3 > 後勤營業管理幹部職前訓練(L1、L2)

(2) 新人訓

態度決定一切，除了專業訓練外，全家針對入社一年內之新進人員，另規劃一套完整態度與管理面新人訓練課程，每三個月進行一次課程，內容涵蓋職場心態、樂在工作、團隊凝聚、情緒管理..等主題，期許

加入全家便利商店之夥伴可快速培養成為公司基層幹部。

(3) 完整年度態度面訓練課程

年度態度 > 學習、快樂、共識、成長、實踐、領導

(4) 兼職員工教育訓練

初階認證 > 中階認證 > 實地檢證 > 高階教育及高階認證 > 實地檢證 > 口試認證

(5) 數位學習

全家數位學習平台榮獲多次經濟部工業局所舉辦的企學網補助、經營成果非凡。採取 Internet 的網站設計，讓同仁不因時間、地點而中斷學習，平台內提供數位百門豐富的各類課程與數百篇精選管理小品，讓同仁可廣泛閱讀並可重複溫習，藉以提升學習成效，另設置討論區提供同仁交流彼此訓練心得與想法，讓學習成為工作之一部分。

(6) 菁英人才養成的殿堂-全家企業大學

公司每年投入數百萬元預算於全家企業大學經營，邀請高階主管、學界、業界等各領域聲譽卓越的成功人士分享成功經驗，為期三年的培訓，期許培養學員成為公司的中階管理者。

(7) 訓練成果的評估

全家總公司會跟稽核公司合作，會外派神秘客至各店進行調查，把調查結果傳回總公司，分數及格的

店鋪會給予獎金，分數不及格的店鋪則會開出指導單，要店鋪加強改進。

(8)員工的在職教育訓練

初階認證 > 中階認證 > 高階課程

四、工作績效評估與考績

- 1.兼職人員是根據在店鋪工作情形，發現問題時立即更正。
- 2.正職人員是以公司定期考核與店鋪工作情形為主。

五、工作績效評估方法之檢討與改進

- 1.對於兼職人員問題所在，加以指導，並觀察是否改善
- 2.對於正職人員有營業擔當定期觀察店鋪績效，找出問題所在，並與店長討論改善方法，並且告知正職人員加以改善，在下次考核中觀看成果

六、考績評分表之項目與評分重點

- 1.店鋪賣場環境整潔
- 2.商品擺放整齊
- 3.營業用語與面銷話術
- 4.對商品擺放位置熟悉度
- 5.店鋪是否有過期品跟欠品
- 6.定銷比率是否有達到公司標準
- 7.穿著是否有符合規定
- 8.是否有遲到或早退
- 9.營業擔當與店長交代事項是否完成

五、輪班制度

1. 排班方法與技巧

排班的方法是依照各班人力需求來排，基本上會有早班正職 1 名、中晚班正職 1 名、大夜正職 1 名、早班 PT1 名、中晚班 PT1 名、在加上店長，所以基本上排班都是固定的，有變動的話就會輪班，這樣就是完整的班表了。

2. 緊急調班作業

緊急調班就是詢問其他排休的人員是否可以過來上班，基本上，只要人力足夠的話，做緊急調班是沒有問題的。

六、獎勵制度

1. 享勞、健保、勞退金提撥、公司團保
2. 年度聚餐
3. 國內旅遊
4. 社團活動
5. 年度年終尾牙、摸彩
6. 出國旅遊補助
7. 婚喪喜慶補助
8. 子女教育補助
9. 人文學習補助
10. 年節禮券
11. 生日假、生日禮券
12. 年節獎金、績效獎金
13. 全家企業大學

14. 全家圖書館
15. 全家數位學習網

七、員工保險與福利

1. 享勞、健保、勞退金提撥、公司團保
2. 出國旅遊補助
3. 婚喪喜慶補助
4. 子女教育補助
5. 人文學習補助

第二節 門市營運管理實習

一、組織與環境之認識

1. 企業文化與經營理念

FMWAY 是全家人共有的工作價值觀，也是全家人為了體現 FamilyMart 品牌價值而力行的共同行動準則，不管在店鋪時、工作時、以及生活時，都要時時重新檢視自己習以為常的觀念、行動及生活方式，從新的角度來發想，賦予日常生活新的意義，也樂於看到新發現。

以這樣的態度才能時時用新的視點看到新的樂趣，找到新創意，為顧客提供更有風格的每一天。

2. 產業現況與發展

隨著國家經濟發展及國人消費習慣改變，國內連鎖便利商店業者經多年經營，近年來於店數擴展、營業收入皆持續成長，於綜合商品之零售市場已佔有穩定的市

場地位；於店數方面，依零售市場雜誌統計，2003年至2013年底國內連鎖便利家數從6969家成長到9938家，另依據經濟部統計處統計資料顯示，國內連鎖便利商店業每年整體營收皆持續成長，營業額佔零售業銷貨金額比重亦逐年增加，顯示連鎖便利商店於國內零售市場之重要性日漸提高。

以台灣地區連鎖便利商店之門市分佈而言，目前各連鎖體系之門市主要分佈於台灣西半部之都會地區，未來隨著國內經濟成長、各都會區向外擴大開發，將發展出各新都會區並縮短城鄉差距，此將有助於連鎖便利商店業者於門市據點之擴建。另外，於新商品導入部份，目前各連鎖便利商店體系除了致力於開發早餐三明治、飯糰、午餐便當盒餐等商品以進入主食市場外，各項水電、瓦斯、電話、壽險、稅款、信用卡、停車管理費之代收服務亦將帶來更多的商機，並緊密結合及改變民眾以往之消費習慣。未來，配合國內網際網路及電子商務之發展，連鎖便利商店之綿密銷售通路、深入社區及物流管理經驗等優勢，將有助其提供網路購物、電子商務後端的取貨付款相關服務，藉由異業聯盟所開創之新服務領域，預計可使連鎖便利商店發展更多元化服務而帶動銷貨營收之成長。

二、門市作業基本認識

1. 收銀機作業基本認識

收銀機基本操作包括刷取商品條碼、面板登入商品、

選取數量、更正作業、商品查詢、悠遊卡充值、退貨作業、取貨作業、登記廢棄品等，收銀機從開啟到關機的流程是登錄帳號、密碼→上班簽到→確認機台金額是否正確→中途集金→投庫→交班→下班簽退→日結帳。

(1) 結帳流程：刷取商品→輸入客層→收取現金找零錢及發票。

(2) 退貨流程：按退貨鍵→輸入交易序號→選擇退貨方式→更正商品→作廢發票回收。

2. 店舖設備之維護與保養

店舖設備每班都要檢查溫度是否有異常，並且填寫店舖品保手冊，記錄每個設備溫度，除了關東煮機器下午會多清洗一次，其它清潔與基本保養是由大夜班執行，若發現設備有異常時需打報修電話，跟總部維修中心登記時間，請專人來維修，此外，定期都會有維護公司來做店內設備的保養與清潔。

3. 發票與各種單據之使用

(1) 統一發票

交易時所開立的收據，可憑此單據作退貨作業。

(2).停電用二聯式單據

發生停電時使用，顧客可在店舖恢復供電後，憑此單據來兌換發票。

(3).代收收據

收取代收費用所開出來的收據單，收據單下面則會附上當期折價卷。

(4) 禮卷

分為咖啡禮卷與商品禮卷，前者只能購買咖啡，後者則沒有限制，但是都不能使用在代收上。

(5) 票券

購買高鐵、台鐵、客運所開出來的票券。

(6) 預購單

各種預購商品所開立單據，消費者憑此收據來領取商品。

(7) 交易明細

使用禮卷未付到現金所開立的明細。

(8) 列管商品紀錄表

此為店內所使用的表格，用來記錄列館商品的數量與銷售，列管商品包括：酒、條菸、電信卡類、遊戲光碟、保險避孕商品、清潔保養用品、公仔等。

三、顧客服務

1. 顧客入店之禮儀與態度

當顧客入店時，要微笑向顧客喊先生或小姐妳好，歡迎光臨，同時眼睛也要轉向顧客身上停留 2~3 秒。

2. 顧客詢問之處理

要清楚的回答，並立即幫顧客處理問題，如果碰上不知道或不清楚的問題時，不可以說不知道，要請顧客稍後一下，並馬上詢問店長幫助顧客解決問題。

3. 顧客抱怨之處理

先向顧客致歉，並耐心傾聽顧客抱怨事項，再次向顧客致歉，並表示會立即改善處理。

4. 顧客結帳之禮儀與態度

當顧客到櫃檯時，喊出臨櫃用語，先生或小姐您好，詢問是否要參考當期的促銷商品，遇到微波食品時，要主動尋問顧客是否需要微波，如果購買商品多樣，可以詢問顧客是否需要購物袋，當金額超過 50 時，詢問顧客是否有 Happy Go 卡，可以幫顧客累點，顧客若使用悠遊卡結帳，可以詢問顧客是否要開出發票還是存在卡內，告知消費金額後雙手收取金額，然後雙手附上發票找零，之後喊出顧客離店之營業用語，謝謝，歡迎再度光臨。

5. 主動服務顧客之技巧

在顧客在賣場找尋商品時，主動上前詢問是否需要幫忙，當顧客拿了很多商品時，主動遞上購物籃。

6. 讓顧客留下好印象之技巧

把上門顧客當作家人朋友一樣，主動關心，讓顧客把來全家便利商店當成回到家一樣的心情，遇到常上門的熟客，可以記住他們常買的商品，譬如菸品、咖啡等，當熟客一上門，立即拿出商品，讓顧客知道你有在關心注意。

四、顧客購買忠誠度

1. 了解顧客購買忠誠度對店舖的影響

顧客對於便利商店並不會有太大的忠誠度，因為便利商店全台大街小巷都有，往往隔一小段路，又有一家便利商店，甚至還有 2 家便利商店開在一起，所以想要拉住顧

客的忠誠度就要靠所在地點的商圈或社區，讓這範圍內的住戶感覺到要消費就要來這裡，打好顧客與店鋪之間的關係，只要打好關係忠誠度自然會產生，對便利商店而言，忠誠度可以使營利穩定成長，用優質關心顧客的服務提升顧客忠誠度，讓店鋪成為附近居民消費的首選地點。

2. 提高顧客購買忠誠度的方法

- (1) 親切體貼的服務
- (2) 快速解決顧客提出的問題
- (3) 提供便利性商品，解決顧客臨時性需求
- (4) 主動告知顧客優惠訊息
- (5) 提供差異化商品，滿足顧客需求

3. 消費者滿意度對店鋪之影響

消費者若是對店鋪滿意度不高，就會到其他店鋪消費，這樣會造成店鋪營利降低，且某些顧客會影響到其他的消費者，因此要對上門的顧客提供優良的服務，提高顧客滿意度，這樣才能使店鋪營利提升。

五、店鋪銷售作業流程

1. 銷售作業流程之規劃與執行

(1) 標準營業用語

入店用語

→稱謂(先生小姐)+您好，歡迎光臨

(2) 臨櫃用語

→稱謂(先生小姐)您好+面銷話術(針對購買商品優惠或介紹當期優惠產品)

結帳用語:詢問顧客是否需要打統編

→總共 000 元

→(金額超過 50 元)請問有 Happy Go 卡嗎?

→(有 Happy Go 卡)請問要累點或兌點?

→(無 Happy Go 卡)推銷 Happy Go 卡的功用及好處

→收您 000 元找您 000 元

(3).離店用語

謝謝!歡迎再度光臨!

2. 銷售作業流程之控制

連鎖化企業精神: 採用連鎖這種經營方式、將多個分店所組成一個整體的企業形式, 改變傳統商業那種購銷一體、櫃臺服務、單店核算、主要依賴經營者個人經驗和技巧來決定銷售的小商業經營模式, 它實現在店名、店貌、商品、服務方面的標準化, 商品購銷、信子息彙集、廣告宣傳、員工培訓、管理規範等方面的統一化。最終實現商業經營活動的標準化、專業化和統一化, 從而達到提高規模效益的目的。

連鎖企業的文化應該是建立在 企業精神 的基礎之上, 以完整的連鎖管理制度為依托, 以鮮明的連鎖形象為載體, 符合目標消費群的精神和物質需要, 適合連鎖市場特點的一種先進文化, 它是連鎖企業的靈魂。它的 核心價值 在於為連鎖企業、為 消費者、創造無限的價值!

◎作業一致性 ◎陳列標準性 ◎價格統一性

3. 銷售作業流程之檢討與改善

(1) 前櫃檯區作業

◎商品依陳列台帳作滿架陳列。

- ◎結帳櫃檯空間要整齊乾淨。
- ◎櫃檯區嚴禁放置私人物品及雜物、飲料及手機請放在後場辦公室。
- ◎櫃檯桌面貼紙垃圾桶或資源回收桶貼紙須依規定張貼及擺放。
- ◎櫃檯美耐板、機台隨時保持清潔。

(2) 後櫃檯區陳列原則

- ◎櫃台下方之櫃子設置以實際需求品為主庫存陳列物以配合櫃台販售用途為主。
- ◎嚴禁放置私人用品。
- ◎水槽上除了洗手乳外其他用品要收到下方櫃子。

六、突發狀況之處理

1. 突發狀況之模擬

- (1) 防詐騙處理
- (2) 竊盜處理
- (3) 舞弊處理
- (4) 搶劫處理
- (5) 停電、停水處理
- (6) 颱風、火災、水災、地震處理

2. 突發狀況之處理與檢討

(1) 防騙處理

若發現詐騙者，立即撥打 110 報警，並拖延時間等待警方到店處理，若牽扯到法定程序時，提供相關犯罪證據，包刮犯罪及處理之錄影帶。

(2) 竊盜處理

- A. 確定顧客拿取商品，且未付帳，把握證據。
- B. 確認嫌犯動作，是否已踏出門外。
- C. 當顧客踏出門後，上前請顧客回到店舖，不可向嫌犯搜身。

(3) 舞弊處理

- A. 未成年(未滿 20 歲)需聯絡法定代理人。
- B. 切結書填寫。
- C. 證物需妥善收集保存。
- D. 確認願意賠償之金額如何償還。

(4) 搶劫處理

- A. 不可抵抗，保持冷靜。
- B. 注意搶犯逃走之方向及使用交通工具，並且記住嫌犯外表特徵。
- C. 立即報警，通知上級主管。
- D. 保持現場完整，暫停營業。
- E. 清算損失金額。
- F. 將報案三聯單與事故連絡書送回公司辦理出席。

(5) 停電停水處理

- A. 停電通知單：確認停電日期時間，檢查停電收據數量及緊急照明設備是否正常，依停電時間長短判斷是否叫乾冰(停電 3 小時以上)。
- B. 若為店舖本身的問題，檢查各開關，是否跳電。
- C. 以上因素不成立，立即打電話至電力公司詢問原因。

D. 連絡自來水公司查詢停水原因及時間。

E. 關閉馬達開關，以免馬達受損。

F. 準備停電用發票，讓店舖正常營業。

(6) 颱風、火災、水災、地震處理

A. 火災以人員安全為首要，火勢太大應往外逃生。

B. 颱風時要注意店外狀況，招牌是否有鬆落等狀況。

C. 水災時要注意重要文件，商品往高處擺放，隨時向營業擔當反應狀況，水勢持續上升應以人員安全為重，逃離時辦公室倉庫門自動門應上鎖，並關閉電源等總開關。

D. 地震發生時以人身安全為重，震度太大時應往外逃生，事後統計損失明細。

E. 災害發生後，統計損失金額並且收集相關文件辦理保險理賠相關事宜。

3. 如何避免突發狀況之發生。

(1) 防騙處理

A. 落實結帳營業用語，錄影存證避免找零糾紛。

B. 若宣稱總部人員，請檢視證件。

(2) 竊盜處理

A. 對每一位顧客進門時喊出營業用語。

B. 對於逗留店內太久或四處張望的客人，上前主動詢問需求。

C. 確實列管高單價商品並每班清點。

(3) 舞弊處理

A. 慎選應徵人員。

B. 隨時關心員工狀況。

C. 告知舞弊犯罪後果。

(4) 搶劫處理

A. 隨時注意店內外情形。

B. 善用店鋪結帳用語。

C. 對於逗留店內太久或四處張望的客人，上前主動詢問需求。

D. 做好中途集金動作，避免機台留存過多現金。

E. 不可讓顧客進入櫃檯跟辦公室。

(5) 停電停水處理

A. 接到停水通知單：事先儲備水使用，FF 區商品暫停銷售。

B. 接到停電通知單：確認停電日期時間，準備好停電收據單與確認照明設備是否正常，若停電時間超過 3 小時，則需要叫乾冰來維持食品溫度。

(6) 颱風、火災、水災、地震處理

A. 定期檢查滅火器保存期限。

B. 張貼緊急聯絡人電話於辦公室內。

C. 落實消防演習概念。

D. 檢查店內緊急照明設備是否正常。

E. 冷靜處理，並檢查停電收據手電筒是否準備妥當。

七、店鋪工作管理

1. 各項標準作業流程

表 3-1 標準流程表

櫃檯標準化作業	<ul style="list-style-type: none"> (1) 商品依照陳列台帳擺設 (2) 櫃台區勿放私人物品 (3) 各項標籤貼紙需依規定張貼擺放 (4) 櫃檯隨時保持清潔 (5) 結帳區必須保留最大空間
顧客服務基本原則	<ul style="list-style-type: none"> (1) 儀容與禮儀 (2) 店鋪營業用語 (3) 電話禮儀 (4) 櫃檯禮儀 (5) 賣場禮儀 (6) 日常六大用語
交班作業流程	<ul style="list-style-type: none"> (1) 投庫 (2) 列印途中集金單 (3) 交班 (4) 列印收銀員交班明細表
品保作業	<ul style="list-style-type: none"> (1) 商品檢視要點 (2) 廢棄標準 (3) 依照食品衛生管理法 (4) 設備溫度
EC 商品作業	<ul style="list-style-type: none"> (1) EC 商品進貨：掃描兩段式條碼確認 (2) EC 商品退貨：驗收業務 (3) EC 商品 (4) 可退貨預覽 (5) 退貨登錄 (6) 傳輸

	(7) 列印退貨單
進貨驗收作業	(1) EOB 驗傷下傳 (2) 逐筆或數量驗收 (3) 掃描登錄商品 (4) 檢查是否有欠品或污損 (5) 驗收上傳 (6) 修正單製成
分析業務	(1) 商品群分析：可察看商品 28 天內同一星期別每小時銷售狀況 (2) 品群番分析：顯示前五週商品訂購與銷售和廢棄狀況 (3) 常模分析表：每天各班銷售金額 (4) 銷售時間帶速報當日：每天店鋪的銷售金額、銷售累計、客數、客數累計及客單價
變價業務	(1) 列印變價一覽表至賣場清點商品 (2) 更換 FACE 卡 (3) 下傳收銀機 (4) 輸入商品數量 (5) 變價單做成
廢棄業務	(1) 廢棄資料登入 (2) TM 登入、SC 登入 (3) 廢棄資料查詢 (4) 廢棄資料傳票列印
商品退貨作業	(1) 全台物流：一般下架商品退貨登錄

	<p>(2)日翊文化：文化下架商品退貨登錄</p> <p>(3)不良品：不良品退貨登錄</p> <p>(4)巡迴廠商：尋回廠商退貨單登錄</p>
營收業務	<p>TM 日結帳流程：</p> <p>(1)投庫交班</p> <p>(2)列印收銀員交班明細表</p> <p>(3)日結帳</p> <p>營收作業流程：</p> <p>(1)結帳報表收集內容一覽</p> <p>(2)營收情報收集</p> <p>(3)營收日報表做成</p> <p>(4)營收資料列印傳輸</p> <p>(5)營收資料本部傳輸</p> <p>(6)營收報表整理及送金</p>
訂購作業	<p>(1)台帳訂購</p> <p>(2)EOB 訂購</p> <p>(3)FOS 訂購</p> <p>(4)SC 訂購</p>

2. 獎懲制度

表 3-2 獎懲制度表

獎勵	促進員工對工作保持熱情，讓員工更有工作效率
方法	<p>(1)口頭嘉勉</p> <p>(2)調薪</p>

	<ul style="list-style-type: none"> (3)達成獎金 (4)升職 (5)聚餐與旅遊
--	--

3.店鋪工作管理規則介紹

表 3-3 店鋪工作管理規則表

賣場作業	<ul style="list-style-type: none"> (1)收銀結帳 (2)顧客應對 (3)賣場巡視與補貨
品保工作日誌	<ul style="list-style-type: none"> (1)維護商品品質與機台溫度是否正常 (2)衛生稽核檢察要點 (3)紀錄顧客訴怨事件，以及處理結果 (4)各班工作留言 (5)機台定時消毒
列管商品表	<ul style="list-style-type: none"> (1)各班上班清點列管商品數量 (2)販賣列管商品時，登記交易序號
進貨作業	<ul style="list-style-type: none"> (1)依店鋪進貨時間做人力調整
營收作業	<ul style="list-style-type: none"> (1)PM14：00 前傳輸完成 (2)每日準時送金(15：30 前)
賣場環境	<ul style="list-style-type: none"> (1)保持清爽及明亮環境 (2)自助區整潔
商品訂購	<ul style="list-style-type: none"> (1)一訂訂購截止時間 10：00 (2)二訂訂購截止時間 22：00 (3)依據庫存與銷售量做依據訂購，避免庫存過多或欠品

第三節 連鎖企業經營管理實習

一、連鎖加盟之發展

1. 連鎖加盟對零售業貢獻

- (1) 投資較少
- (2) 可降低失敗風險
- (3) 統一採購降低成本
- (4) 擴大經營規模,提高經營效率
- (5) 商標及服務標章的授權使用
- (6) 總部後勤支援
- (7) 加盟體系指導訓練
- (8) 技術提供

2. 連鎖加盟對企業經營之特色

- (1) 提供各項商品之販售,並提供各項代收代付服務
- (2) 加入遠東集團 Happy Go 卡集點卡,可藉由來客數增加而牽動業績 成長
- (3) 專業 POS 與物流配送系統
- (4) 多元化商品開發
- (5) 密集的廣告行銷資源
- (6) 協助加盟者提升營運效率

二、全家連鎖加盟之種類

表 3-4 連鎖加盟表

特許加盟	委託加盟
事業主體:	事業主體:

<ol style="list-style-type: none"> 1. 契約主體一人(店鋪需兩人專職經營且身體健康信用良好者) 2. 自有土地或建築物者 3. 建物面積35坪以上，且店寬10米以上 4. 提供一位連帶保證人 5. 三週教育訓練合格 6. 公司或商號設立 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 契約主體兩人專職經營,需為夫妻或親屬拍檔 2. 年齡55歲以下且身體健康信用良好者 3. 店鋪由總部提供 4. 提供一位連帶保證人 5. 三週教育訓練合格 6. 公司或商號設立
<p>自備資金:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 加盟金30萬(未稅) 2. 保證金60萬(期滿可退) 3. 店鋪裝潢費180萬元以上 	<p>自備資金:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 加盟金30萬(未稅) 2. 保證金60萬(期滿可退)
<p>合作期間:</p> <p>七年</p>	<p>合作期間:</p> <p>五年</p>
<p>總部營業費用負擔:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 水電費60% 2. 發票紙卷費40% 3. 不得扣抵之進項稅40% 4. 店面租金專案補貼 5. 生財設備、全店廣告行銷、會計處理費用、盤點稽核服務費用、經營指導費用 	<p>總部營業費用負擔:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 水電費50% 2. 發票紙卷費50% 3. 不得扣抵之進項稅50% 4. 店面租金 5. 裝潢投資、生財設備投資、全店廣告行銷、會計處理費用、盤點稽核服務費用、經營指導費用
<p>加盟者營業費用負擔:</p>	<p>加盟者營業費用負擔:</p>

<ol style="list-style-type: none"> 1. 水電費40% 2. 發票紙卷費60% 3. 不得扣抵之進項稅60% 4. 固定費用:商店綜合險、定期保養費、清潔費 5. 變動費用:報廢損失、盤損費用、消耗品、修繕費、電話費、現金短收、雜費、利息支出、從業人員保險費(總部提供不同等級之保險規劃)、租金、大廈管理費、兼職人員薪資 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 水電費50% 2. 發票紙卷費50% 3. 不得扣抵之進項稅50% 4. 固定費用:商店綜合險、定期保養費、清潔費 5. 變動費用:報廢損失、盤損費用、消耗品、修繕費、電話費、現金短收、雜費、利息支出、從業人員保險費(總部提供不同等級之保險規劃)、租金、大廈管理費、兼職人員薪資
<p>加盟者經營利益的計算與分配:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 利潤分配:營業總利益(銷貨毛利+其它收入)65% 2. 年度最低毛利保證:220萬+年營業額2% 	<p>加盟者經營利益的計算與分配:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 利潤分配:當月營業利益(銷貨毛利+其它收入)30萬以內45%，30~40萬間部分50%，40萬以上部分30% 2. 年度最低毛利保證:180萬+年營業額2%
<p>未來事業規畫:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 複數加盟優惠，開店越多，獎勵越多 2. 期滿續約優惠，事業永續經營 	<p>未來事業規畫:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 複數加盟優惠 2. 期滿續約優惠 3. 經營期間可協助轉型特許加盟

第四節 行銷企劃實作

一、環境分析

1. 分銷行銷情況

本門市在商圈定義中為住宅型一般社區型，這種商圈的特性適合販賣的商品如下

表 3-5 商圈特性表

商圈別	一般社區型
牛奶	大 PE
飲料	寶特瓶、鋁箔包
冰品	盒裝單支
加工	罐頭調味
酒類	米酒
日用品	衛生紙
鮮食零食	熟食餅乾

2. SWOT 分析與評估

表 3-6 SWOT 分析表

優勢：本門市位於住宅區內，能夠滿足社區內日常生活需求	機會：顧客對於新商品有勇於嘗試的心
劣勢：店鋪未擺設霜淇淋機，無法滿足顧客需求	威脅：附近有另一家超商與雜貨店，容易被比較

二、策略規劃

1. 設定目標

一杯咖啡可以是一個溫暖鼓勵

一杯咖啡也可以是最深的祝福
現在你可以用一杯咖啡表達情感
將這份情感送給自己
也送給你的家人 戀人 同事 朋友讓他感受你的美好心意
每一天 每一刻
你想說的話 都在 Let's Café 裡
喝一口美好 Let's Café
與 Let's Café 共享童話時光

2. 預測技術

使用伯朗咖啡豆與牛奶界的名牌，採用林鳳營鮮乳加上精心烘培的技術，做出一杯杯香氣十足令人難以忘懷的咖啡，並搭配著店鋪人員親手送上咖啡的心意，讓顧客喝下咖啡的瞬間能瞬間的感到滿足

3. 各管理階層的目標

在上層期望全家的伯朗咖啡能夠占據超商咖啡率達 50%，至於下層店鋪，則希望能利用咖啡童話時光活動，為店鋪帶來更多的日商業績，並提升更多的穩定來客數

三、行銷企劃

1. 預測行銷成果

(1) 預估市場規模

目前台灣的咖啡市場一年商機高達 400 億元，其中連鎖超商現煮咖啡一年營收將近 50 億元，目前四大超商都有推出咖啡銷售的服務，而全家便利商店因為積極投入咖啡推廣活動和廣告不斷的推陳出新，加上代言人林依晨的人氣影響下，

在這塊咖啡銷售市場的規模逐漸的擴大

(2) 預估超商市場佔有率

全家:35%，7-11:30%，萊爾富:20%，OK:15%

(3) 預估產品獲利率

預估 PSD:55 杯以上

(4) 建立人員及企業的目標

由全台各地的直營與加盟店共同推出此活動，積極推廣配合著促銷的活動，使企業達成功佔據年輕人咖啡市場的目標

2. 建立行銷策略

(1) 確認目標市場

由於以往購買全家咖啡的消費族群偏重於 30~50 歲之間的年齡層，因此，能藉由此活動的推廣，把全家咖啡的影響力拓展到 18~30 歲這之間的年輕人族群

(2) 擬定產品定位

讓 Let's Café 咖啡可以是一個溫暖鼓勵，也可以是一個祝福，現在可以用一杯 Let's Café 來表達你的情感，想說的話，都在 Let's Café

3. 建立行銷組合

(1) 規劃新產品線

自 2007 年全家引進伯朗咖啡以來，從最初的 200 家店有裝設咖啡機，到現在每家店都有 Let's Café，Let's Café 除了強化商品組合，推出新品茶拿鐵，更投入大量行銷資源，除了時常推出第 2 杯半價以外，並邀請林依晨代言，用一杯 Let's Café 來表達你的情感

(2) 產品線的定價

2/5~2/18 活動期間中杯以上第 2 杯半價

2/19~4/15 活動期間 2 杯以上咖啡加價購筆記本

(3) 配銷通路規劃

表 3-7 行銷規劃表

品牌性	商品面	行銷面
深化品牌認同	推出新品	促銷創造銷售推力

(4) 廣告與促銷作業

表 3-8 廣告促銷表

行銷活動	與 Let's Café 共享童話時光
電視廣告	2/19 小紅帽篇
廣播	30 秒
網路	Yahoo 首頁 Yahoo 影劇新聞 Yahoo 手機瘋狂跟班 Youtube TrueView 影音廣告 全家官網、咖啡子網 Facebook 粉絲團+貼文廣告
店頭 POP	店外大海報、牛奶冰箱、貼展示 外盒
Fami Channel	TVC 15(店外電視)

4. 執行行銷計畫

以共享咖啡時光為主軸，選用林依晨為代言人，詮釋用一

杯 Let's Café 來表達你的情感，並搭配童話時光活動，推出買 2 杯中杯咖啡以上送筆記本

5. 訂定行銷預算

表 3-9 行銷預算表

活動	行銷活動	與 Let's Café 共享童話時光	費用	
Let's Café	電視廣告	2/19 小紅帽篇	媒體價值 730 萬	
	廣播	30 秒		
	網路	Yahoo 首頁		
		Yahoo 影劇新聞		
		Yahoo 手機瘋狂跟班		
		Youtube TrueView 影音廣告		
全家官網、咖啡子網				
Facebook 粉絲團+貼文廣告				
店頭 POP	店外大海報、牛奶冰箱、貼 展示外盒			
Fami Channel	TVC 15(店外電視)			

6. 建立行銷控制系統

請店鋪針對咖啡豆及相關備品加量訂購庫存備用，以免機會損失

第五節 店長與管理職務實習

一、認識營業店

1. 商品認識

店鋪內商品多達上千種，須熟記商品的位置，以利向顧客引導商品擺放處，店內商品多以食品飲料與民生用品為主，因此分為許多不同類別的區塊，以不同的貨架來劃分區塊，可分為以下商品貨架

- (1) 口香糖、巧克力架
- (2) 一號機、二號機
- (3) 零食四台
- (4) 日用三台
- (5) 加工四台
- (6) 文具、玩具
- (7) 資訊架、雜誌架
- (8) 酒架
- (9) 麵包架
- (10) 五門 walk in
- (11) O C3 台
- (12) 4 度 C、18 度 C
- (13) 立式冰櫃、臥式冰櫃
- (14) 活動端架
- (15) 影印機、報架、FamiPort

2. 佈置認識

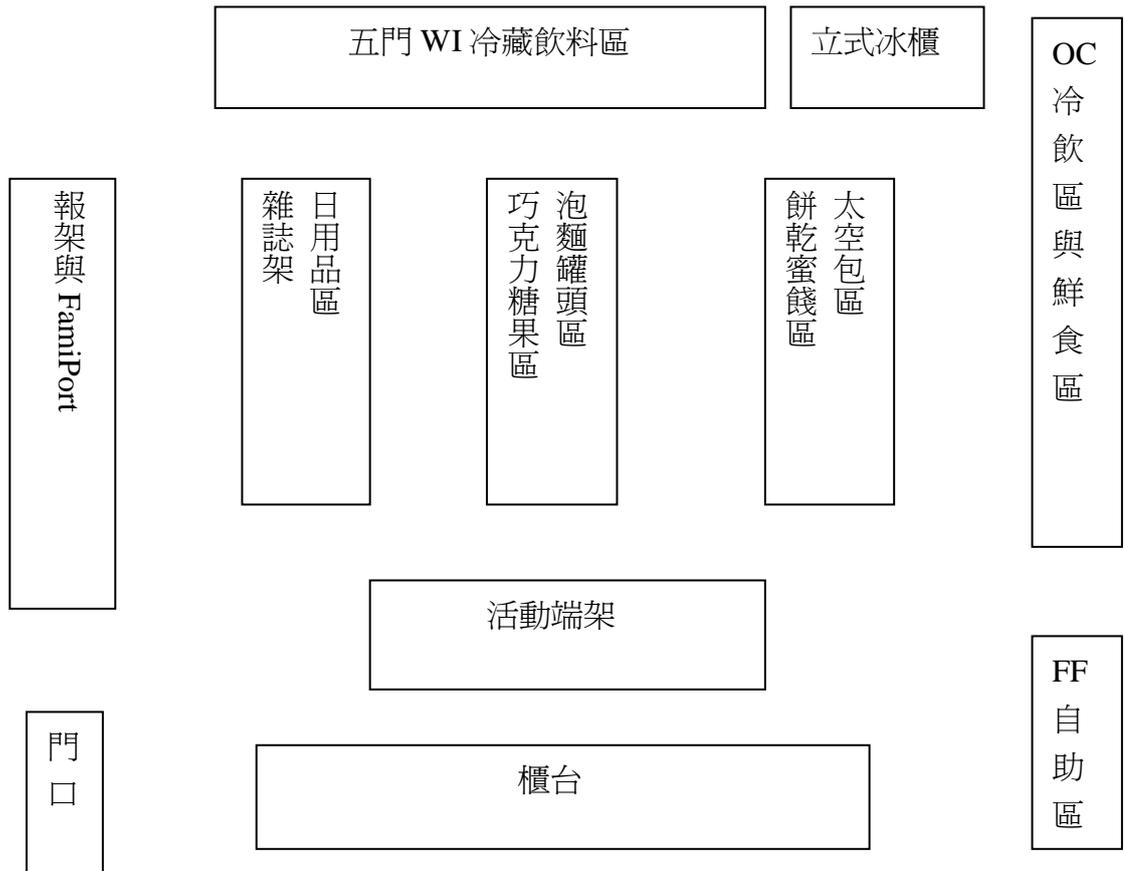


圖 3-2 佈置認識圖

3.人員認識

店鋪內現有店長一名，門市正職 2 名，產學生 1 名，工讀生 2 名

4.商圈環境認識

本店位於太平區的新平路三段一個轉角上，周圍都是住宅區，故以居然在社區內的住戶為主要客群，店裡客人 70% 以上都是熟客，只有 30% 是過路客，因此熟客是本店的業績來源

由於現在國小、國中生都有愛心餐卷，所以假日的中午都是顛峰時段，還有國小、國中生下課時段也都是來客數會

比較多

二、認識店長職務

1. 職務與工作內容

- (1) 品保作業:瞭解品保作業重要性、熟悉店鋪品保作業方法
- (2) 商品陳列作業:熟悉商品基礎陳列方法、建立正確鮮食商品陳列、服務銷售觀念
- (3) 商品訂購:建立商品管理與訂購的基本概念
- (4) 危機處理:了解發生危機的緊急聯絡流程、建立緊急應變能力
- (5) 顧客服務及訴願處理:了解服裝儀容規定、熟悉店鋪禮儀、建立便利商店應有的觀念、熟悉消費者抱怨相關案例及解決方式
- (6) 了解存貨管理流程:熟悉帳務管理及稽核、存貨控制與迴轉率
- (7) 存貨控制:了解庫存管理的重要性、建立盤損預防的觀念
- (8) 營收作業:了解結帳流程、熟悉帳務處理

2. 應具備之基本條件和技能

擔任店長須具備有強大的責任感與全店技能的操作，強大的責任感來自於不管發生任何事，即使錯不在店鋪，當事情發生時，就必須要店長出來處理，並且需要具備處理店鋪所有事項的能力，因此店長要對整間店的營運負責任

3. 教育訓練活動之推動

店舖內的教育訓練活動，對於新進工讀生店長安排員工帶領，並且有 3 天的試用期，在這段時間內觀察此人是否符合全家便利商店應有的工作態度或熱誠，給予任用或是勸退

對於店內既有的工讀生與正職，安排報考初、中、高階認證，提升員工工作能力，每逢春節時，也會舉辦競賽來提升業績，業績越好獎勵越高

三、業績掌握與目標管理

1. 工作流程與規劃

全家便利商店的工作內容現在都已標準化作業，早班、中晚班、大夜班都有固定的工作內容，至於時間長短控制，則是店長可以安排的部分，由於店舖配送都是固定時間，所以在配送時間內跟顛峰時刻，就是店長安排人力要考量的因素了，要規劃出一套如何使店舖營運更順暢，就是店長最重要的工作了，還有三個時間點是特別要注意的，下午二點前要傳輸營收資料，上午 10 點前要傳輸一訂商品資料，晚上 10 點前傳輸二訂商品的資料

2. 營運報告分析與業績掌握

在店舖後場電腦中，有許多商品分析業務資料，可以幫助改善店舖營運狀況並且分析各種商品資料的銷售與廢棄狀況，善用這些報表可以使店舖日商提升也可以防止各種舞弊發生，分析業務包括：

- (1) 商品進銷廢時序列
- (2) 商品進消費星期別
- (3) 組促活動查詢
- (4) 客層分析

(5) 品群番分析(單品 ABC 圖與報廢圖)

(6) 重點商品分析

(7) 常模分析

3. 成本控制技巧

店長職責要控制及管理各種關於店舖的事情，最重要的就是成本的控制，成本是關係店舖能不能獲利的重要因素，而成本又包括許多種，例如:人事費用、廢棄品、商品存貨...等

偷竊更是最容易造成店舖盤損，所以店長要訓練店舖人員如何防止商品偷竊，確實做好高單價商品列管，培養店內人員警覺心及隨時注意賣場狀況，以免造成盤損

四、領導技巧

1. 工作指導及人員訓練

(1) 工作指導準則:實際做給他看，讓新進人員更快了解，再讓他實際操作，監督與指點實際狀況

(2) 人員訓練內容

A. 店舖介紹:商品擺放、環境介紹

B. 收銀機操作:一般操作、特殊操作、收銀注意事項

C. 進貨作業:商品進貨、驗收、上架方式

D. 鮮食處理:報廢檢視、FF 區商品操作

E. 清潔作業:店內清潔、店外清潔

F. 應對方式:顧客抱怨、停電、搶劫、防騙

2. 排班作業與工作分派

排班的作用在於避免人事上的過度支出，有效的運用現有的人力，發揮出最大的績效，使店舖的運作不會有漏洞，排班技巧

如下

- (1)盡可能按照店鋪人員的意見排休假期
- (2)顛峰時間要安排足夠人力
- (3)考慮店鋪進貨的時間
- (4)做好職務調度的管理，以利緊急的臨時人力調度
- (5)以最精簡的人力支出達到店鋪最大的收益

3. 溝通技巧之應用

店長的行為舉止是所有店鋪人員效仿的對象，所以店長必須以身作則，每位店長的經營方式都不一樣，而店長要把自己規定的規則清楚傳達給店鋪中所有的人員，而規則必須秉持公平的原則，不能有任何的偏心意圖，需多站在員工的角度，多為員工謀福利，排除員工的困難

五、成功店長之積極角色

1.人力資源應用與管理

(1)店鋪人員的重要性

- A.店鋪人員是直接與消費者接觸的第一線，等同於顧客對店鋪的形象觀念的認知
- B.店鋪內所有的工作都是由每一班人員來完成
- C.顧客希望從店鋪任何人員身上得到相同且最好的服務態度

(2)店鋪人員的認知

- A.能夠成為店鋪裡獨當一面的服務人員，讓店長能夠信任的把店鋪交給店內的所有人員
- B.努力並積極的使店鋪的日商業績往上爬

C.完成店長交代的事項，並做到最好

2. 營造良好工作環境與購物氣氛

良好的工作環境必須靠店鋪內所有的人員努力的配合與積極的參予，而店長必須成為店內工作氣氛的維持者，不可把不好的情緒帶入工作的氣氛中，至於購物氣氛必須靠店鋪人員從最基礎做起

3. 熟悉公關技巧

可以對經常來店的熟客告知優惠促銷，並針對不同年齡層的顧客做面銷，讓顧客了解最新優惠訊息，讓顧客可以習慣並喜歡到店鋪消費

第六節 商業自動化與營運決策實習

一、店鋪報表研習

1. 進貨驗收單

由全台物流配送司機在每天配送貨品到店時交給店鋪的報表，報表會清楚顯示當日進貨品項、數量、驗收數量，店鋪人員必須刷取上面的配送條碼以進行驗收貨物

2. 廢棄明細表

每個月的 10 號 20 號月底盤點當日必須印製的表單，上面有廢棄區間日期，所有廢棄商品的廢棄時間、品項、數量、金額，報表分為 2 張，一張總公司聯隨營收袋交給日翊司機繳回總公司，一張為店鋪聯作為存查備用

3. 營收日報表

這是結算每日店鋪所營收的表單，裡面有每個商品部門的消費金額及必須送金給銀行的總金額，此報表必須每

日放入營收袋交由日翊司機帶回

二、條碼系統

1.商品條碼系統定義

條碼的啟用最早是由美國超級市場公會所推廣，為了在百貨公司或超級市場應用科技以節省大量人力物力資源，於 1973 年正式啟用，並取名為統一商品條碼(Universal Product Code 簡稱 UPC) ，適用於美、加等北美洲地區，此即為 UPC 碼的由來

條碼是一種代替鍵盤像電腦中輸入數位與字母的手段，這一手段只需掃描條碼就可以直接將數字與字母輸入到電腦中，無須敲擊鍵盤

2.條碼種類及結構

(1)一維條碼

A: EAN-13-應用於零售包裝(供零售賣場 P.O.S 系統掃描結帳的包裝)

B: EAN-8-應用於印刷面積小的零售包裝

(2)二維條碼:

除了左右的粗細及黑白線條有意義外，上下的黑點也有意義，由於左右上下的線條皆有意義，故可存放的資料量就比較大

3.商品條碼申請流程

(1)由於申請條碼之各公司體認到商品製造及銷售管理自動化之重要性，因此亦務請秉持同一信念，確認遵守商品條碼策進會號碼系統之作業規定，以共同維護並提升商業秩序與道德

(2)申請檢附文件包括:A.標準碼廠商號碼登記申請書 B.公司執照或工廠登記證影本 C.營利事業登記影本 D.商品基本資料表 E.應繳費用，其中第二與第三項皆須加蓋公司大小章

(3)核發之專屬廠商號碼不得售予或轉讓給第三者使用

(4)經撤銷之號碼，應立即停止使用，並將為售完之商品收回

4. 商品條碼系統操作及研習

(1)顧客選取的商品用手持式刷取機輸入至收銀機電腦結算金額

(2)訂貨時使用 EOB 機器刷條碼及出現商品資料，輸入欲訂貨數量即可

5.商品條碼系統營運效益

(1)增加結帳速度提升日商金額與來客數

(2)便利於商品庫存管理

(3)減少店內商品標價的成本

三、POS 系統後台報表操作

1. POS 與商品主檔之應用

引進 POS 系統後，全家開始經營實體商品以外的業務，最重要的一項就是開啟了代收業務，其中包括水費電費電話費等，到後來新增加進來的業務，只要談妥合作，便可以於全家繳費，到現在，全家共有 200 多項代收服務，一年的代收金額相當龐大，成為全家便利商店的獲利來源之一

2. POS 系統導入之程序

全家導入 POS 系統以前，使用舊式的收銀機系統，只具備簡

單的列印發票的功能，並總結交易的金額，大約在 1997~1998 年左右，許多零售流通業者開始引進 POS 系統，全家也是在當時導入的

四、物流系統操作

1. 電子訂貨作業

用 SAT(平板訂購)與後場電腦台帳系統即可訂購，訂購完後用後場電腦將資料傳回總部，再將商品依照區域整理交給物流司機分送給各店鋪

2. 電子驗貨作業

當物流司機送貨品到店時，用後場電腦把當日進貨資料下傳至 EOB(電子訂購簿)，在使用 EOB 刷取驗收單上條碼，進行商品驗收，驗收完後再將資料上傳至後場電腦傳回公司

第七節 物流與供應鏈管理實習

一、企業之供應鏈網路

1. 認識企業

台灣全家便利商店成立於 1988 年 8 月，迄今已有 23 年，為日本伊藤忠商社企業集團、日本 Family Mart 株式會社、及國內著名大企業共同合資經營。店鋪數穩定成長，於 2006 年 11 月，展店突破 2000 店，為大型連鎖之規模，並於 2002.02.25 股票上櫃，目前為全國第二大連鎖便利商店。2004、2005、2008、2010 年四度榮膺遠見雜誌便利商店服務力第一名，於 2006 年通過【SGS 國際服務驗證】，成為亞洲第一家通過之

連鎖零售企業，期待以更優質之服務提供消費大眾。2004 年進軍上海，成為國內便利商店系統第一家登陸企業。目前國內店數 2,814 店，全球總店數近 20,408 店。

未來將以「全家」為主體，發展以流通業為主之關係企業，成立「全家集團」，並以發展新事業、投資新區域為未來發展方向。

全家便利商店的企業理念，為「顧客滿意」、「共同成長」，期待公司員工、加盟者、協力廠商、社區居民，皆能共同成長，創造美好未來，提供更便利的生活環境。

2. 認識企業之供應網路

(1) 全家子公司

為全台物流 日翊文化物流

表 3-10 全家子公司表

配送溫層	配送商品種類
全台常溫物流	香菸 酒 日用 餅乾
全台鮮食物流	壽司 便當 三明治 雞蛋...等
全台低溫物流	牛奶 冷藏飲料 甜點
全台冷凍物流	包子 關東煮 冰品
日翊文化物流	卡類商品 雜誌 文具 玩具..等

(2) 合作廠商

有 UPS 勤力 全錄 宅配通

二、顧客服務與訂單管理

1. 顧客服務內容

(1)儀容與禮儀

包括有服裝儀容基本要求、店鋪營業用語、日常六大用語、電話禮儀、櫃檯禮儀、賣場禮儀

(2)服務精神

◎應有態度=顧客永遠是對的

◎服務態度=始終面帶微笑喊營業用語

◎個人方面=注意服裝儀容並主動協助其他夥伴完成工作

(3)服務承諾

◎全年無休、及時回應您的問題

◎家家環境整潔、明亮、安全

◎就是要展現主動、親切及微笑的服務

◎是不斷推陳出新的生活便利屋

◎你能買到新鮮且豐富的商品

◎家家戶戶可信賴的社區服務站

(4)顧客服務

◎賣場狀況 *借用狀況 *商品狀況 *其他狀況

(5)消費者訴怨處理

◎立即反應 ◎保持自信 ◎化解可能當眾吵鬧的情形

◎對不便之處表示抱歉 ◎不要推卸責任 ◎當場就將問題解決

三、倉庫管理

1. 倉庫規劃

本門市的後場倉庫規劃分為 3 大區域，在後場辦公室最左邊是 WI(有玻璃門的冰箱)與冰櫃，放置的是須冷藏的寶特瓶與罐裝飲料，中間為常溫飲料擺放區，右側為常溫的餅乾、泡麵、日用加工品與一台冷凍冰櫃

2. 物料管理

店舖裡的醬包、湯包物料類，都是擺放在 FF 區下面櫃子，而櫃台的櫃子則是擺放著湯匙、筷子等用度品，庫存數量則是以每周預估所需的數量進行訂貨

3. 進貨檢驗與時間

本店進貨時間分為早上 10 點 20 進 4 度 C 鮮食與 OC(開放式冰箱)飲料，下午 2 點進 18 度 C 飯糰跟便當，2 點 20 進常溫商品，凌晨 3 點進麵包與預購商品

檢驗方式為用 EOB 去刷進貨單上的條碼後，進行數量驗收，確認商品數量都正確無誤後，才進行上架，若是數量不對或品項錯誤則須立即開立修正單，給明天同一時段的物流司機帶回

4. 入庫流程

在確認賣場架上商品補齊後，其餘的商品則拿到後場倉庫庫存

5. 搬運設備認識

店內的貨品搬運方式目前還是以人力為主

6. 出庫流程

在賣場的貨品被顧客拿走時，從後方倉庫拿取所需的貨品依照先進先出放式擺放，若是倉庫內無庫存，就以拉排面的方式把商品往前推進，讓賣場商品排面看起來整齊且豐富

四、庫存管理

1. 庫存策略

因門市倉庫空間有限，所以採用安全庫存存量策略

2. 庫存量計算方式

以香菸來說，因單價較高，平均銷售*3 或 4

以保特瓶來說，因單價較低，平均銷售*6 或 7

3. 存貨週轉率

1. 存貨週轉率定義: 商品進貨到售出的時間長短

2. 存貨週轉率=月銷貨收入/月平均存貨

3. 企業所制定之週轉率基準: 4~9 月為 2.1

10~3 月為 1.8

4. 採購時間

表 3-11 採購時間表

配送廠商	訂購時間
鮮食一配	每天早上 10 點前
低溫	每天
常溫冷凍	每週三次早上 10 點前 冷凍: 二、四、日 常溫: 一、三、五
鮮食三配	每日晚上 10 點前

5. 採購策略

依店鋪需求量

6. 盤點策略

加盟店: 每兩個月盤點一次

五、運輸管理

表 3-12 配送時間表

配送物流	配送商品種類	到店時間	配送日
鮮食三配、QC	牛奶、冷藏飲料、甜點、4度C鮮食	10:20~10:50	每日
常溫	常溫飲料、日用品、加工、菸、酒、餅乾、泡麵	14:15~14:45	一、三、五
鮮食一配	18度C、鮮食、巧克力、蛋	1:00~1:30	每日
冷凍	冰品、關東煮、熱狗	21:30~22:00	二、四、日

六、供應商管理

1. 供應廠商:

(1)全家子公司:全台物流、日翊文化物流

驗收原則:

◎需當場清點明細

◎對點商品若有缺少或誤配,需於配送確認書做註明才可開立

◎其餘商品先確認:箱數、籃數、件數是否無誤

◎驗收無誤後於配送確認書蓋上檢收印及簽全名

◎使用 EOB 進行進貨商品明細清點

(2)巡迴廠商:勤力 全錄 UPS 宅配通

- ◎貨單登入後，系統會直接將資料傳回總部
- ◎傳輸執行後，所有輸入的貨單將自動轉入存貨推移表中
- ◎進行傳輸後仍可修改資料，修改完成後，需再次進行傳輸的動作
- ◎貨單修改期限為驗收日+2 天

七、委外策略

全家便利商店的委外業務

1. 高鐵、台鐵、客運、機票販售
2. 霹靂金光布袋戲銷售
3. 資源回收(廢電池、手機、筆電、光碟)換點心響應環保公益
4. 宅配通、店到店寄件服務

第八節 消費者行為分析

一、立地條件調查

1. 人口結構

本門市為住宅區，因次消費者都是附近的上班族跟居民為主，只有極少數的外來消費者

2. 人流數量

在旺季時一天下來的來客數介於 600~700 之間，淡季時來客數介於 400~500

3. 所得水準

附近的顧客大部分都是在這附近工作的人，因此，以這附近上班族跟工廠的薪資來看，平均每人每月所得約在三萬元到四萬元之間，屬於小康家庭的所得水準

4. 交通狀況

本門市位於街道交叉出口，所以位置相當明顯

5. 外圍配合廠商之條件

本門市與附近國中、國小合作午餐愛心餐卷

二、消費者行為調查

1. 風俗習慣

本門市的消費者對於咖啡與飲料的需求偏高，沒有特別風俗習性

2. 宗教信仰

這附近的居民住戶的宗教信仰都是以佛教與基督居多

3. 消費者習慣、價值與態度

這附近居民都以小康家庭居多，因此，在購買物品時通常都會比較一下價格的高低，但也有大多數常客每天都會來購買一樣的商品，因此當顧客上門時，通常都不必開口，就可以直接把他需要的東西準備好，這貼心的服務也為我們創造了穩定的業績

4. 顧客滿意度

顧客對本門市的態度位於中上左右，因為顧客幾乎都是熟客，因此都是把顧客當成朋友的方式在服務，只有極少數本身態度就不好的消費者，或是老是喝酒醉發瘋的顧客

三、人口資料與顧客系統管理

1. 佔有率規劃

全家便利商店現在每 2 個禮拜就會換一個檔期，所以每 2 個禮拜都有不同的優惠活動，因此，有許多熟客每天

都是購買一樣的商品，所以，把這些熟客購買的東西記起來，在他們上門時可以主動告知，這樣在特定的活動優惠下，可以增加當天的日商業績，也增大消費者固定來客的佔有率

2. 外送或涵蓋區域規劃

本門市沒有提供咖啡外送服務，都是顧客上門購買

3. 顧客資料建檔與應用

本門市在咖啡有第 2 杯折扣時，會鼓勵消費者一次買 2 杯，然後可以讓顧客用寄杯的方式，不用一次拿回去，只要在發票上蓋上印章，下次來店出示發票即可領回，門市還有一個顧客建檔的方式，全家有推出 Happy Go 卡的服務，但顧客常常忘記帶卡片，所以都享受不到優惠，因此，店裡有一本卡片蒐集冊，專門放置熟客的卡，只要他們來消費時就主動拿出幫他們累積點數，主動為顧客著想，拉近與顧客的距離

四、競爭廠商優勢調查

1. 競爭廠商定價策略

全家便利商店最大競爭對手莫過於 7-11，2 家超商都是以銷售便利服務為主要服務，只差在於促銷活動的差異以及形象塑造方向的不同

2. 競爭廠商促銷策略

市面上推出的促銷優惠，不外乎那幾種，每當有新的行銷策略出現時，在市場上反應不錯，馬上就會被效仿，最大的促銷策略就是推出消費集點換公仔，一直持續不斷的推出

不同的集點商品，讓消費者因收集點數而消費到一定金額

3. 競爭廠商人才培育策略

(1)OPEN 學習講座：定期請講師，分享成長心得與經營智慧

(2)管理能力訓練：豐富的線上學習規劃進階課程

(3)單位自辦訓練：各單位定期舉辦部門訓練，提高團隊合作默契與業務經營共識

(4)自我研修方案：鼓勵同仁提升語文能力與在職進修，完成學習或通過檢測有機會申請獎助學金

五、調查方法研討

1.問卷設計：透過線上問卷調查，了解消費者需求

2.報表分析：總公司透過問卷分析消費者需求

第四章 實習心得與未來建議

第一節 實習心得

一開始對於便利商店的印象就是覺得什麼都要會，超商的營業項目很多很雜，所以在到全家上班前就已經做好心理準備。

在報到前公司還先讓我們上3天的職前訓練，對於未來的工作機本有個了解，後來把我們分配到直營店去，在直營店學習最基本的店鋪營運作業，之後公司把我們送到台北淡水的教育訓練中心訓練5天4夜，在台北的5天時間是很緊湊的，除了每天上8~10小時以外，還有許多的考試，下課後回到宿舍有時都晚上8點多了，又要為了隔天考試拼命的看書，睡眠時間真的是很少，但是也讓我體驗到了不同的職場經驗。

到現在也快要結束了，在這些日子也是收穫良多，讓自己變得更加獨立，懂得如何去面對解決問題，由於在服務業，要遵從客人永遠是對的，即使在面對無理取鬧的客人，還是要理性的跟他溝通，也讓我的耐心磨練了不少，在超商學到的不只是店鋪事務，還有與人相處之道，因為每天都會面對不同類型的顧客，能讓每個顧客滿意的離開，是我一直在學習的事情。

在便利商店工作是很繁雜的，不管客人問你什麼問題，都要能立刻反應的幫顧客解決問題，甚至連手機有問題都還會有顧客拿來詢問，店員幾乎都要變萬能的了，在上班時也要特別注意，不然不小心造成客怨的發生就很麻煩了，而且便利商店活動很多，每次換檔都有新的活動，所以要對每次的活動非常熟悉，不然客人詢問你現在有什麼活動，回答不出來就會讓客人覺得你不專業了。

現在我認為只要做過全家便利商店，我想到其他職場也是會有

幫助的，因為在超商經歷過形形色色的人事物，這些經驗會讓你學以致用而在這段期間，也希望這段時間能順利通過副店長的考試，至少從全家離開後也有一個好聽的副店長資格。

第二節 未來建議

全家便利商店在培育訓練上做得的確很完善，讓訓練完成的人員在下店鋪後可以很快的進入狀況，但是公司與加盟主的溝通需要加強，因為許多加盟店主都不太清楚學校與公司簽的合約內容，都是需要我們跟加盟主說明後他們才了解，對學弟妹建議來說，便利商店其實是個不錯的實習機會，因為在這裡可以學到許多事情，是個很多社會的縮小版，只要遇到一個好的店長這會是一個不錯的工作機會，也很感謝系上大四有實習的機會，可以提早進入職場實習，不至於只是個有大學文憑的普通大學生而已。

第三節 我的未來計畫

由於合約只簽到5月底，但是大學畢業後就要當兵了，在當兵前不好找工作，而公司也提供繼續續約到當兵前，所以可能會選擇續約吧，而離職後，在一年內公司都會把你當成留職停薪，可以保留資歷，當兵回來後也可以選擇回去轉正職繼續上班，如果做的不錯也可以繼續留下來，或者也可以趁這段時間考慮未來要往哪方面走下去。

參考文獻

1. 全家官網 <http://www.family.com.tw/enterprise/>
2. 7-11 官方網站 www.7-11.com.tw/
3. 全家新進人員教育訓練課程手冊
4. 全家便利商店之商品聯絡書
5. 全家便利商店之店鋪營運手冊
6. 全家數位學習網
7. 全家社外密活動通報
8. 三明治教學校外實習專題-全家便利商店(張翔誠)