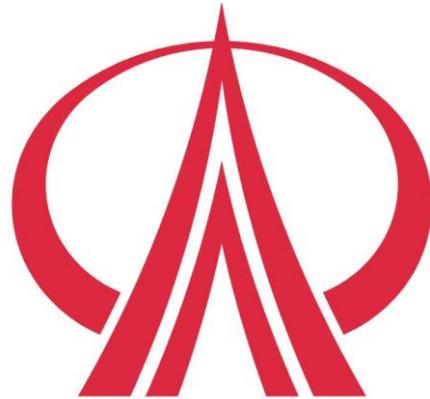


修平科技大學

行銷與流通管理系

三明治教學校外實習專題

實習公司：統一星巴克股份有限公司



指導教師：林晉照老師

學生：BZ98033 王欣怡

中華民國 102 年 5 月

摘要

本次三明治教學計畫實習公司為統一星巴克股份有限公司的星巴克彰化門市。彰化門市位於彰化基督教醫院教學研究大樓 1 樓，即為彰化市旭光路。實習日期為 101 年 7 月 1 日至 102 年 6 月 30 日止，實習時數大約 1050 小時。星巴克主要為咖啡飲品、咖啡豆、杯子、糕點、咖啡相關設備等銷售服務，並甄選優秀人才進行教育訓練，提供消費者高品質的咖啡與服務，提供消費者在居家與辦公室之外，一個休閒娛樂的第三個好去處。

在實習期間對門市銷售服務有另類的認知，學習收銀可以接觸到不同的消費者有不同的個性與習慣，訓練自己的銷售技巧口氣與交談方式。

其中還有在實習期間內經歷兩家門市的過程與收穫，兩家不一樣性質的門市吸引不同族群的顧客，在環境變化下，得到的不同學習收穫。

致謝

在我一年級就知道四年級要實習，自從換班級導師後，林玉華老師很關心我們未來三明治實習的志向，詢問我們喜歡甚麼工作，讓我們先思考一遍，並且希望我們先去找自己希望的工作場所資訊。

到了三年級，系上安排實習廠商的說明會，讓我們先了解其工作的性質，在選擇上我得到了良好的資訊，同時也做好了目標，開始準備我的面試，與同學練習如何表達自己的特長。

開始在星巴克工作的時候，系上還有分配指導老師來關心我們的實習狀況，同時也能掌握我們工作遇到的問題，讓我們更能進入狀況。

目錄

第一章 實習動機與目的	1
第一節 實習動機.....	1
第二節 實習目的.....	2
第三節 實習公司甄選過程.....	3
第二章 公司介紹	4
第一節 公司沿革與現況.....	4
第二節 公司策略.....	10
第三節 公司戰術與作業策略.....	14
第四節 直接負責單位業務內容.....	15
第三章 個案公司實習所見	18
第一節 人力規劃及甄選程序.....	18
第二節 門市營運管理實習.....	21
第四章 實習心得與未來建議	43
第一節 實習心得.....	43
第二節 未來建議.....	46
第三節 我的未來計畫.....	48
參考文獻.....	49

圖目錄

圖 2-1 公司總部組織圖.....	9
圖 2-2 門市組織圖.....	15
圖 2-3 糕點陳列圖.....	17
圖 3-1 社區刊版.....	22
圖 3-2 門市佈置圖.....	38

表目錄

表 3-1 履歷表格式.....	20
表 3-2 簡易商品介紹.....	36

第一章 實習動機與目的

第一節 實習動機

進入修平科技大學行銷與流通管理系，目標是畢業後直接能與工作銜接，因此選擇這門科系，也選擇自己喜歡的工作，參與系上規劃的校外實習計畫，體會其服務業的辛勞。

選擇參與系上規劃的校外實習計畫後，經由系上的廠商說明會，想深刻理解星巴克的企業文化，因而採取行動，從一無所知到真正理解，能夠得知未來職場是否選擇服務業。

第二節 實習目的

三明治校外實習計畫不僅能親身體驗工作環境，更是與同屆畢業生提早進入職場，增加工作經驗，避免零工作經驗的窘境。在實習期間期望自己能有所突破、成長，達到校外實習真正目的，因此希望工作期間能夠獲得的能力與知識有：

- 星巴克企業文化、價值觀與使命。
- 咖啡、糕點專業知識，提供品質如一的飲品，並遵循安全衛生原則。
- 提供顧客優質的服務，發現需求並回應。
- 突發狀況的應變能力，表現沉著冷靜的處事風格，保持清潔和舒適的環境。
- 輔助培訓新夥伴，並相互尊重。
- 職場倫理道德與精神。
- 提升門市營運氣氛，加強個人與團隊成就。

第三節 實習公司甄選過程

選擇參與校外實習計畫之後，並且接受系上的廠商說明會，系上的廠商皆以零售業合作，從中我選擇了家人喜愛的咖啡作為實習目標，也得到家人同意，最後面試上的時候發現地點在彰化，跟預期的實習地點不太能接受，但是到最後在彰化租屋，學習自己獨立，離家讓我改變很多。

上班第一天店經理給一本「BARISTA BASICS 學員手冊」，即為員工教育訓練手冊，我對於星巴克完善的教育訓練印象深刻，每位學習教練認真教導新夥伴，門市其他夥伴也不吝嗇傳授小技巧，雖然其中遇到許多挫折，但是實習也學習到許多職場上會遇到的問題。

第二章 公司介紹

第一節 公司沿革與現況

一、Starbucks 由來

Starbucks Coffee 成立於 1971 年，由三位喜歡喝咖啡的年輕人，Jerry Baldwin、Zev Siegl、和 Gordon Bowker 一起創辦。第一家門市位於美國西雅圖派克市場(Pike Place Market)，一開始只是一家專門販售世界頂級阿拉比卡咖啡豆的公司，以「教育顧客什麼才是好咖啡」為職志。

它的命名是以赫曼·梅維爾在《白鯨記》一書著作中的大副之名(Starbuck)而命名的。那位冷靜又愛喝咖啡的大副史塔巴克，這個名字讓人連想到海上冒險故事，也讓人憶起早年咖啡商人走遍各地尋找好咖啡的傳統。

第一代的星巴克美人魚 logo 其實是深褐色的，取自於十六世紀挪威的雙尾美人魚木雕圖案，她看起來嫵媚迷人、充滿冒險精神，就像咖啡一樣具有誘惑力，加上一個環繞著「Starbucks Coffee, Tea and Spice」的字樣，就成為令人神迷的星巴克商標圖案。1987 年星巴克總裁 Howard Schultz) 改以綠色系為主色調，創造出明亮、活潑的感覺，並把美人魚拉近，讓大家更能清楚看見美人魚的笑臉，演變成為今日的星巴克女神 logo。

星巴克在全球範圍內已經有近 20,366 間分店遍佈 61 個國家。星巴克不打算調低在全球開設 4 萬間店的長期計劃。其中包括在美國 13,123 間分店，加拿大 1,299 間分店，日本 977 間分店，英國 793 間分店，中國 732

間分店，韓國 473 間分店，墨西哥 363 間分店，台灣的 282 間分店，菲律賓 204 間分店和泰國 164 間分店。

星巴克的分店大多數是總公司直營的，星巴克公司內也有對於外資投資的一些禁令；但這些規定也有例外。台灣星巴克是由統一企業與美國星巴克合資的。

二、統一星巴克

統一星巴克股份有限公司於 1998 年 1 月 1 日正式成立，是由美國 Starbucks Coffee International 公司與台灣統一集團旗下統一企業、統一超商三家公司合資成立，共同在台灣開設經營 Starbucks Coffee 門市。

從原產地的一株咖啡樹，最終成為送到手中的一杯咖啡，這段旅程，為咖啡的故事做了最佳的註解。同時也塑造出咖啡家族的獨特風味及口感特性。閱讀咖啡的故事，讓消費者更瞭解咖啡，豐富咖啡體驗。

統一星巴克股份有限公司以 Starbucks Coffee Company 在全球各地選購、烘焙的優質高原咖啡豆為根本，並甄選本地優秀人才培育訓練，提供台灣消費者高品質的咖啡與服務，搭配 Starbucks 獨特的空間設計理念，提供消費者在居家與辦公室之外，一個品嚐咖啡的第三個好去處。

目前統一星巴克公司已經在台灣地區達成了百店的里程碑，目前門市已經散佈到台北縣市、基隆、桃園、新竹、台中、台南、高雄、屏東、南投等台灣各地區。

三、統一星巴克大事紀

1998 年：

- 統一星巴克股份有限公司(President Coffee Corporation, PCC)於 1 月 1 日正式成立。
- 3 月 28 日台灣地區第一家 Starbucks Coffee 於台北市天母開幕。

2000 年：

- 中港門市開幕，進駐大台中市場；清大門市開幕，進駐新竹市場；三多門市開幕，進駐高雄市場；台南門市開幕，進駐台南市場。
- 首度推出融合中西文化之 Starbucks 咖啡月餅禮盒，符合台灣本土消費習慣。

2001 年：

- Frappuccino 正式中文命名為「星冰樂」，於大中華地區統一使用。
- 嘉義門市開幕，進駐嘉義地區；淡水門市開幕，進駐淡水文化重鎮；南台門市開幕，進駐南台科技大學，為首家與校園合作之門市。
- 「抹茶奶霜星冰樂」上市，為台灣本土首次研發的全新星冰樂飲料，隨即在新加坡及其他國際市場上市。
- 內部舉行咖啡大師(Coffee Master) 活動，推廣咖啡知識，提昇咖啡專業知能。

2002 年：

- 慶祝統一星巴克第 100 家門市—長榮門市開幕。
- 「統一星巴克隨行卡」上市。

2003 年：

- 清境門市開幕，進駐南投地區；傳藝門市開幕，進駐宜蘭地區；花蓮門市開幕，進駐花蓮地區。
- 統一星巴克官方網站正式啟用。

2004 年：

- 馬公門市開幕，首次進入澎湖島。
- 推出星巴克星冰粽禮盒，延伸本土之星巴克體驗。

2006 年：

- 藝文中心門市—重慶門市開幕。

2007 年：

- 慶祝統一星巴克第 200 家門市—大英門市開幕。
- 台東門市開幕，進駐台東地區；阿里山門市開幕，為全台海拔最高的門市。

2008 年：

- 「心靈花園」門市正式開始，由北部信義新生與台南府榮門市率先與社區合作，展出門市熟客的作品，推廣咖啡與心靈的關係。

2009 年：

- 「黑芝麻抹茶系列」上市，融合台灣在地化創新精神、成為獨步全球又一鉅獻。
- 獨步全球推出台灣在地茶，以碧螺春、東方美人與蜜香紅茶提供消費者專屬的星茶文化。
- 心靈花園重點門市—高雄「明倫門市」正式開幕。外觀建築與內佈裝潢全都是採用最新的風格與裝潢空間，也是首家具有散步空間的門市。

2010 年：

- 位於三峽的第二個茶空間—學勤北大門市開幕，持續推動在地茶文化。—「玫瑰蜜香茶那堤」上市，豐富星巴克茶類飲品的選擇性，成為台灣在地創新研發的另一代表作。

2011 年:

- 11 月星巴克以 3000 萬美元的價格收購了果汁製造商 Evolution Fresh Inc。

2012 年:

- 星巴克以 1 億美元現金從投資集團 Next World Group 手中收購 La Boulange Bakery 品牌。
- 星巴克以 6.2 億美元現金收購高檔茶葉集團 Teavana。

四、公司總部組織圖

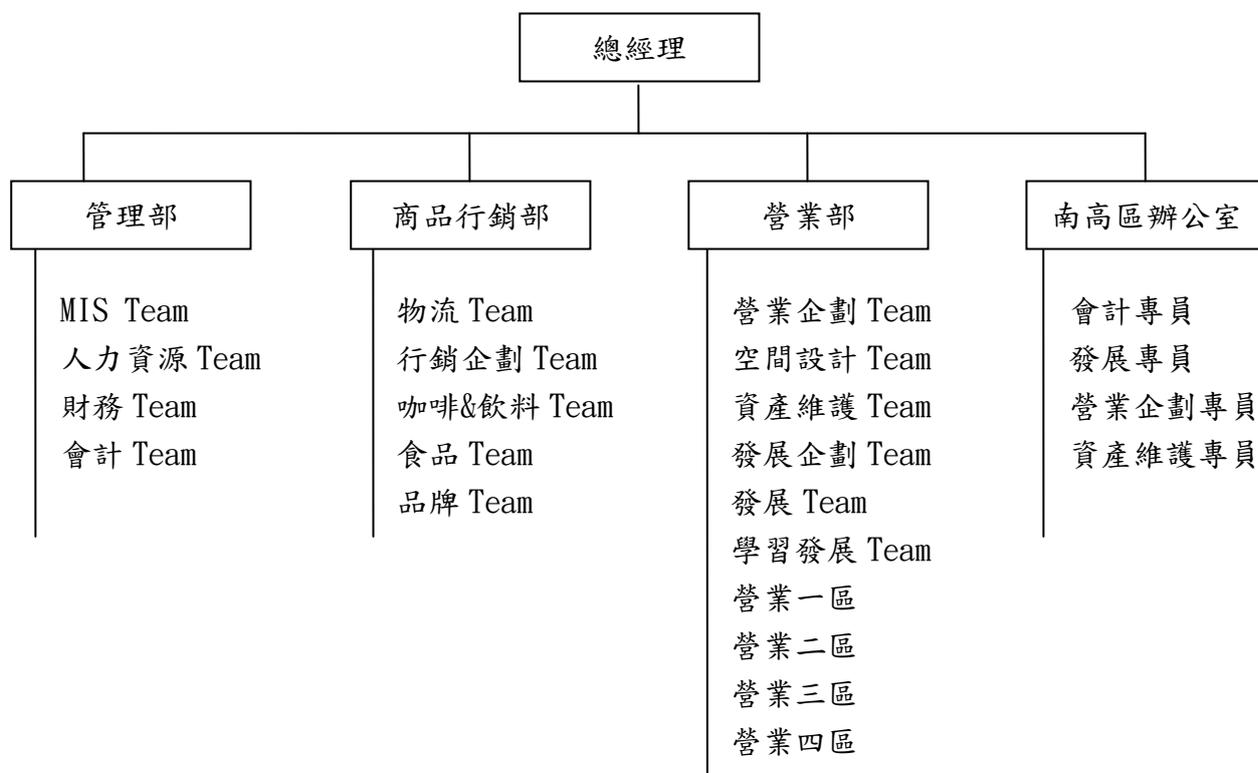


圖 2-1 公司總部組織圖

第二節 公司策略

一、公司策略及目標

Starbucks 期待並重視每一次與人們之間的互動，因此我們致力於營造一個，讓每個置身其中的人，都能滿心歡愉的環境。我們了解：當人們第一次佇停於 Starbucks，可能是為了一杯好的咖啡；然而當他們再回來時，卻是嚮往著一個友善及充滿活力的環境。咖啡是一種完美的媒介，咖啡館則是一個理想的場所。因為咖啡館提供了一個可以讓人們彼此在此相聚、彼此分享並享受生活，或是匆促短暫時間中的歇腳處。Starbucks 現在已經成為人們每天生活中，重要的一部份。因為我們努力扮演好這樣的角色，使得 Starbucks 已經成為我們消費者生活中，除了工作場所及家之外的「第三個好去處」，一個可以於日常生活中休憩、並獲得舒解的綠洲。

二、公司的外在競爭者

現在競爭者的敵對，對星巴克而言，其競爭對手不外乎超商、庭園咖啡、速食店咖啡、流動式咖啡等。定位定價各有所不同，流動式咖啡車(完全隨老闆心情，想開去哪封賣到哪)，反倒是便利商店、速食店咖啡競爭最激烈，走低價位快速取餐的服務，流失了不少客群。

三、SWOT 分析

1、優勢(S)：

- 品牌知名度高，是全球性的大企業。
- 與熟客建立良好互動關係，活動或新品上市皆會通知。
- 產品多樣化，不只咖啡飲品，還兼具銷售咖啡豆、隨行杯、馬克杯、包裝食品、咖啡用具等物品。
- 新進夥伴皆必須至總部安排的課程上課，了解星巴克文化與歷史，增加對公司的認同感，也增進咖啡知識。
- 台灣星巴克是由統一企業經營，常與統一相關企業合作，舉辦多次買一送一的優惠活動。
- 對物料品質的堅持，每個物料都有開封後的有效期限，期限一到都要丟棄，不可再使用，讓消費者吃得安心。

2、劣勢(W)：

- 價格對部分消費者而言較高，幾乎都是有舉辦活動時才會消費。
- 門市分布不均，都市地區門市多，規模較小的縣市星巴克門市幾乎只有 1~2 間，對消費者而言較不方便。

3、機會(O)：

- 營造「第三個好去處」，讓消費者除了家和公司外，有個能放鬆的空間。
- 生活水準的提高，

4、威脅(T)：

- 平價咖啡連鎖店的崛起，還有便利商店也推出平價現煮咖啡，對部分消費者比較便利，也較便宜。
- 經濟不穩定，影響消費者消費能力。

四、公司五力分析

1、現有競爭者：競爭程度—高

門市附近的幾個路口旁還有 85 度 C 和北角咖啡及許多家 7-11 及全家便利商店，及許多年輕人愛喝的英國蘭茶飲、清玉茶飲，都在我們門市的週遭。競爭程度相當高。

2、替代品的競爭：替代品威脅—高

替代品的威脅有飲茶館、速食店、罐裝咖啡、7-11City Café等。星巴克是主打它的咖啡品質及氣氛，替代品價格雖然比較低，但價值卻不同，所以對於講究口味和氣氛的消費者是很難以低價來影響他們的消費意向；但是替代品相當普遍，消費者在改買時並無轉移成本產生，故替代品的威脅會提高。

3、潛在競爭者：新競爭者進入市場障礙—低

星巴克以口味香濃的咖啡及氣氛，在星巴克享用咖啡的 感覺很好，他的燈光、裝潢和音樂等，都會讓消費者感到放鬆，很多消費者會因為這些因素成為星巴克的忠實顧客。但是，新進競爭者不會對現有廠商立即產生威脅，所以不會受到現有競爭者反擊，故新進競爭者進入市場障礙低。

4、供應商的議價力：供應商的議價能力—低

星巴克為了維持各分店的產品與品質一致，有穩定的供貨來源，與特定的咖啡豆農簽約購買，供應商的集中程度較低，且每次都統一進貨以降低成本，購買力高，故供應商的議價能力低。

第三節 公司行銷策略

- 1、隨行卡申辦/加值/付款/紅利兌換
- 3、4吋/6吋/8吋/長條蛋糕預定
- 4、商品宅配寄送
- 5、WIFI無線上網
- 6、場地租借
- 7、外送/外賣桶訂購
- 8、報名咖啡講座
- 9、阿奈(原住民/災區/育幼院義賣活動)

第四節 直接負責單位業務內容

一、門市組織圖

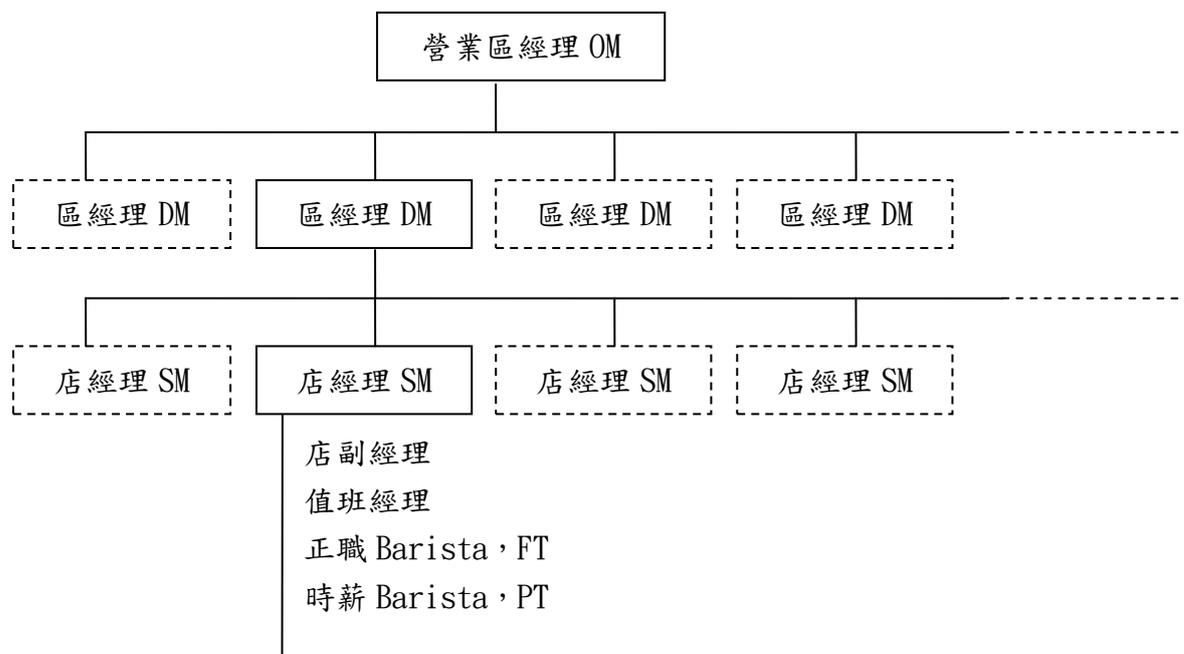


圖 2-2 門市組織圖

二、直接部門工作內容及介紹

Barista 工作職責：

- 為顧客提供優質的服務，發現顧客需求並做出回應。
- 遵循配方標準與陳列標準，為顧客提供品質如一的飲品、咖啡和食品。
- 保持規律、一致的出勤情況並準時上班。
- 保持工作環境的整潔，以便尋找上班時所需資源和產品。
- 發揚星巴克的企業文化、價值觀與使命。

三、工作時間與輪值方式

工作時間早班為 7：00~15：30，晚班則為 15：30~23：00，每天上班時數 7~8 小時，休息時間半小時。輪值方式則為排班制，需輪早晚班。

四、商品陳列



圖 2-3 糕點陳列圖

這是我遵循食品安全衛生原則，以及營造糕點櫃的豐富陳列方式，吸引顧客的目光，增加顧客的消費意願。

第三章 個案公司實習所見

第一節 人力規劃及甄選程序

一、人才需求

1、人才需求預測

星巴克每間門市按照營業時間、門市規模與周邊環境等條件，門市夥伴人數皆在 8~12 位不等，每間門市按照區域皆有一位區經理負責，之下有店長、副店長各一位，值班經理 3~5 位，每間門市的正值夥伴有 3~5 位，其餘皆為時薪夥伴。

2、人才招募

夥伴的招募是透過網站公告或門市公告與網路人力銀行公開徵選，星巴克沒有年齡的限制，只要有意願皆可參與面試。

統一星巴克要創造一個令人舒服自在的環境，每位在門市工作的夥伴，都要樂於工作，展現親切微笑、熱情作好每一件事、用心調煮每一杯咖啡。

我們稱員工為夥伴，因為夥伴並不是一群提供勞力的工作者，而是一同創造令人愉悅環境、與分享快樂的人。統一星巴克在快速成長時，仍展

現出對於品質、服務永不妥協的堅持。若要達成卓越的目標，必須仰賴所有夥伴的付出及努力。

這裡是一個以「人」為主的地方，尊重每位夥伴，聆聽每位夥伴的需求，這絕對是一個不同於你所工作過的環境，是所不曾體會過的體驗，希望能一同創造一個充滿活力、樂趣及熱情的工作環境。

在星巴克門市進行一連串關於星巴克故事、咖啡豆知識、調理咖啡技巧、門市經營等有趣的課程，希望每位在門市工作的夥伴，都能留下一個美好的星巴克體驗。

二、員工甄選與試用

1、甄選的程序

兼職夥伴：攜帶履歷表至門市應徵，初試由正職值班經理面試，通過初試後由店經理進行第二階段的複試，再另行通知是否錄取。

全職夥伴：投遞履歷至總公司，經由總公司主管面試後，另行通知錄取與否，若錄取，工作地點依各門市職缺由總公司分發決定。

表 3-1 履歷表格式

1 基本資料			
應徵職務			
姓名		身分證字號	
英文姓名			
性別		婚姻狀況	
出生年月日			
出生地		國籍	
身高		體重	
永久地址			
現居地址			
聯絡電話			
電子郵件信箱			
2 教育背景			
學歷			
特殊專長與技能			
3 工作經歷			
公司名稱	職稱	工作內容	

2、面試重點

-沒有年齡、學歷與科系的限制，個性活潑開朗、對推廣咖啡文化有高度熱誠。

-每天上班時間 8 小時，最好能配合早晚班輪班。

第二節 門市營運管理實習

1、統一星巴克企業使命

啟發並滋潤人們的心靈，在每個人、每一杯、每個社區中皆能體現。

『我們的咖啡 我們對咖啡品質的堅持始終如一』

『我們的夥伴 我們互相尊重與信任，並以此作為彼此對待的準則』

『我們的顧客 我們與顧客心靈相連、歡笑與共』

『我們的門市 我們門市就是顧客的港灣，與朋友相聚、其樂融融的地方』

『我們的鄰居 我們每一家門市都是社區的一份子，並真心承擔作為好鄰居的責任』-如圖 3-1

『我們的股東 我們也享受著成功回饋股東的喜悅』

我們稱呼彼此為「夥伴」，因為這不僅是一份工作，更是讓我們發揮所長的工作環境與熱情的空間，每位員工與店經理是合作夥伴關係，我們

互相尊重，沒有明顯階級之分。憑藉完善的福利制度及建立員工對公司的認同感，星巴克創造了極低的人員流失率。



圖 3-1 社區刊版

2、星巴克共愛地球計畫

從採購咖啡豆的源頭開始，以道德採購品質最佳的咖啡豆，同時致力於改善咖啡農的生活水平。重視與關注減少環境污染議題，同時參與產地社區的建設與服務，盡自己的一份力量讓更多美好的事物可以傳播開來。

為了減少環境污染，以折扣的方式鼓勵大家使用隨行杯，降低紙杯的使用量，並且持續使用環保的大豆油墨，在產品包裝上也減少包裝層數原則，同時不使用對環境有害的材料。

3、企業公民責任

統一星巴克持續推動志願性志工服務的精神，透過夥伴的努力，參與各式社區志工服務，同時讓門市成為社區的一份子。

4.咖啡豆品質控管

—選豆：

星巴克建立全方位品質控管系統，對於咖啡的原產地有相當品質的要求，讓咖啡豆品質高於其他咖啡豆品質。

—烘焙：

咖啡烘焙是星巴克最核心價值的其中一環，星巴克統一烘焙後再分發到世界各地的分店使用，這也是星巴克咖啡為什麼每一家分店的咖啡風味都相同的秘訣之一。

—烹煮：

星巴克會透過訓練烹煮的程序，透過標準的烹煮程序來把關咖啡烹煮品質，為此創造出星巴克獨特的優勢之一。

一、門市作業基本認識

1、收銀機功能認識與操作

星巴克門市收銀機為螢幕觸控式，作業功能分為一般操作、特殊操作等。一般收銀點餐為一般操作，左邊空白處是顯示顧客點的飲品，右邊則為商品按鍵。常態性飲品的按鍵在首頁即可點擊，其他飲品則是分類在季節性飲品的按鍵裡，冷熱飲皆必須正確選取。咖啡豆則是分四大產區的按鍵，其他食品分類在包裝食品的按鍵裡，而商品陳列架上的都是用數字鍵輸入#SKU。

特殊操作則是退貨、MarkOut、教育訓練時使用的。有時若忘記幫顧客打企業折扣、顧客要換飲品時，發票必須銷退，這是就要用銷退，不過在10月的店長會議後，銷退發票必須由值班經理操作，一般夥伴不能自行操作。

若商品毀損或過期時就使用 MarkOut，代表此商品不能再繼續銷售，才不會造成門市損失。

2、店鋪設備之維護與保養

依照工作日誌裡的週保項目，每天的晚班夥伴必須去執行週保。

-哥倫比亞機：使用藥粉浸泡。

-製作星冰樂的法壺：萬用清潔劑刷洗。

-桌椅腳：水加萬用清潔劑，依序擦拭。

-冰箱風扇濾網：取下刷洗。

-糖漿壓頭：水洗後進 wash 機。

-小精靈(咖啡豆研磨機)：每週由值班經理拆卸清潔。

門市內設備若有損壞，均由各設備的合作廠商至門市進行維修，不得私下進行。維修費用則由廠商將維修單送回公司並申請維修費用，門市無須支付任何費用。

3、發票與各種單據之使用

-收銀機發票應依發票號碼依序開立，不可顛倒、跳號。

-收銀機上顯示的發票號碼必須與給顧客的發票號碼須一致(即兩聯為同號)。

-若有報廢或銷退的發票皆須留存由值班經理處理寄回總公司。

二、顧客服務

1、顧客入店之禮儀與態度

收銀主機夥伴必須隨時注意並待命，當有顧客進門，依公司規定顧客進入門市後的 30 秒內要與顧客有眼神接觸與歡迎話術，歡迎話術不拘限於歡迎光臨，最好能有多變且具親和力的話術，讓顧客感受到星巴克夥伴的熱情，留下深刻的印象。

2、顧客詢問之處理

當顧客前往詢問任何問題，先聆聽其需求與想法，適度給予回應，建立良好的互動關係，而了解顧客需求與想法後，找出適當的處理方法，大多由夥伴們直接回答並處理，若有不清楚的事務或者不是我們權限範圍內的，就必須請當班的值班經理處理。

3、顧客抱怨之處理

顧客抱怨的原因大多為：

- 飲品不符合需求(如製作錯誤)。
- 商品品質不佳(如瑕疵、刮傷)，不符合預期。
- 夥伴態度不佳，不但沒有讓顧客感受到熱情，反而感受更差。

顧客進行客訴的多種管道：

- 0800 免付費服務專線，由總公司客服人員接收客訴後，告知區經理來龍去脈，並轉告店經理處理善後。
- 顧客直接打電話至門市告知，大多為飲品製作錯誤，致歉後並婉轉請客人再次回到門市並重新製作正確飲品給顧客。
- 顧客心聲調查，讓顧客變身為神祕顧客，上網填寫問卷與建議，顧客填寫完成即可獲得一杯中杯飲品任選。

4、顧客結帳之禮儀與態度

當顧客來到收銀機前，首先是「您好，今天想喝什麼呢？」，顧客告知飲品名稱後接著詢問「冰的或熱的」，「飲品容量大小，中杯、大杯、特大杯？」，等待顧客全部點餐完畢後，複述一次減少錯誤發生，若無誤，可面銷麵包與蛋糕，然後告知此次消費金額「總共是 xxx 元，收您 xxx 元，找您 xxx 元」，全程都要微笑並熱情的態度迎接顧客，讓顧客享有同等價值的服務。

5、主動服務顧客之技巧

當商品陳列處有顧客在觀看或尋找隨行杯與咖啡豆時，收銀主機的夥伴要主動上前詢問並介紹，顧客會因為好的介紹而買商品。

6、讓顧客留下好印象之技巧

星巴克與一般咖啡店或飲料店不同的是，夥伴在顧客點餐時，會詢問顧客姓氏填寫在杯身，讓顧客對自己的飲品有獨一無二的感受，也對常消費的顧客來說是很貼心的一個服務，當夥伴看到熟客時，就會直接詢問「x 先生(小姐)您好，今天也是要喝 xxx 嗎？」雖然一開始顧客都會嚇一跳，並詢問夥伴們怎麼知道他是誰想喝什麼，大多數客人對這樣的服務都會覺得很貼心，感覺有被受到重視。

7、顧客要求 Just Say Yes

在星巴克，顧客期望獲得個人的、個性化的體驗，Just Say Yes 的策略可以幫助我們滿足顧客的各種要求，讓更多顧客感到特別滿意。

永遠不要放棄，哪怕只是一位顧客，有時候，留住這位顧客，所需要的，就是” Just Say Yes”。這一聲承諾總是能讓事情變得更好，讓我們努力實現這聲承諾，不論有多困難，隨時隨地滿足每一位顧客的每一次要求。

《綠圍裙手冊》

8、十分鐘準則

星巴克門市總是提前十分鐘開門、延後十分鐘關門這就是十分鐘準則，它為了顧客帶來了驚喜、讓更多顧客感到滿意。

店門打開，門市處於營業狀態時，門市所有區域都應完全做好接待顧客的準備。會影響門市服務水準和環境的關門或清潔任務，應在門市關閉、沒有顧客，且店門鎖住以後進行，要確保顧客感受到我們對他們的重視，營業中，顧客是最重要的。

三、顧客購買忠誠度

1、了解顧客購買忠誠度對企業的影響

顧客忠誠度可看出顧客對星巴克的偏好程度與重覆購買的可能性。而顧客忠誠度對門市營業額有著很大的影響，每年的耶誕節、春節、櫻花祭

的新品上市，有隨行杯、馬克杯、咖啡豆等服務性的新商品，還有季節限定的飲品，這些是每年固定的行銷檔期，也是顧客鎖定的目標，尤其是對平常有收集星巴克商品的顧客來說，是個大日子，當天一早就有顧客在店門口排隊，開始營業後，許多商品皆被搜刮一空，幾位熟客的花費都是在五千元上下，若有未購買到的商品，就馬上到台中其他門市購買，在我們眼裡看來是瘋狂，但對他們來說少了一款都不行。

2、提高顧客購買忠誠度的方法

-飲品客製化，依照顧客不同的需求製作飲品，讓顧客喝到的是獨一無二的咖啡。

-提供超越顧客想像的服務，當顧客打翻飲料時，不僅幫忙收拾善後，也重新製作一杯提供給顧客，而這是不收費的。

-提供良好的消費環境，Starbucks 獨特的空間設計理念，提供顧客在居家與辦公室之外，一個品嚐咖啡的「第三個好去處」。

3、顧客滿意度對企業之影響

顧客滿意度會提高顧客再次消費的意願，顧客對企業提供的產品與價格、服務品質與效率、夥伴專業知識能力與總體表現的評估。

對現有的顧客建立良好關係，新上門消費的顧客，去滿足其需求與體驗星巴克的獨一無二服務。

四、突發狀況之處理

1、突發狀況之模擬

排隊動線不良導致顧客抱怨，排隊動線遭客訴是我們門市最容易遇到的情況，有次A客人站在等候區排隊，夥伴沒有注意到B客人（插隊）往前，夥伴就幫B客人點餐，此時又來了C客人與D客人（也是插隊），這時A客人被插了三次隊想要往前點餐，被夥伴制止，因此產生客訴。

2、突發狀況之處理與檢討

事後請店經理出來了解情況，也請夥伴立即向客人致歉，店經理之後調監視器察看情況，發現客人被插了三次隊。事後召開門市會議，提出問題與討論。

3、如何避免狀況發生

這個情況是因為夥伴專注於客人點餐，而為了解其他客人動向導致插隊，在這個案例告訴我們，必須查看客人動線，雖然門市有設立點餐等候區，但是不是常來的顧客就會不清楚動線，所以為了防止顧客被插隊最好的辦法就是夥伴注意顧客動線，減少造成客訴案件。

五、店鋪工作管理

1、各項標準作業流程

開店作業流程分別為糕點櫃、吧台：

- 糕點櫃：將半夜進貨的麵包、糕點，按照公司的陳列標準與守則擺盤上架，並預熱烤箱。
- 吧台：開啟咖啡機器，並檢查濃縮咖啡流出的流速是否正常、泡玫瑰密香茶、阿薩姆紅茶、煮冰咖啡與熱的本日精選咖啡、補滿冰塊、測試蒸奶棒以及矯正溫度計。

打烊作業流程分別為 wash、外場與吧台：

- wash：清洗所有每天使用的物品，如：糕點夾、盤，放置所有物料的壓克力盒，哥倫比亞機、法壺、奶鋼、湯匙、溫度計、冰鏟等，以上物品除了清水清洗外，還要進 wash 機高溫殺菌清洗，再將物品全部放回原處。
- 吧台：咖啡機器投入藥片清洗並擦拭整潔，咖啡豆吸除，奶棒清潔，擦拭法機，補滿所有物料與牛奶。
- 外場：外場地板清潔，桌椅擦拭，戶外刊版以及室內刊版換為早餐時段，以及貨架清潔、調理吧台清潔和物料補滿。

六、行銷企劃實作

活動主題：二代隨行卡記名服務

活動時間：2012/11/2開始

活動說明：

- 卡片剩餘金額、紅利點數、及最近 10 筆交易記錄查詢(含儲值、消費、紅利兌換)
- 卡片掛失補發申請
- 專屬回饋訊息告知

活動方式：

1.隨行卡如何使用：

「隨行卡是台灣統一星巴克發行之預付儲值卡，自 2012 年 3 月 28 日後所發行之隨行卡為二代隨行卡。隨行卡卡體為商品及空卡之出售方式，可重複儲值，每張隨行卡小額儲值最低金額可為 1 元，最高儲值金額為 10,000 元，儲值時不開立發票，持隨行卡消費時則開立當次消費金額發票，您可以使用此卡購買店內各式飲料、咖啡豆、糕點、精緻禮盒及商品，送禮自用兩相宜。」

2.隨行卡紅利點數回饋與使用方式：

隨行卡單次儲值金額達 1,000 元可獲贈紅利點數 1 點，您可選擇以隨行卡內的紅利點數兌換任一中杯飲料或專屬紅利商品(紅利商品品項不定期更新推出)。

3.隨行卡保管及使用注意事項：

由於二代隨行卡為線圈晶片規格，應避免曝露於高溫及彎折、磨損或裁切破壞，或將隨行卡置於衣褲後口袋、背包等，以避免不小心的壓迫而造成線圈損毀而無法感應讀取。使用時，請勿與多張感應式晶片卡片(如悠遊卡、信用卡或金融卡)同時觸碰感應區，避免造成無法感應判斷或扣款等異常狀況；勿將隨行卡放置金屬製品附近，避免影響感應讀取之狀況。

4.隨行卡相關資料查詢？

全台星巴克門市皆可查詢隨行卡的餘額、卡號及紅利點數。

5.隨行卡如何使用記名服務？

隨行卡記名服務系統僅接受「二代隨行卡」記名登錄服務，持卡人可至記名服務系統進行記名申請。完成記名申請後，您可透過此系統查詢已記名之二代隨行卡消費紀錄及若該記名二代隨行卡遺失，可申請掛失補發作

業。但請注意，該二代隨行卡於隨行卡記名服務系統完成登錄後，其在消費使用上仍屬於無記名性質之卡片，不限本人持卡消費使用。

6.隨行卡遺失要如何處理？

若您的隨行卡為二代隨行卡且已至隨行卡記名服務系統完成登錄，方能依照系統權益條款進行掛失補發之申請。您的二代隨行卡遺失時，您可至隨行卡記名服務系統申請掛失補發，或電洽統一星巴克客服專線 0800-000-482 申請掛失補發。不論是由您自行至透過此系統或電洽顧客服務專線申請隨行卡掛失服務，一旦掛失成功，該卡則立即凍卡無法消費使用，且無法進行復卡，補發之卡片將以申請卡片掛失生效時間點，進行餘額及紅利點數的認定，隨行卡申請掛失成功後，將有專人與您聯絡後續處理事宜。隨行卡補發作業處理時間為 10-14 個工作天，新卡補發手續費為 100 元/張，並自原隨行卡餘額中扣除，扣除後的餘額及紅利點數將移至新卡中。反之，若您的隨行卡且不慎遺失、遭竊、詐取或遭第三人佔有等情事，儲值金額視同現金遺失，恕無法提供金額賠償或掛失，請您務必妥善保管使用。

7.不同隨行卡內的金額是否可合併？

若您欲將兩張(含)以上隨行卡內的剩餘金額或紅利點數合併，可攜帶欲合併之隨行卡至全台星巴克門市進行併卡作業，方便您將不同隨行卡內的

剩餘金額或紅利點數合併於同一張隨行卡內。惟自 2012 年 3 月 28 日以後所發行之二代隨行卡，無法將金額及紅利點數併入 2012 年 3 月 28 日以前所發行之隨行卡(插卡式)。

8.隨行卡損壞要如何處理？

本卡可重複多次充值使用，隨行卡卡體、晶片保固 2 年，購買後除有瑕疵外，恕不辦理換卡。保固期 2 年內如有非人為因素損壞導致無法使用時，可申請免費換卡。若卡片係因人為不當使用以致故障、毀損或逾 2 年保固期間之自然損耗，如卡號仍可辨識者，可至全台星巴克門市申請處理，由門市代為轉由總公司進行更換卡片作業，舊卡將予以回收，將更換新卡予持卡人，其作業時間需 10-14 個工作天，且須從卡片內扣除換卡作業處理費 100 元/張。星巴克保有換發卡片款式之選擇權利。

9.隨行卡儲值金退費處理：

儲值金無使用期限，若您因故欲退隨行卡內的儲值金不再使用(恕不接受部份餘額或餘額扣除相關費用後為負值退費)，請電洽統一星巴克客服專線 0800-000-482，由客服人員協助處理。

儲值金退費作業時間為 14-20 個工作天，辦理退費需支付作業處理費 100 元/張，及依該卡餘額計算應返還之紅利點數，並自隨行卡餘額中扣除，計算方式如下表。

因隨行卡紅利點數為儲值時所獲贈的，辦理退費時須依該卡餘額計算並扣除應返還之紅利點數，扣除完成後若紅利點數仍有剩餘，將保留於原卡可供您繼續使用完畢；若紅利點數不足，則以 1 點等同 100 元價值進行計算，並自隨行卡餘額中扣除。

如之前的儲值方式為現金儲值則以電匯方式存入顧客指定帳戶(限顧客本人之國內帳戶)，如以信用卡儲值則必須持原信用卡及簽單至原儲值門市刷退，原隨行卡將連同退費明細表寄至顧客指定門市或地址。儲值方式如有爭議者，將以統一星巴克系統所記錄之資訊為準。

退還金額＝隨行卡儲值金餘額－作業處理費\$100(系統處理成本+掛號郵資+匯款匯費+人工處理成本)－紅利點數費用(此費用為紅利點數不足時方才產生)。

10.簡易商品介紹：

表 3-2 簡易商品介紹

<p>耶誕喜樂隨行卡\$100 元</p> 	<p>此張隨行卡設計為在耶誕佳節時刻傳遞祝福與喜樂，以霧面透明材質，呈現耶誕雪花的感觉，讓每位顧客都能感受到溫暖。</p>
---	---

綠意隨行卡\$100元



每一片葉子猶如星巴克所綻放的
熱情與專業，堅持 one cup at a time
的精神。

七、布置認識

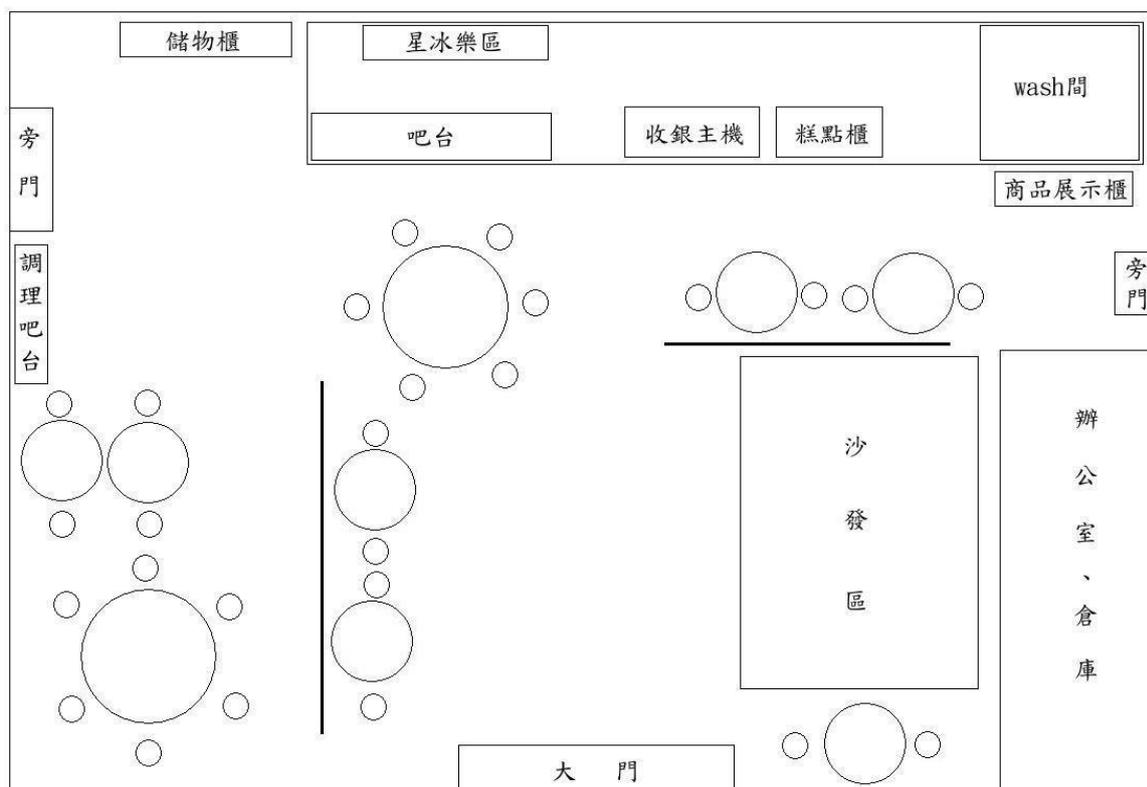


圖 3-2 門市佈置圖

八、店鋪報表研習

門市從開店到關店，每天都會有報表的使用，無論是進貨、銷售、或分配工作任務、公司通告等，最常使用的有：

1、商品進貨單

分為常溫糕點進貨單、低溫高點進貨單、大貨進貨單。所有物品數量依據進貨單上的數量點收。牛奶每天由鄰近配銷所配送，也會有進貨單，也須簽單驗收。

2、工作日誌、工作任務分配表

皆由值班填寫完成，工作日誌填寫內容包含所有物料有效期限、冰箱與牛奶的溫度、早晚班銷售目標，應完成的工作內容項目等紀錄。

工作任務分配為當天每個時段每位夥伴的工作站任務分配，除此之外還可記錄其他事項，例如當天有顧客訂咖啡外賣桶，訂購的數量、領取時間皆須請楚的填寫交接；也可將早晚班夥伴要交接的事項填寫於此。

3、蛋糕預購單

平常門市販售的糕點都是以切片為主，通常不會提供長條蛋糕或生日蛋糕的銷售，因為蛋糕有效期限為六天，過了有效期限就必須丟棄不可銷售，為了避免造成浪費，長條與生日蛋糕都是提供預購方式銷售，訂購日期需在提貨日的三天前訂購，清楚填寫進貨單內容，與顧客結帳，顧客提貨後就完成此筆銷售。

4、咖啡、茶外賣桶銷售單

統一星巴克提供會議型的外賣桶銷售，咖啡提供種類為本日精選咖啡，茶的方面則是提供泰舒茶，內容需填寫訂購人姓名、電話、訂購的種類數量、提取時間，還要註明是否已結帳、押金金額等內容。

5、顧客需求表

若顧客需要的產品門市缺貨，請顧客填寫資料後，由值班向其他門市調撥，不管有沒有調撥到產品，都須打電話告知顧客。

以下為公司內部資訊發佈公告：

1、SCOOP 獨家報導

總部每周三定期公告在系統，由值班經理列印提供夥伴閱讀，內容都是與門市作業上有關的通知，也會有每周工作提醒。

2、緊急事項公告

在每周三 SCOOP 公告後，若有需要馬上讓夥伴知道的事情，就會以緊急公告通知。

3、顧客服務案例

每周五定期公告，會有兩則有關顧客服務的案例，一則是顧客感受好的服務要表揚夥伴，另一則是顧客感受不好的顧客抱怨，每則顧客報怨內容下公司都會有建議做法，讓夥伴了解若遇到類似情況該如何解決讓顧

客滿意，而不是用錯誤的方法使顧客產生報怨。顧客服務公告是要讓夥伴們互相學習，提升顧客服務品質。

九、收銀系統操作

1、收銀工作站介紹

收銀工作站的夥伴會最先歡迎進入門市的顧客，因此，積極友好又即時地問候非常重要，同時夥伴還要熟悉 POS 收銀機的操作介面和門市的收銀事務。

收銀工作站上的夥伴，主要工作是經由接觸、發現和回應的步驟為顧客提供優質的服務，準確輸入顧客的交易內容，指引顧客拿取飲品，向顧客致謝並歡迎他們再次光臨。

此工作站的工作內容不僅僅只有收銀，主要還包括糕點櫃清潔、滴漏式咖啡機、烤箱清潔。假使沒有客人，且本身工作站的工作已完成，即可檢查客席區的清潔與整理調理吧台。

2、收銀系統相關交易

-通過現金進行交易

-通過信用卡進行交易

-通過悠遊卡進行交易

-通過隨行卡進行交易

-取消交易

-處理產品退回

-處理使用優惠券/Coupon 的交易

-關閉收銀錢盤

-處理用於 Sampling 的報廢

第四章 實習心得與未來建議

第一節 實習心得

一、對企業（或公司）的看法與初步看法的比較

在實習前對星巴克的第一印象就是一個大企業，我抱著會有好的福利與完善的教育訓練才進入這個企業。因此學校通知我錄取時，心情是期待又怕受傷害的。

正式進入門市上班的第一天，跟原本預期的公司將員工的教育訓練看的很重要，按照學習階段學習，而總部的課程我是到台中的河南青海門市上課，上課的講師剛好也是我們彰基星巴克各門市的店經理，經過公司訓練，通過講師的上課，內容比門市上的內容更廣，資料與咖啡都是講師用心準備的，講師與另一位實習的夥伴，因為我們是同一間店的夥伴，上課起來也特別愉快輕鬆。

而星巴克對原物料的堅持，是希望讓顧客都能喝到品質一致且好喝的咖啡，每個原物料都有開封與調製後的使有效期限，我們簡稱 exp.，開封或調製後都必須正確填寫 exp.，早值與晚值必須查檢各物料 exp.，並填寫於工作日誌，exp.即是物料開封與調製後的最佳賞味期，當夥伴發現物料過期了，必須告知值班並清理完，不可繼續使用，不僅是要讓顧客品嚐到最好的，也保證顧客和夥伴自己吃的安心。

二、實習後與實習前的期望比較

在選擇實習公司時，因為自己工作經驗少，體驗職場上的工作經驗不多，進入星巴克後才體會到服務業真正的辛勞。

現在不僅對服務業有更深的體認，也有更多的期望，門市內資深的夥伴經常和我們經驗分享，很多流程不能因為我們習慣動作而改變，雖然我覺得顧客買了一杯一百多塊錢的咖啡很貴，但我們如何讓他感受到的不僅是一杯咖啡，而是同等價值的更多服務，讓顧客有物超所值的感覺。我們還有個活動為最佳服務星，由顧客票選最佳服務夥伴，我剛好是彰基門市的冠軍，因此服務方面我是比較有信心的。

三、實習最大的收穫

口條和獨立是我實習最大的收穫，自己到陌生的地方工作，學習獨立，管理自己的零用錢，工作上與客人的接觸，從一開始的緊張漸漸變成自然而然的與客人聊天，看到星巴克的客人熱情的回應我們，是我最開心的事情，到星巴克彰化中山門市開店之後，接觸到開新店的新事物，與新店活動 Partner party，認識許多別間門市夥伴，才剛認識就聊起杯子與工作分享。

四、實習最難忘的事

因為動作太慢而被指責的經驗是我最難忘的事情。其實夥伴在站上的口氣都會比較直接，因此在站上被值班罵哭的經驗是我最難忘的事情，雖然覺得很委屈，但是值班說的有道理，不能因為我是新人而有特別待遇，關店前都要做整潔，因為部分動作剛開始的不熟悉，必須增加自己的速度。

第二節 未來建議

一、對實習公司的建議

雖然工作常常額外使用到個人的時間，我覺得對於星巴克工作沒有特別的建議，因為每個工作都會有耽誤到下班時間的時候，因此個人覺得公司都在合理範圍內，下班時間因為有些物料必須為下一班的人做準備，因為我們是一個團隊。

二、對系上及實習制度的建議

學校方面的學費問題是我最在意的事情，雖然老師有解釋過，我們也都能懂，但家長還是不能接受。父母曾經有跟我提議過是否不要繼續上課，因為那是一筆額外的開銷，畢竟一星期只上一天課，沒有是用到學校什麼特別的資源，要繳的費用卻跟一到三年級一樣。

系上一年比一年的更加用心去安排整個計畫，老師們也督促我們作業該寫、上課要到，希望未來對於學弟妹們的實習單位的方面能有更多元與更充裕的選擇。

對於實習公司的建議，系上推薦的卻只有全家便利商店、保險公司等選擇，但這些單位卻不能引起我的興趣，因為在於這方面的實習店家不用大學畢業就可以進去工作了。

三、對學弟妹的建議

職場會遇到的問題，有千千百百種，像是顧客騷擾、公司制度的維持與工作夥伴的相處……等，很多事情如果沒有學校的幫助，或是師長給予的建議，在我們個人來看，很容易在一開始就放棄，因此學弟妹們應該與學校和師長保持訊息傳遞，遇到任何困難在實習期間內都能與系上連絡和改善。

第三節 我的未來計畫

雖然實習不能像同屆的大學生們盡情享受大學最後一年的學生生涯，享受暑假與寒假的假期，我們是藉著實習機會提前適應往後畢業的生活，在於未來職場方面目前還需要多加考慮，在於星巴克這個實習單位我將它作為未來職場的跳躍板，畢業後可能考慮晉升為正值，學習更深入的工作內容，但是相對應的工作要擔的責任也更大，所以在這實習之前都是在考慮的狀況下。

參考文獻

- [1] 何宗祐(2012)修平科技大學 行銷與流通管理系 系(科) 三明治校外實習專題 統一星巴克股份有限公司 修習專題製作課程之報告
- [2] 賴佳伶(2012)修平科技大學 行銷與流通管理系 系(科) 三明治校外實習專題 統一星巴克股份有限公司 修習專題製作課程之報告
- [3] 星巴克 門市營運規則輔助說明
- [4] 星巴克網站 <http://www.starbucks.com.tw/home/index.jspx>
- [5] 智庫百科
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%9B%B4%E8%90%A5%E5%BA%97>