

## 張三瘋-小鮮肉奶茶

行流三甲 4A2D0109 李怡靜

位於正興街的【張三瘋冰火菠蘿油專賣店】，老闆林俊克，今年 22 歲，因為旅日看見了許多新奇的東西，回台後便創意發想，創新了這款外型前有胸肌後有股溝的奶茶，冰冰涼涼的在太陽底下開始滲出微微的汗水，在網路上就創造了很大的話題迴響，加上本身的飢餓行銷，每天限時限量的排隊搶購，加上後續又持續加深話題，出了女生版的「小仙女奶茶」，而又在今年推出了小鮮肉及小仙女的小孩→小仙貝，一樣以瓶子造型來吸引顧客，但不一樣的是延續前面小鮮肉的熱賣宣傳效果，創造有故事性的話題，來刺激消費者購買。

### 行銷 4P

產品(product)	價格(price)
小鮮肉奶茶+小鮮女奶茶 ↓ 小鮮貝奶茶	60 元/瓶
通路(place)	促銷(promotion)
實體店鋪銷售 網路團體訂購(30 瓶以上)	組合價 100 元/2 瓶

## 顧客客群

主要消費年齡層位於 18-25 歲間，較會因為外包裝而吸引購買，少部分的輕熟齡上班族，會在辦公室揪團訂購

除了本來的客群外，增加了很多來台南觀光的旅客購買，因為搭配了冰火菠蘿油及小鮮肉奶茶，有吃有喝最適合邊走邊逛的觀光遊客購買

## 業態轉變

除了本來的話題瓶子外，現在增加了商品組合來改變消費客群，除了本來因外包裝吸引的購買人潮，現在搭上冰火菠蘿油的組合，除了有本身的瓶身話題，又多了一層能夠讓路過的人群邊走邊吃，這樣方便性的組合套餐是他們的轉變。

## 心得

一開始的小鮮肉奶茶，我也被吸引到前往購買，但也就僅只一次，雖然後續一直有話題炒熱他們，但都沒有打動我。

這次的業態轉變，除了本來的瓶身熱潮之外，替他們的瓶身增加了一個小故事來做賣點，也就是前面提到的小仙貝奶茶，但是依然讓我失望的是內容物一成不變，雖然每種瓶身有不同樣的口味，但對我來說內容物都不是能吸引我第二次消費的賣點。

第二點就是這次的轉變多了一個飲品加上食物的組合，冰火菠蘿油及

任何飲料的組合，一個有話題的瓶身在加上有食用價值的冰火菠蘿油，為產品多了一點實用性質，我想這個賣點還能夠幫助他們持續一段時間的熱潮。