

85 度 c



班級:餐二乙

學號:4a3m0121

姓名:洪靖閔

指導老師:梁仲正

## 一.85 度 c 品牌介紹

85 度 c 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 c 時喝起最美味」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感動!

### 品牌故事

85 度 C 的夢想故事  
一個念頭成就一段夢想  
一段夢想產生許多精采  
許多精采故事完成大夢想  
85 度 C 就此展開夢想的羽翼  
飛向世界的各端

## 二.產品介紹

主要產品分為 3 類

### 1. 咖啡/茶飲

Ex:拿鐵咖啡/海岩綠茶



85 度 C 的咖啡主要是使用瓜地馬拉的安堤瓜火山咖啡,採用保護自然環境的餘蔭法栽培咖啡樹外,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。

### 2. 麵包

Ex:丹麥/台式/日式



85 度 C 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。

### 3. 蛋糕

Ex:片狀蛋糕/生日蛋糕



聘請五星級飯店主廚負責品質控管及教育訓練外,使用中央廚房製作及處理食材,統一配送至全省各門市;以確保產品品質,每月還需研發兩種蛋糕,迎合顧客對甜點的喜新厭舊心理。

### 三.特色.主題

85 度 c 之經營特色有消費經濟實惠無負擔。注重食材的挑選,堅持選擇最好商品,並以最平價的價格,讓消費者享受到五星級的『咖啡+蛋糕』。針對國人飲食習慣,依季節性、流行性提供最符合大眾口味的美食。最具特色的經營模式開放式消費空間、即時性外送服務、24 小時營業服務、提供多樣化的蛋糕及飲品組合,滿足消費者的需求,並皆設立於黃金店面的三角窗地段,讓消費者清楚明瞭。

### 四.市場（市佔率）

85 度 c 主要銷售對象以上班族(服務業)、大學生、喜好喝咖啡的人為主,又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 的咖啡價錢最低的甚至只要 35 元就可以獲得,就會讓學生常去消費。

### 五.平均售價

產品	價格
咖啡系列	\$35~80 元/杯
茶飲料系列	\$30~60 元/杯
麵包	\$12~75 元/個
片狀蛋糕	\$32~65 元/塊
生日蛋糕	\$220/4 吋~580/8 吋

## 六.同業競爭

		
經營理念	注重品質,強調尊重顧客,提供消費者最佳的咖啡產品與最舒適的消費場所	以平價價格供應高品質咖啡,將利潤回饋於加盟主與消費大眾
經營特色	店面採獨特的空間設計,提供高品質的飲品與精緻餐點,常推出不同的優惠活動	用平價咖啡為賣點,提供多種飲品給消費者選擇
產品特色	高品質咖啡	多樣化飲料
咖啡單價	\$65~170 元	\$35~80 元
客群	上班族	青少年

## 七.行銷策略

- 每周五 咖啡系列 同價位中大杯 第二杯半價

- 嚴選 16 款 精品咖啡豆 買二送一

買咖啡器具 送指定咖啡豆

- 2015/10/1~12/31

持悠遊卡/悠遊聯名卡付款 第 2 杯 中大杯咖啡 7 折

(限美式咖啡、拿鐵咖啡、招牌咖啡)限同品項同大小

● 2015/10/1~11/7 甜蜜午茶杯盤組

全店消費滿 150 元 + 99 元換購一組

(隨機出貨, 恕無法指定, 數量以限, 售完為止)

## 八. SWOT

優勢、劣勢、機會、威脅表格如下

優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"><li>◆ 平民價格五星級享受。</li><li>◆ 以價格進行市場區隔。</li><li>◆ 黃金店面位置。</li><li>◆ 具異業合作優勢。</li><li>◆ 產品多樣化、產品不斷創新。</li><li>◆ 24 小時營業提供外送服務。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ 各分店服務品質及態度不一。</li><li>◆ 各加盟者與直營者的專業標準化不一。</li><li>◆ 品牌偏好度不足。</li><li>◆ 通路不廣、位於三角窗停車不方便。</li><li>◆ 媒體廣告少。</li><li>◆ 易被取代。</li></ul>

機會(Opportunity)	威脅(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 高品質的享受平民的平價。</li> <li>◆ 拓展至海外市場。</li> <li>◆ 在機場設置攤位。</li> <li>◆ 勇於變革與創新的經營理念。</li> <li>◆ 台灣咖啡市場尚有成長空間。</li> <li>◆ 下午茶文化風行。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 營業據點擴張太快。</li> <li>◆ 咖啡及烘焙餐飲業的競爭市場激烈。</li> <li>◆ 平價的專賣店紛紛興起。</li> <li>◆ 加盟店水準不一。</li> <li>◆ 負面新聞。</li> <li>◆ 屬於低技術、低進入障礙性產業。</li> <li>◆ 同性質的競爭者眾多。</li> </ul>

## 九.結論

85 度 C 以平民化的價格進入市場,吸引消費者上門購買。地點堅持選用三角窗地點、店面設計佳三角窗人潮眾多再加上店面擺設明亮。但是許多研究都拿星巴克 85 度 C 來做比較,也許多資料推測出兩家咖啡店是不能一起比較的,因為它們的價位、風格、理念等都有所不同。

民眾對 85 度 C 的品牌忠誠度是無品牌忠誠度的,市場中若出現一個更便宜、更方便的店面,顧客將會轉移目標。如果可以推出具代表性的產品,讓顧客為此產品留下深刻印象,也會繼續向他人推薦 85 度 C 的招牌代表產品,以此提高品牌忠誠度。