

臺南市光華高級中學教師參加校外各項研習會心得報告

報告人：吳保珠

會議名稱	105年度技術型高級中學商管群科中心學校教師研習(一)—商業經營實務	主辦單位	國立臺灣師範大學		
日期	105/03/03 (四)	承辦單位	商管群科中心學校	地點	國立臺中家商綜合大樓3樓視聽教室

一、研習目的：

- (一) 提升教師商業經營實務專業知能。
- (二) 促進教師專業發展，提升教學品質。

二、研習內容：

時間	研習內容	主持（主講）人
9：55-10：00	開幕	臺中家商 林怡慧校長
10：00-12：00	門市營運實務	統一超商 陳建華 店經理
13：00-15：00	行銷企劃實務	裕隆汽車股份有限公司 李金城 科長
15：10-16：40	旅館經營實務	嘉義兆品酒店 楊英明 經理
16：40-17：00	綜合座談/閉幕式	臺中家商 林怡慧校長

三、感想：

參與此次研習課程，讓我印象最深刻之處有：

(一)門市營運實務—服務從「心」開始

1. 統一超商曾經以一個活動，月營收 93 億業績=>集點活動 Kitty 貓。
2. 現在行銷管理已躍升為 7P，而非 4P 的時代
3. 服務從「心」開始—境隨心轉，人如果不能自處轉化心情，生活會很辛苦。境隨心轉延續人生續航力！
4. 顧客是最後的裁判—良好的顧客關係，是由不斷努力的服務所累積而形成，一切先有因才有果!將顧客抱怨視為一種禮物，感謝顧客給予機會，小顧客是未來顧客，也很重要，重視顧客終身價值！自助區商品要以示範的方式，教會顧客，顧客會心存感激，讓顧客以體驗式（試吃、喝、用）行銷。說的多不如說得巧（去我中心，用您中心），最美好的三個字：我錯了、請包涵、謝謝您、請指教、別客氣、對不起。贏得顧客心，讓他記得你的臉，感覺到受尊重，他必也同等回饋給你，成為你的忠誠顧客。讓顧客在你的店找到愛心，將心比心，五千多個

24 小時全年無休的溫馨小站（截至目前，全臺 7-11 有 5000 多家分店）。

5. 抓住顧客的心——不能依賴過去的經驗，跳脫傳統思維，創造高價值的商品。以肌膚去感受，體感行銷，打破過度自信才能成長，世上永不改變的真理：天天在變，報廢物不要販售，以免破壞商譽，喪失未來銷售機會。方便顧客就是對的，以消費者立場看待消費者行為。
6. 一切從相信開始——關東煮浮上來不要賣，因為保鮮期是 4 小時，時效過就是劣質品，賣掉它會影響商譽，後果更恐怖。因為做生意是一生一世，而非一生一次。讓顧客相信我們，不要隨口答應，事不過三，應切記，做一家值得相信的店，說到做到，用基本工法創造優勢。即使是競爭者也是我們的朋友，同行不是冤家，異業可以為師。
7. 熱情帶動人——對事不對人，員工才是老闆，企業向上的動力是讚美！待人原則必須基於熱情，尋求協助解決問題，徹底實踐持之以恆，會做事的人有自己的堅持，嚴格要求絕不妥協，充分授權相信員工。

從店經理的分享得知，便利商店的白金（冰淇淋）、黑金（咖啡），以 7-11 的咖啡為例，美式咖啡的毛利率為 70%、拿鐵咖啡的毛利率因為有奶精及糖，毛利率亦有 50%，怪不得便利商店可以打出咖啡買一送一或第二杯半價的廣告。以該公司為例，毛利率最高的是泰山礦泉水，毛利率是 72%。可見一樣是水，自來水公司及加工的礦泉水，其利潤存有天壤之別。

（二）行銷企畫實務——產學交流，行銷、商品企劃概論，產品上市前（產品導入研究、產品量產準備、產品上市期間準備）、後（產品上市後企劃），該如何做？

1. 賣什麼？賣給誰？要考慮消費者在想什麼？
2. 產品導入研究重點：產品開發定案→產品獨特賣點→產品設計→滿足特定消費需求的產品開發→未來消費者需求→未來市場規模，總體環境變化。

3. 產品導入各階段：

（1）產品上市前

A: 產品導入研究：市場、需求、設計、賣點

B: 產品量產準備：競爭力（價、量），先做假設驗證

C: 產品上市期間準備：精準上市，符合消費者期待上市

（2）產品上市後

A: 產品上市後企劃：回顧反省，銷售機會再擴大。

4. 消費者剩餘與價格設定＝買者願付價格－買者實際支付（定價－折扣）

5. 品牌行銷：品牌力對行銷的影響（乃考驗業者的耐心，因衡量時間較長，多半業者在初期銷售量不佳時，即選擇放棄）。

因此，在產品上市後，仍應做目標客群驗證（MCSS(Market Communication Strategy

survey)) 衡量，以做為商品正式上市後的檢核，是否符合消費者需求，將銷售機會再擴大。

(三) 旅館經營實務—雲朗觀光經營理念及核心價值(創新、文化藝術)

1. 雲朗集團的酒店：在國內有 12 家，國外（義大利）有 5 家，五大品牌（君品、雲品、翰品、兆品、頤品）酒店。
2. 在事業體內營造不落俗套的文化氣息，讓客人有賓至如歸的感受如：
 - (1) 專注細節，提升服務，提倡 3 度的管理哲學（態度：主動積極、速度：不推託、細度：貼心（清潔、關心））。
 - (2) 服務用心，工作開心
 - (3) 竭盡所能，創造新機
 - (4) 律己以嚴，精進踏實。
3. 雲朗觀光集團所要呈現的服務：體貼、多才多藝、溫文儒雅、受人尊敬的服務
4. 真正的五星飯店是舒適的客房佈置、貼心的房務人員、親切的客服態度、具危機處理能力。
5. 雲朗的管理風格：永遠把點子放上檯面、讓員工開心的工作、記得慶祝好事、正確處事的價值觀。

在旅館經營實務—從楊英明經理的分享，我感受經理對自己工作的熱愛度，那種熱情感染在場的研習人員，他以 youtube 影片分享其集團飯店，所為顧客精心設計的織夢活動，透過活動營造溫馨而歡樂的幸福感，其曾經辦理過的活動有剪春的提春活動、拓印、素描、魯班鎖及部落客文，凡得獎者，即可得歡樂點數，集滿點數可抵住宿費或其他贈品。在雲朗集團的員工，任職滿一年員工及直系親屬，可享免費住宿集團飯店一家，二年即二家，以此類推。他鼓勵有辦理餐飲管理科的學校老師，可鼓勵學生前往集團應徵，因為制度佳、福利好。

科（學程）主任：資料處理科
主任 吳保珠

教務主任：教務主任 張樹仁

校長：光華高中
校長 張淑霞