一続十時日の日







外來文化融入後, 各式各樣的精緻飲食逐漸崛起, 追求味蕾上滿足的人口日益增加, 現代的人也開始參考餐廳的 網路評價、美食節目的介紹、廣告文宣來 享受 美 好 的 悸 動 的 賓 至 如 歸 服 務 的熱 鬧 餐 氛



獨特燒肉新勢力

雖然總是被定位為偏高價位的料理,但想要享受燒肉的饕客仍是大有人在,秉持著對各種食材的堅持,將做事的精神反映在做料理上,只為了挑戰你對燒肉的味蕾滿足。



品牌動機

單親媽媽編織他自己的人生!

她曾是備受寵愛的嬌嬌女

5年前陸續離開10年婚姻、13年的工作,面對兒女生活費與 房貸、卡債等等,一度面臨到人生的低谷,但他還是舉債創業。 他在純樸的鶯歌小鎮開日式燒肉店,以單點菜色供應「吃到飽」, 深入產地尋覓新鮮食材,一燒食味讓烤肉多變化,3年來在小 鎮穩重故固根基,贏得網路評價。「沒餐飲經驗,也討厭油膩, 可是帶著兩個小孩,上班族的薪水根本不夠」。

她到處借貸,不容動搖的堅毅,拚了命只捍衛她「第二個人生開始」的燒肉店。

危機成轉機

原來「環境所逼」可以是墮落沉淪的借手,也能是奮發向上的動力,讓她從谷底攀升,見證女人的韌性與潛力。



執行長: 曾淑芳

何

謂

品

牌

產品減掉意義還是商品但產品加上了意義就成了品牌

用

心

做

各式各樣的燒烤店逐漸興起, 一燒十味昭和園其經營理念 為「用心做」,提供昭和 園特有的驚喜,超值,以及為 顧客創造各種的感動。另外, 昭和園對待客人如同家人般 的服務,就是希望顧客能感 受到圍爐般的幸福。











品

牌

形

象

企業若要得到消費者的認同並消費就必須思考及建立品牌優勢 才能在顧客心中留下鮮明的印象



我們有獨家十種特調醬料、調味 以及各種老饕喜愛的拿手菜 配合多種消費模式和優惠活動 讓前來的顧客們驚喜萬分。



運用多年培養下來店鋪營運的專業技能和系統規劃,以及總部技術分享,提供「健康、安心、美味」的餐點給前來的顧客。同時,將「驚喜、超值、感動」的理念與精神傳遞給所有人。

另外在經營上不曾有過投機 的心態, 踏實才是我們的經 營之道。



貨比三家是身為消費者的我們 的必備技能。來到我們昭和園 用餐時你會有物超所值的滿足感 不只是新鮮食材讓你吃到飽還有 服務生的熱情和環境氛圍都能 讓你深深烙印的腦海裡。



在細節上我們用心做,在食材上我們精心挑選,在醬料上我們獨家調配,在人員的教育上我們把客人如家人般的對待,就只因為我們珍惜你。





建立商圈的新消費習慣,而不是盲目選擇

昭和園是否符合大多商圈的消費習慣 而是昭和園本身條件已經可以滿足特定客戶的需求!

客群主要分佈

- 上 班族
- 商務交際
- 家庭聚會
- 舒壓放鬆

花 的 錢 不 多 但 吃 的 實 惠

獨

家

+

種

味

的

調

味

挑

起

同

味

做

工

講

究

的

食

材

同

性

質

的

選

擇

不

結論

跳

脫

原

有

的

八

大

菜

系

的

飲

食

文

化

樣

燒

烤

卻

能

帶

來

客

戶

的

驚

喜

獨家配方

一块十昧

獨家醬料絕無僅有









烤肉的消費需求高 進入門檻低,專業定位清晰

價 完 有

格 整 市

的 的 場

合商區理品隔

管 的 理 產

品口味

等

超出期

客望人

入 的

於



超

值

菜

色

超多選擇滿足味蕾















為特定的客戶特定的環境中

→ 傳授特定的服務
→ 並且具有鮮明的
→ 服務經營特色



結 論

昭和園擁有自己的企業文化 不會因為管理而帶來服務混淆 有特色才會吸引客人回頭 顧客容易記得昭和園的真誠文化!

營造被看得出來的效果會大打折扣 完美的服務就是營銷!

昭和園就是透過這種方式來傳遞客戶!

顧客喜歡多元化:

氛圍 方便 食材做工 口味變化 花錢少但吃的實惠



所

巽

前 言

在 昭 和 遠 的 思 維 中

餐飲業不需要投入很多的資本還有龐大的土地和高深的科技

但是對勞動力 經驗 手藝 以及市場的敏銳度要求極高

很多的餐飲老闆覺得很簡單 只是把菜品變成錢 很多人肯吃苦 但都在升級的過程中 因為資金 技術 管理各種原因被淘汰 就是一種銷售

產品 服務 環境 營銷完全沒有概念

但昭和園

充滿核心競爭力的產品和服務 自然就產生出了附加價值

0

緣起

昭和園餐飲開發有限公司成立於2006年, 在此期間經過2008年的金融海嘯、2011 年食安風暴,在惡劣的環境中,餐廳經營發展 成單點、套餐、無限供應的經營模式,提供 不同族群的顧客,在食材上嚴選新鮮多樣化 的產地直送食材,並經有CAS、ISO、HAC CP國家認證之標章及SGS檢驗合格,於人員 教育訓練中,培養經營管理、食材研發等能力 才使本公司至今屹立不搖。





踏實才是我們的經營之道。

分析

現在內地有三分之一的購物中心餐飲比例已經超過百分之四十

所以餐飲也面臨到是否一起升級,

品牌的同質化嚴重的兩大問題

購物中心越來越希望參與客戶的選擇獨立性(別人沒有的)

而且做為聚客的選擇 實現相互的協同, 而不是浪費資源的競爭, 所以口味上的選擇不要有所重疊。

所以現在投資者喜歡特色鮮明的店家。

昭和園在此是便利 特色 客單價不高 面積不大

可以提升客戶的黏著度

並且結合食物背後的故事性!

另外透過環境氛圍直接傳達給客戶!

結論

所以簡單來說, 購物中心的客群較為年輕

昭和園透過食材的新鮮和真誠的服務讓飲食文化 在內地能蓬勃發展,但對於技術的水平有限 管理水平有限,社會不成熟度等等(其他餐飲店家) 所以限制了大多數準備投入的投資客,

但對於昭和園來說比起其他餐飲來說更容易展握。





投資者和市場

餐飲沒有也不可能存在壟斷的巨頭

對於昭和園來說,不會有影響!

創立昭和園不必請大廚 不用請專業經理人。

提供全方面的技術輔導

強調領域上的指導

第一級

現在社會都是通過情感交流的

當產品減掉意義依然是商品 但產品有了意義後就能產生出口碑

第二級

在大陸市場我們必須分清楚是

戰略還是戰術

例如: 打折是戰術(容易吸引客人)

但習慣依賴昭和園就是戰略

備註:要常思考我們為什麼要做這件事,

而不是大家都這麼做。



獨特機識

以及獨特烤爐設計

特殊的門面裝會吸引顧客上

原木裝修,時間越久越有氛圍所以不用擔心兩 三年還要裝修或是不必要的成本增加





負擔

新式的烤爐設計,採用五星級的設備 下吸式的燒肉爐設計讓煙霧不會擴散 享用燒肉的同時也不會吸入殘留燒肉味 讓消費者享受舒適用餐環境。



