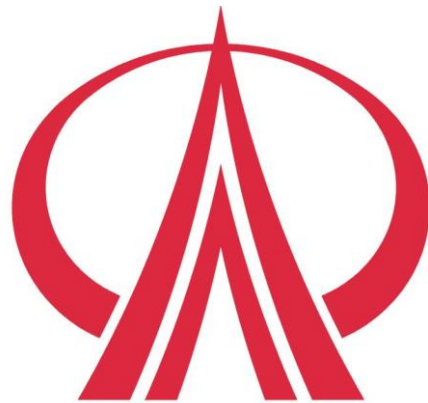


修平科技大學

行銷與流通管理系

三明治教學校外實習專題

實習公司：大買家股份有限公司



指導教師：楊振昌 老師

學生：BZ99007 王怡萱

中華民國 103 年 05 月

摘要

大學四年級，必定要有的校外實習專題，經由三明治教學實習，讓學生提早體驗職場生活，有個工作經驗。目前在「大買家股份有限公司-國光店」實習，實習的部門是百貨部的文品課，負責的範圍包括文具、圖書及玩具。在實習的期間，同事之間互相幫忙、和睦相處，經過實習讓我有新的體驗。

致謝

感謝學校所有幫助過我的老師們，以及系上的校外專題實習，讓我提早踏入職場，學習工作如何應對顧客與同事如何相處。

感謝大買家百貨部的大家，和文品課前課長及現任課長，還有文品課的工作夥伴，剛進去大買家實習時，對幫助我、照顧我，教會我在賣場工作的基礎與注意事項，指導我很多，與夥伴們相處融洽，也在大買家認識了不少的朋友，大家一起工作、一起玩，在大買家實習的這段期間，還蠻開心的，很珍惜這段時間，也謝謝曾經幫助我的人。

目錄

摘要.....	I
致謝.....	II
目錄.....	III
圖目錄.....	IV
表目錄.....	V
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.....	7
第四節 直接負責單位業務內容.....	8
第三章 個案公司實習所見.....	11
第一節 門市行政實習.....	11
第二節 門市營運管理實習.....	16
第三節 連鎖企業經營管理實習.....	22
第四節 行銷企劃實作.....	26
第五節 店長與管理職務實習.....	31
第六節 商業自動化與營運決策實習.....	36
第七節 物流與供應鏈實習.....	41
第八節 消費者行為分析實習.....	47
第四章 實習心得與未來建議.....	51
第一節 實習心得.....	51
第二節 未來建議.....	51
第三節 我的未來計畫.....	52
參考文獻.....	53

圖目錄

圖 2-1 公司組織圖	4
圖 2-2 公司地圖	8
圖 2-3 部門組織圖	8
圖 3-1 甄試程序圖	11
圖 3-2 商品報廢單	18
圖 3-3 庫存調整單	18
圖 3-4 紅利活動	29
圖 3-5 1F 賣場分佈圖	32
圖 3-6 B1 賣場分佈圖	32
圖 3-7 930 機器圖	39
圖 3-8 文品課-倉庫圖	43

表目錄

表 3-1 門市作業流程.....	17
表 3-2 SWOT 分析	26
表 3-3 課內分布線	31

第一章 實習動機與目的

第一節 實習動機

升上四年級要面臨的是校外實習或實務專題，我選擇的是校外實習，在這之前我做的工作都是工廠的工作，是不會接觸到人群，而我選擇的校外實習是大賣場，第一接觸就是人群，所以想訓練自己面對人群時不緊張及如何處理職場問題。而且能提早適應職場生活，讓自己累積工作經驗，並將所學的知識運用到職場對未來是有幫助的，也希望自己可以透過這實習過程中，去了解自己適合的工作環境，未來我所希望的工作待遇，也是未來的職場生涯開端。在實習的過程中，可以真正體會工作時的臨時狀況，該怎麼處理，面對壓力。選擇校外實習可以工作賺錢也可以存錢。

第二節 實習目的

想經由這次的實習，將上課所學的所教的內容，運用到職場上，是否成為自己需要的知識，並親身了解職場的生活，可以增加工作方面的能力與經驗的累積。而選擇大賣場工作，每天必須面對不一樣的客人，如何從中了解，觀察，服務，每天的工作內容及待客處理方式，這都是每天必須學的，而且畢業後可以了解自己是否適應這類型的工作，最重要的上班時跟同事相處也是一門學問。

期許自己在實習的當中可以學到知識和技能，提升自己的待客之道，提升對工作的熱誠，可以融入不一樣的環境中。

第三節 實習公司甄選過程

一、 實習公司資訊的獲得

系上有介紹過，所以知道有這家廠商，加上系上學長姐有在這家實習及曾去大買家購物。

二、 與實習公司接洽

在學校的第一次面試，是由總公司派人前來面試，面試完等通知，確定錄取後，再跟學校簽約，第二次面試是親自前往大買家面試，剛開始是由人資部的人員先面試，由人資部確定我分配到哪個課別後再由該課的經理跟我面試，面試完確定上班時間。

三、 實習公司選擇

在聽每家實習廠商的簡介時，覺得都還不錯，聽完後有幾家的猶豫不決，但只能從中選三個心中想要的公司，接著跟三個公司的人面試，等面試通知是否通過，也可以從這中間學到面試的經驗，可以了解公司最需要的是怎樣的人才，最後我選擇大買家，能訓練跟客人當面接觸的技巧，也可以鍛練膽量。

四、 對實習公司的初步看法

每天補貨，搬重物，每天的工作都是一直重複。

原來不是這樣，雖然補貨搬重物是最基本的工作，但要學的內容還有很多。

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

「大買家股份有限公司」成立於 1993 年，由中陽集團及中部知名建商創立，1994 年大里國光店開幕，1996 年北屯店，1999 年高雄店(金銀島購物中心)正式營業，以提供各類民生必需品及餐飲、商店街的複合式量販店，滿足消費者一次購足，應有盡有的量販百貨大賣場。

1997 年為擴大採購規模提升競爭力，與大潤發流通事業股份有限公司交互持股策略聯盟，成立商品聯合採購中心，2001 年再與具有 45 年零售流通經驗的法國歐尚集團合作，提升國際性更多元化的商品服務。

2008 年因應更專業和多角化經營，成立餐飲及流行百貨招商營運部門，專營以品牌專櫃 OUTLET 業態為核心的商店街、購物中心，對消費者承諾 Save & Safe 「買的便宜 買的安心」。

2009 年整合公司資源成立網路事業部門，提供民生必需品為核心的應有盡有量販百貨一網路店，消費者可選擇透過網路或到實體店購物，結合虛實，創新行銷服務理念讓顧客更方便、更滿意。

二、企業組織圖

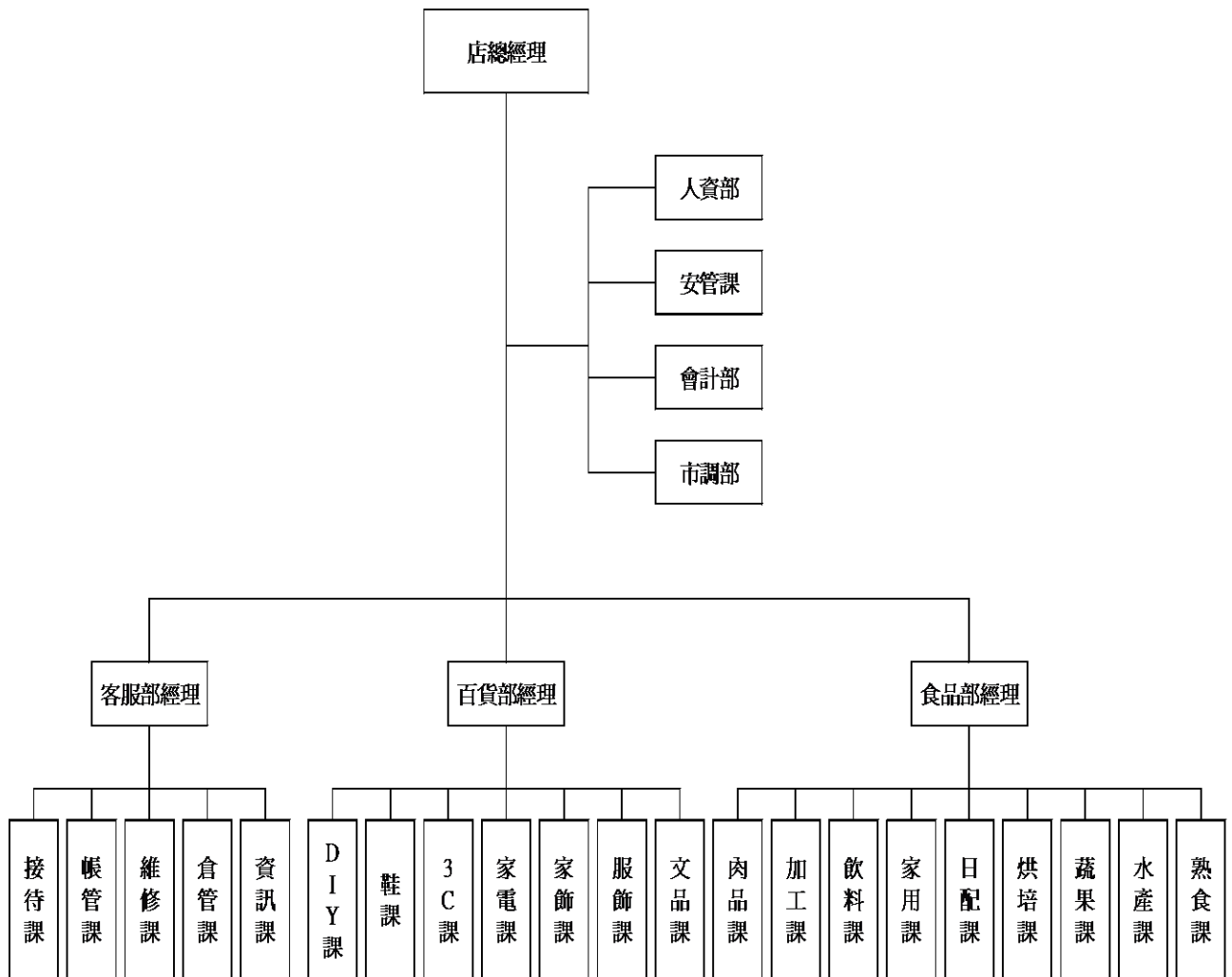


圖 2-1 公司組織圖

第二節 公司策略

一、公司策略及目標

擴大採購規模提升競爭力，大買家與大潤發流通事業股份有限公司交互持股策略聯盟，大里大買家量販店國光店並於民國 85 年 6 月引進具連鎖店決策分析功能的全新 POS 系統，以奠定公司長期業績擴張基礎。

為了讓更多消費者前來消費，大買家拓展網路門市，與具有 45 年零售流通經驗的法國歐尚集團合作，大買家網路購物提升國際性更多元化的商品服務，亦可穩固市場絕對的競爭力，以創造雙贏局勢開始第三家，大買家網路購物滿足消費者一次購足，應有盡有的量販百貨大賣場。

二、公司的外在競爭者

附近有一間知名的文具店，和一些小型的美妝商店等，當消費者想買文具、書籍或美妝商品時，則會到專賣店購買，因為專賣店商品較足，選擇性較多，就不會選擇大買家。

三、公司的 SWOT

S 優勢：

1. 利用自有通路發展自有品牌。
2. 與企業相互合作，解決存貨、缺貨困擾。
3. 利用網路，增加購買族群及方便性。
4. 停車場面積大，停車方便。

W 劣勢：

1. 賣場動線不明確，顧客時常找不到商品。
2. 設備老舊，無法有效率的處理作業。
3. 廁所太少，讓顧客不是很方便逛賣場。

O 機會：

1. 位於大里區國光路的黃金地段。
2. 傳統市場品質不再。
3. 消費者逐漸形成量販消費行為。
4. 資訊科技進步，所帶來的電子商務商機。

T 缺點：

1. 小型購物中心崛起，如全聯、美聯社。
2. 專業人才不足，人員流動率偏高。
3. 專業人才難求、企業挖角嚴重，產業內競爭激烈。

四、公司五力分析

1. 現有競爭者的競爭

大買家屬於量販店，因此競爭者有家樂福、愛買、好市多等，目前台灣的量販店逐漸上升，競爭力也越大，最大的競爭者以家樂福為主。

2. 供應商的議價能力

因跟供應商長期合作下來，也與大潤發結盟，共用採購系統，有一定的認知與默契，所以議價不會有太大的改變。

3. 消費者的議價能力

在台灣，購買商品十分便利，量販店的價格已經低於市價，在價格上沒有需求，基本上不一定要選擇大型量販店，所以必須把價格壓低，才能保固市場。

4. 替代者的威脅

現在的小型商店崛起，如：全聯、便利商店、超級市場、美妝商店等，較多的消費者需求不大，則選擇這樣的商店消費，其中以較便宜的價格，方便性高的全聯最具威脅性，現在網路便利，有提

供網路商店的也是。

5. 潛在進入者的威脅

台灣目前沒有非常多的量販店，況且涉及的物流之龐大，也不是一般的公司能負荷的，因此要具有一定規模企業才夠參與競爭。

第三節 公司戰術與作業策略

一、 公司的營業項目或所提供服務

數以萬計的商品種類，提供消費者一次購足的便利性，寬敞明亮的賣場，簡單的購物動線，便利的停車空間。公司以讓消費者「買的便宜買的安心」為主，每一檔期會做促銷活動，吸引消費者前來消費，增加來客率，而辦會員卡的會員則享有更多的優惠，舒服的環境及即時的優惠。

二、 公司的主要顧客

主要客群來自附近的家庭，從小孩到老人，學生和外籍勞工、外國人居多。

三、 目前來客數

平日的來客數較少，大約有二~三千多人左右，假日的來客數較多，大約有五千人以上。

四、 每月營業額

一個月的營業額約四到五百萬左右，如有特定假日，如過年、中元等節日，營業額約千萬以上。

第四節 直接負責單位業務內容

一、直接負責單位組織圖

本店位於台中市大里區國光路 2 段 710 號



圖 2-2 公司地圖

而我所任職的職位為文品課的員工，由我任職的文品課，是負責圖書、文具的部分，及四月一日歸屬於我們的玩具。

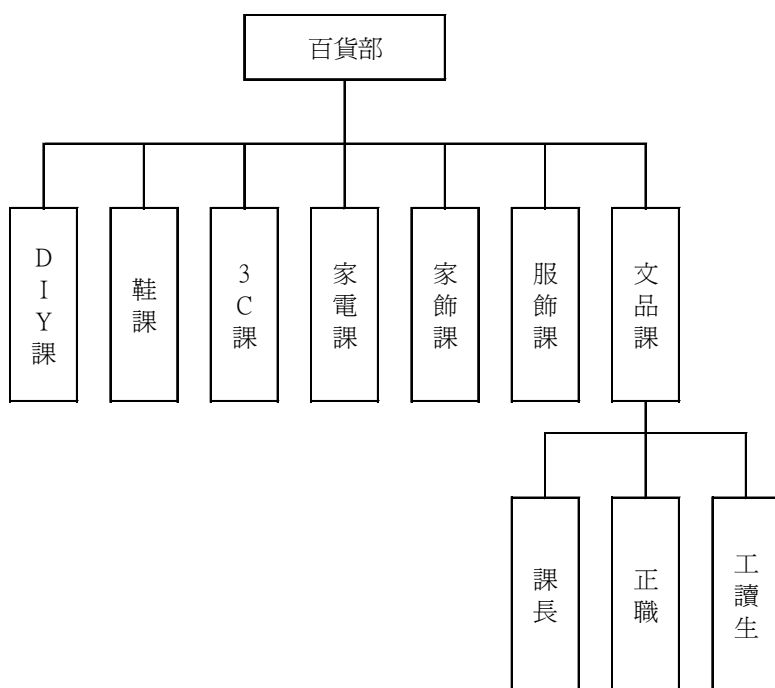


圖 2-3 部門組織圖

二、直接部門工作內容及介紹

目前負責的部門是百貨部的文品課，工作內容有：第一工作要先包報紙、週三要包一週刊、貨架上商品不足要補貨、整理排面-將商品拉前看起來很多、價卡-將排面上沒打到價格的補價卡、服務客人、收退-進貨時間長達一個月以上，沒銷售或進貨有段時間則收退、盤點等。

每天上班的基本操作：

A. 上下班：刷卡、刷退。

B. 賣場標準化作業：看迴轉區是否有貨，有貨拉回賣場。

商品排放整齊，拉排面。

隨時檢查架上的商品是否有補。

C. 顧客服務基本原則：服裝儀容。

賣場禮儀。

面帶微笑、親切。

D. 商品退貨作業：查電腦是否為呆滯商品，太久沒賣或沒進貨就要收退。

三、工作時間與輪班方式

- 除了星期一要上課外，其餘時間要排班。
- 早班：早上 7 點到下午三點、早上十點到晚上六點、中午十二點到晚上八點。
- 晚班：下午三點到晚上十一點。
- 一天共上七個小時，因為早班級晚班有固定的人，所以我上班時間不固定，依照課長排班的時間來上班。

四、相關的工作人員、主管與利益關係者

課內有兩位正職和三位工讀生(包括我)，課長調去別課，但我們還是他管轄的課，之後來了一位新課長，從倉管課調來的，如果遇到比較重要的節日，例如開學前、萬聖節、聖誕節、過年等，就會有廠商來幫忙。

第三章 個案公司實習所見

第一節 門市行政實習

一、 人力資源

1. 人力需求預測

每一課的人數不一定，但都有人數上限，如人數布構可根人資申請，所以每客人數都不一樣，我任職的文品課人數是3-5人。

2. 人才招募

- (1)職務說明：商品管理、陳列、補貨、整倉。
- (2)應徵性別：男女不拘。
- (3)工作性質：全職/兼職。
- (4)工作時段：早班：07：00~15：00、晚班：15：00~23：00。
- (5)學歷要求：高中、專科、大學。
- (6)語文條件：不拘。

3. 徵才管道

- (1)報紙。
- (2)網路人力資源(104、518 人力銀行)。
- (3)介紹。
- (4)門市公告。

二、 員工徵選與試用

1. 徵選的程序



圖 3-1 甄試程序圖

網路人力銀行、報章雜誌刊登招募消息→接收網路履歷

或書面履歷→履歷篩選→電話通知→面試→錄取通知。

2. 面試重點

大買家工作者的服裝儀容、為何想進入本公司、是否願意配合公司制度，條款和規則，藉以篩選適合的人選。

3. 員工試用期間之考核

正職與工讀都有試用期，試用期為三個月，這三個月由課長審核是否繼續雇用，審核有無不良行為(慣性遲到、服務態度不佳等)，將予以遣退，而表現佳的員工則繼續雇用。

三、員工的教育訓練

1. 評估訓練需求

員工訓練於每年年底由訓練負責單位調查各課需求，為了要發展一個有效的訓練計劃，必須以系統的方法蒐集和分析訓練需求的資料，包括組織目標、生產策略、員工工作表現等。彙總編排年度全公司教育訓練計劃，年度教育計劃應經由本公司主管會議討論後，經由審核後實施。

2. 訓練方法

新進人員由任職的單位進行訓練，內容主要使新進人員瞭解公司的經營理念與企業文化，亦縮短適應期。內部組織及建立人力資源系統架構訓開始，依職能別或皆能別不同設定不同的訓練，一般分為基層訓練、中階主管訓練、高階主管訓練、基層員工訓練。

3. 訓練成果的評估

先確定企業主要目標，建立參與者所必須遵守的標準，與員工討論目標並使員工清楚工作需求，定期觀察員工平常的工作流程和效率，針對員工的缺點提出改善意見。

4. 員工的在職教育訓練

- (1) 一般培訓：依據工作實際需要，開辦各部門相關課程，例如安全講習、公司政策宣導等。
- (2) 職能培訓：各部門單位職務所需不同職能類別之課程訓練，使增進職務上所需之技能及能力。
- (3) 訓練規劃課程可規劃：公司簡介、服務流程、產品介紹、業務銷售技巧、內部專業知識。

四、工作績效評估與考績

1. 工作績效評估方法

公司對員工在特定期間的工作成果之評價，藉以作為調薪、任免或晉升等人事決策之參考，在人力資源管理中，可影響對員工公平性的獎勵，激勵員工的工作效率。

2. 工作績效評估方法之檢討與改進

讓員工了解目標，並觀察員工的工作效率後，使員工清楚知道對工作的目標，幫助公司的銷售額提升，並針對缺失進行擬定改善計劃，督導員工以向目標進取。

3. 考績評分表之項目與評分重點

對員工的工作效率表現定期評估並做紀錄，員工的優點給予一定的獎勵，激勵員工，反之缺點提出改善意見，並使員工針對缺點進行改進，把不好的做到最好。

4. 考績評分表之使用與評比技巧

在還沒考核前訂下目標，利用標準來評量員工是否達成目標，利用所設定的目標使員工有更好的工作效率。

五、 輪班制度

1. 排班方法與技巧

任職的文品課排班方式是一天最多只能休兩個，每天的上班人員都是有一個正職配兩個工讀生，一個月休七到九天，而且一個月只能休一個星期六日，換檔那天盡量不要休，因為工作量會較多。

2. 緊急調班作業

如有臨時調班或請假，須先詢問其他人是否願意調班，達成共識後填寫調班單，再由課長及經理簽名，即完成調班。

六、 獎勵制度

1. 工作績效、考期與獎勵制度的結合

公司為了提升工作效率，設置職工福利委員會，婚、喪、喜慶、三節、生日均有相關經費、津貼及績效獎金，讓辛苦為公司效力的員工得到應得的回饋，也是公司提升員工工作效率的方法。

2. 獎勵制度的執行、檢討與改進

獎勵有分禮卷及薪水兩倍，颱風天上班是禮卷五百元，國定假日上班則是薪水兩倍。

沒參加職工福利委員會就無法領到婚、喪、喜慶、三節、生日的經費，這是較不好的地方，上班超過下班時段，多上的時數也沒薪水。

七、 員工保險與福利

1. 加退保作業

新進同仁到職日當日由公司代為投勞工保險及全民健保，於離職生效日退保，在雇用期間，都享有此保險。

若在規定期間內未辦理離職手續使退保延誤者，所衍生之費用由個人負責，並自當月薪水中扣除。

2. 慰問金、福利金、補助金之申請

任何的補助金申請，必須事前就要提出申請，這樣才有工作時間，看是否通過。

3. 離(退)職給付之申請

工讀生申請離職，須在離職前十五天提出申請，未依規定者，離職當月的薪資於下下月十日發放。

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

秉持誠信、創新、專業、永續經營、熱情親切的經營理念，履行企業責任，關懷社會，以提倡「幸福家庭」創立宗旨。

提供「家庭幸福生活」為核心所需的生鮮、日常生活用品、3C 家電、應有盡有的量販百貨、品牌 OUTLET 商店街等數萬種一次購足多元化商品，並提供網路及實體店方便購物便利服務。

堅持「環境舒適」「衛生品質」「天天低價」「親切服務」，讓消費者「買的便宜買的安心」，不只提供商品服務，更提供家庭幸福生活。

2. 產業現況與發展

整合公司資源成立網路事業部門，利用網路消費方便為核心的應有盡有量販店-網路店，大買家網路購物為一提供各類民生必需品與百貨商品之複合型都會量販超大型賣場，為台灣流通業開創另一成功業態典範。

消費者可選擇透過網路店或實體店面購物，結合虛實，創新行銷服務理念讓顧客更方便、更滿意。

二、門市作業基本認識

1. 門市作業基本流程

表 3-1 門市作業流程

07:00~07:10	早班點名(值班課長會發當天有變價的價卡則更換)。
07:10~08:30	前置作業完成(至碼頭拿報紙及包報紙、開電視、拿對講機、借條碼機、看交接本，了解前晚的人員交代的工作、整理排面等)。
08:30	開始營業
08:30~11:30	巡視賣場及補貨(貨量較少則看庫存是否有貨)、回應顧客詢問等。
11:30~13:00	用餐時間(輪班用餐)。
12:00	中班人員上班(看迴轉區是否有貨，有貨則要補貨、看交接本有無工作未完成)。
15:00	晚班人員上班(迴轉區集合點名，值班課長交代事情)。 早班人員下班，交接動作(在交接本寫重要事項，讓大家得知有什麼重要事情)。
17:00~18:30	用餐時間(輪班用餐)。
21:00~21:30	該課課長是值班課長，就要到一樓賣場回收孤兒、整理紙箱車、層板回收。
22:30	必店。整理排面、孤兒放回排面、歸還用具(對講機、條碼機)等。
23:00	晚班人員集合點名，由值班課長統一下班。

三、顧客服務

1. 顧客詢問之處理

- (1) 當顧客詢問文具位置為何時，親自帶到該文具放置位置，貨架上無商品時，查商品庫存，如有則請顧客稍待，並去倉庫拿貨來賣場補足。
- (2) 當顧客詢問書籍是否有此本書時，可先查電腦系統，查是否有賣此本書，若有就帶至此本書放置位置，若無就跟顧客表示本店沒販賣。
- (3) 若顧客詢問的商品自己較不清楚則請顧客稍待，然後請問較資深的員工，以解決顧客問題。

2. 顧客抱怨之處理

當顧客抱怨商品有瑕疵損壞時，立即換新的商品給顧客，該商品則退貨處理。

3. 主動服務顧客之技巧

顧客停於貨架前許久或來回觀看時，帶著笑容，向前詢問顧客需要什麼服務。

4. 讓顧客留下好印象之技巧

- (1) 面帶微笑。
- (2) 親切的服務態度。
- (3) 關心顧客。

四、顧客購買忠誠度

1. 了解顧客購買忠誠度對企業的影響

顧客的忠誠度提高的話，會給公司帶來更多業績，讓公司更加蓬勃發展。

2. 提高顧客購買忠誠度的方法

若要提高顧客購買忠誠度，要有良好的品質和服務態度是最重要的，如果遇到問題或突發狀況，可請課長或較資深的員工協助優先處理，讓顧客有被注重的感覺。

3. 消費者滿意度對企業之影響

顧客滿意度對公司的影響相當大，如果這次滿意則會再次前來消費，但如果有一次不滿意，則會永遠失去這位顧客，若顧客再跟親朋好友訴說的話，則會再失去更多的顧客。

五、店鋪銷售作業流程

1. 銷售作業流程之規劃與執行

- (1) 收貨：早班人員會在迴轉區，收到從二樓倉管運送下來 B1 的貨，各課的人員便將自己所屬的商品一一拉回賣場補貨或拉至倉庫放至。
- (2) 上架：商品上架時，要先注意貨架上的商品日期，較早的日期則放前面，也要注意商品的條碼是否跟貨架上的價卡條碼相同。商品的正面要面向顧客，讓顧客一看就很清楚。
- (3) 價卡：更換價卡時，要第一時間換下就價卡，不然顧客結帳時，發現價格不符合時，是會被退雙倍價格，因此每天早班人員都會先將變價的價卡換好。
- (4) 退貨：有促銷檔期已過的商品、顧客退貨的商品(瑕疵損壞)、運送貨物時損壞，這些商品都要退貨處理。
退貨步驟如下：
 - a. 印退貨單，送簽(會計室、經理、課長)。
 - b. 收到廠商的回傳單，跟退貨單釘在一起。
 - c. 退貨商品及退貨單、退貨單複印拿給倉管人員與安管人

員，進行核對商品數量及貨號後，再將退貨單複印貼至要退貨商品箱子外後，即可退貨。

(5)排面：將貨架上拉整齊，並尋找貨架上較少的商品，再補貨，讓排面看起來商品多、整齊。

2. 銷售作業流程之控制

隨時注意貨架上的商品，是否快沒了，若快沒了查庫存，補貨。

3. 銷售作業流程之檢討與改善

貨架上商品數量較少的也沒庫存則盡快下訂單，讓貨架不是空著。

如果商品與價卡價格有差異，請資深人員變價，並趕緊換價卡。

六、突發狀況之處理

1. 突發狀況之模擬

(1)使用托板車運送貨品時，不小心撞到顧客。

(2)商品掉落，不小心砸到顧客。

(3)退換貨。

2. 突發狀況之處理與檢討

(1)托板車托運貨品時，高度不得高過肩膀，並且托運速度不得過快，隨時注意身旁的狀況，以顧客安全為主。

(2)趕緊向前詢問有無外傷，如有外傷，請就診，並關心動向，醫藥費全數賠償。

(3)至一樓服務台拿退換貨單，在至賣場找該課負責人員，出示退貨商品、退換貨單、發票，即可辦理。

3. 避免突發狀況之發生

- (1) 加強職前訓練。
- (2) 熟悉賣場所有動線、逃生門、滅火器等。
- (3) 對商品基本認知須先了解。
- (4) 特別活動相關訊息事先了解，並清楚整個流程。

七、店鋪工作管理

1. 各項標準作業流程

先認識人，再了解賣場的事物，商品的擺放位置、價卡的變動、顧客的需求等，最後了解倉庫的庫存商品放置位置，以免找不到商品。

2. 獎懲制度

- (1) 嘉獎：員工因工作表現優異、嘉獎一次。
- (2) 記功：對公司有顯著功績貢獻者記功之。
- (3) 業績獎金：每年由公司按月訂定整體營業單位業績目標，依標準核發獎金。
- (4) 申誡：違反公司規則情節輕微者依申誡處罰。
- (5) 警告：依情節嚴重者警告一次。
- (6) 記過：依情節嚴重，違反公司重大規定者，記過處分。

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

在不同區域可有相同的企業，讓零售業(消費者)不再買不到了。

2. 連鎖加盟對企業經營之特色

以連鎖作為經營模式其實是經濟高速發展下的產物，它是一種現代流通業的新型態企業組織和經營方式，雖然連鎖起源於美國，但由於它不受國家和地區的限制，也不受文化傳統、商業習慣的限制，更不受行業、零售業態的限制，所以在一切具備條件的地方和領域都可以產生連鎖經營。

二、連鎖加盟之種類

1. 自願加盟

是由加盟主百分之百出資，開設連鎖分店，加盟主自願加盟總公司連鎖系統。

2. 特許加盟

加盟店以簽訂合約的方式，與總部之商標、經營精神、產品、技術、專利及其他支援系統等都授權給加盟者，以這樣的方式來共同經營，總部與加盟者依照簽訂的合約所職行，但加盟者要自行費則開店的相關費用。

3. 委託加盟

加盟者自行向總店提出加盟意願，並繳加盟權利金或保證金，取得加盟資格，簽訂合約後，總部會授權給加盟者，使用商標、企業識別系統及物流供貨系統等，加盟店由加盟者自行負責，包括一切的營運、盈虧及員工等。

三、連鎖加盟之業態及個案

1. 百貨公司業態

百貨公司（亦稱為百貨或百貨店）是一種售賣多種貨品的大型零售商店，它的產品分門別類，英文稱為 Department store。不同於超級市場，百貨公司通常會售賣較昂貴和大型

的商品，例如家私、電器等，亦會售賣服裝、化妝品、玩具、廚具及運動用品等。有些百貨公司的收銀處設置得較為分散，另一些則會像超級市場一樣集中在出入口。這類型的業態如新光三越、大遠百、廣三 SOGO 等。

2. 量販店業態

量販店（英語：Hypermarket，或又常稱為大賣場、霸級市場），是一種倉庫型的商店，系指結合了超級市場與百貨公司的功能，販售大量且多樣的南北雜貨及服裝，除了供零售商以較低價格鋪貨之外，也便於一般家庭採購一週生活所需。許多大型量販店除了供應食品、日常生活用品之外，尚有電器、3C、精品專櫃等其他分類項目。

近年由於超級市場霸級化以及經濟環境變化的影響，許多賣場開始轉向多角化經營，而各具地方特色。這類型的業態如家樂福、愛買、大買家等。

3. 超級市場業態

超級市場（簡稱超市，有地方也稱量販、自選商場），一種大型的零售業商店，通常是連鎖式經營的。超級市場售賣很多不同種類物品的商店。除了日常生活所需之外，有些超級市場更會售賣時裝。

超級市場以現代化的方式經營，力求有效率的物流，達至薄利多銷。它有大量的不同品牌、價格、種類的貨品，貨品有序地排列，以方便顧客可以在同一所店舖購買所有所需，用貪方便的心理留著客人。顧客選好貨品後，到櫃台排隊付款，減低僱員的需求，節省成本。超級市場通常有手推車和籃子這類工具以便顧客拿，有些超級市場甚至有送貨服務。

這類型的業態如全聯福利中心、松青超市等。

四、連鎖加盟國際化

國內連鎖加盟業者經過數十年的研究經營發展，完善的訓練制度與標準化易於複製的經營模式在台灣市場逐漸面臨飽和的情況下，使加盟業種已進入戰國時代，而在我國加入 WTO 會員後；國內連鎖業者面對的不再是僅有國內業者的競爭，更需同時與世界各國競爭者在連鎖加盟市場上一較高下。在未來市場漸趨飽和，提高國內消費市場成長空間有限的情況下，尋求國際發展以擴展廣大商機，將是連鎖加盟業者致力的目標。世界經濟邁入全球化的趨勢，在國際競爭激烈之下；國內連鎖加盟業者更需找出自己的優勢，善加運用新的經營行銷與創新精神，積極參與並掌握國際市場匯流的商機，邁向連鎖加盟國際化的市場。

五、連鎖加盟管理

1. 連鎖加盟總部條件

總部介紹中都有詳細說明加盟預備金、公司簡介、產品介紹、加盟條件；總部對加盟店的支援能力、連鎖體系的競爭優勢、總部管理機能健全程度等，這些條件攸關總部對加盟店的條件。

經濟部商業司為提升連鎖加盟總部經營體質，並提供資訊給消費者及有意加盟創業者，以減少加盟糾紛之產生。

2. 加盟主條件

符合總部的條件，即可加盟。準備心態、遵守加盟總部所提供的資訊和經營技術。

第四節 行銷企劃實作

一、環境分析

1. 分析行銷情況

各家品牌都有銷售，但也發展自有品牌，自有品牌價格較低，競爭也較為優勢。

2. SWOT 分析與評估

表 3-2 SWOT 分析

S 優勢	W 劣勢
1.利用自有通路發展自有品牌。 2.與企業相互合作，解決存貨、缺貨困擾。 3.利用網路，增加購買族群及方便性。 4.停車場面積大，停車方便。	1.賣場動線不明確，顧客時常找不到商品。 2.設備老舊，無法有效率的處理作業。 3.廁所太少，讓顧客不是很方便逛賣場。
O 機會	T 威脅
1.位於大里區國光路的黃金地段。 2.傳統市場品質不再。 3.消費者逐漸形成量販消費行為。 4.資訊科技進步，所帶來的電子商務商機。	1.小型購物中心崛起，如全聯。 2.專業人才不足，人員流動率偏高。 3.專業人才難求、企業挖角嚴重，產業內競爭激烈。

二、策略規劃

1. 設定目標

根據下個月份的節日或季節變化等不同主題，如年終紅利換購、聖誕節飾品、年飾等活動，對照往年同期的銷售數

字，在以此為數據 10% 以上為銷售標準目標。

2. 預測技術

以顧客的喜好建議或市場的反應為參考，並藉此擬定最適合的制度。

3. 各管理階層的目標

總公司：當月結算時，再把各店的下個月的總業績目標訂定好，讓各店有個基準，預先為下個月做好安排。

各營業點：當接到總公司要達到的目標訊息時，會開始討論如何讓這個月的業績，多出 10% 以上。

三、控制行銷策略

1. 建立控制程序

由大買家行銷企劃部規劃，為每一檔期不同的主題規劃活動，提供自有品牌的相關資訊，並寄送每期駢銷活動的檔期 DM 給大買家會員，讓會員得知大買家每期活動的相關訊息，藉由檔期 DM 前來購買。

2. 各管理階層的控制程序

企業對於公司內部所做的控制方法有

- (1) 訂定管理辦法，如印鑑管理辦法、人員考核辦法等。
- (2) 管理命令，各階級主管口頭或書面指示，要求部屬如何執行工作，如經理要求員工每日上班要打卡，也是控制之一。
- (3) 只要組織內為了達到目標，所進行的管理行為都算是階層的控制。

四、行銷企劃

1. 預測行銷成果

(1) 預估市場規模

位於工業區與住宅區附近，附近有學校與商圈，主要以家庭、上班族、學生為主。

(2) 預估市場占有率

大買家目前只有三家，台中兩家、高雄一家，所以現在的市場佔有率不高。

(3) 預估產品獲利率

自有品牌可帶來商機，有些顧客都會買大買家的自我品牌。

(4) 建立人員及企業的目標

人員的目標就是提升業績，企業的目標就是提高人員的素質及形象，並打出自有品牌的知名度，獲得消費者心中的品牌形象，得到最大的獲利就是目標。

2. 建立行銷策略

(1) 確認目標市場

讓消費者一次購足，超低優惠的目標為主。

規劃促銷活動，如年終紅利換購、節日活動等，吸引顧客前來消費。



圖 3-4 紅利活動

(2) 擬定產品定位

位於住宅區級學校附近，商品定位多以家庭、學生為主，讓學生可以低消費購買。

3. 建立行銷組合

(1) 規劃新產品線

年終，以紅利換購的方式，將商品藉由活動銷售，會員可使用點數換購商品，買紅利商品可扣點折價。

節日活動讓顧客消費，在 B1 上手扶梯處，我們擺設過年商品，將場地布置的有過年氣氛，吊掛大型 POP 看板，讓顧客清楚看到，在同個賣場一次購足過年商品，過年前一個月開始販賣。

(2) 配銷通路規劃

由行銷部門將企劃書規劃活動，再給予各分店一起執行紅利換購的活動，讓不同地區的顧客都可參與活

動。

年飾活動，每年過年前都有的活動，來逛大買家的顧客，可以消費。

(3) 人員及組織銷售管理

主要販賣的商品是屬於 3C 及精品，因此活動每天的不同時段都有不同課別的人員站崗，共分四個時段，每個時段安排一個人站崗，由於紅利商品要現場結帳，所以當顧客要結帳時，就要親自帶顧客到收銀台。

年飾每天都會有課內的人員在站崗，主要是販賣的商品會銷售的快，因此站崗的人員要隨時補貨，也可以解決現場顧客的提問。

(4) 廣告與促銷作業

活動開始前，寄發紅利商品 DM 給會員，會員就會前來消費。

4. 執行行銷計畫

紅利換購位於賣場的 B1 中促區，讓顧客一到賣場從走道旁經過就可看到，現場會有 POP 大型告示刊版，吸引顧客目光，讓顧客了解有此活動。

商品都有原價及扣紅利點數，讓顧客比較價差，也會有專業人員解釋商品使用方法。

年飾擺設區域是在上手扶梯處，顧客逛完賣場要上樓結帳前可以看到。

5. 訂定行銷預算

將以上行銷方式及人員薪資統籌計算費內容。

第五節 店長與管理職務實習

一、認識營業店

1. 商品認識

販售各種日用商品、生鮮食品、冷凍冷藏食品、南北乾貨等並有商店街、美食街滿足您購物及休閒的需求。除了量販店商品外，另涵蓋了各地名產美食、傢俱傢飾、百貨精品、服飾、圖書、家電及 3C 商品。

文品課主要分為 37、38、62 線

表 3-3 課內分布線

37 線	書籍	38 線	文具	62 線	玩具
	兒童教具		桌上型櫃子		
	影音		書包		

2. 佈置認識

買場一樓販賣的是食品，地下一樓販賣的是生活百貨用品，商品設置位置很明確，動線清楚，兩側走道中間為促銷區，只要重要節日就會換商品，以 DM 商品為主。



圖 3-5 1F 賣場分佈圖



圖 3-6 B1 賣場分佈圖

3. 人員認識

主管級的是穿著卡其色背心(經理、課長)，收銀的穿著白色襯衫及橘色領巾，穿著綠色圍裙是駐場人員，穿著整身白色衣服的是烘焙、生鮮…等，其餘的工作人員穿著橘色 POLO 衫。

4. 商圈環境認識

大買家附近的生活圈鄰近有忠孝夜市、中興大學等公共地區，附近小吃聚集，生活機能佳。

二、 認識店長職務

1. 職務與工作內容

(1) 工作規劃者

各課最基本的工作進行分析，把明確的目標及各個單位的工作做分析、規劃，讓各個單位有效率的工作。

(2) 任務的執行者

有效的帶動工作的效率及氣氛，在最佳的氣氛推行任務才能產生最佳的績效及貢獻。

(3) 目標推動者

將明確的目標傳給員工。

評估標準對策，當天有效率的達成目標。

2. 應具備之基本條件和技能

- (1)信任基層員工。
- (2)寬容的心對員工及顧客。
- (3)自我學習及成長。
- (4)有良好的情緒管理。

3. 值班經理工作內容和要點

巡視賣場，適時的跟各課回報賣場現況，隨時回報哪邊需要補貨的區域，調派人手支援，並協助賣場的秩序。

4. 教育訓練活動之推動

會定期安排員工參加一些課程，課程內容與課內息息相關，在上課的過程中會教如何服務客人、排面陳列、店內設備借用相關程序、倉庫管理規範、盤點程序等，讓上班過程中較了解較快進入狀況。

三、業績掌握與目標管理

1. 工作流程規劃

文品賣場有分中促區、前落地、正常排面、出清區。

遇到檔期換檔(下一期 DM 上的商品):撤下落地前一檔的商品→陳列上 DM 商品→打價卡貼上標價→掛上明顯的海報→POP 陳列→完成後將上一檔商品回歸排面。

只有國定節日、開學檔才會移至中促區或一樓入口處。

2. 門市作業督導

部門人員要先了解該檔期的主要商品，才可以有缺貨隨時補，百貨經理也會隨時巡視賣場，隨時用對講機告訴該課的貨物不足區域，讓該課隨時處理狀況。

3. 營運報表編製與重點分析

營運報表有分為一季、當月、當日的報表，來與當天的營業做比較，了解當天的營運是否好，藉由營運報表來調整價差。

4. 營運週報分析

每月主管會開全店會議，由店總、部門經理、各課課長參加會議，各課課長報告當月的業績及營運問題，分析問題狀況和如何解決問題的方法，會議後由課長向課員轉達並調整問題。

5. 營業報告分析與業績掌握

每天一開始先了解前天該課的總業績，並報告業績成長率，如果有檔期期間，那促銷區的商品客人較會注意到，所以要特別注意促銷區的商品是否缺貨，並隨時確保貨架上都有貨，隨時補貨。

6. 目標管理之企劃與執行

每檔檔期促銷活動，以以往的績效評估，以促銷商品為主，來減少庫存量。

7. 成本控制技巧

換檔或特定節日時，會以以往的資料來評估數量，並做加減訂單，並請廠商搭送贈品，搭送贈品可以降低成本或減少盤損。

四、領導技巧

1. 工作指導及人員訓練

工作指導是指由任職較久的員工教導新進員工每天的工作內容，再慢慢的教導較深入的課內的工作內容，例如操作電腦的基本知識、影印退貨單等。而人員訓練是由公司的主管進行上課，課程內容包括賣場的牌面如何擺設、面對客人該如何等訓練。

2. 排班作業與工作分派

排班會先讓員工劃休假期日期，再由該課課長排班，我任職的早班及晚班有固定的員工，所以我跟兩位正職都是相互輪班。課內都有一本交接本，前一天的上班人員工作結束後在交接本寫交接工作，讓隔天上班的人員瞭解需做的工作。

3. 溝通技巧之應用

工作態度好壞會影響工作效率，溝通技巧和壓力管理會影響心情，因此不管是面對同事或是顧客都要保持良好的工作態度及適當的口氣，這也是在職場上最重要的。

五、成功店長之積極角色

1. 人力資源應用與管理

我任職的文品課有五個人，每天上班人數至少要三個人，課長會排早班、中班、晚班各一個，排四個人上班，課長就會排早班兩個，晚班兩個，每天必須排一個正職的員工，這樣有重要的事才不會沒大人在，如果有較重要的事情在由正職的派工作給工讀生，平常都是補貨、拉排面等。

2. 營造良好工作環境與購物氣氛

剛開始上班，有時會把貨架上的商品移下放至地板，開始刷層板，地板都會由清潔人員打掃，如有顧客翻倒食物會立即請清潔人員處理，讓顧客看到商品時有乾淨及舒適的環境。

商品是否齊全，隨時注意貨架上缺貨商品則立即補貨。

3. 熟悉公關技巧

對常常來賣場購物的顧客或是通常大量訂購商品的買家，應該要熟記顧客的長相或名字及常購買的商品種類，來面對顧客。

第六節 商業自動化與營運決策實習

一、店鋪報表研習

1. 商品進銷存貨明細表

每天早上都會有前天的銷售總業績報表，可查看進貨庫存詳細資料。

2. 庫存報表

每天晚班人員要進行盤點，由部門助理印報表，早班人員進行複盤。每年年底會一次大盤，初盤複盤，隔年月初公佈盤損。

3. 銷售報表

每天早上都有一份昨天課內的銷售總業績報表，比照去年同一天的業績，做相關參考。

4. 進貨統計表

廠商進貨時，都會在二樓碼頭卸貨，由倉管課點貨入帳到電腦內，電腦會立即更新資料，每課要了解當天到貨的廠商便可從電腦查。

5. 客戶訂購統計表

賣場：直接電腦訂單，如有客訂則要自行下訂單。

網路購物：單筆訂單結算，月底結算。

二、條碼系統

1. 商品條碼系統定義

條碼(Barcode) 就是一連串粗細不同的平行黑白線條，而這些線條代表的是數字，文字或符號，其目的是希望以掃描讀取裝置讀取條碼並輸入電腦，以達到快速，精確與節省人力的目的。

2. 商品條碼申請流程

(1)EAN 條碼廠商號碼申請書。

(2)公司執照及營利事業登記證影本均蓋妥公司大小章。

(3)收費標準：第一次申請之廠商需繳交登記基本費及前三年之登記年費，第二階段以後，僅需繳 交年費，收費標準按登記資本額分級。

(4)繳交方式：

a. 親自到本會申請窗口繳納現金或即期支票。

b. 匯款，匯款戶名：財團法人中華民國商品條碼策進會。

- c. 郵寄即期本票、匯票，支票抬頭：財團法人中華民國商品條碼策進會。

3. 商品條碼系統營運效益

結帳更快速，可藉由結帳後統計商品的銷售紀錄和庫存數量，使庫存管理和業績統計更方便。

三、POS 系統後台報表操作

1. POS 之意義

在銷售商品的同時，利電腦即時登錄並透過統計、分析來建立數字化的管理系統，做為進貨、銷貨、存貨及退貨之依據，以解決零售業管理上之難題。

2. POS 與商品主檔之應用

可明確的掌握各類商品銷售狀況、即時回報商品庫存、明列每位會員的消費明細、發票管理、查詢訂進退貨明細、完整的盤點清查商品庫存等功能。

3. POS 系統導入之程序

由總公司將商品的資訊建立檔案後，再傳到各家店的後台 POS 系統中，並由各家店將此商品資訊拿至前台。利用 POS 系統、POS 軟體將所有管理作業及銷售策略導入電腦化，進而達到節省企業資源、提高營運效益、健全管理制度的電腦化目標。

4. 商品陳列電腦化系統

應將商品分類，加以歸內編號，盡量善用元印條碼之方便及正確性。商品輸入有品名、定價、成本、廠商等資料，利用條碼掃描器輸入建檔，以求正確。

5. POS 系統基本操作

POS 系統導入收銀結帳軟體後，交易將紀錄，透過紀錄進行交班結帳、營業報表工作，並可以進行銷售分析及庫存管理，最後整合原物料供應、訂購系統。

四、物流系統操作

1. 電子訂貨作業

由專員每天檢視貨架的商品銷售庫存，由 930 機器輸入再依實際的需求列出訂貨報表，由各課下訂單。



圖 3-7 930 機器圖

2. 電子檢貨作業

進貨後，由當天人員使用 930 機將訂單碼刷入，將該訂單的商品內容資訊暫存，之後再使用 930 機將該批貨物的商品條碼輸出。

五、資料製作與分析

1. 電腦報表製作與分析

電腦報表有分種類，貨架卡查貨單、排面商品缺貨單、商品下架單等，當庫存少於一定的數量，電腦會自動跑單，再分發給各課。

2. POS 系統報表進修研習

由收銀課長進行訓練安排進修課程。

3. 資料與文件檔案之管理

資料發至各課，由各課人員處理並簽名，將書面資料交由部門助理輸入資料管理。

4. 流程動線分析

找出問題，擬定解決方案，選擇決定方案，開始行動。

5. 活動關聯性分析

利用往年或類似的活動相關資料，做參考，如：季節性、檔期性，促銷活動、節日等。

6. 訂單變動趨勢分析法

每天都有不同的訂單，依據日期、促銷檔期、季節性活動等，電腦會自動列出訂單。

7. 產品分類銷售分析

分為有無促銷期的商品，中促和內促，每期促銷檔期的商品會掃入 TG，再傳入電腦，之後可從電腦查詢當天促銷商品的業績多寡。

六、 情報蒐集與傳達之管理

1. 情報蒐集方式與規範

由相關人員到各個賣場去做市場調查，將調查的資訊向公司報告。市調要求的是質>量；市調的品項須以 15% 樣本抽查，且達到 95% 信賴水準，才得使用；市調資料除營業相關部門外，不得外流。

2. 情報整理與分析

(1) 價格系數表現。

(2) 現象說明。

3. 經營環境與競爭優勢之研判

與競爭者價格相比，以正常價對正常價，促銷價對促銷價。

4. 因應對策之研擬

跟價與回價同樣重要，努力維持市場最低價，也必須同時將價格回歸市場價格，以減少非必要的毛利損失。

第七節 物流與供應鏈實習

一、企業之供應鏈網路

1. 認識企業

大買家股份有限公司」成立於 1993 年，由中陽集團及中部知名建商創立，1994 年大里國光店開幕，1996 年北屯店，1999 年高雄店(金銀島購物中心)正式營業，以提供各類民生必需品及餐飲、商店街的複合式量販店，滿足消費者一次購足，應有盡有的量販百貨大賣場。

2008 年因應更專業和多角化經營，成立餐飲及流行百貨招商營運部門，專營以品牌專櫃 OUTLET 業態為核心的商店街、購物中心，對消費者承諾 Save & Safe 「買的便宜 買的安心」。

2. 認識企業之供應網路

大買家股份有限公司秉持誠信、創新、專業、永續經營、熱情親切的經營理念，履行企業責任，關懷社會，以提倡「幸福家庭」創立宗旨。

提供「家庭幸福生活」為核心所需的生鮮、日常生活用品、3C 家電、應有盡有的量販百貨、品牌 OUTLET 商店街等數萬種一次購足多元化商品，並提供網路及實體店方便購物便利服務。

堅持「環境舒適」「衛生品質」「天天低價」「親切服務」，讓消費者「買的便宜買的安心」，不只提供商品服務，更提供家庭幸福生活。

二、 顧客服務與訂單管理

1. 顧客服務的內容

提供更優質的購物品質及生活水準，多元化賣場型態兼具休閒與便利的消費需求，對消費者承諾 Save & Safe 「買的便宜 買的安心」。

2. 顧客期望

讓消費者購物時感到有便宜又安心的消費感，並滿足消費者「一次購足」的便利，讓大買家走進每位消費者的生活中。

3. 訂單管理

促銷商品與 L1 商品是架上不可或缺的商品，每當商品數量較少時，要趕緊補貨或是下訂單，當商品是狀八進入刪除時，此商品無須再販賣，則要收退。

三、 倉庫管理

1. 倉庫管理

文品課有單獨的倉庫，倉庫內有劃分區域，每樣商品劃分的區塊不同，要補貨時較清楚。



圖 3-8 文品課-倉庫圖

2. 物料管理

為了確保不缺貨，以隨時可補貨為主，數量低於一定的量，要決定是否提報給上屬下訂單或更換品項。

3. 進貨檢驗與時間

進貨時，貨物會卸在碼頭，由倉管課人員點貨及驗貨後，驗貨無誤後再送至倉庫迴轉區，由該課人員拉回自己課內的商品補貨。

4. 入庫流程

等倉管課人員把貨物送到倉庫迴轉區後，該課人員領回貨物，要先上架，上架完成後再拉回課內倉庫。

5. 搬運設備認識

- (1) 板車：移動大量物品時使用。
- (2) 小推車：移動較少量物品時使用。

(3)四輪拖板車：大型重物或搬運較上層庫存區的貨架放置時使用。

6. 出庫流程

賣場缺貨時從倉庫取出庫存補貨，或是退貨時在倉庫整理完成後，拉到倉管，檢驗後，退回給廠商。

四、 庫存管理

1. 企業庫存策略

公司的庫存採用安全庫存量的方式進行囤貨，商品以不缺貨為原則。

2. 庫存量

視商品陳列位置的範圍，促銷檔期及銷售狀況，來決定庫存量的多寡。

3. 服務水準

安全庫存量會影響到服務水準，隨著安全存貨的增加會使顧客服務水準增量會愈來愈少。

4. 存貨週轉率

分為促銷均銷量(檔期銷售統計)、均銷量(平日銷售統計)兩種。

5. 採購時間

分為定點、定量，當庫存量少於一定的數量，電腦會自動下單或手動下單。

6. 採購數量

了解公司當月損益，減少缺貨與存貨積壓，降低庫存、減少耗損，以利做庫存調整，倉儲空間利用更為有效。

7. 盤點策略

每天都有盤點單，晚上初盤，隔天早上複盤，益利庫調，減少差異量。

五、運輸管理

1. 委外

公司有許多的合作廠商，而每家廠商又跟不同的貨運公司合作，所以運送貨物時，由各家廠商合作的貨運公司負責。

2. 運輸工具

貨船、貨車。

3. 選擇運輸公司

安全、快速、衛生、負責、效率。

4. 運輸時間

所有生鮮食品，早上六點左右送到。其他生活日用品則在下午六點左右送到。

5. 運輸時間決策

食品最注重新鮮，所以盡量在最快的時間(還沒開始營業時)準備好，上架販賣；其他的生活日用品，依賣場需求來決定運送時間。

六、供應商管理

1. 選擇供應商

客戶退貨率、準時出貨率、商品質量率、商品優良。

2. 供應商管理

保持聯絡，詢問近況，若有問題，立即處理。

3. 供應商評估

信譽、制度。

七、委外策略

1. 業務委外

每個部門都有一到兩家廠商委外。

2. 核心競爭優勢

異業結盟；知名品牌入駐。

3. 選擇與評估第三方物流公司

時間內達成任務，結果完整性，處理事務效率高。

第八節 消費者行為分析實習

一、立地條件調查

1. 人口結構

包括大里市的德芳南路以北、台中市的建成路以南，幾乎都是受到大買家大商圈的影響範圍，在此區居住的住戶，都可在大買家方便購物。學校區域完整也是大買家商圈優勢，從小學到大學皆有，例如：崇光國小、益民國小、立人國中、中興大學等，附近也有醫院，例如：仁愛醫院、菩提醫院等，生活便利性區域。

2. 人流數量

星期一到四，消費者通常較少，要上班及上課，到晚上免強多一點，但真正較多的人流數量是假日，估計人數約有一二千以上。

3. 交通狀況

大買家國光店位於大里市國光路、大明路口，緊鄰國光橋，過國光橋即為台中市南區中興大學生活圈，與台中市一橋之隔的地段條件，是促使商圈不斷發展關鍵條件。

4. 外圍配合廠商之條件

主要商圈以零售及服務業居多，有雜貨、餐飲、旅館、金融、娛樂，以及較具規模的大型購物商場、生鮮超市等，分散於全區各角落，促成附近蓬勃發展與繁榮進步之景象。

二、消費者行為調查

1. 風俗習慣

本地人的佔多數，信仰佔多數，節慶裡是中元節及年節最多顧客來買節慶商品，所以風俗習慣都是相近的。

2. 宗教信仰

本地人佔多數，宗教信仰都是以本土信仰道教較為多數。

3. 消費者習慣、價值與態度

消費者大多是小家庭、學生及上班族，因此，在購買商品時會比較價格，消費習慣都是一次購足，或是來逛賣場消磨時間。

4. 顧客滿意度

不管是價格或服務，當顧客不滿意時，會留下不好的印象，因此要維持在服務水準之上，讓顧客的滿意度提高，並再次光臨賣場。

三、人口資料與顧客系統管理

1. 佔有率規劃

賣場商品種類繁多，從生鮮食品到生活日用品，吃喝育樂皆有，可增加市場佔有率。

2. 外送或涵蓋區域規劃

大買家提供線上購物，並全省都有運送。

3. 顧客資料建檔與應用

利用顧客申請會員卡時，統計建檔顧客的基本資料。

四、競爭廠商優勢調查

1. 競爭廠商定價策略

依照市場調查的價格，並依照不同區域的消費層，去定訂價格多寡。

2. 競爭廠商促銷策略

大量的促銷廣告、自有品牌，擴大擺放範圍。

3. 競爭廠商人才培育策略

員工個人成長和生涯發展；強化員工之專業知識、技能、態度與工作生產力，提供顧客最優質的服務，並培育員工成為公司

優秀的管理人才。

4. 競爭廠商顧客服務策略

服務體系的建立：客服應對(包括顧客調查、顧客開發、商品諮詢、滿意調查、帳款催收、售後服務)、來電服務、去電服務。

顧客服務管理：包括累積回饋管理、呆滯顧客回叩、顧客抱怨處理。

五、調查方法研討

1. 問卷設計

問卷設計與調查主題相關，命題要準確、邏輯性，提問要清晰、便於回答。

2. 資料整理與分析

審核、校對、檢討錯誤及有效問卷之編號等，資料處理程序後再進行分析。

3. 統計方法應用

統計出資料，可製作成圖表方便了解消費者需求。

4. 抽樣與問卷實施

隨機分發給不同年齡層的消費者，不同性別、國籍的顧客。

六、分析工具研討

1. 統計軟體應用介紹

SPSS(社會科學統計包)：針對不同的統計分析流程需要，提供快速且強大的統計分析軟體，幫助作出最佳決策。

2. 報表分析

從報表中獲取符合的資訊，使用人分析目的的訊息，認識企業活動的特點，評價其業績，發現其問題。

分析的目的是瞭解過去、評價現在和預測未來，以幫助報表

使用人改善決策。

3. 分析結果之撰寫

(1) 明確分析目的

(2) 明確分析目標

(3) 收集有關信息

(4) 將整體分為各個部分

(5) 研究各個部份的特殊本質

(6) 研究各個部份之間的聯繫

(7) 得出分析結論

第四章 實習心得與未來建議

第一節 實習心得

一、對公司的看法與初步看法的比較

還沒開始實習前覺得賣場工作應該很簡單，但實習後覺得要學的東西很多又複雜，沒想像中的簡單。

二、實習最大的收穫

學到很多新知識、技能等，和認識許多的朋友、同事。

三、實習最難忘的事

有些顧客會大量的購買商品，把架上的商品全買完，之後要下單。有一次顧客要買兩大箱的雜誌盒，且剛好倉庫裡還有庫存可以給顧客購買，當顧客購買大量商品就覺得好開心，幫課內衝業績，同事還說今天的業績應該會很不錯。

四、實習甘苦談

剛開始真不習慣每天都要上班，真想繼續在學校上課，久了就習慣了，可以賺錢減少父母的負擔也是不錯的。在實習期間認識了許多的同事，有的同事進而變成比較好的朋友，有時候工作很忙很累，也覺得快樂，因為有在一起工作的朋友，感覺很棒。

第二節 未來建議

一、對實習公司的建議

淘汰老舊的設備，這樣工作起來才順手，公司的福利要加強，賣場動線也要清楚的標示。

二、對系上及實習制度的建議

系上的實習制度出發點是好的，讓學生提早進入職場熟悉，讓學生畢業後有個準備。

三、對學弟妹的建議

選擇自己喜歡和適合自己的實習單位，做起來也比較開心，才不會太痛苦。

第三節 我的未來計畫

經過這次的實習，讓我對職場生活有個認識，對我未來的工作累積相當棒的經驗，每個工作都有它辛苦的地方，重點是如何去面臨工作上遇到的問題，如何去克服困難，不管做怎樣的工作，這些必定會有幫助的。

參考文獻

1. 大買家官方網站

<http://www.savesafe.com.tw/RootRedir.aspx?m=Guo>