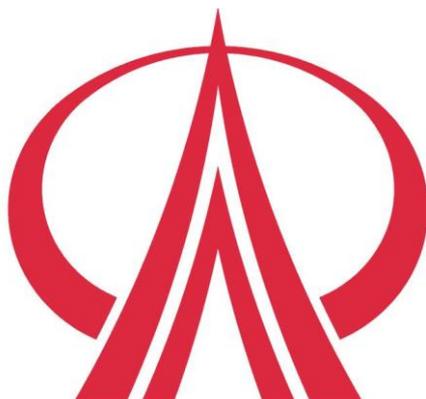


修平科技大學

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：劉淑寧老師

學生：BZ 99910 韓曉曼

中華民國 103 年 5 月

摘要

大四在學校三明治實習的機會下，選擇了統一星巴克作為實習廠商，在這一年的時間裡讓我成長很許多，學習到了工作態度、經驗、同事間的默契、團隊合作、與大企業經營模式等，在這一年裡可以讓我們提早接觸整體社會，面對更多挑戰時，不會輕易受傷、放棄，也可以了解大企業是如何經營運作的，與他們的銷售技巧等。

統一星巴克實習期間從2013/07/15~2014/5/31將近一年時間，總時數長達1050小時以上。

致謝

感謝修平科技大學系上老師們全力推動三明治實習，此方案讓大家可以提前一步體驗職場的生活，並獲得更多的實質經驗與體驗，藉此機會能更清楚了解目前社會與大公司需要的人才，也了解服務業的商業型模式，與職場上該有的職業態度，這是課本裡學不到的，人際關係處理、服務要素、門市銷售面銷、消費者需求、與許多的實務上體驗，這一年的實習可以累積自己在未來的更多社會經驗與歷練。

最後也感謝星巴克大甲門市的所有夥伴，這一年裡對我的照顧，與遇到困難時，經常對我伸出援手與鼓勵我，讓我看見了團隊裡大家團結的心，真的有第二個家的感覺，也幸運自己選擇了這裡實習，遇見了每個夥伴。

目錄

致謝.....	II
目錄.....	III
圖目錄.....	IV
表目錄.....	V
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 公司介紹.....	3
第一節 公司沿革與現況.....	3
第二節 公司策略.....	5
第三節 公司戰術與作業策略.....	7
第四節 直接負責單位業務內容	8
第三章 個案公司實習所見	10
第一節 門市行政實習.....	10
第二節 門市營運管理實習	14
第三節 連鎖企業經營管理實習	26
第四節 行銷企劃實作.....	29
第五節 店長與管理職務實習.....	30
第六節 商業自動化與營運決策實習	35
第七節 物流與供應鏈管理實習	37
第八節 消費者行為分析實習.....	41
第四章 實習心得與未來建議	44
第一節 實習心得.....	44
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.....	4
圖 2-2	門市組織圖.....	8

表目錄

表 3-1	履歷表格式	11
表 3-2	排班時間表.....	14
表 3-3	產品分類表.....	31

第一章 實習動機與目的

第一節 實習動機

一開始會選擇行銷與流通管理系，進入修平科技大學，就是因為清楚的了解學校在大四這年有配合三明治實習，想要讓自己在大學四年級這年，比別人早一步去體驗社會文化，先踏出社會，以及讓自己有更扎實的社會經驗，與工作能力，也讓自己可以在這一年裡清楚了解未來想要的是什麼，適合什麼與人生方向，所以選擇了校外實習。

第二節 實習目的

想要在星巴克這麼有制度的公司裡，讓自己在實習期間有更多的突破、成長、與進步，超越以往的自己，達成當初選擇校外實習的目的，更希望在工作期間可以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，遵循安全衛生原則
- 提供顧客優質的服務，發現需求並回應
- 突發狀況應變能力，表現冷靜的處事風格，保持清潔和舒適環境
- 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

決定選擇校外實習後，開始聽了系上安排的每家廠商說明會，在這當中聽過無數的廠商，最後選擇了媽媽以及我最愛的咖啡店作為實習廠商的第一考量，加上大甲剛好有星巴克，可以選擇離家就近的地方實習，這也是家人最希望我去的廠商，以及我最想去的實習目標。

決定了自己要的廠商後，繳齊所有基本資料及履歷，星巴克要我們到台中的河南青海門市面試，很幸運的我面試上了，又分配到我最想要的大甲門市，這樣就此展開了大四這年在星巴克咖啡店實習的生活。

第二章 公司介紹

第一節 公司沿革與現況

一、公司名稱及介紹

星巴克 (Starbucks) 於 1971 年成立，由英語教師 Jerry Baldwin、歷史教師 Zev Siegl 和作家 Gordon Bowker 三位喜歡喝咖啡的年輕人所創辦，第一家門市位於美國西雅圖市中心的魚市派克市場 (Pike Place Market)，主要出售高質量的咖啡豆和咖啡器材。開業第一年，他們從皮特那裡購買綠色咖啡豆，之後他們就直接從咖啡豆產地購買。

第一代星巴克美人魚 logo 是深褐色，取自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」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，讓大家更清楚看見美人魚的笑臉，演變成為今日的星巴克女人 logo。

統一星巴克股份有限公司於 1998 年 1 月 1 日正式成立，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。該年 3 月 28 日，台灣地區第一家門市於台北市天母開幕；2002 年，地 100 家門市—台南市長榮門市開幕。

二、企業組織圖

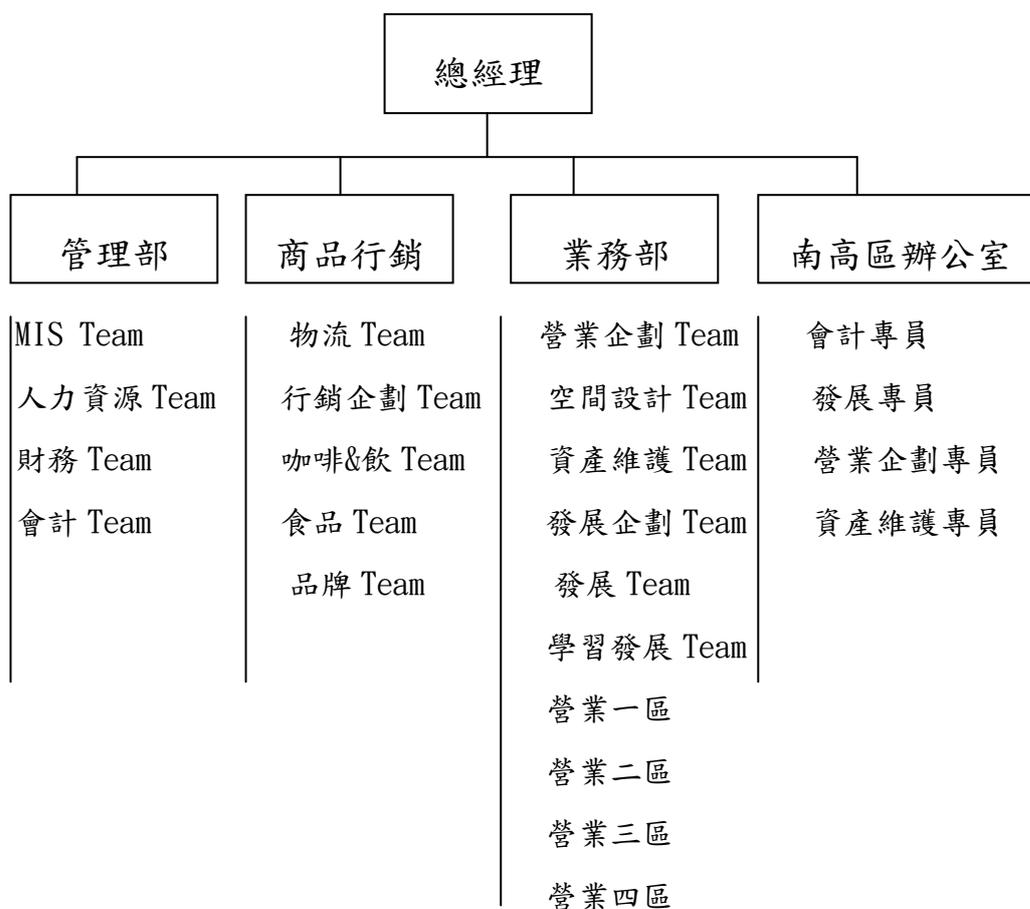


圖 2-1 公司總部組織圖

第二節 公司策略

一、公司策略及目標

從原產地的一株咖啡樹，最終成一杯咖啡送至手中，這段旅程，為咖啡故事做了最佳的註解。它同時咖啡家族的獨特風味及口感特性。閱讀咖啡故事，可以讓你對咖啡更加瞭解，豐富你對咖啡的體驗。Starbucks Coffee Company 總裁霍華·蕭茲先生經營咖啡事業著重在人文特性與品質的堅持，強調尊重顧客與員工，並堅持採購全球最好的咖啡豆製作，提供消費者最佳的咖啡產品與最舒適的消費場所，經營 Starbucks Coffee 成為當今全球精品咖啡領導品牌，受國際學者專家推崇，譽為「咖啡王國傳奇」。

統一星巴克以 Starbucks Coffee Company 在全球各地選購、烘培的優質高原咖啡豆為根本，並甄選本地優秀的人才培育訓練，提供台灣消費者高品質的服務與咖啡，搭配 Starbucks 獨特的空間設計理念，提供消費者第三個好去處。目前在台北、基隆、桃園、新竹、台中、台南、高雄、屏東、南投等全台灣各地都有門市。

二、星巴克外在競爭者

丹堤咖啡在咖啡的價格上也比星巴克平價，輕食類給顧客的選擇也較多樣化，不僅有義大利麵、排餐、飯類、馬卡龍、杯子蛋糕等多樣選擇，所有餐點都可以搭配套餐組合，價格更划算，星巴克卻是只有部份餐點搭配咖啡有套餐組合，輕食類方面給顧客的選擇也少丹堤咖啡很多。

三、星巴克的 SWOT 分析

企業優勢(Strength)	企業劣勢(Weakness)
<ol style="list-style-type: none"> 1.直營店經營 2.企業形象良好 3.周邊商品結合，如隨行卡、隨行杯 4.專注咖啡事業 5.品牌知名度高 6.熟客卷發行 7.產品多樣化 	<ol style="list-style-type: none"> 1.商品價格高 2.權利金高 3.後進事業 4.店內座位不足 5.分店分布不均
企業機會(Opportunity)	企業威脅(Threat)
<ol style="list-style-type: none"> 1.咖啡人口增加 2.展店迅速 3.異業結盟 4.海外投資市場得開拓 5.生活水準提高 6.隱藏極大的商機 7.第三空間的概念 8.建立電子商務 	<ol style="list-style-type: none"> 1.市場競爭激烈 2.進入障礙低 3.健康意識抬頭 4.WTO 開放後，陸續有國際品牌進駐 5.傳統麵包店複合式、連鎖咖啡館的經營

四、星巴克的五力分析。

- (一)、現有競爭者：目前國內市場競爭家數約有 1000 多家，還有很多地方上的品牌咖啡館，競爭程度高，目前三家最大連鎖咖啡店星巴克、壹咖啡、丹堤咖啡。
- (二)、代替品的競爭：威脅有速食店、飲茶館、罐裝咖啡主打它的咖啡品質及氣氛，替代品價格雖然較低，但價值卻不同，對於講究口味、氣氛的消費者是很難以低價來影響他們的消費意向；但替代品相當普遍，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。
- (三)、潛在競爭者：星巴克已第三個好去處，在內享用裝潢及音樂等，以及咖啡的口味香濃與氣氛，很多消費者因這些因素成為星巴克的忠實顧客。但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。

(四)、供應商的議價力：星巴克為了維持各分店的產品與品質一致，有穩定的貨品源，與特定的咖啡豆農簽約購買，供應商的集中程度較低，且都統一進貨以降低成本，購買力高，故供應商的議價能力低。

(五)、消費者的議價力：顧客以業務員或三五好友為主，客戶集中程度不高，而每位顧客平均消費量以一杯咖啡再加上一份糕點為主，購買力低，加上星巴克不只賣咖啡，也提供整潔與舒適感，獨特的咖啡文化讓其他競爭廠商相較下，更顯現出特色，而會選擇在咖啡店喝咖啡顧客，本身較注重服務品質及店內環境氛圍，所以消費者議價能力低。

第三節 公司戰術與作業策略

星巴克採用些不容易被察覺的特質來吸引消費者，在聽覺上面，以員工的親切問候、愉快的互動方式，都是吸引消費者的一種手段，以及煮咖啡時所發出的嗤嗤聲，再透過音樂，營造出一種相當契合的咖啡館形象。在星巴克中，店裡的咖啡音樂總是讓人在店內可以放鬆心情，所選擇的音樂也都能夠符合咖啡館氣氛，因此星巴克的音樂也相當受歡迎，在美國星巴克甚至買下一家公司專門出版星巴克的音樂，以及專門負責挑選在星巴克中撥放的音樂。

而在嗅覺，星巴克以獨創的「星巴克烘培法」烘培咖啡豆，以提供不同於即溶咖啡與即飲咖啡以及其他咖啡館的重烘培式咖啡來吸引消費者嗅覺，在磨豆以及煮咖啡時所散發出來的香味相當濃郁。此外星巴克店內全面禁止吸菸，也嚴禁員工擦香水，禁帶外食，以及絕不採用化學香精的調味咖啡豆和不賣味道濃烈的熱時即羹湯，以保全室內既濃郁

又自然的咖啡香味。

在味覺方面，星巴克內常會遇到店員拿試飲杯請客人試吃新出的糕點或新推出的季節性飲料，這些都不是固定的推銷手法，但是顧客在店內遇到時，除了驚奇外，對於新產品因為經過試吃及試喝的動作，因此對於口味已經有一個瞭解，也幫助顧客對於新產品的認識。另外，總公司裡，星巴克也不斷嘗試創造新的產品，隨時都在創造新的咖啡口味或糕點，也滿足不斷改變的消費者喜好。

在觸覺方面，星巴克的桌椅或櫃子甚至包括地板都傾向使用木質器材，讓消費者感受到高雅、穩重及溫馨的感覺，不會有冰冰冷冷的感覺。且可以發現，在星巴克最受歡迎的位置是沙發區，有坐過沙發區的客人，都相當喜愛沙發的位置，因為柔軟的沙發坐起來很舒服。

第四節 直接負責單位業務內容

一、門市組織圖

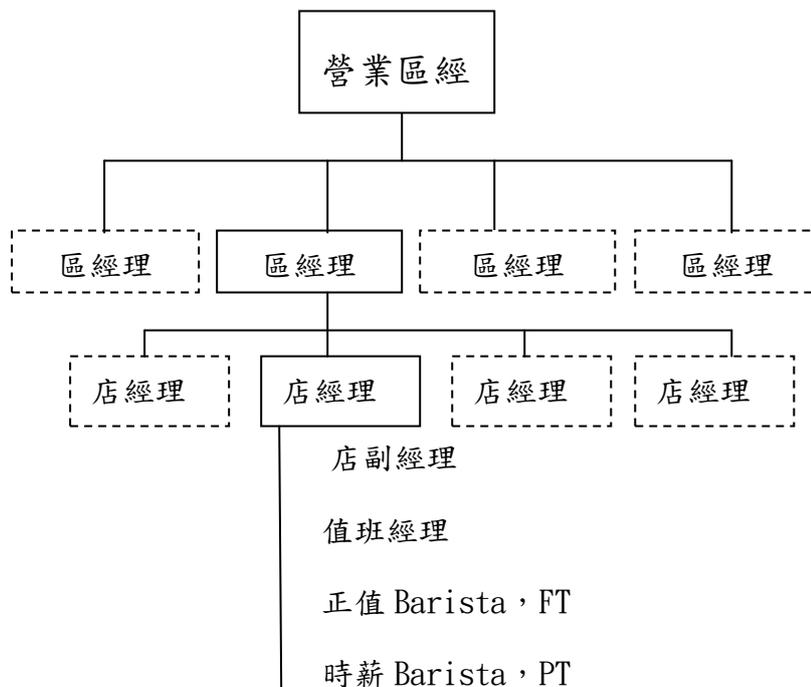


圖 2-2 門市組織圖

二、Barista 工作職責

- 為顧客提供優質服務，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 7:00~15:00，晚班 15:00~23:00，每天上班時數 7~8 小時，休息時間為半小時。輪值方式為排班制，早晚班皆須輪班。

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

(一)、人才需求

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 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，值班經理 3~5 位，每間門市的正職夥伴有 3~5 位，其餘為時薪夥伴。

(二)、人才招募

夥伴的招募透過網站公告或門市公告與網路人力銀行公開徵選，統一星巴克裡沒有年齡的限制，只要有意願都可以參加面試甄選。

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們，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，絕對是個不同於以往所工作過的環境，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客體驗。

二、員工徵選與試用

(一)、徵選的程序

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

兼職夥伴：攜帶履歷表（如表 3-1）至各門市應徵，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。

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. 工作經驗			
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。

-每天上班時間為 8 小時，最好能配合早晚班輪班。

三、員工的教育訓練

(一)、評估訓練需求

新夥伴進入星巴克的第一天，店長會發給新夥伴一本「Barista 100 學習旅程手冊」，門市的學習訓練專員會依照裡面內容安排上課，在進入門市 1~2 週內就能學習完所有課程內容，大約第 3~4 週開始學習站收銀主機。

「Barista 100 學習旅程手冊」共有 16 堂課，12 堂課是在門市內由店經理或值班經理教學完成，其他 4 堂課程「營造星巴客體驗、咖啡交流、濃縮咖啡的藝術 Art of Espresso」是由總公司安排時間、地點上課，由公司認證講師親自授課。

(二)、訓練方式

星巴克完善的工作環境，不僅是一份有競爭力的薪水，甚至可以學習到有關咖啡的知識，也可以學習到做人處事。星巴克對每個職別的夥伴都有一個相對應的培訓，星巴客要求員工在 80 個工作小時內，學習完成核心訓練。包括：

- 基本的咖啡知識
- 如何熱情與他人分享有關咖啡的知識
- 準備糕點和飲料的知識與顧客服務知識
- 有關咖啡豆、咖啡種類、添加物、生長地區、烘焙、配送、包裝等方面的詳細知識
- 描述咖啡味道，喚醒對咖啡的感覺，習慣使用一套全新的詞彙，熟悉咖啡的芬香、酸度、醇度、咖啡豆的風味。
- 銷售技巧，提高營業額
- 門市設備維護、客席區清潔
- 正確的飲品傳呼
- 收銀技巧與話術

(三)、訓練成果的評估

星巴克的 Barista 將在第一年遵循以下安排：

- Barista 培訓 — 從工作地一天開始
- Barista 認證 — 在 Barista 培訓結束時完成
- 咖啡護照 — 90 天內完成 45 次填寫，並交給店經理

(四)、員工的在職教育訓練

完成認證後，雖然代表學會門市基本的收銀、飲品傳呼與飲品製作，但門市內還有很多東西要慢慢發掘與學習，包括早、晚班的每週週保，每次週保都必須確實實施，才能確保機器不易損壞，還能延長使用。

一週幾次的 coffee tasting，每天的本日精選咖啡或是使用濾壓壺泡的咖啡，偶爾搭配個店裡的糕點，互相分享品嚐心得，並填寫咖啡護照，完成 45 次填寫，即可獲得公司贈送的小禮物，也可參加公司舉辦的咖啡豆知識考試。

公司每個月會更換行銷活動，每個檔期都會推出新產品，可能是新飲品、糕點或隨行杯、季節咖啡豆等產品，每個檔期的新產品及行銷活動皆須記熟內容。

四、工作績效評估

每個營業區經理與區經理會不定期訪店，訪店過程大多觀察夥伴的每個舉動，收銀過程的話術、飲品的傳呼、吧台夥伴的製作飲料是否合乎標準流程等，與門市內的事務處理。

五、輪班制度

(一)、排班時間

門市營業：週一～周日 07:30~22:00

表 3-2 排班時間表

班別 / 人數	週一至週四	週五至週日
早班 / 3 人	7:00 ~ 15:00	7:00 ~ 15:00
中班 / 1 人	9:00 ~ 16:00	9:00 ~ 17:00
晚班 / 3 人	15:00 ~ 23:00	15:00 ~ 23:00

不管早晚班上班人數 3 人，其中 1 人為值班經理，Barista2 位，為了調節早晚班放飯時間與 15:00 早晚班交接人力調節，中間會有中班 1 人，若有活動會增加中班人數。

(二)、緊急調班作業

因個人因素無法配合店經理排班制度，可事先詢問夥伴是否有人可以代班，如可以的話再告知店經理即可，如遇到活動須加派人手，店經理則會在3天前告知。

六、獎勵制度

(一)、M. U. G 獎

M. U. G 獎用在夥伴表揚停下自己工作來幫助他們完成目標的夥伴。可說是“感謝你的幫助，沒有你我可能無法完成”，夥伴都可以表揚暫停自己手上工作來協助他們完成其工作的任何夥伴。

(二)、BRAVO！獎

BRAVO！獎用於表揚以下方面的夥伴成績

- 增加營業額
- 節省費用
- 增進顧客關係
- 對公司運作有明顯貢獻

BRAVO！獲得者將獲得一枚 BRAVO！徽章、兩張 BRAVO！卷與

BRAVO！證書。

(三)、服務獎

五年獎：帶有星巴克咖啡公司標記的特別設計獎座，用於獎勵在星巴克工作達五年的夥伴。於每年公司尾牙舉辦的大型活動中公開表揚。

十年獎：一個人性化的“美人魚”雕像，獎勵在星巴克工作長達十年的夥伴，於每年公司尾牙舉辦的大型活動中公開表揚。

七、員工保險與福利

- 完整教育訓練規劃
- 內部員工快速升遷管道
- 可享勞、健保、團保，退休金提撥

- 每日在工作時間內可享用 2 杯飲料
- 門市營運獎金、門市津貼
- 員工福利折扣、每月夥伴福利品(滿三個月後，享有每月 2 個福利品)
- 週休二日

第二節 門市營運管理實習

一、組織與環境之認識

(一)、企業文化與經營理念

『我們的咖啡，我們對咖啡品質始終如一』

『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，我們的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』

『我們的股東，我們也享受著成功回饋股東的喜悅』

我們稱為彼此為「夥伴」，因為這不止是一份工作，更是讓我們發揮工作環境與熱情的地方，每位員工與店經理是合作夥伴的關係，夥伴間彼此互相尊重，沒有明顯階級之分。

(二)、產業現況與發展

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。

為了減少環境汙染，星巴克以折杯扣的方式鼓勵客人使用隨行杯，降低紙杯與冰杯的使用量，並且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。

星巴克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一份子。

二、門市作業基本認識

(一)、收銀機功能認識與操作

星巴克收銀機為觸控式操作，作業功能分一般操作與特殊操作等。幫顧客點餐為一般收銀作業，左邊空白處是顯示顧客所點的飲料、糕點等，右邊則為商品按鍵，常態性飲品按鍵在首頁上就可點擊，其他飲品則是分類在季節性飲品按鍵裡，冷熱飲及飲料大小都必須正確選取，咖啡豆則是分深度烘培、中度烘培、黃金烘培來做為分類，其他食品分類在包裝食品按鍵裡，其餘在商品陳列架上的都是直接輸入商品的SKU碼。

特殊作業則是退貨、MarkOut、教育訓練時使用的。有時忘記幫顧

客打企業折扣、杯子折扣、或顧客點完餐後要換飲品大小時，則必須消退發票，通常是飲前筆誤打來做處理。

若商品毀損或過期商品時就必須使用 MarkOut，代表此商品不能繼續銷售，才不會造成門市損失，或是夥伴每天喝的 2 杯免費飲料，也是使用 MarkOut 按鍵。

(二)、店鋪設備之維護與保養

依照工作日記裡每天的週保分配，每日早、晚班夥伴都必須去執行週保。除了要做工作日記裡的週保外，門市在固定期間都會請清潔公司的人來做全店的清潔作業，在 10 點打烊後。

-製作星冰樂的法壺：萬用清潔劑刷洗。

-桌腳椅：藍抹加外用清潔劑擦拭。

-冰箱風扇濾網：取下以清水刷洗。

-製冰機：取下外殼以酒精噴式內層，在將前 3 排製造出的冰塊倒掉。

-糖漿壓頭：水洗後進 wash 機。

門市內設備若有損壞，均由各設備的合作廠商至門市維修處理，不得私下進行。維修費由廠商將維修單送回公司並申請維修費用，門市無須支付費用。

(三)、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，不可跳號、顛倒。

-收銀機上的號碼必須跟開立給顧客之發票號碼相同〈及兩聯為同號〉。

-若有銷退或報廢的發票皆須留存由值班處理寄回總公司。

三、顧客服務

(一)、顧客入店之禮儀與態度

站上的所有夥伴，發現當有顧客進門時，必須在 30 秒內與顧客有眼神的接觸和歡迎的話術，歡迎話術不拘於歡迎光臨，最好能多變且展現出親切與有活力的招呼聲，讓顧客感受到星巴克夥伴們的熱情，以及對每一位顧客像朋友般無距離，留下深刻感受與印象。

(二)、顧客詢問之處理

當顧客詢問任何問題時，先聆聽顧客的想法與需求，給予恰當的回應，與顧客建立良好關係，並在了解顧客的需求和想法後，找出最適當的處理方式，大多由夥伴直接回答並處理，若不清楚或不是夥伴權限範圍內的問題，則由當班值班經理處理。

(三)、顧客抱怨之處理

顧客抱怨原因大多數為：

-飲品不符合需求〈如製作錯誤、沒有客製化〉。

-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，反而感受不好。

顧客進行客訴的多種管道：

-直接打回門市告知，大多是夥伴飲品製作錯誤，致歉後並婉轉請顧客再次回到門市，並重新製作正確飲品給顧客。

-0800 免付費服務專線，由總公司的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。

-顧客心聲調查，讓顧客變為神秘顧客，上網填寫問卷與建議，顧客填寫完即可到全省星巴克門市免費兌換一杯中杯飲品任選。

(四)、顧客結帳之禮儀與態度

當顧客站在收銀機前，必須先詢問「小姐／先生你好，今天想喝什麼呢？」，顧客告知想喝的飲品後，接著詢問「請問是冰的還熱的？」，「大杯還特大杯呢？」等待顧客全部點完餐後，在寫杯的同時並再次跟客人確認，並且確定顧客的客製化服務是否正確，避免製作錯誤，所有皆無誤時，可推銷今天是否有需要吃點糕點，然後告知這次的消費金額「您好，今天總共是 XXX 元，收您 XXX 元，找您 XXX 元」找錢給客人同時「麻煩幫我點一下金額」，並且全程必須保持微笑且熱情的態度迎接顧客，讓顧客享有同等價值的服務。

(五)、主動服務顧客之技巧

當顧客在商品陳列處觀看或尋找商品時，收銀主機的夥伴要主動到杯本日咖啡向前詢問需求並介紹商品，符合顧客需求，顧客也會因為好的介紹而購買商品。

(六)、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在於，夥伴在點餐寫杯的同時，會詢問顧客貴姓，並且打姓氏填寫於杯身，有時可以在旁邊自行加個笑臉或愛心，讓顧客拿到飲品時有獨一無二的感受，與開心的好心情，對於常消費的顧客來說也是貼心的一個服務，當夥伴看到熟客時，會熱情打招呼並直接詢問：「嗨！XXX 小姐/先生早安呀，今天一樣喝 XXX，加一顆果糖少冰牛奶加滿嗎？」，雖然一開始顧客會嚇一跳，並且詢問夥伴怎麼知道想喝什麼，大多數的客人對這樣的服務都會感到貼心，並且感覺到被重視。

四、顧客購買忠誠度

(一)、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複購買的可能性。而顧客忠誠度對星巴克營業額有很大的影響，每年春節、櫻花祭、聖誕節都有新產品上市，有隨行杯、馬克杯、咖啡豆等服務性的新品，還有季節限量飲品，這些都是每年固定行銷檔期，也是顧客鎖定目標，尤其是喜歡收集星巴克商品的顧客來說，是個大日子，當天一大早就可以看到排隊的顧客，開始營業後，許多的商品一掃而空，幾位熟客的花費都是在五千元上下，若未購買到的商品，就前往其他門市購買。

(二)、提高顧客購買忠誠度的方法

-飲品客製化，依照顧客的不同需求調配飲品，使顧客喝到的飲品都是迪一無二的飲品。

-提供良好舒適消費環境，星巴克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「第三個好地方」

-提供超乎想像的優質服務，當顧客不小心打翻飲品，會立即處理，在重新給於一杯新製作的飲品，這不外加收費。

(三)、顧客滿意對企業之影響

顧客滿意會提高顧客再次光臨的機會，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新巴克獨一無二的好品質。

五、店鋪銷售作業流程

(一)、銷售作業流程之規劃與執行

商品一般擺放在商品陳列櫃前，如客人站在商品區前，夥伴會過去介紹，或詢問顧客需求，如顧客要購買商品，則轉移至收銀機前幫忙結帳，與詢問是否需要包裝，再將商品包裝、裝袋完轉交給客人。

(二)、銷售作業流程之檢討與改善

客人站在商品陳列櫃前，雖然需要過去跟客人做介紹，但常常忙碌中夥伴就會忽略商品陳列櫃前的顧客，或做介紹時對商品、咖啡豆、或

杯子不了解，則會介紹錯誤商品知識給客人，店裡除了每個夥伴需要提高敏感度，只要發現有客人站在商品陳列櫃前就要立即前往介紹，如手邊有工作無法停止，也可請其他夥伴過去協尋，商品知識夥伴應該主動去了解，或尋求值班幫助，才能夠介紹正確且豐富的商品知識給客人，讓客人買到最符合需求或最滿意的商品。

六、突發狀況之處理

(一)、突發狀況之模擬

客人點購大杯那提，額外加焦糖醬，所以夥伴告知顧客焦糖醬額外須加收 10 塊錢，所以是那提 120 元+焦糖醬 10 元，總共是 130 元，這時顧客不滿說，為什麼焦糖醬需要額外再加收 10 元，上次去別的門市就不用，造成顧客生氣。

(二)、突發狀況之處理與檢討

首先夥伴先道歉且告知顧客，這是公司規定的，目錄上也有清楚說明，別家門市可能是新夥伴，所以在結帳時忘了告知你與加收費用，才會造成你的誤解，不好意思，但顧客還是無法接受，這時換由值班接手處理與說明，最後還是請店長處理，店長告知顧客，會在開店長會議時，告知店長與加強各門市的教育訓練，造成顧客誤解感到抱歉，最後顧客才平復情緒與接受。

(三)、如何避免突發狀況之發生

這情形需請各門市店長，加強所有夥伴的教育訓練，才不會讓顧客誤解，覺得為什麼每家星巴克收費都不同，有時需加收有時又不用，造成不必要的誤解，與客人的不好印象。

七、店舖工作管理

(一)、各項標準作業流程

早開作業流程分別為糕點櫃、吧檯：

—糕點櫃：將昨天半夜進貨的糕點、麵包、果汁，按照公司陳列的標準與規定擺盤上架，並預熱烤箱與帕里尼機器。

—吧檯：開啟咖啡機器，並檢查濃縮咖啡流出的秒數是否為標準內、泡玫瑰蜜香茶、阿薩姆紅茶、將數位本恩昨日溫壺的水倒掉、煮冰、熱的本日咖啡，測試蒸奶棒以及矯正溫度計。

打烊作業流程分別為外場、殼吧檯、wash：

—外場：掃拖一、二樓地板清潔，與二樓的廁所清潔，包刮廁所鏡子需用玻璃清潔劑擦拭乾淨、馬桶刷洗與廁所地板掃拖，所有桌子桌面擦拭至乾淨無水痕，將調理吧台清潔與物料補齊補滿。

—殼吧台：咖啡機器投入兩枚藥片並擦拭內部與外部表面清潔，將上方咖啡豆倒出，並將殘餘咖啡豆吸除乾淨，奶棒清潔，須將奶垢刮拭乾淨，與清洗法機，吧台桌面擦拭乾淨，不能殘餘任何糖漿，補滿所有物料與牛奶。

—wash：清洗每天使用的器具，如：奶鋼、糕點夾、法壺、盤子，湯匙、冰鏟等所有器具，除先以清水先清洗乾淨，還要進 wash 機高溫殺菌清洗，將所有清洗完物品歸放回原處，清洗完畢所有器具後，須刷洗 wash 機內部，再將 wash 機放水，再將 wash 機外部擦拭乾淨，將冰桶與冰鏟泡 key-5 水，擦拭兩台大冰槽外部表面。

（二）、獎懲制度

有大型活動成績績效在區組裡第一名，區組會發送獎金、或是星巴克行動電源等商品，在全球比賽競賽中獲得前幾名，每次活動不定，公司會發放獎金，在店裡本身的競賽中，獲得前三名，店裡會發放獎金、糕點任選，但如果沒達到標準，則須做店裡周保作業，或是每日店長會抽問冰熱本日，回答不出來，則需罰寫。

（三）、店舖工作管理規則介紹

—收銀：在收銀夥伴需跟客人介紹推薦飲料，做商品、飲料結帳外，須補齊收銀機附近擺放商品數量為二，補齊杯子與收銀機附近等所有物料，如有客人站在商品陳列櫃前，也須上前做介紹。

—吧台：站吧檯的夥伴，除了要做飲料，也要確保每一杯飲料出到客人手中的品質，與客人做交流，聊天講些非營業用語，也要確保吧台桌面是否為乾淨整齊。

—值班：每個當班的夥伴，都需要有一個值班，除了管理夥伴外，也需

協助夥伴處理夥伴解決不了事務，安排夥伴座每日周保，人多時也必須在站上協助，主機的夥伴點餐或是吧台的夥伴做飲料，值班需交接班，結算每班金額是否正確，如不正確需與站主機의 夥伴找出問題，下班前需去郵局匯款，也需訂貨。

第三節 連鎖企業經營管理實習

一、直營店

直營店，又稱直營連鎖。意指總公司直接經營的連鎖店，由公司總部直接經營、投資、管理各項的經營型態。由總部直接下令掌管所有的零售點，而零售點必須執行與接受總公司鎖下達命令。

直營連鎖店的定義，本質上屬於同一個流通階段，經營模式大致相同，如同類商品和提供服務，都在同一經營資本及同一總部集權性管理機構領導下進行共同經營活動。

二、直營連鎖特點

- 所有權力及經營為統一公司
- 由總部集中統一管理與領導，如人事、採購、計畫、廣告、會計和經營方法都是統一的
- 實行統一核算制度

-各直營連鎖經理是雇員，而非所有者

-各直營連鎖店實行標準化經營管理

直營連鎖的人員組織型是由總公司直接管理、直營連鎖的組織體系，一般分為三個層次：上層是公司總部負責整體的事業；中層是負責千個分店的區域性管理組織和負責專項事務，下層是分店或成員店。這樣的組織形式具有統一資本、集中管理、分散銷售的特性。

三、直營店的管理

1. 直營店管理的重要性

星巴克只有開設直營店市公司建立企業形象、品牌形象有利場所，直接獲得利潤與訊息，是與消費者溝通的平台，也是員工培訓基地。

2. 直營店管理目標策略

通過商店管理技巧使直營店達到星巴克的統一形象、建立了最大銷售、並與消費者建立良好的關係。

3. 直營店管理運作系統

明確直營店管理責任及考核標準、制定有關約束措施。

4. 直營店員工

直營店員工素質要求高，作為直營店員工，除了一般得要求除外，更重視以下三要求：

-積極進取、百折不撓的熱情和精神:由於需經營直營形象,且不斷跟進,加上促銷活動日益增多,易使員工出現工作懈怠與厭倦。因此,始終保有一顆積極上進心是非常重要的。

-創新精神:不管是銷售觀念還是銷售技巧,都不會是一成不變的。作為一線的門市,若能增進公司促銷計畫和日常銷售目標,大多取決如何將公司的基本方法和創造力的結合,是需要門市人員對顧客不斷研究與思考,並深入討論,才会有針對性的銷售。

-較強的溝通能力和客戶滲透能力:既要達到銷售目標,又要讓顧客滿意我們的服務。

第四節 行銷企劃實作

活動主題：星巴克 App 咖啡日

活動時間：2014/3/10~3/12、2014/3/17~3/19、2014/3/24~3/26

11:00~20:00(共 9 天)

活動辦法：

活動期間以手機或平板電腦出示星巴克行動 App-門市活動-App 專屬活動-星巴克 App 活動畫面，點購兩杯相同容量/冰熱/口味的飲料，其中一杯由星巴克招待。

活動說明：

1. 本優惠不含罐裝飲料、果汁、在地壺裝茶、瓶裝水，優惠、折扣、行銷活動不合併使用，銷售品項依各門市現貨及庫存為準。
2. 不接受外送及電話預約，飲料需現場同時領取。
3. 每人每次僅限一次每一送一優惠，如要第二次優惠，須重新排隊。
4. 本活動僅限於台灣統一星巴克門市使用。
5. 統一星巴克保留活動更換及停止之權利，相關活動辦法以統一星巴克企業網站公告為準。

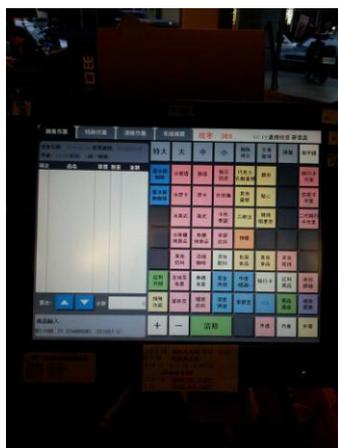
商品介紹：

濃縮咖啡飲料、星冰樂系列、本日咖啡及茶系列。

門市目標與改進：

促進門市業績，與來客率。夥伴在飲料堆積如山忙碌的同時可能會忘了笑容，與較少時間可以去巡外場收垃圾，請見諒。

第五節 店長與管理職務實習



(POS 收銀機)



(數位本恩)



(濃縮咖啡機)



(磨豆機)



(商品陳列櫃)



(常溫糕點櫃)

一、 認識營業店

1. 商品認識

飲品類：濃縮咖啡系列、每日精選系列、非咖啡飲料系列、茶系列、星冰樂系列、新鮮果汁系列。

糕點類：優活早餐、午餐系列、麵包/點心、蛋糕甜點、三明治系列、美式糕點、幾吋蛋糕預購、樂活蔬果棒、水果杯等。

其他：二代隨行卡、咖啡豆、咖啡設備、隨行杯、膳魔師隨行杯、咖啡蛋捲禮盒、水果軟糖、VIA 等。

表 3-3 產品分類表

	品名
飲料	咖啡、茶類、星冰樂、罐裝果汁
咖啡豆	星巴克家常、蘇門答臘、肯亞、衣索比亞、瓜地馬拉
咖啡器具	濃縮咖啡機、磨豆機、溫度計、六立方桶、湯匙、奶鋼、 濾紙、計時器、毛刷
杯子	膳魔師、隨行杯、馬克杯、保溫杯、玻璃杯
食品	麵包、蛋糕、常溫食品、沙拉、風味糖漿、巧克力、棒 棒糖、抹茶飲、摩卡粉、水果軟糖
咖啡卷	好友分享卷、熟客卷

二、認識店長職務

1. 店經理主要任務與職責

領導—訂定門市工作目標。

—確保門市正常營運成為夥伴榜樣。

—教導並確保夥伴對八總是八絕不的認知與落實執行。

—訂定行動計畫並激勵門市達成公司目標。

—誠信正直的管理原則推廣統一星巴克企業文化、價值與使命。

—確認及溝通夥伴工作分配以確保門市營運平穩。

計劃與執行—依據營運目標訂定行動計畫並定時檢視達成狀況。

—管理門市人員編制，掌握夥伴的學習進度及人力招募。

—運用公司資源及工具準確溝通公司政策並確保門市執行方向。

業務需求—提供門市各職位應具備的專技技能。

—遵守星巴克的夥伴任用及晉升政策規定。

—運用顧客回饋資料來了解並滿足顧客需求。

—使用營運工具包含排班表、月報、季報、現金報表、庫存管理等
工具達成門市卓越的績效。

—區組使用資源如人力資源、行銷企劃、資產維護、QA、食品飲料、
商品陳列功能來支援區組及營業區域的活動。

2. 值班經理工作內容和要點

- 推廣聽一星巴克企業文化，值班時正面積極的冷靜態度面對各種營運狀況。
- 值班時確保門市環境及顧客需求，與店經理溝通確保” the third place” 的環境給顧客。
- 協助培訓新夥伴，尊重、鼓勵夥伴並定期回報店經理在值班間夥伴工作表現。
- 關注夥伴工作表現及情緒，協助店經理營造工作氛圍。
- 值班期間了解夥伴需求、動機，並與夥伴建立良好互動。
- 執行值班期間門市交辦工作，負責開關店，並分配夥伴工作任務。
- 遵循各項營運規範及工作流程，包括現金管理、門市安全及值班期間夥伴安全。
- 遵循產品配方，陳列標準、衛生安全標準及指導原則，提供品質一致的飲品、咖啡豆、食品。

三、業績掌握與目標管理

工作流程規劃—排班管理(安排適當人力上班)

- 審核門市報表
- 教育訓練(值班、新進人員教育訓練安排、上課)
- 開會(店長會議、開區組會議、門市會議)
- 了解門市週遭及環境評估

—門市營運資料管理及分析

—卡站(上站當 Barista 幫忙製作飲料或站主機)

四、領導技巧

1. 工作指導及人員訓練

新進人員加入，店長及值班之間會輪流幫新人上課，第一天會先由店長介紹公司及一些需知資訊，之後的課程會由值班上課，糕點加熱、物料調配、飲品要素等所有課程，要培育一個夥伴之成熟至少需要 3 個月時間。

2. 排班作業與工作分派

排班的作業會依照門市營運不同而有所不一樣，基本上門市無特別活動正常營運狀態下至少每天上班人數約 6 人，分別為早班 3 人，晚班 3 人，若是有買一送一或是特別活動，店長會依當天需求多排人力上班，大多會加中班上班的夥伴，以因應人潮。

3. 溝通技巧之應用

夥伴工作應該經常互相溝通、了解，即使夥伴駐守於自己工作崗位上，人力配置也是靈活的，須根據顧客需求或任務需要而變化。

五、成功店長之積極角色

營造良好工作環境與購物氣氛：店裡良好的氣氛與環境，是每個夥伴需要共同去經營的，不只是店長或值班的責任，首先做任何事之前安

全為最先考量，正確使用各種器具，飲品與食品皆須符合食品安全衛生，保障顧客衛生的安全。夥伴間應該互相學習成長，新夥伴如有不懂應該尋求幫助，其他夥伴也有教導新夥伴的義務。

第六節 商業自動化與營運決策實習

一、店舖報表研習

門市從一早開店至關店，都會有報表的使用，無論在進貨、銷售、分配工作任務、公司通告等，最常使用是：

1. 商品進貨單

分為低溫糕點進貨單、常溫糕點進貨單、大貨進貨單。所有進貨數量依據進貨單上數量點收。牛奶每天由臨近配銷所配送至門市，也是依據進貨單上數量點收。

2. 工作日誌、工作任務分配表

工作日誌需填寫物料的有效期限、冰箱牛奶溫度與數量、早晚班的銷售目標，應完成工作內容項目等紀錄。

工作任務分配為當天每個夥伴在每個時段的工作站分配，此外可記錄其他事項，例如當天顧客訂的外賣桶，數量及領取時間皆須清楚交接；也可將早晚班夥伴邀交接事項填寫於工作分配表。

3. 糕點預購單

平常門市銷售蛋糕都是切片為主，通常不會有整吋的蛋糕或長條蛋糕，因蛋糕有效期限為六天，過了有效期限就需丟掉不可在銷售，們是為了避免浪費，整吋蛋糕或長條蛋糕皆已預購為主，訂購的日期皆為取貨日期前三天，清楚填寫進貨單內容，與顧客結帳，提貨後就完成此項交易。

4. 咖啡、茶外賣桶銷售單

星巴克提供會議型外賣桶銷售，咖啡提供是本日精選咖啡，茶方面則是在地茶系列，內容需填寫訂購人姓名、訂購的種類跟數量、聯絡電話、取貨時間，須註明是否已結帳、押金等內容。

5. 顧客需求表

若顧客要購買之產品門市缺貨，須請顧客先填些完資料後，請值班至其他門市調撥，不管產品是否有調撥到，都須打電話通知顧客。

6. SCOOP 獨家報導

總部於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，也會有每週的工作提醒。

7. 緊急事項通知

在每周三 SCOOP 公告後，若是須馬上讓夥伴之道的的事情，會以緊急公告通知夥伴。

二、POS 系統後台報表操作

收銀工作站最先歡迎進門的顧客，因此，積極熱情的即時問候非常重要，同時夥伴需熟悉 POS 收銀機的操作介面和門市的收銀事務。

收銀工作站的夥伴，主要是經由接觸、發現和回應的步驟為顧客提供優質的服務，準確輸入進收銀機上顧客的交易內容，指引顧客拿取飲料，向顧客致謝並歡迎再次光臨。

此工作站內容不僅僅只有收銀，還要包括低溫、常溫糕點櫃的清潔，擺設陳列，數位本恩咖啡機，烤箱與夾子的清潔。

第七節 物流與供應鏈管理實習

一、企業之供應鏈網路

咖啡豆—與特定咖啡豆農簽約

牛奶、豆漿—與特定廠商合作

常溫、低溫糕點—總公司結盟配送

所有商品—總公司結盟配送

所有物料—總公司結盟配送

二、顧客服務與訂單管理

1. 顧客服務的內容：八總是八絕不

—總是親切真誠的招呼顧客，絕不在沒有招呼好顧客前就去做其他事。

- 總是微笑與眼神交流，絕不把顧客需求當成麻煩。
- 總是勇於道歉把事做對，絕不找理由推卸責任。
- 總是讓顧客體驗輕鬆自在，絕不認為顧客已經了解產品和流程。
- 總是認為顧客是正面及善意的，絕不試圖證明顧客錯了。
- 總是關注能為顧客做些什麼，絕不在顧客面前流露出負面情緒。
- 總是致謝時並表示出感激誠意，絕不把顧客當成一筆交易。
- 總是依顧客需求作出推薦，絕不忽略顧客需求強迫面銷。

2. 訂單管理

- 糕點類：D+2，客人需前兩天前訂購。
- 6吋蛋糕：D+3，客人需前三天前訂購。
- 隨行杯：通常依架上現貨，公司主配為主，不然就要向其它間門市調貨。
- 蛋捲禮盒類：D+2，客人需前兩天前訂購。
- 咖啡豆/VIA：D+2，客人需前兩天前訂購。

三、倉庫管理

1. 進貨檢驗與時間：

所有物品的進貨，須在進貨次日，依照送貨單上 EOS 單號，於 Web 訂貨系統內核對驗收，這是必要程序，確保存貨正確結算，所有的夥伴都須熟悉進貨的相關流程與作業。

進貨時間於每周三次的大貨，大貨由司機大哥在前天殼店時送達門市，一、三、五到貨，所以二、四、六殼店時會送達門市，司機大哥只需將近貨物品送達門市，無需進行分類或拆箱。

—每日糕點進貨：為前天殼店進貨，夥伴於門市開店前完成進貨。

—每日牛奶進貨：豆漿、全脂奶、低脂奶、脫脂奶，由奶爸每日進行進貨沒有固定時間，如不夠急需也可請奶爸在送達一次。

2. 進貨流程：

為了顧客及夥伴安全，送達的貨物不可排放在顧客及夥伴需經過的通道上、門口等。進貨時司機會將貨單與進貨商品放一起，夥伴在進貨時，需核對是否與貨單上一致，也需檢查進貨商品是否無毀損或短缺，如核對後商品皆正確，夥伴須把商品上架，上架時必須進行先進先出。

3. 物料管理：

—所有的食品及物料都需要「先進先出」。

—常溫糕點有效期限未開封為 D+1 天，開封後當天未賣完皆需丟掉。

—低溫糕點有效期限只有蛋糕類為 D+1 天，三明治等輕食類進貨當天沒賣完皆需丟掉。

—製作飲品的所有物料，開封後或調製完後必須寫上期限貼紙，如超過時間皆不可繼續使用。

四、庫存管理

—何時採購：採購的方式，以大貨專員進行訂貨，到統一星巴克線上訂貨系統進行商品的訂貨，訂貨後捷盟司機會在進貨日送達門市。

—採購多少：採購的數量，每個門市的所需物料，如熱杯、冰杯、紙袋、紙巾、刀叉等，都有固定的訂貨公式，以數量下去計算，在進行訂貨，定需要的數量，如是門市新品，則是公司主配到貨。

—盤點策略為何：盤點專員在每個月的月底，都須進行門市的盤點作業，通常盤點夥伴當天不卡站，盤點專員需算門市的所有商品、物料等庫存，是否相符合。

五、運輸管理

1. 運輸公司的選擇：

統一星巴克的進貨作業、總部信差，由統一的關係企業「捷盟行銷物流公司」負責，在進貨作業上若有瑕疵，後續作業也較方便。

2. 進貨時間：

門市的進貨時間於夜間配送，夜間配送是指在非營業時間送達門市，通常在門市打烊後，夥伴在進行盤店期間送達門市，捷盟司機會將捷盟箱、常溫糕點、商品等送至門市，須放置顧客及夥伴不會擋到之路上，進貨物品也不能擋住商品陳列櫃前。

六、 供應商管理

統一星巴克在全台已開 300 多間門市，皆是直營門市，因此門市門市內所使用的所有物料皆為總公司提供、配送，門市販售的所有商品，也皆由總公司提供，所以門市供應商為總公司。

第八節 消費者行為分析實習

一、 立地條件調查

大甲門市位於順天路與文武路交叉口轉角處，臨近大甲鎮瀾宮媽祖廟，同在順天路上，附近有 50 嵐、大苑子等連鎖飲料店，算是住商混合區，鄰近學校有致用高中，附近有停車場，所以消費者對停車算是相當方便。

二、 消費者行為調查

附近有許多住宅區，每天早或晚上固定會來買咖啡的熟客也不少，鄰近還有熱鬧的鎮瀾宮，所以常常會有觀光遊客，還有國、高中的學生下課也會三五好友一起過來。

三、 人口資料與顧客系統管理

外送或涵蓋區域規劃：通常外送服務要視當天人力狀況做考量，如人力充足，須消費滿1000元以上，且外送地點僅限於大甲區域，才會進行外送的服務，如當天人力不足，不提供外送服務。

顧客資料建檔與應用：熟客資料會由專門管理熟客名單的專員負責整理，把每位大甲門市的固定熟客照片、喜歡喝的咖啡、特質等，整理於熟客本裡，可供每位夥伴更清楚了解每一位熟客的喜好、習性。

四、 競爭廠商優勢調查

麥當勞主要販售漢堡、薯條、炸雞、碳酸飲料等食品，供餐環境較為吵雜，與星巴克相較，銷售人員的咖啡專業知識較低。

85度C主要販售平價咖啡、麵包等，位於大甲店的用餐環境屬於較開放式，與星巴克第三個好去處相較之下，用餐環境相對也較為吵雜。

五、 調查方法研討

星巴克有設計一份屬於隨機的問卷顧客滿意度調查，在夥伴服務於每一位顧客，在結帳完後會突然跳出顧客滿意度調查〈簡稱CV〉，屬於隨機問卷，夥伴也不知道何時會跳出此份問卷，而顧客收到後將於1星期內上網做填寫，三個月內拿著此卷到全省星巴克門市

都可享有免費兌換一杯中杯飲料，可補差額升級。在這樣夥伴不知道何時會跳出的情況下，更能清楚了解每家門市顧客的真正滿意度，每個門市都有統計的CV分數，會隨著顧客填寫的滿意度而調整每次分數，分數太低的門市區經理將會請門市進行改善措施。

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

一開始想選擇星巴克，一是因為離家近，二是因為本身喜歡喝咖啡，想要去學習咖啡製作與企業的文化，一杯要價一百塊以上的高品質咖啡，企業是要怎麼去維護它們的品質與客源。

二、實習後與實習前的期望比較

實習前抱著很多的期待，希望可以融入工作內容與學習到更多的社會經驗，進入後，確實在星巴克裡學習到它們的企業文化，熱情歡迎、熱愛分享、全心投入、誠心誠意、貼心關懷，簡稱「5B」，而在實習後，才發現原來咖啡是需要仔細品嚐的，可以發現它的各種風味、醇度、酸度等，連原本不喝黑咖啡的我，漸漸的也喜歡上了黑咖啡，且才發現自己其實對於咖啡店的工作蠻熱愛的，喜歡與顧客交談聊天，就像朋友。

三、實習最難適應或難過的事

記得剛開始因為本身自己英文非常的爛，所以要背所有都是英文指示的糕點加熱按鍵、以及所有飲品的英文，遇到了許多挫折，每天幾乎花費了好多時間在背，一而再重複的背又是背，剛開始前三個月的確比較辛苦，但熬過來後才發現自己在挫折中也學習到了很多，不輕易的說放棄，面對挫折自己想辦法解決或是尋求幫助。

四、實習最大的收穫

我想在這裡也讓我學習到了很多的待人處事，因為這裡是一個團體，不單單只是一個個體，大家須要團結才會使門市更進步，工作氣氛好，工作才會融洽，大家互相合作、幫忙，不僅更有效率，工作起來也愉快。而且誠心待人，別人也會感受得到，很喜歡這裡，很多熟客都像是朋友，會互相聊天、關心，還會帶好吃的東西來與你分享。

五、實習最難忘的事

記得，這一年裡，在很多次的買一送一裡其中一次，因為買一送一看到很長的排隊人潮，太專注於工作站裡，想要趕快服務完這組顧客，繼續服務下一組，就怕客人等了太久，夥伴幾乎會忘了笑容，但依然保持笑容的我，顧客點完餐，特地跟我說，我很棒，在這麼多人潮還可以持續保持笑容服務顧客，還說我的笑容感染了他，當下聽完雖然開心很欣慰，但顧客的稱讚更是讓人有動力。

六、實習甘苦談

剛開始，因為店長以為學校的簽約是每週滿 40 小時，所以在突然的一個多月後告訴我，要我現在開始每週滿 40 小時外，還要補滿以前未滿的時數，當下聽完真的蠻傻眼，一周滿 40 小時是可以接受的，但對於每周一固定要休假回學校上課的我還要補以前的時數，根本沒時間，導致每週幾乎只休禮拜一回學校的那天，等於完全沒休息的我，那陣子

身體快累壞了，也讓自己身體變得越來越差，還好，後來拿了合約，經過與店長溝通後，才發現原來是誤會，也讓我每周多了一天的休息時間。

七、若在選擇一次，你仍然願意實習嗎？

願意，撇開比別人早一年的工作經驗外，在星巴克這麼有制度的企業裡，確實學習到很多，在以往我打工經驗裡學習不到的，而且星巴克確實給員工的福利也算不錯。

第二節 未來建議

一、對實習公司的建議

公司為了安全食品衛生、與維持品質，很多當天進貨當天未賣完的糕點就這樣被丟掉，感覺很浪費，如果可以在關店前1、2個小時給予顧客折扣，我想報廢率應該會更低，或是在還沒有效期限內捐贈給需要的人，也算是回饋社會更多的貢獻。

二、對實習制度的建議

感謝可以藉由實習，讓我們學習到更多課本裡學不到的實質經驗，與比別人早一步踏出社會，也不會讓大學生有畢業就是失業的窘境，如果實習的好，大部份的企業都希望我們畢業後繼續在公司工作。

三、對學弟妹的建議

真的可以在大四這年，選擇實習，雖然會比較辛苦，因為每周一的回學校上課，如果對於企業人力比較缺乏狀況下，不能有太多休假，更是會比別人辛苦，但把經驗當作成長，往後自己對於遇到挫折會比別人更懂得解決面對，不會一再的只會逃避，也比較能吃苦。

四、對系上建議

雖然系上有這種實習的機會很棒，但每週一回學校上課，還要準時點名，對於住比較遠，要搭火車又要轉公車的學生，真的很累，希望點名可以更縱容，更希望每週一回學校的時間不要那麼長，每個同學幾乎都在做自己的事，不是玩電腦，就是睡覺，只有少數的同學會在學校完成每週的專題進度，這樣很浪費一天的時間。

五、對師長建議

希望第一節的老師，可以晚點點名，或是讓學生補點，因為不是每個學生都住在附近這麼方便，前一天可能還是晚班，收店至 12 點，禮拜一大早還要坐很早的火車再轉公車才來得及第一節上課。

六、對學校建議

每週只有一天的上課時間，在學校的時間就只有這麼一天，學校應該在學費方面可以讓大四的實習學生減少。

第三節 我的未來計畫

說明參與實習是否有助於你的未來計畫

對於未來確實幫助很多，自己對於工作的態度有所不同，待人也成長很多，而且畢業後可能會繼續往上升，公司的制度是我喜歡的、給員工的福利也很棒，以及學習到的經驗，都讓我收穫成長了不少呢。

參考文獻

1. 統一星巴克(2013), “統一星巴克同好會”, 查閱日期:2013/09/27, https://www.facebook.com/starbuckstaiwan?hc_location=timeline(網站文獻)
2. 統一星巴克(2013), “統一星巴克官方網站”, 查閱日期:2013/11/02, <http://www.starbucks.com.tw/home/index.jsp>(網站文獻)
3. 李如婷(2013), 三明治校外實習專題 統一星巴克股份有限公司, 修平科技大學實習專題製作課程之報告(論文文獻)
4. 王欣怡(2013), 三明治校外實習專題 統一星巴克股份有限公司, 修平科技大學實習專題製作課程之報告(論文文獻)