

專案計畫與市場調查

饒行時光

第五組

組長 劉育汝

組員 林千禾

郭芷妘

洪郁婷

謝佳晏

指導老師 陳一夫

專題名稱與 背景概述



- 專題名稱 | 餞行時光
- 幫誰解決問題 | 業者、想購買蜜餞的外地民眾和觀光客
- 欲解決問題 |
 1. 打破大眾對蜜餞既有的「古早」的觀感，讓大家對蜜餞的印象年輕化、並且增加年輕人客群。
 2. 店面動線混亂造成客人擁擠、老闆娘態度不好造成評價降低。
 3. 解決想購買蜜餞的客戶無法線上訂購、外地人想吃蜜餞訂不到的問題。

目標客群定位 與需求說明

- 目標客群年齡 | 15 — 60 歲

- 主要客群及需求

一、觀光客

1. 參觀蜜餞相關製作、歷史等 (及提供觀光客休憩及涼爽地點駐足)
2. 前往購買蜜餞及觀光

二、不方便買台南蜜餞的外地民眾

1. 居住距離太遠而無法前往當地購買
2. 因為疫情影響，為了防疫安全無法前往當地購買

初擬設計 項目說明

• 改善蜜餞店面規劃及營運 |

1. 將店面規劃為蜜餞展示館，減少民眾擁擠的問題。
2. 白天為蜜餞展示館讓民眾參觀購買，晚上為蜜餞餐酒館供休息放鬆。

• 蜜餞銷售方式 |

主要銷售方式轉為線上訂購的宅配服務，讓無法到當地購買的外地民眾也可以品嚐到蜜餞，並減少店面人潮擁擠的問題。

• 整體視覺設計 |

包括蜜餞外包裝、線上訂購網站及店面外觀等視覺的重新設計。

初擬調查 問題架構

• 對蜜餞的想法 |

- 對蜜餞有什麼想法？

• 蜜餞的購買意願 |

- 會選擇哪家蜜餞做購買？為什麼會選擇那家？
- 怎麼樣會提高購買蜜餞的意願？(如：包裝、活動、地理位置、銷售方式等)
- 為台南人或外地人？會特地來台南買蜜餞嗎？
- 線上訂購是否會提高購買意願？

• 對蜜餞主題館的期待 |

- 比較想了解蜜餞的那些知識？(如：原料、製程、歷史等)
- 如果推出蜜餞調酒飲品、甜點或料理會有興趣嗎？

報 告 結 束