

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：家樂福股份有限公司



指導老師：劉淑寧 老師

學生：BZ99061 江冠霆

中華民國 103 年 5 月

摘要

家樂福的市場佔有率高有兩項最主要原因，薄利多銷，好康卡紅利點數折換現金。

賣場環境很大，有冷氣空調，是大家的休閒購物的最佳地點，如有買家電用品或家具的大型商品，有提供外送服務。

對於員工福利而言，家樂福不定期會有員工旅遊，節日派對等，還有免費的健康檢查。

對於我去家樂福實習，其實學到的東西很多不僅僅是對於商品的認知，也有許許多多做人處事的小撇步，這對於我以後出社會的幫助其實相當有幫助，對於以後出社會的新工作有相當大的收益，還有對於倉庫的管理庫存，以便於賣場內的物品是否還有庫存。

致謝

我要感謝行銷流通管理系的主任和師長讓我有實習機會，比一般的大學生提早進入工作職場，體驗和增加自己的經驗與人脈。

最感謝主任，解決合約問題，讓我能順利在家樂福實習。我也要感謝我的課長、值班和同事，因為有他們的耐心和關心，使我能很快適應工作。

最後，我要感謝我的父母，他們總是給我鼓勵，一直陪伴著我，每當我上晚班或下雨天時，總是時時提醒與叮嚀，非常感謝他們無微不至的照顧。

目 錄

致謝.....	III
摘要.....	III
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.....	1
第三節 實習公司甄選過程.....	1
第二章 個案公司介紹	2
第一節 公司沿革與現況	2
第二節 企業策略	3
第三節 直接負責業務單位內容	4
第三章 個案公司實習所見	6
第一節 門市行政實習	6
第二節 門市營運管理實習	10
第三節 連鎖企業加盟管理實習	15
第四節 行銷企劃實作	16
第五節 店長與管理職務實習	20
第六節 物流與供應鏈管理實習	21
第七節 消費者行為分析實習	24
第四章 實習心得與未來建議	29
第一節 實習心得.....	29
第二節 未來建議.....	30
第三節 我的未來計畫.....	30

第一章 實習動機與目的

第一節 實習動機

大四學期參與三明治教學計畫，每周一上學讀書，其他時間實習工作，在工作中職場上，我看到很多形形色色的人，也認識很多不一樣的人，在這實習的過程中，我學會如何與客人應對、對工作的應有態度和能力等，在學期間，系上讓我有機會到職場上工作學習，累積更多的經驗，我很喜歡目前這份工作。

第二節 實習目的

畢業後我能夠比一般的學生先找到穩定的工作，提早為未來先準備，也藉由實習讓我了解社會的真相、產業的發展狀況。

第三節 實習公司甄選過程

在三明治教學中，由學長那得知家樂福徵才消息。遞上履歷，公司電話通知後，面試時，會溝通工作內容、時間、規定以及先關事項。

家樂福不定期會有員工旅遊，節日派對等，還有免費的健康檢查。畢竟要實習一年，考慮很久，在家樂福試用三天，工作內容和環境都可以接受，每天面對不一樣的客人，在賣場也可認識不同部門的人，假如 32 部門不適合我，或許可調部門。

第二章 實習企業介紹

第一節 公司沿革與現況

一. 法商家樂福公司由來

家樂福由紅白藍三色組成的企業標誌，看似簡單，但卻饒富意義，標誌裡面隱含著家樂福創立至今的企業願景與對消費者的承諾。而這個企業標誌首次出現於 1966 年，設計的概念則是取自於 Carrefour 的字首 C，在 C 的右端延伸一個藍色的箭頭，向左端也有一個紅色箭頭，象徵著四面八方的客源不斷朝著 Carrefour 而來，而「家樂福」是由台灣翻譯而來，是取「家家快樂又幸福」的意思。



二. 企業名稱：

法國家樂福集團和統一企業成立台灣家福公司

三. 企業成立：

1987 年法國家樂福集團和統一企業成立台灣家福公司

四. 企業創辦人：

家福三名創辦人：馬塞爾·傅尼葉與德佛荷父子近半世紀前的驚人洞見。原來，戰後法國，消費者早就受夠了狹窄的小雜貨店；早就跟你一樣，想擺脫店員，自由自在地挑選自己想要的商品；早就想結合「購物」與「休閒」這兩件事。這種洞見，使得家樂福 1963 年設

立第一家大賣場的那一天起，就吸引源源不斷湧入的顧客，據說，當年無論哪種貨品，一下就被搶購一空。

即便如此，有好長一段時間，還是沒多少人能看穿家樂福的算盤。傳統商家滿是蔑視與敵意，展開全面抵制不必說，連銀行也對這門看起來無利可圖的生意前景悲觀，不肯借錢給他們；消費者更無法理解超級大賣場背後，到底藏著什麼樣的邏輯。賴米在書中引述當年曾經躬逢其盛的目擊者說，很多人當時之所以湧入賣場，都是因為他們以為家樂福在賠本做生意，而且「很快就會關門大吉」，所以「拚命把購物車塞滿」。

五.企業組織型態:

屬於股份有限公司型態

六.門市目前員工人數：126 人

第二節 企業策略

SWOT 分析

一.優勢：

- 1.各分店與大型購物中心做市場區隔。
- 2.一般性商品購物中心採聯合採購
3. 將集團的人整合及採購能力等使企業功能更加完整。
4. 控制新店擴張速度。
5. 加速開發自有品牌商
6. 多元化發展，注意人員發展 兼顧「特價」與「特色」，與競爭對手做有效市場區 隔。 為員工做生涯規劃，並提供員工在職進修。

二.劣勢：

1. 由於我們的公司位於新時代購物廣場的地下 1.2 樓，因此常常有顧客會先行比價的方式再進來購物。

三.機會：

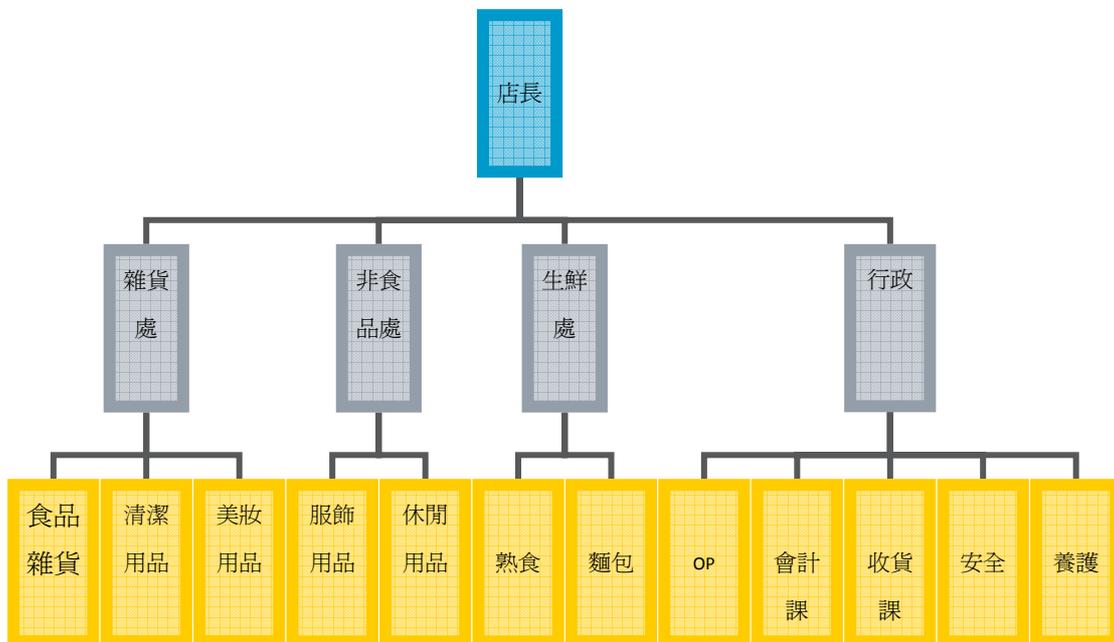
1. 周休二日所帶來的商機
2. 善用台灣營運經驗，積極發展大陸市場

四.威脅：

1. 本店位於新時代購物中心競爭者多。

第三節 直接負責業務單位內容

一.門市組織圖



二.直接負責業務

我所屬的部門為DIY 及燈泡與汽車百貨，平常的時段只要注意或加上的或是否補滿沒有貨的要補齊，然後處理當天到貨，假日可能比較不一樣，客人較多但是貨量較少比較有多的時間可以去服務到客人的需求及幫忙顧客。

三.工作時間與輪值方式

我們公司的制度只要是P T來說都是固定同一種班，除非有特殊的問題或要大盤我們才會有輪班的問題。輪班的方法為：如遇大盤，6點上班將挪到8點。

如果早班有問題將上班時間提早到12點左右。但如果上早班前天通常會給你休息。

第三章 個案公司實習所見

第一節 門市行政實習

一.人力規劃

家樂福招募的人才，基層人員只要 18 歲以上、高中職學歷，面試合格者當場錄取，並擇期通知參加訓練；未錄取者，亦會擇優建立儲備人才名單，供給其他分店招募加樂福量人員時參用。販店福利、獎金制度均優於勞基法規定（有年假、三節、年終獎金、勞保健保團保、健康檢查、員工購屋優惠、購物折扣...）。人才招募分為三種，總公司應徵、104 或 111 人力銀行招募和門市直接應徵。

二.人才招募

家樂福有提供完整的教育訓練課程及暢通的升遷管道，從門市的專業技能訓練到營運管理訓練，從基層員工到管理階級，都有完善的規劃。招募方法有：

1. 經由同事介紹
2. 報章雜誌的徵人報告
3. 人力派遣公司
4. 海報、DM 招募
5. 相關實習制度學校
6. 網路人力銀行

現今的徵才方式很多元也更便利了，但是各種方法皆有本身的優點以及缺點，所以需要考量到效率、經費以及對象，並選出最適當的招募方式。

三.員工甄選與試用

(一) 徵選：不限性別、年齡、學經歷，有證照者優先錄用，

(二) 應徵資格：年滿 18 歲。

(三) PT 時薪:115

(四) 正職:正職起薪

(五) 甄選程序：

1. 面試者到場
2. 面試前的準備
3. 應徵者來電或到店應徵
4. 接待應徵者
5. 說明工作內容與休假制度
6. 確認是否有意願
7. 詢問應徵者是否有其他疑問
8. 通面試結果

(六) 面試要點：

1. 向面試者表達感謝來到本公司應徵
2. 介紹自己
3. 說明所需的時間
4. 說明工作內容與錄用條件
5. 詢問應徵者是否有疑問
6. 通知面試結果
7. 結束面試

四.員工的教育訓練

1.店內訓練

專業知識、技能和態度訓練。各店的訓練負責人將依店內訓練需求，在諮商店長和各處單位主管後，統籌規劃訓練課程，並在訓練後記錄訓練成效。員工應在主管的安排下，準時參加訓練。

2.職前訓練

指員工到職後至正式接掌職務前的訓練；內容主要包括：公司及部門簡介、安全規定、員工人事規章概要、員工工作守則等。

3.專業訓練

為了正確有效地執行工作，而達成工作目標和績效所做的訓練，偏重技巧、流程 ...等方面的訓練。

我上過安全規定 公司簡介 公司地圖 服務 企業文化 等的課程。

五.工作績效評估與考績

我們工讀生沒有考績，而工作績效，是由主管考核，只要平常工作認真不混水摸魚基本上都是沒問題的。

(一)績效評估優點與缺點

1 優點：

完善績效管理作業辦法，提升各階層主管的管理功能，提升員工的工作績效，並促進上下溝通管道順暢，展現團隊合作精神，讓公司運作更完善。

2 缺點：

評估偏差，績效是由人來評估，每個評估者的價值觀、偏見跟喜好往往會影響評估結果的準確性，所以評估者必須以最公正的角度去評估每個人，否則這項評估也會變的毫無意義。

六.輪班制度

我們早班制度就是 8 點上班，晚上 6 點下午中間休息兩小時，如果是早班工讀生是 12 點上班晚上 6 點下班，晚班工讀生則是 6 點上班 12 點左右下班。（主管如有值班則為 2 點上班 12 點下班）

七.獎勵制度

量販店福利、獎金制度均優於勞基法規定（有年假、三節、年終獎金、勞保健保團保、健康檢查、員工購屋優惠、購物折扣...）。

八.員工保險與福利

客人去網路反映某某收銀員表現好，態度好的人，課長會給一百元禮物卡，作為勉勵。每三個月會考核一次，當每季之星者，可得一千元禮卷，至於薪水方面，時薪 115 元。

1. 享勞健保
2. 年度聚餐
3. 國內旅遊
4. 年度年終尾牙
5. 生日假、生日免費蛋糕卷
6. 家樂福企業大學
7. 績效獎金

第二節 門市營運管理

一. 組織發展沿革

年度	重要事蹟
2013年12月	南投埔里店開幕，為台灣第69家分店
2013年7月	家樂福北投店開出第一張電子發票的千萬大獎
2013年5月	第一家新型態概念店-market 便利購南竹店開幕，為台灣第66家分店
2013年5月	家樂福榮獲【第九屆遠見雜誌 - 企業社會責任獎】公益推動組 楷模獎
2013年4月	台北淡新店開幕，為台灣第65家分店
2013年2月	家樂福APP已經超過30萬人次下載
2012年12月	家樂福粉絲團粉絲人數超過十萬人
2012年11月	台中沙鹿店開幕，為台灣第64家分店
2012年4月	全新家樂福網站上線
2012年3月	於松山藝文園區舉辦「2012春夏流行時裝秀」。
2012年2月	憤怒鳥造型馬克杯換購、憤怒鳥官方人偶全台粉絲見面會，獲得熱烈迴響。
2012年1月	家樂福Mobile APP iOS與 Android 版本正式上線

2011年12月	配合建國百年熱潮，舉辦台灣經典吊飾集點換購活動
2011年11月	家樂福聯名卡再升級，和玉山銀行共同發行家樂福玉山悠遊聯名卡
2010年10月	獲得《遠見雜誌》第八屆傑出服務獎量販店第一名
2010年05月	發行業界第一張禮物卡
2009年12月	便利購永和永安店、土城福益店開幕
2009年10月	高雄楠梓店開幕
2009年7月	台北北大店以及台北中平店開幕
2009年1月	第一家便利購府中店開幕
2006年6月	特易購加入家樂福
2004年2月	推出「NO.1我們的最低價品牌」
2001年	正式推出新概念量販店，強調主題式商品陳列區，以色彩強化不同的商品區，提供消費者更便利舒適的購物環境
1999年	業界首推【天天都便宜】的承諾
1998年	家樂福領先業界首先創立「超低價商品」
1997年	推出自有品牌商品，使消費者能以合理價格享受高品質商品
1996年	家樂福文教基金會成立，同年家樂福成為台灣第一大量販店、第二大

	零售業以及服務業第十大企業
1989年	第一家家樂福量販店於高雄大順店開幕
1987年	法國家樂福集團和統一企業成立台灣家福公司

二.門市作業基本認識

我屬的部門基本作業，就是早班一早的工作就是清點做日到期的價格牌並補上新的價格，將牌面整理整齊，巡視賣場有無髒亂，並查看前日晚班是否有交接工作，還有每天必點的退貨，依每天的工作狀況，再進行當天優先的作業，比方說今天DM上檔就會優先處理將DM物品成列。

三.顧客服務

顧客服務方面，家樂福強調：

- (1) 一次購足，超低的售價。
- (2) 不限定對象服務，人人皆可消費。
- (3) 採自助服務方式。
- (4) 免費的停車場地。
- (5) 提供新鮮、品質好的商品，亦即 FCP 原則其營業時間為上午 9：30-晚上 23：00，全年無休。每兩週寄發給各會員當期 DM 一次。除現金外，亦接受所有銀行發行之信用卡。提供額外計費之商品外送與安裝服務，以及免費的家電維修與服飾修改服務。此外，並保證不滿意商品無條件退貨與買貴退差價。

四.顧客忠誠度

為提供消費者最優惠的商品價格，家樂福於 1999 年領先業界推出

“天天都便宜”的四大保證：

「天天即時查價」

「100%價格透明化」

「促銷價我最低」

「買貴退差價」

1.天天即時查價

為了確保顧客權益，家樂福的查價人員，天天針對各大零售賣場的民生必需品進行市場調查，只要發現價差，絕不惜犧牲成本立刻調降，隨時掌握最低價格，這就是家樂福敢保證天天都便宜的原因之一！

2.不怕比！100%價格透明化

為了方便消費者比價，家樂福領先同業作法，清楚標示出每一品牌、每公斤、每公升、每片...的單位價格，價格透明化，消費者不必核算就能買到最低價，這就是家樂福敢保證天天都便宜的原因之二！

3.買貴退差價

為了提供消費保障，只要您在購物縣市的其他賣場，發現相同產品的價錢低於家樂福，只要在8日內持相關資料至服務中心，馬上退您差價，家樂福一向說到做到，這就是家樂福敢保證天天都便宜的原因之三！

4.不必比！促銷價我最低

為了達到最低價的承諾，家樂福特別注意所有市場的促銷訊息，比消費者早一步比較市場促銷價，只要發現競爭對手展開商品促銷活動，絕對於第一時間內立即降價，掌握最低價零時差，讓您不必到處比價，這就是家樂福敢保證天天都便宜的原因之四！

新鮮不是一句口號，是家樂福分分秒秒都在努力執行的成果，我們堅持蔬果鮮魚產地直達，麵包及熱食都經過專業師傅精心製作，運用獨特配方使口感一流，健康的豬雞及所有生鮮全程保鮮運輸，符合

國家標準的衛生賣場，所以我們敢保證:家樂福天天都新鮮!

為了讓您天天都能跟上市場的流行，家樂福龐大的採購團隊，隨時都在全國各地收集市場上最熱賣的新品及流行資訊，滿足您的消費需求，第一時間享受到市面上最創新和最流行的產品。

家樂福天天都創新的承諾，天天替您開創新品，天天替您創造新的生活價值！

除了提供消費者多樣又優惠的商品選擇，還提供許多貼心的服務，讓消費者享受購物的樂趣與便利。

五.店鋪銷售作業流程

家樂福以顧客滿意為優先，保障消費者的購物權益如果您不滿意所購買的商品，家樂福提供退貨服務。只要您於購物起 30 天內，攜帶商品發票、並退回完整包裝及配件，即可回原購物分店服務中心辦理退貨。

金飾、數位家電產品，如電漿電視、相機、攝影機、行動電話 及電腦相關產品，提供 7 天內瑕疵換貨服務。

六.突發狀況之處理

一般來說我們家樂福都以顧客滿意為優先，且保障消費者權益，如果有任何的顧客不滿意的地方，我們將以緩和故各之情緒，不得罪顧客的方式來補償，但是基本上都會立即向上呈報第一時間通知主管，讓主管了解狀況，並告知我們最佳的處理方式。

七.店鋪工作管理

進貨：有時早班會有進貨，也就是物流箱，必須先將物流箱搬到商品所在的層樓，然後進行整理。

補貨：早班沒空處理的當天到貨，我們必須去處理掉，補上排面或上寄倉，及整理好剩餘的貨和倉庫整理。

拉排面：為了讓隔天早上來的客人能夠在舒適的環境下購物，我們必須將凌亂的商品整齊排好，並將需要補貨的商品補滿，缺貨的則插上缺貨卡提醒客人。

第三節 連鎖企業加盟管理實習

一.連鎖加盟之發展

對零售連鎖業而言，商品的種類要多、價格要具競爭力，商品的採購與庫存控制是一個重點。另外要讓消費者便於接近，所以地點是第二個重點。舉量販店的家樂福為例，它的商品種類及品項達上萬項，價格低廉，所以消費者願意開車前往購買。另外它所選擇的立地條件，如淡水店、汐止店，也都是交通便利、容易接近、消費者方便停車的好地點，所以生意興隆是必然的。即使是便利商店也是一樣，商品的選擇是以提供消費者臨時性、衝動性、便利性所需要的商品，所以進貨的商品必須是件單價低、購買後可立即消費的單純商品。目前坊間的便利商店試圖引進呼叫器為商品販售，但一則因為其件單價高、二則因為牽涉到使用技術及說明、三則目前的通訊店佈點相當具專業性及便利性，所以對便利商店而言會造成門市人員在作業上的困擾，且庫存的管理成本會增加；對供貨商而言，只是創造一個話題，提昇品牌知名度，對實際的銷售恐怕沒有太大的助益。

二.連鎖加盟之種類

自願加盟、特許加盟、委託加盟的差異主要是在店面經營權與獲利分配上面的差異，以自願加盟來說，店面經營權完全屬於創業者本身，盈虧也須自負，依照加盟總部定期繳交加盟或權利金。

以特許加盟來說，店面所有權則按比例分屬加盟總部與投資者雙方，投資者的角色是以加盟總部分公司的名義，負責單店固定開銷部

分(如人事、房租、水電雜支等等)，並將營業額繳由總部做利潤分配。差異所在是，店不完全屬於投資者本身，利潤分配需要按照持股比例來做分配。

以委託加盟來說，店面所有權則屬於加盟總部，僅將管理權委託交由投資者來經營，每月利潤則按投資金額或總部規定比例來作分配。

目前台灣的超商業者多半採用特許加盟以及委託加盟雙軌並行，房仲業者則多半是自願加盟。

家樂福屬於特許加盟，缺點來說所有利潤是有持股比例分配的，目前有 70 間分店，分店的分布方式，都是由該城市或該小鎮的熱鬧中心為原則。

第四節 行銷企劃實作

一. 行銷環境分析

1. 政治影響方面

現行的工商綜合區設置辦法所限制，雖然讓業者能合法申請用地，但法規中所訂定的最低開發面積，同業間捐贈比例的不一，縣市政府行政裁量寬嚴差異，以及對於物流業者的回饋標準過高，都造成其經營上的瓶頸。

2. 經濟環境方面

隨著經濟的成長、國人年平均所得增加，在一切講求快速與方便的情況下，使昔日的傳統雜貨店，在經營型態無法讓消費者一次購足而日漸勢微，由超市及量販店取而代之，使市場競爭更為激烈。

3. 社會環境方面

國內人口均集中在都市，在大都會區興建量販店，雖然可

以增加客源，但土地取得不易，成本增加；此外現今因資訊科技發達、媒體開放，讓人們有更多的產品及服務可以選擇，以間接提昇生活便利或品質，因此消費者不但講究優質的服務，還要求舒適的購物環境，這些都將影響其營運成本。

4.文化環境方面

台灣由21 個縣市所組成，各地區人口混雜，文化背景不同，消費習性也會有所差異，而流通業應隨著環境、企業體制轉變來進行重新位，以維持最佳競爭優勢。

二. 近期行銷企劃案

1. 建立行銷組合

一、規劃新產品線

假日的特別促銷活動，與新產品的試吃活動，提升業績和成立團隊將計劃提定，並且讓各部門都了解。

二、配銷通路規劃

由總部去規劃新產品的促銷結構，再由行銷部門將企劃規劃好，再給予各分店的店家去執行，而採購部分也交由總部來運作，並且尋找廠商提供促銷的內容與產品，並找行銷公司將此產品給予它們規劃並做出結論後，在擬定何時舉辦或者何時發送廣告，且由行銷公司來找人員運作。

三、產品線的定價、通路、促銷：

(一) 產品

家樂福與大潤發在品牌商品上無明顯差異。好市多則走向進口精品路線，提供了眾多的高品質品牌商品，唯有好市多會員才能購買；此外，每家賣場並提供多項的會員服務。好市多的商品品項基本上採固定。在自有商品方面，標榜低價的家樂福與大潤發都積極發展

其自有品牌，其毛利高為導向。好市多仍堅持其高品質品牌商品。在家樂福和大潤發的紙類販售方面，它們自有品牌的衛生紙等就佔了總銷售的40%以上，間接也讓國內品牌類紙商苦不堪言。在食品或清潔劑等方面，家樂福和大潤發的自有商品就備受挑戰。因為消費者對吃進肚裡和會沾到手上的商品在品質的要求上還是較高，也較有品牌的忠誠。相較之下，好市多則較無此問題。

（二）價格

各大量販店絕對還是以低價為主。但整個來說大潤發還是比較朝低價導向，往往有賠本也要賣的促銷出現。由行銷的角度來看，短期來說可以吸引消費者的注目，但長期來說對經營恐怕是沉重的負擔。在家樂福方面，為提供消費者最優惠的商品價格，家樂福於1999年領先業界推出"天天都便宜"的四大保證：天天即時查價、100%價格透明化、促銷價保證低、買貴退差價。

（三）通路

家樂福和大潤發兩者的經營型態是近似的。都以量販店型態展現；但家樂福在日前接收了在台灣的特易購(TESCO)，在擴張上可見其版圖。而且在一些以往被視為荒漠據點之處也開始展店的動作。如苗栗及宜蘭。相較之下，大潤發欲開拓的第24店一直遲遲未能開幕。所以在整體規模上似乎離家樂福愈來愈遠。好市多的通路一直維持其會員制的倉儲批發賣場路線。所以目前在台灣僅有4家分店。

（四）促銷

家樂福和大潤發多半都集中在以價格為導向的DM促銷。在競爭上對雙方來說都是一個零和的苦戰。家樂福自2006開始積極推動以會員卡為主的loyalty program。無須收費，既可透過消費累積點數，於之後的消費可由點數中扣抵一定的消費金額。也配合了不同商品做為

促銷和點數加倍的活動。讓消費者在成為會員後所享受的好處也較多。在特殊節日裡更以延長營業時間為招攬，更增加了其購物彈性及營業額。

家樂福靠著天天都便宜的口號，以多樣的商品特色 DM 取勝，提供顧客更多更新的選擇。

四、執行行銷計畫

(一) 拓點策略：拓點地區包括商業區、住宅區、工業區，據點遍佈全國各地，採「多元化」彈性開店策略。

(二) 價格殺戮戰場：量販店消費族群是價格敏感度最高的一群，以超低價商品來吸引消費者、培養高忠誠度，並藉以抵制競爭品牌的價格殺手作風，已是各品牌共同的常態性策略。

(三) 開發自家品牌：基於國外量販店為了降低售價，發展自家品牌的商品策略成功佔據 40% 以上的營業額，國內各量販店也積極朝開發自家品牌路線走，一方面可以與其他量販店區隔，創造獨樹一格的附加價值，避開惱人的價格競爭。

(四) 有噱頭才有賺頭：除了低價吸引消費者上門外，不斷的辦促銷活動刺激買氣，也是量販店戰爭不可或缺的利器。

五、訂定行銷預算、建立行銷控制系統

利用家樂福的「財務績效管理平台」，實現使不同店、單位及部門的預算規劃流程一致，並方便總公司管理各單位的預算規劃進度。具備高品質、快速、數據資訊正確等優點，可幫助經營者對於市場行銷、成本控制等進行做出有效決策，發展出前瞻性的營運及財務計畫。

第五節店長與管理職務實習

一、認識營業店

1.商品認識

本店為家樂福裡面的商品為居家商品以及家中比較方便使用的商品以提供顧客的消費需求，比方說有服飾部.家具部.汽車百貨部.雜貨部.生鮮部等部門的商品任顧客挑選

2.佈置認識

我們布置方式為讓顧客好拿到商品並且有特價之商品在我們所謂的陽面,就是最容易看到的地方,以便顧客可以最快掌握到商品位置,不需花費太多時間.

3.商圈環境認識

本店位於新時代購物商場，所以人潮非常的多,即所謂人槽就是錢潮,但也因如此有許許多多競爭對手,但我們為大賣場所以購物方便且價格比其他商家較來得便宜,所以在這新時代購物廣場未必會吃虧,而且我們為24h營業的.

二、認識店長職務

1.職務與工作內容

店長為該店的最大的職位,所以承受的責任最大,因此他們要求也會比較嚴格,使我們工作更有效率,不會有不必要的人員浪費.

2.應具備之基本條件和技能

店長必須是有在家樂福工作的經驗及當作兩個部門的課長,及處長方可有預選店長資格.

3.值班經理工作內容和要點

本店的店值班為,當下該店的負責人,須掌握整間店的門面及倉庫環境,避處理突發狀況,應變客訴或棘手的問題.

4.教育訓練活動之推動

我們定期有家樂福規畫課程,必須去上課,每個人都有一張教育訓練的簽證,如果有缺課的情況,將去他店或本店有在開該課程補上即可.

三、業績掌握與目標管理

1.工作流程規劃

開店 抽換價格牌 整理排面 收退貨 規退貨 這為工作的流程

2.門市作業督導

每天都有固定的缺貨報表,也有定期的區經理訪視,

四、領導技巧

1.工作指導及人員訓練

工作指導是由先進人員教導後進人員,內容大概是解說工作內容及如何有效達成工作目標,總公司也會安排人員統一至訓練教室受訓。

2.排班作業

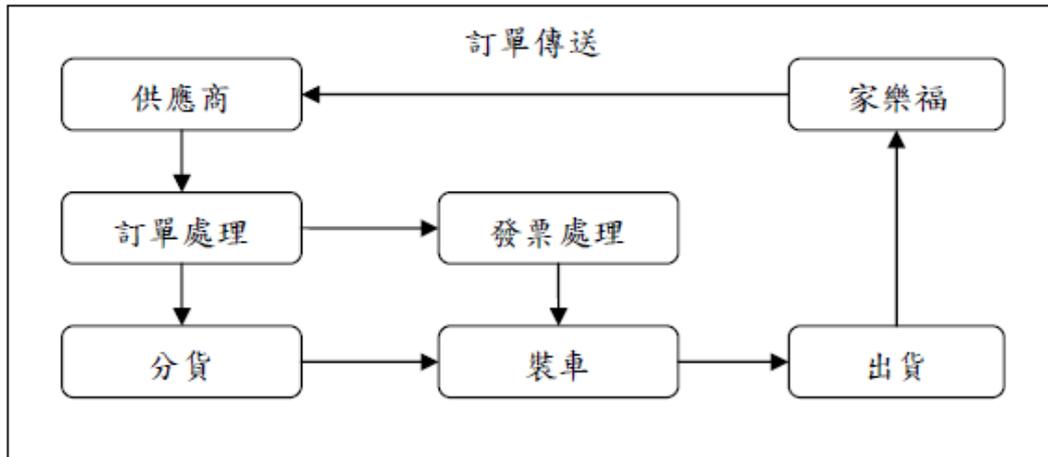
排班是一個月排一次,如果有事可以預先劃假,店長會視人力情況,大多都會准假,門市所有人員都必須上班。

3.溝通技巧之應用

主管必須具備能與部屬建立同舟共濟的關係,關心、並幫助每一位員工,員工如果在工作上遇到問題,主管也應該協助處理與解決。

第六節 物流與供應鏈管理實習

一.認識企業之供應網路



圖三：家樂福供應商直送方式

二. 顧客服務的內容

顧客來店消費，有任何之問題像我們詢問必須給予最完善的回答，如有外送或維修預訂方面的服務須與早班交接必且確認是否完成。

三. 顧客期望

顧客來電當然是希望能有最好的服務，比方說要貨有貨，有問題要詢問要有工作人員來解答，必給予來好的服務態度。

四. 訂單管理

須依照當季熱賣商品，訂單為主，互補品為輔的方式來下訂單，由於換季平凡所以訂貨量必須要有所方法，如有當季商品沒賣完是否能尋求退貨減少呆帳

五. 倉庫管理

我們倉庫的管理方式為，有分部門的擺放，部門分為在以商品作為分類，以便找失品的庫存，並且不雜亂

1、倉庫規劃：

- (1) 最大化顧客服務水準。
- (2) 採購管理的適當化。

- (3) 設定商品投入資本。
- (4) 增加店內的流動空間。
- (5) 有效防止效期品過期。

2、進貨檢驗與時間：為了確保商品的品質及數量無誤，貨一到，我們就必須當場做點貨的動作，雙方必須在收據上互相簽下名子，以保證沒有錯誤。主要的進貨時間是在早上的時候進行配送，這樣才能讓顧客到店裡消費時有寬敞的活動空間，而其餘小件數的配送時間則分在中午以前，以及下午時段。

3、入庫流程：進倉必須經過盤點無誤後，並在每箱商品上貼上商品資料，內容有有效期限、數量、貨號以及商品名稱，必須在點完無誤後貼上這些單子，才能做進倉的動作。

4、出庫流程：從倉庫取貨則無須其他動作，若是要轉給別間店的商品，則需要印下兩張轉貨單，簽上名子後，一張保存，一張給轉貨的店家留底。

六、庫存管理

1、企業採用那一種庫存策略

本部門為先進先出法，需要每月做其中一品項的盤點的動作，有時可兩個月一次，每半年則有一次較大的店內盤點。

2、服務水準的決定：以現有存貨來供應需求的機率。

3、何時採購：

以公司規定的發貨時間內發貨，如遇到緊急狀況，可與他間門市調貨或自行去買。

4、盤點策略：

- (1) 確保商品存貨數量及期限。
- (2) 檢視店內的銷售情況
- (3) 倉庫的整頓及整理。

(4) 減少不必要的存貨，避免損失

5、委外任務

企業內的業務委外：

家樂福裡面只有PC廠是唯一內部的運輸公司，春酒、公司旅遊、年節活動等等。

第七節 消費者行為分析實習

一、立地條件調查

(一)人口結構：

此區為購物商城、家庭以及學生所組成。

(二)所得水準：

附近商業大樓，補習班居多，也有不少家庭居住於此，普遍所得大多都在中上水準。

(三)商圈內機能：

商業大樓、火車站以及住宅區。

二、消費者行為調查

(一)消費者習慣：

因為我們店位於購物廣場B 1。B 2賣場，藉此可以吸引不少原以廣場為目的地的客人，加上服務業上班族居多，以及家庭成員假日會來此逛街血拼，相較附近的量販店，本店具有相當大的競爭優勢。

(二)價值與態度：

在本店的樓上其實與有許多商家、相較之下，我們的商品價格經常會比他們的商品來的便宜，也因為這樣，我們也會提供更多消費者所期望的服務，來展現我們對顧客的態度，藉此增加顧客對我們的信任，並以我們對顧客的態度，來展現我們的價值所在

三、人口資料與顧客系統管理

1、顧客資料建檔與應用：

將來本店的會員資料建檔，並在有新活動及新DM發放時通知會員，讓他們得知第一手消息。

2、顧客服務技巧：

對顧客保持良好的態度及熱心，有助提升門市的銷售量及好的形象。

3、顧客拜訪技巧：

在家樂福拜訪顧客的案例很少，除了寄送DM給消費者外，我們只能利用銷售之餘，提供給他們親切的服務。

四、競爭廠商優勢調查

競爭廠商以附近的競爭店「新時代大樓商家」為設定對象。

1、競爭廠商訂價策略：鄰近廠商的訂價策略採「競爭價格」。所謂競爭價格是指通過價格的調整，以及對競爭者定價或變價的靈活反應等，來與競爭者爭奪市場的一種競爭方式。所以我們會在市場上占有比較大的優勢訂價方面和促銷方活動上的差異性，在商品方面，種類、品項也多出同業許多，為的就是讓消費者不需花費太多的時間就能一次買到需要的商品。

2、競爭廠商促銷策略：

- (1)定期舉辦抽獎活動，藉此推廣產品。
- (2)架設官方網站，且隨時更新內容。
- (3)線上型錄，提供新進產品資訊給消費者。
- (4)換季時舉辦促銷、摸彩等活動。
- (5)會員獨享優惠（累積點數活動）。
- (6)配合中、西方節日進行特價活動。

3、競爭廠商人才培育策略：

為重視人才的養成及培訓，藉由定期的教育訓練課程及線上學習 E-Learning 平台，提供員工即時性的訓練與交流學習，進以提昇員工的能力，配合公司整體營運目標建立績效制度，使員工能在達成公司營運目標之前提下，亦能符合個人之生涯規劃。

4、競爭廠商顧客服務策略：

(1)七天內商品有問題可退貨

(2)貼心的問候進店的客人。

(3)專員解說商品使用方法。

(4)提供試用品等等...。

五、調查方法研討

(一)問卷設計：

問卷設計的好壞很大程度上又與設計制度(原則)有關，其主要的設計原則有下面六點：

1.合理性: 合理性指的是問卷必須緊密與調查主題相關。違背了這樣一點，再漂亮或精美的問卷都是無益的。

2.一般性: 即問題的設置是否具有普遍意義。

3.邏輯性: 問卷的設計要有整體感，這種整體感即是問題與問題之間要具有邏輯性，獨立的問題本身也不能出現邏輯上的謬誤。

4.正確性: 所謂明確性，事實上是問題設置的規範性。這一原則具體是指：命題是否準確?提問是否清晰明確、便於回答；被訪問者是否能夠對問題作出明確的回答，等等。

5.非誘導性: 不成功的記者經常會在採訪中使用誘導性的問題。----這種提問方式如果不是刻意地要得出某種結論而甘願放棄客觀性的原則，就是徹頭徹尾的職業素質的缺乏。

7.便於整理分析: 成功的問卷設計除了考慮到緊密結合調查主題與方

便資訊收集外，還要考慮到調查結果的容易得出和調查結果的說服力。這就需要考慮到問卷在調查後的整理與分析工作。

本公司在賣場各個查價機的地方有顧客滿意度調查卷可填寫以及服務中心有問卷可填寫。

(二)資料整理與分析：

能夠確切的了解明白，關於店裡面的部分資訊，如每天的銷售額、進貨數及存貨數、來客數、提籃率等等．．．有助於店裡營運方面的資訊。

(三)統計方法與應用：

1.統計方法：

是指用以收集數據、分析數據和由數據得出結論的一系列方法，統計方法通常可分為兩類：描述統計方法和推斷統計方法。

2.統計方法的應用：

企業應用統計方法是在管理體系中明確統計方法應用的地位和指導作用，在其運行過程中必須有統計技術的要素

(四)抽樣問卷與客服實施：

利用發放問卷的方式，可以了解到顧客對於店裡的需求或滿意度的主要地方在哪，可以利用抽樣問卷的調查結果，來改進店裡的一些缺失等等，另外也利用線上客服及電話客服來接受顧客的抱怨及了解店內不足之缺失，進而加以討論改善不足的地方。

問卷調查

- 1、你是否有趣過家樂福？是 否（填否請跳至第七題）
- 2、你覺得賣場的環境如何？非常好 好 普通 差 非常差
- 3、你會去賣場的原因？有需要 逛逛爾以 其他
- 4、你大概多久去一次？一個禮拜 一個月 半年 一年 其他
- 5、你都是什麼時段去呢？早上 中午 下午 晚上
- 6、你覺得店員的服務態度如何？非常滿意 滿意 普通 不滿意
非常不滿意
- 7、如果沒去過，你會想去嗎？會 還好 不會
- 8、沒趣過的原因為何？太遠 沒時間 沒機會 其他
- 9、你通常都去買生活用品呢？便利商店 超級市場 百貨公司
網路購物 其他

謝謝您，能在百忙之中抽空幫我們填寫此問卷，再次謝謝您！

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

對於家樂福的看法其實跟一般大賣場一樣，但是由於我要去實習所以我有特別上網查詢了一下，所以整個架構我是蠻了解的。

二、實習後與實習前的期望比較

實習前我希望我能在用大學最後一年的時間，去體驗一下以後出社會的工作模式，才不會在當完兵真正出社會的時候有所困難。

三、實習最難適應或難過的事

其實我沒有不適應工作環境.....因為我對於事情很看得開所以沒有甚麼困難的

四、實習最大的收穫

讓我了解到以後出社會將會面臨到的事情，才不會讓自己倉皇的出社會.....

五、實習最難忘的事

最難忘的大概就是我的課長，其實他人很好，講認真的他真的對我不錯也很照顧我，也讓我學到很多東西跟職場的小撇步，總之很謝謝他。

七、實習道路

我還是會選擇實習，因為這是可以提升自己實力的方法，也能在出社會之前，先讓自己先接觸到這個社會的人、事、物，雖然在實習過程中，沒有辦法在寒假及暑假跟家人及朋友出門遊玩的機會，但是這一年下來，我學到了許多許多，而當別人在遊玩時，自己已經開始準備上戰場的武器了，而在店裡與同事的相處、每一次的活動、店裡員工的糗事，這些是出去遊玩所無法體會的充實歡樂。

第二節 未來建議

一、 對實習制度的建議

希望可以讓這個制度繼續下去，對以後學弟妹畢業後的發展也會有很多的收穫，才是我們最想要的。

二、 對學弟妹的建議

可以來家樂福實習，因為我們公司對於工讀生來說是很棒的，公司的同事也很好，大家會一起互相告應

三、 對系上的建議

我覺得系上的實習制度，我覺得對我來說不是很習慣，感覺提早畢業了....同學都陌生了有一點難過了

第三節 未來計畫

在這次實習後，發現自己學到了許多銷售上的技巧以及人與人之間的互助相處，而相信在對以後的工作上會有相當大的幫助，一開始就有基礎，也不怕出社會後晚人家一步，希望自己可以在未來的工作上，將實習所學到的東西都發揮出來，並協助整個團隊的運作，除此之外，我會更努力去琢磨及精進這些技巧。