



## 逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

作者：許瑜芳、黃俞瑄、吳雅斐、吳珽螢、  
黃怡嘉、鄭雅婷、黃薇方、林鳳儀。

系級：合作經濟學系二年級

學號：D9420736、D9435960、D9435973、D9452089、  
D9452104、D9452223、D9452369、D9452386。

開課老師：李桂秋 教授

課程名稱：行銷管理

開課系所：合作經濟學系

開課學年：95 學年度 第二學期

## 中文摘要

現在的蛋糕店無所不在，佈滿了大街小巷，有些蛋糕店更是結合了咖啡在旁邊，讓客人不但可以喝到剛煮好的咖啡，又可以慢慢的品嚐蛋糕；有些蛋糕店則是開在交通要塞，人們一經過就會被吸引。但是令我們好奇的是『日出，乳酪蛋糕』並不是全省都有分店，它的店面都在台中市，且只有僅僅的三家，地點也不是都在很容易被人注意到的地段，所以，我們想知道『日出，乳酪蛋糕』究竟用了何種方式吸引顧客來店裡，滿意度如何居高不下，或是透過何種的行銷手法來招攬顧客，還是它有別於其他蛋糕店的優勢存在。

主要的流程為：確定研究主題→初步資料搜尋→研究對象/目的背景介紹→現況概述→問卷調查與 SWOT 分析→行銷組合 4P→未來展望→結論與建議。使用的研究方法有：實際訪察法、問卷調查法、報章刊登以及網誌介紹。

走進「日出」清楚感受到太陽照在身上的溫暖，溫暖來自於服務人員的態度，這也就是為何「日出乳酪蛋糕」能在短時間內引起廣大迴響的主要因素。服務態度與顧客滿意度兩者是相對的，互成正比關係，有好的服務態度，顧客滿意度自然就會提高。另一個影響顧客滿意度的當然就是商品本身，好的產品需要有吸引人的包裝，提升整個商品的價值，商品包裝是「日出乳酪蛋糕」另一賣點。

**關鍵字：**土鳳梨酥、日出、乳酪蛋糕、消費者滿意度

## 目 次

|                      |    |
|----------------------|----|
| 壹、前言                 | 3  |
| 一、研究動機               |    |
| 二、研究目的               |    |
| 三、研究方法               |    |
| <一> 實際訪察法            |    |
| <二> 問卷調查法            |    |
| <三> 報章刊登             |    |
| <四> 網誌介紹             |    |
| 四、研究架構流程             |    |
| 貳、產業概況               | 5  |
| 一、過去                 |    |
| 二、現況                 |    |
| 三、問題                 |    |
| 四、貼心設計               |    |
| 參、研究設計               | 7  |
| 一、抽樣問卷設計與分析          |    |
| 肆、實證結果               |    |
| 一、SWOT分析             | 19 |
| <一> 優勢 (Strength)    |    |
| <二> 劣勢 (Weakness)    |    |
| <三> 機會 (Opportunity) |    |
| <四> 威脅 (Threat)      |    |
| 二、4P 策略              | 21 |
| <一> Product (產品)     |    |
| <二> Price (價格)       |    |
| <三> Place (通路)       |    |
| <四> Promotion (促銷)   |    |
| 伍、未來展望               | 25 |
| 陸、結論與建議              | 26 |
| 附錄                   |    |
| 問卷設計                 | 28 |
| 參考資料                 | 31 |
| 幕後花絮                 | 32 |
| 限制條件                 | 34 |
| 工作分配                 | 35 |

## 壹、前言

### 一、研究動機

近年來台灣的糕餅店漸漸的走入西式化，許多台式大餅都逐漸在消失中，而蛋糕店不斷的創新、改造，讓品質提升。客人到蛋糕店不但追求食物的新鮮、品質等……物質的享受，更重視視覺上的感覺效果，不僅如此，一家店的氣氛、服務態度也會影響顧客來店的次數。而我們要介紹的『日出，乳酪蛋糕』，他不僅僅是賣乳酪蛋糕，它還有賣台式大餅、花茶及土鳳梨酥等……產品，且它每一樣產品的包裝都很獨特，外盒做成書的模樣很有歐式的感覺，可是在書的外面又包了一層紙，紙上面卻是本土童謠，畫也是中國風的畫，手提的紙袋也是相當中國復古風。

在蛋糕店百家爭鳴的時代，日出乳酪蛋糕卻能異軍突起獲得消費者的青睞，到底是什麼樣的魅力吸引消費者去購買，這就是引起我們想要調查這家店消費者滿意度的動機。

### 二、研究目的

現在的蛋糕店無所不在，幾乎就像是便利商店一樣，佈滿了大街小巷，有些蛋糕店更是結合了咖啡在旁邊，讓客人不但可以喝到剛煮好的咖啡，又可以慢慢的品嚐蛋糕；有些蛋糕店則是開在交通要塞，人們一經過就會被吸引。

但是我們令好奇的是『日出，乳酪蛋糕』並不是全省都有分店，它的店面都在台中市，且只有僅僅的三家，這三家的風格都很不同，地點也不是都在很容易被注意到的地段，所以，我們想知道『日出，乳酪蛋糕』究竟是用何種方式吸引顧客來店裡，滿意度如何居高不下，或是透過何種的行銷手法來招攬顧客，還是它有別於其他蛋糕店的優勢存在。

### 三、研究方法

#### (一) 實際訪察法

我們實際採訪了『日出·旅人乳酪蛋糕』、『日出·大地乳酪蛋糕』及『日出·修道院蛋糕』，三家的特色都十分的不一樣，但是服務態度卻是超好的，每一個人都照顧的無微不至，也會很耐心的回答我們的問題。

#### (二) 問卷調查法

我們設計了一份問卷，並將問卷放置網路上的BBS (bbs://ptt.cc)

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

，分別置於： e-shopping 版、合購版、Chat82gether、台中版、食物版、咖啡與蛋糕版。這個 BBS 每日平均流量是六萬人次。我們利用問卷詢問他們的顧客滿意度，並讓我們更了解顧客真正需要的是什麼？該改進的地方又在哪？顧客的年齡層分散的狀況。

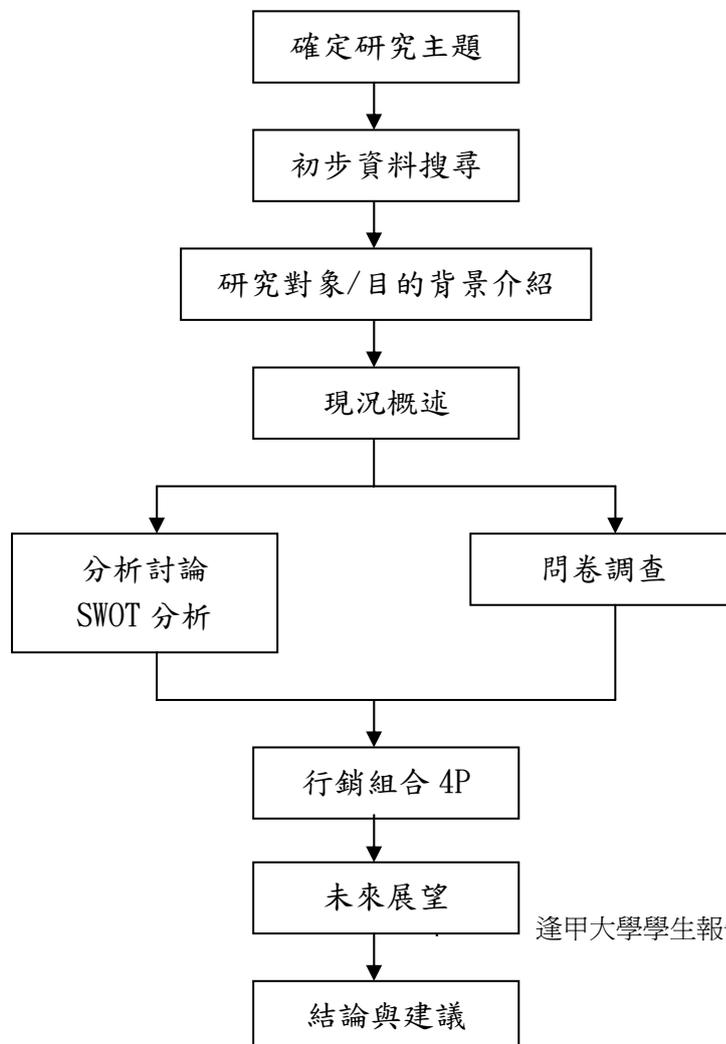
### (三) 報章刊登

日出的土鳳梨酥被評價為全省最好吃的鳳梨酥，所以會有許多報社爭先恐後的要來刊登這件消息，及採訪這家『日出，乳酪蛋糕』的店，當大家看過報紙上的資料就會想要更了解『日出，乳酪蛋糕』及『日出，土鳳梨酥』。

### (四) 網誌介紹

現在的電腦、網路都是非常普遍的，有許多人都喜歡在網路上發表自己的意見、或想法，當有人找到一家很 nice 的店，他就會為這家店做評價，分享自己的感想，該注意些什麼事情，或者是店家的特色，都會介紹的十分詳細，不輸給一般電視上的美食節目，而『日出，乳酪蛋糕』也常常讓網友當話題般的討論。所以也用網友的評價來研究。

## 四、研究流程



## 貳、產業概況

### 一、過去

2002年日出最早的第一間店面是日出·大地，由日出團隊一手打造，整間店的概念、構想都源自於日出團隊，從門市花園比賣場還大就知道日出對於質感的重視，不單單只是產品，他們的細心更延伸到整個門市的景觀。他們秉持著「我們情願麻煩，堅持所有的麻煩後，擔心就不用了！」這樣的想法，而逐漸吸引顧客，經由口耳相傳，因而在蛋糕界佔有一席之地。

日出乳酪蛋糕注重原料，每吃下一口都可感受到他的真材實料，堅持不添加防腐劑，即使成本高，依然給顧客是最好的。每種產品想盡辦法把熱量降到最低，不造成身體負擔；獨特的減量包裝，既環保又精美，有別於以往的包裝方式。

在3年多前朱雀文化社，有出刊一本日出乳酪蛋糕的食譜，提供民眾如何做做出像日出一樣口感的蛋糕。現在可以上網至留言版詢問，店長都會仔細說明以及哪些小細節是該注意的。

日出曾經在台北（遠企百貨公司）有成立過一家門市，但因租約到期加上其他因素，便無再續約，因此現在只剩下台中有三家門市，其他縣市並沒有門市。

### 二、現況

現今日出乳酪蛋糕有三間門市：大地、修道院、旅人。分別有不同主題，裝潢風格及擺設也有所不同；大地店前面是一片花園，花園面積甚至比賣場還大，進門之後踩著枕木，蜿蜒一點才能進去店裡，有著「童趣」的風格，門把上還有「甲上上」的字樣，大門也漆成綠色，好像國小時代作業本的綠色；修道院店保留著乳酪蛋糕中古世紀流傳至今的典故，制服是修道院的道袍；旅人店則以旅人的心境為主，機場時刻表作為價目表，明亮俐落的感覺，讓人眼睛為之一亮。

店員服務態度很好，一進門便會幫你倒一杯花茶，主動幫你介紹，櫃檯還會擺放可供試吃的各式蛋糕，讓顧客一邊品嚐一邊欣賞日出產品，在服務這方面，問卷調查出來也有良好的評價。

在網路上日出算是熱門中的首選，它每月推出兩款蛋糕稱為「值日生」、「模範生」，因節令、季節每月而有所不同，以九折價格優惠客戶。門市則依據每日蛋糕加烤配量不同而變動值日生與模範生。

日出最熱門的就是原味乳酪蛋糕，絕不添加奶油的乳酪蛋糕，口感介於紮實濃厚的重乳酪和口感清爽的輕乳酪之間，十分滑順綿密。

目前日出推出新產品「土鳳梨酥」，日出土鳳梨酥別於一般的鳳梨酥，是因為日出採用南投縣鹿鳴鄉「二號仔」，標榜「絕不冬瓜」，不像一般的都是用冬瓜來做，可以吃到鳳梨的纖維，甜中帶酸。由於是真材實料，因此工程變得麻煩無比。採用的糖分是甜度低的海藻糖，兼顧口味與健康，對身體不會造成負擔。

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

一般鳳梨酥外觀看起來油油亮亮，因為它會加奶油、塗果膠；但土鳳梨酥不添加這些，完全是天然的外觀、色澤。

日出蛋糕的成功除了好吃之外，更重要的是行銷手法，除了別有風味的提袋之外，在包裝盒子的紙套寫著「熱量已至最低 如仍感心中有股暖流 係幸福感所致 請安心食用」，十分貼心的設計。最近他們推薦的土鳳梨酥，用了環保包裝，也做了可愛的宣傳DM，其中文字的描述也很動人，印著「鳳梨頭，西瓜尾」，背面還有各式產品的價目表及照片，讓供顧客作為參考。提帶裡還會附贈小卡，小卡內容則依據節日而有所不同，背面還有一小段文章，由此可以看出日出的用心。

補充「鳳梨頭，西瓜尾」：

鳳梨的果實，是由母株的葉心，由下往上生出來，整個高實是頭下尾上挺立，成熟時，外皮都是由頭部一層一層往上變紅、變黃，因為頭端接近母株地面的根部，水分與養分較多，所以鳳梨一定是頭部最甜，尾部就越酸。而西瓜正好相反，西瓜未採收時，果實多半是頭上尾下或平躺，長大過程都是尾半段較大，較多水分，所以整顆西瓜是尾部半段較甜，較好吃。這句話的意思：吃鳳梨是頭較甜，吃西瓜是尾較佳。

### 三、問題

價格偏高：日出注重產品的原料，不添加防腐劑、奶油等化學調味品。

宅配費用門檻高：宅配計費方式為消費滿 3000 免宅配費用，未滿 3000 元需加收 130 元低溫宅配費用。

外地消費者購買不方便：目前階段以中部設立門市為主，加上業務龐大，店主無意在外縣市加盟，造成外地消費者購買不方便，只能以宅配服務來滿足外縣市顧客。

### 四、貼心設計

乳酪蛋糕出冰箱都會貼心幫您附上保冰袋，室溫下可持續保冰 4 至 5 個小時。如需較長時間，告知服務人員，可幫您加強保冰。保冰袋還可重複使用。

注重減量包裝，以一張紙作為包裝設計，走出塑膠隔間，包裝簡單又環保，樸實又不失精緻，很適合用來送禮。<http://pcake.com.tw/packing.html>

提帶裡還會附贈小卡，小卡內容則依據節日而有所不同，背面還有一小段文章，由此可以看出日出的用心。

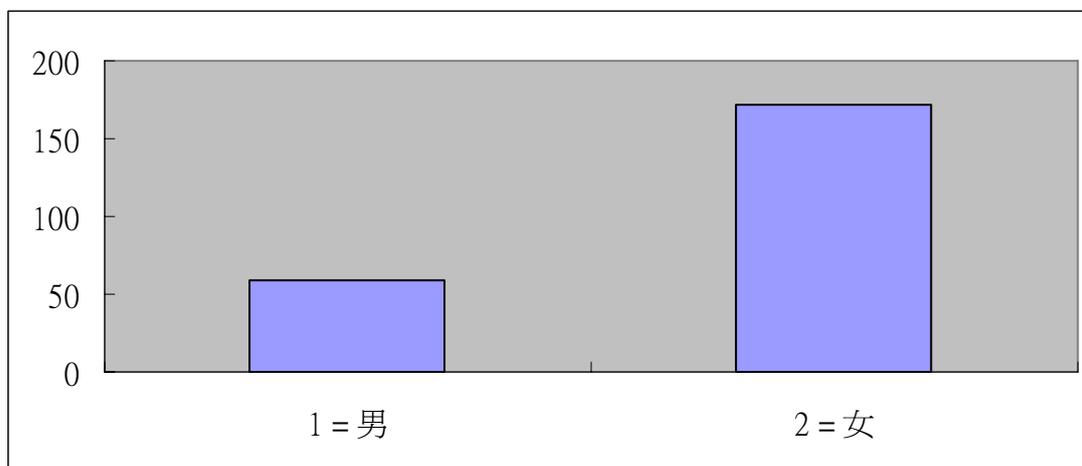
## 參、研究設計

### 一、抽樣問卷設計與分析

這一次我們是採用網路問卷調查的方式，來做日出蛋糕的顧客滿意度調查。我們是將問卷放於目前最熱門的BBS網站 [bbs://ptt.cc](http://bbs://ptt.cc) 上，採用自由填寫的方式（以一台電腦僅能填寫一次為限），讓網友們填寫。

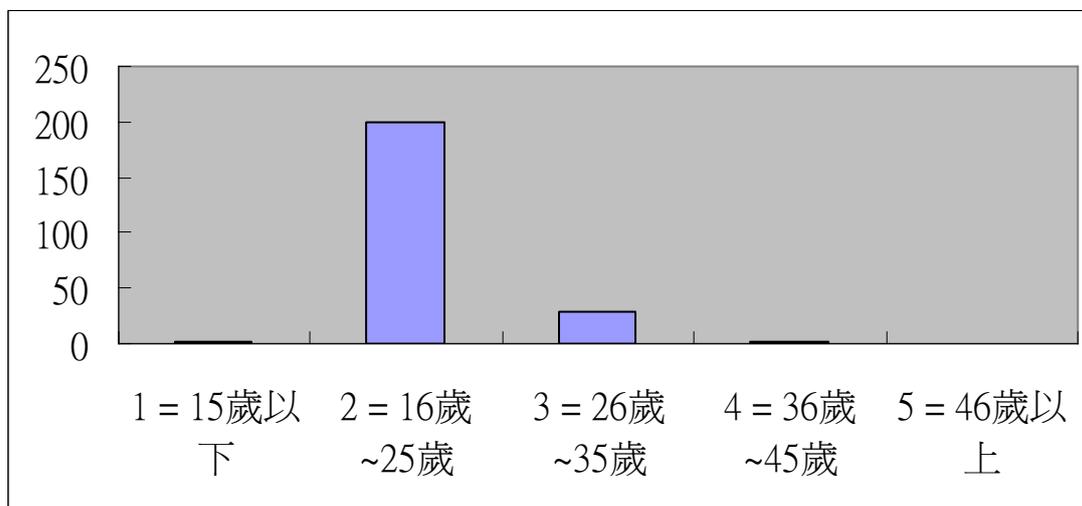
本次所做的「日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查」，所收回的樣本數目是231份。我們將依這些網路問卷來一一作探討。

#### 1. 性別



由上面的長條圖來看，可以得知，日出乳酪蛋糕主要的購買族群以女性居多。他的比例分配是，男性59人，女性172人。

#### 2. 年齡

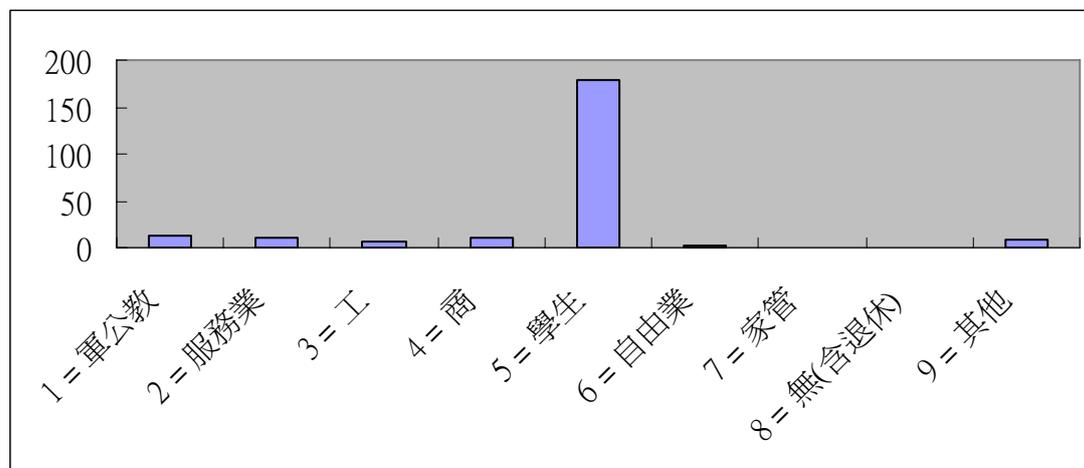


## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

由上面的長條圖來觀察，可以發現，購買日出乳酪蛋糕的年齡層主要是分布在 16 歲 ~ 25 歲這一塊年齡層區域中，在這一區塊中，所佔的樣本數目是 200 份問卷。而第二高的年齡層，則是分布在 26 歲 ~ 35 歲這一塊區塊中。所佔的樣本數目是 28 份。15 歲以下的這一個區塊中，所佔的樣本數目則是 2 份。而在 36 歲 ~ 45 歲的這一個區塊中，所佔的樣本數目則是 1 份。最後，46 歲以上的區塊，所佔的樣本數則是 0 份。

所以從以上的分析可以得知，日出乳酪蛋糕主要的購買族群是以 16 歲 ~ 25 歲年輕族群居多。

### 3. 職業

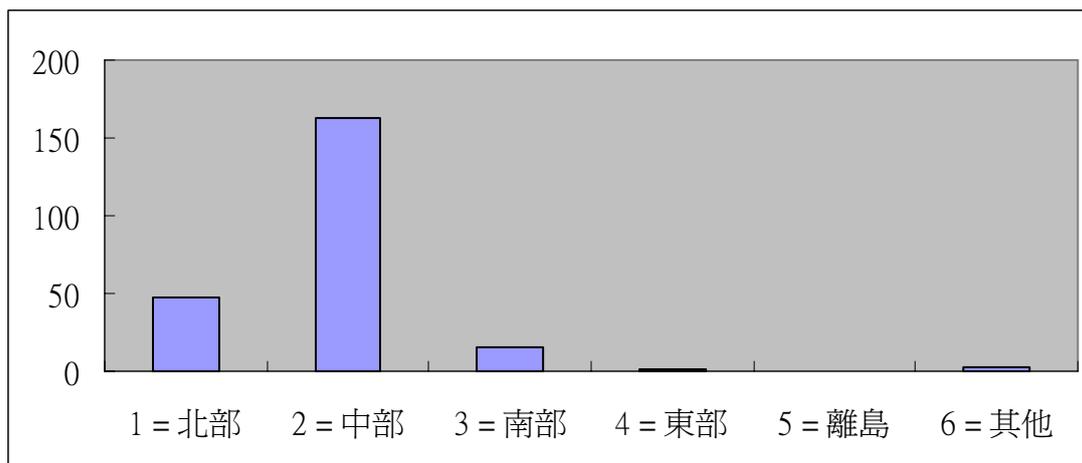


由上面的長條圖來觀察，可以得知，日出乳酪蛋糕主要的購買族群的職業是以學生居多。光學生這一部分的樣本問卷就佔了 178 份之多。而第二多的購買族群則是軍公教，這一部分的職業佔了 12 份問卷。再來就是服務業和商業，在這兩塊區塊中服務業和商業各佔了問卷的 11 份。工業則是佔了問卷的 7 份，自由業佔了問卷的 3 份，家管則是 0 份，無〈含退休〉這一部分的問卷則是佔了 1 份，最後，其他的部分則是佔了問卷的 8 份。

由以上的分析可以得知，日出乳酪蛋糕主要購買族群的職業是以學生居多。但是，很有可能是因為我們是採用網路問卷，會上網的族群主要是以學生為主。如果採用的是路上發問卷的調查，那麼所做出來的結果，可能就和網路問卷不同。

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

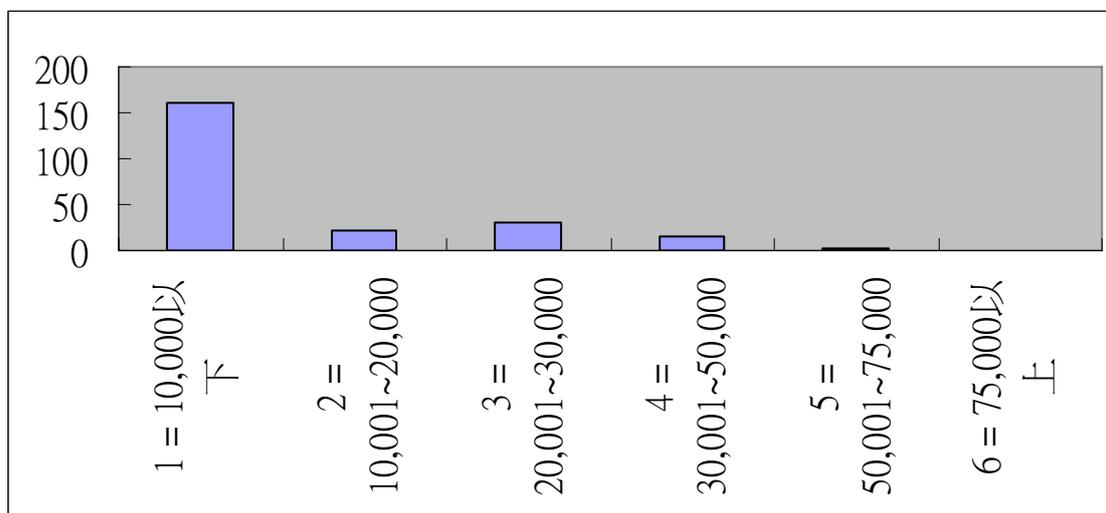
### 4. 居住地



由上列的長條圖可以看出，日出乳酪蛋糕主要的購買族群的居住地是集中在中部地區。中部地區這一塊區塊，所佔的問卷數目高達 163 份。而北部地區這一塊區塊，則是佔了所有問卷數目的 48 份。接著，南部地區，則佔了問卷數目的 16 份。東部地區，則是佔了 1 份。離島地區，0 份。其他地區，則是佔了 3 份。

由於日出蛋糕只有在台中開了三間店，在台灣其他地區，北部、東部、南部、外島等地，都沒有店面。所以，購買族群集中在中部，是很正常的。也可以說，日出蛋糕在中部已經有一定的知名度，但是在其他地區，則必須要想辦法改善。

### 5. 個人平均月收入



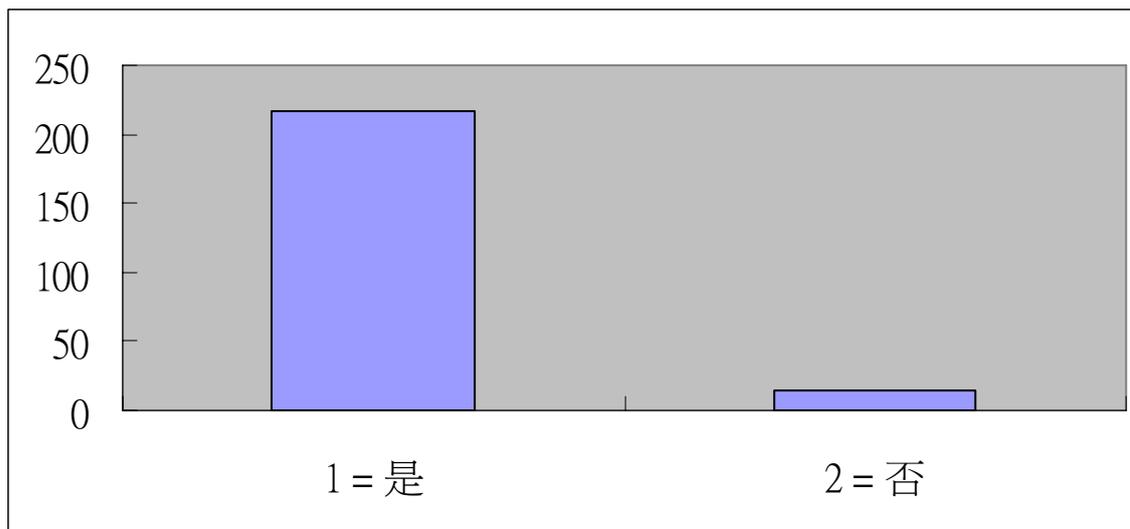
由長條圖來看，可以發現，購買日出乳酪蛋糕的族群之個人平均月收入主要是集中在 10000 元以下。10000 元以下的問卷數目則是佔了 160 份。而在個人平均月收入 20001 ~ 30000 元這一塊區間，則是佔了所有問卷數目的 30 份。接著，在個人平均月收入 10001 ~ 20000 元這一塊區塊，則是佔了問卷數目的 22 份。個人平均月收入 30001 ~ 50000 元這一塊，則是佔了問卷數目的 16 份。個人平

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

均月收入 50001 ~ 75000 元這一塊區間中，所佔的問卷數目則是 3 份。最後，個人平均月收入 75000 以上的這一區塊，則是佔了問卷數目的 0 份。

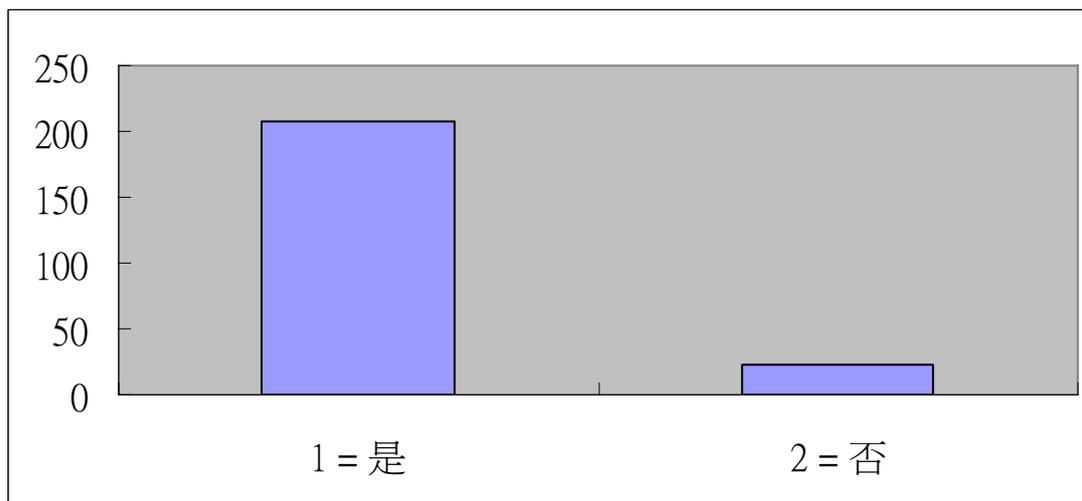
由上述的說明中可以看出，日出乳酪蛋糕主要的購買族群之個人平均月收入，主要是以 10000 元以下為主。這項數據，和前面幾項的購買族群之年齡、職業息息相關。因為主要購買族群是以 16 ~ 25 歲的學生為主，所以他們的個人平均月收入及有可能落在 10000 元以下這一個區塊。

### 6. 請問您是否有聽過日出乳酪蛋糕？



在長條圖上可以得知，作此份問卷的人，大部分都聽過日出乳酪蛋糕。聽過的問卷數目佔了 217 份。而沒聽過日出乳酪蛋糕的，則是佔了問卷的 14 份。

### 7. 請問您是否有購買(含吃)過日出乳酪蛋糕？

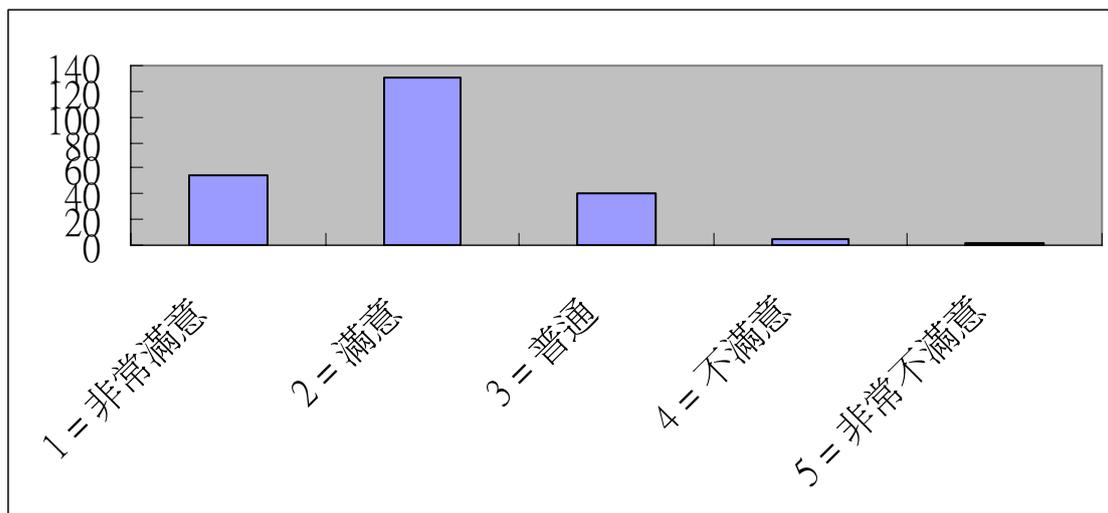


在這一題中，我們可以得知做此份問卷的大部分人，幾乎都有購買過日出乳酪蛋糕。在是的這一塊區塊中，所佔的問卷數目就有 208 份。而沒購買過日出乳酪蛋糕的這一塊區間，只佔了問卷數目的 23 份。

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

綜合上一題，「是否有聽過日出乳酪蛋糕？」，那一題中，沒聽過的人數只佔了 13 人，而到了這一題，沒吃過日出乳酪蛋糕的人就暴增了 9 人，變成了 23 人。由此可知，有部分的民眾，是有聽過日出乳酪蛋糕，但是沒有機會去購買、嘗試日出乳酪蛋糕的產品。

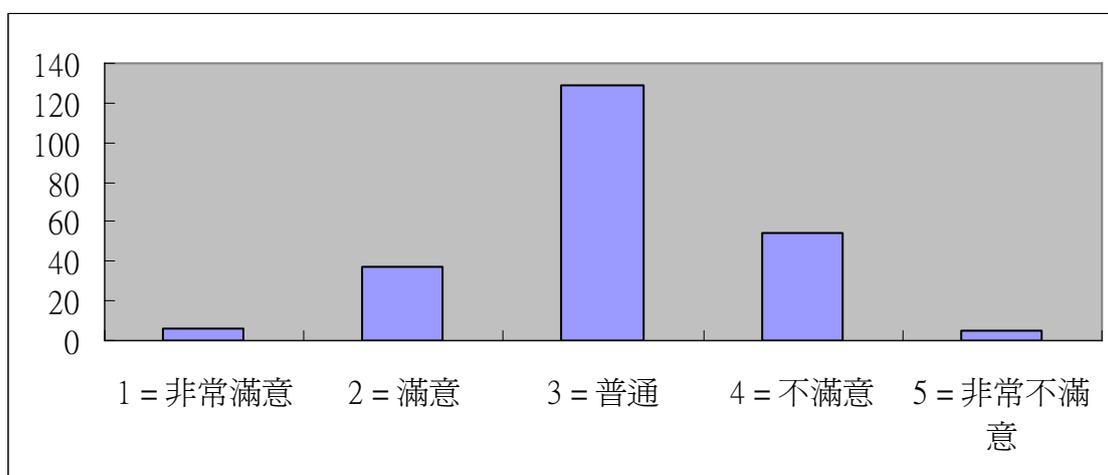
### 8. 對於日出乳酪蛋糕所提供商品的口味



由此張長條圖上可以看出，顧客對於日出乳酪蛋糕所提供的商品口味，大部分都覺得還算滿意，其中的滿意這一塊區塊，佔了所有問卷中的 130 份之多。而非常滿意這一個區塊，則是佔了所有問卷的 55 份。普通的這一區塊，則是佔了 41 份。不滿意這一區塊，則佔所有問卷的 4 份。最後，在非常不滿意這一區塊，則只佔了所有問卷中的 1 份。

從以上的分析可以得知，大部分購買日出乳酪蛋糕的顧客，都對日出乳酪蛋糕所提供的商品口味，有著滿意的程度。

### 9. 對於日出乳酪蛋糕所提供商品的價格



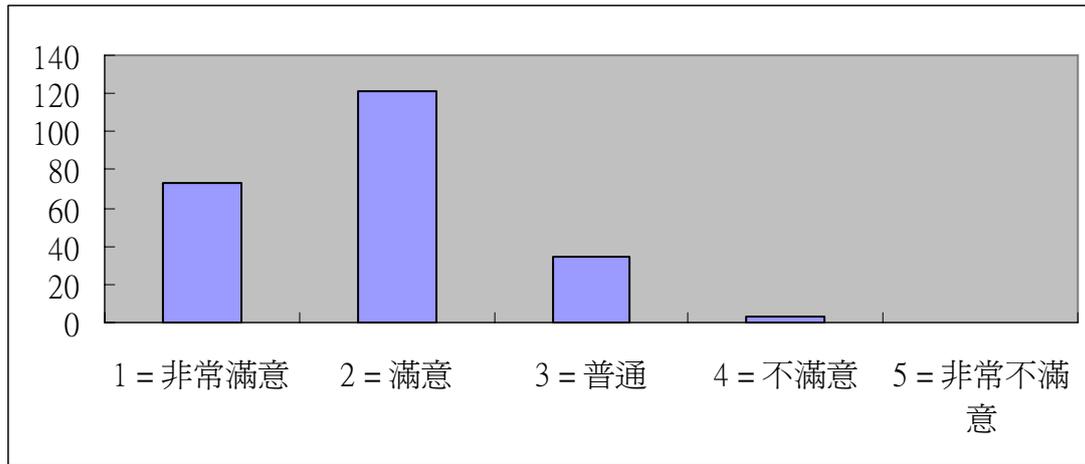
由上面的長條圖來看，大部分的顧客對於日出乳酪蛋糕商品價格的滿意程度

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

普遍集中在普通這一區塊，這一區塊佔了所有樣本數目的 129 份。至於不滿意這一區塊，則佔了所有問卷數目的 54 份。滿意這一區塊，則佔了所有問卷的 37 份。分長滿意這一區塊，則是佔了所有問卷中的 6 份。最後，在非常不滿意的這一區塊中，則是佔了所有問卷的 5 份。

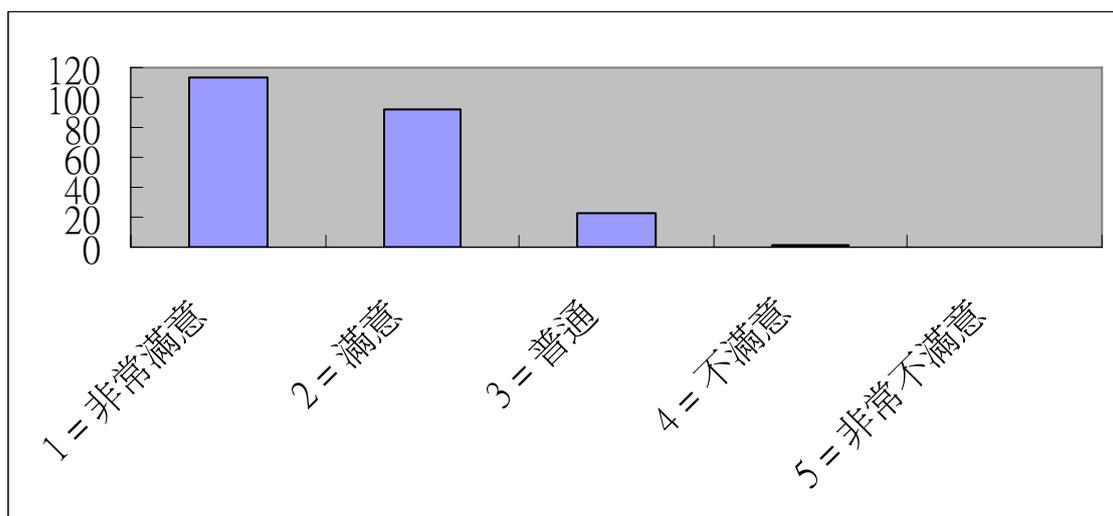
由以上的分析可以知道，因為大部分的顧客族群的平均月收入都在 10000 元以下，所以，有許多顧客會認為日出乳酪蛋糕的商品價格對他們來說略嫌貴。

### 10. 對於日出乳酪蛋糕所提供商品的品質



從上面的長條圖來看，大部份顧客對於日出乳酪蛋糕所提供的商品品質之滿意度，主要是分布在滿意這一區塊。在滿意這一區塊的問卷數目，佔了所有問卷的 121 份。

### 11. 對於日出乳酪蛋糕所提供商品的包裝



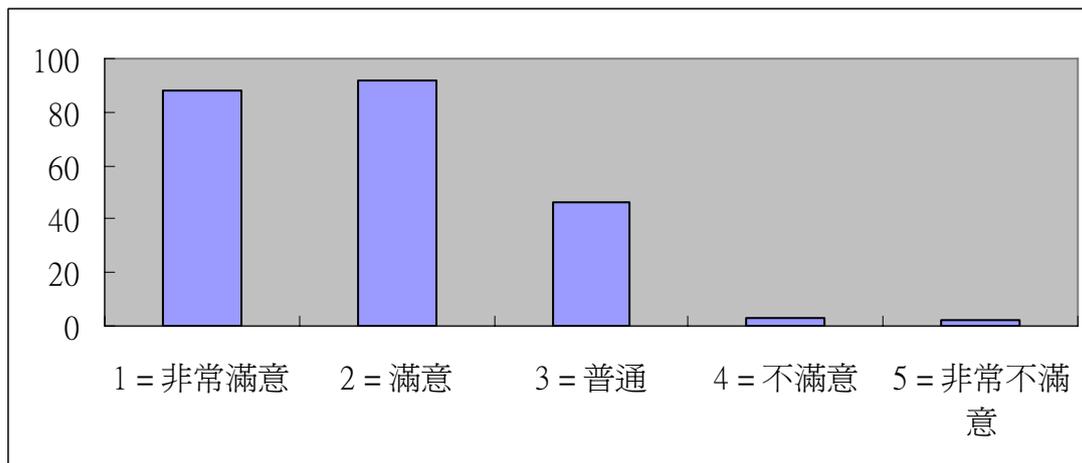
由上面的長條圖中，我們可以發現，普遍的顧客對於日出乳酪蛋糕的包裝，是秉持著非常滿意及滿意的態度。在非常滿意這一個區塊，他所佔的問卷數目高

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

達所有問卷的 114 份。而在滿意的這個區塊中，他所佔的問卷數目則是 92 份。普通的這個區塊中，他所佔的問卷數目是 23 份。在不滿意的這個區塊中，他所佔的問卷數目是 2 份。非常不滿意的這個區塊，他的問卷數目則是 0 份。

從上面的分析來看，可以知道，日出乳酪蛋糕在包裝上，廣受他的顧客喜愛。這是他們很成功的地方。

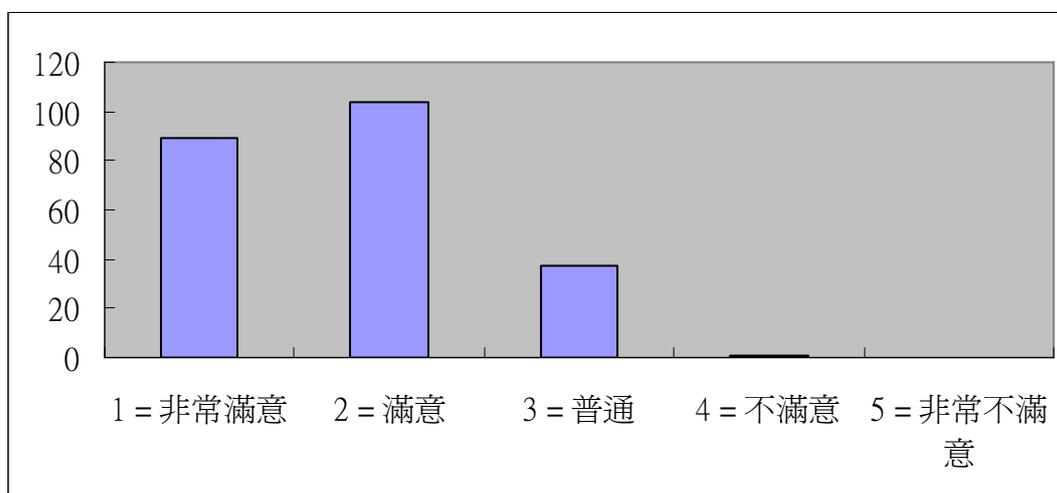
### 12. 對於日出乳酪蛋糕服務員之服務態度



從上面的長條圖中可以看出，日出乳酪蛋糕在於服務員的服務態度這一項中，普遍被顧客所接受、認同。他大部分的集中在滿意和非常滿意這兩個區塊。在滿意這個區塊中，所佔的問卷數目有 92 份。而非常滿意這個區塊，則是佔了所有問卷中的 88 份。至於普通這個區塊則是佔了所有問卷數目的 46 份。不滿意這一個區塊則是佔了問卷數目的 3 份。非常不滿意這一個區塊，也佔了所有問卷的 2 份。

由以上分析可以知道，日出乳酪蛋糕的服務態度，也是備受消費者的肯定。但是其評價，並沒有像日出乳酪蛋糕的包裝一般好。這一部分，是日出乳酪蛋糕還需要去深入了解的。

### 13. 對於日出乳酪蛋糕於實體店面的設計



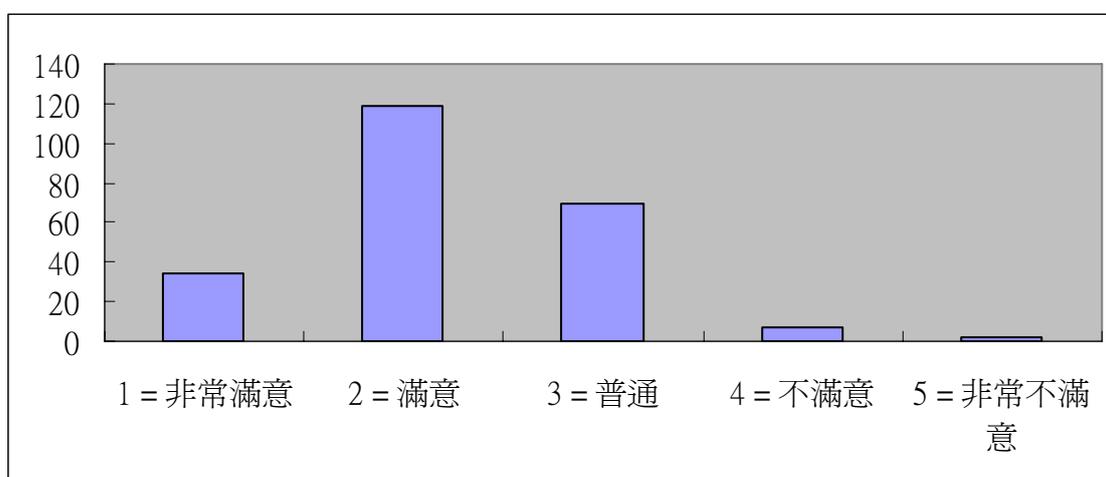
## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

日出蛋糕店總共有三家店面，各有三種不同的主題。分別是日出旅人、日出修道院和日出大地。這三間風格都不同，在店面裝潢上也別有一番用心。

從上面的長條圖中可以看出，大部分的消費者，對於日出乳酪蛋糕的實體店面設計有著還不錯的評價。大部分的評價都落在滿意和非常滿意這兩塊區塊中。在滿意這一個區塊中，他所佔的問卷數目是 104 份。而非常滿意這一個區塊中的問卷數目也有 89 份。至於普通這一個區塊，則也佔了 37 份問卷。在不滿意這一個區塊中，則是佔了 1 份的問卷。非常不滿意這一區塊，則是 0 份問卷。

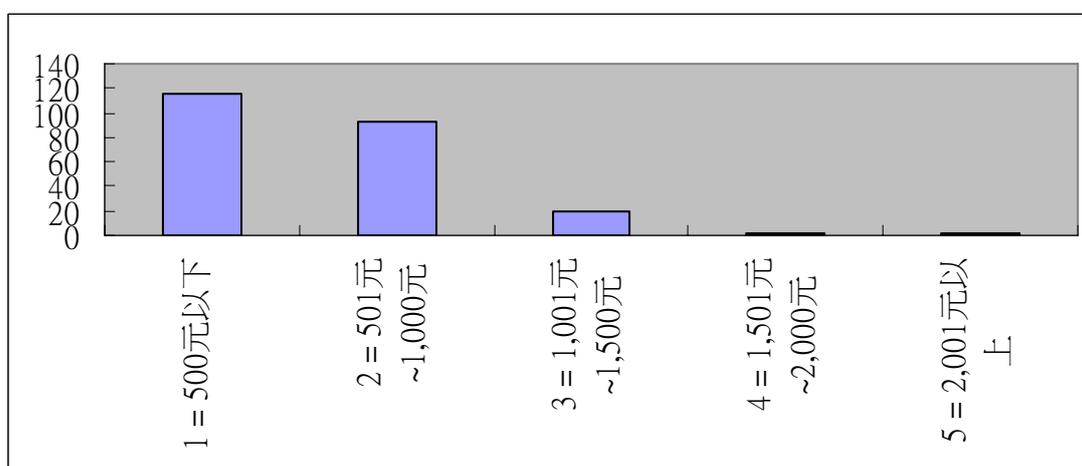
從上述分析中，可以發現日出乳酪蛋糕在這實體店面設計這一部分，也實施的非常成功。評價明顯的不錯。廣受消費者喜歡。

### 14. 對於日出乳酪蛋糕網站的設計



從上面的長條圖中來看，日出乳酪蛋糕的網站設計，普遍的評價是落於滿意這一個區塊中。就滿意這一區塊來說，就佔了所有問卷數目的 119 份。而在普通這一個區塊中，則是佔了 69 份問卷。在非常滿意這一個區塊中，則是佔了 34 份問卷。在不滿意這一區塊中，也有佔了問卷數目的 7 份。而在非常不滿意這一個區塊中則是佔了 2 份問卷。

### 15. 請問您半年會花多少錢購買日出乳酪蛋糕(含系列商品)?

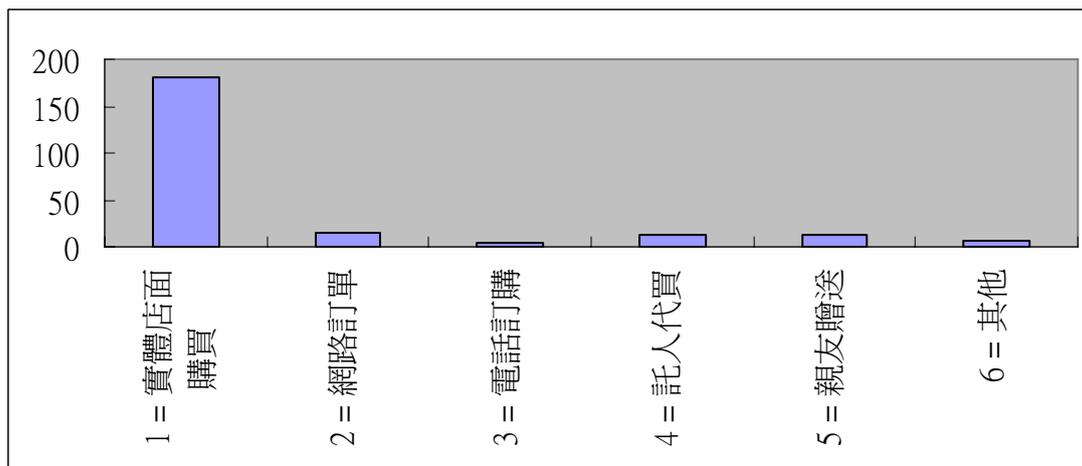


## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

從上面的長條圖中可以看出，消費者平均在半年內的購買量主要是集中在500元以下。在500元以下的這個區塊，所佔的問卷數目有115份。而在501~1000元這一個區塊，則是佔了問卷數目的92份。在1001~1500元這一個區塊中，則是佔了20份問卷。在1501~2000元這一區塊中，則是佔了2份問卷。最後，在2001元以上的這個區塊中，所佔的問卷數目則有2份。

從以上分析可以知道，大部分的消費者平均半年會載日出乳酪蛋糕店大約買500元左右的商品。這和之前的消費族群是學生，有著關聯。

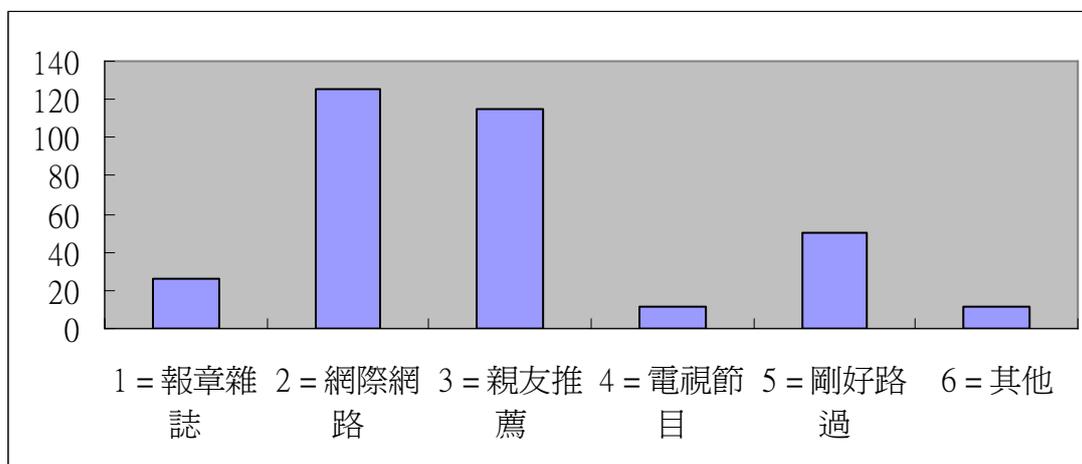
16. 請問您是由何種管道取得日出乳酪蛋糕？



從上面的長條圖中可以看出，大部分的消費者都是在實體店面購買日出乳酪蛋糕。光實體店面夠滿的這一個區塊就佔了所有問卷數目的180份。而網路訂單這一部分的問卷數目有15份。再來，親友贈送這一區塊這是佔了所有問卷數目的13份。托人代買這一區塊，則是佔了所有問卷的12份。最後，在電話代購這一區塊，則是佔了4份問卷。其他這一區塊，也佔了7份問卷。

雖然我們的問卷是網路問卷，但是大部分的消費者並不是採用網路訂單方式，來取得日出乳酪蛋糕的產品，反而大部分的消費者都是直接前往店面購買較多。

17. 請問您如何得知日出乳酪蛋糕？（可複選）



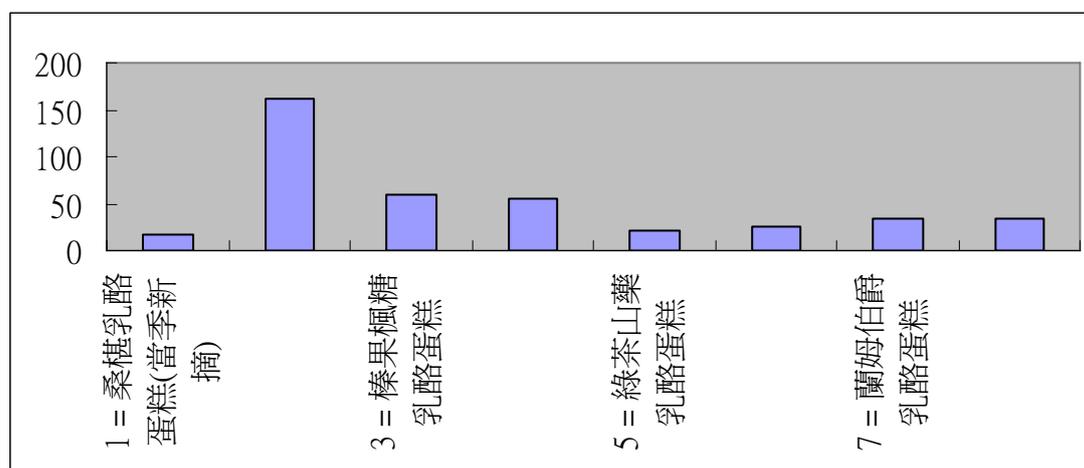
## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

從上面的長條圖中可以看出，大部分的消費者是從網際網路和親友推薦的方式，來得之日出乳酪蛋糕。在網際網路這一個區塊中，他所佔的問卷數目有 125 份。而在親友推薦這一區塊中，則是佔了 115 份問卷。剛過路過一區塊，則是佔了 50 份。報章雜誌這一區塊則是佔了 26 份問卷。電視節目這一區塊，也佔了 12 份問卷。最後，其他這一區塊，佔了 11 份問卷。

因為此題題目是採用複選的方式，所以在問卷數目上會比較多。不過，也可以從分析中看出，網際網路是消費者得知日出蛋糕的最成功的管道。

### 18. 請問您最喜歡日出乳酪蛋糕哪個口味? (可複選)

- |                     |                 |
|---------------------|-----------------|
| 第 1 區塊：桑椹乳酪蛋糕(當季新摘) | 第 2 區塊：日出原味乳酪蛋糕 |
| 第 3 區塊：榛果楓糖乳酪蛋糕     | 第 4 區塊：純朱古力乳酪蛋糕 |
| 第 5 區塊：綠茶山藥乳酪蛋糕     | 第 6 區塊：黑色曼巴乳酪蛋糕 |
| 第 7 區塊：蘭姆伯爵乳酪蛋糕     | 第 8 區塊：其他系列商品   |

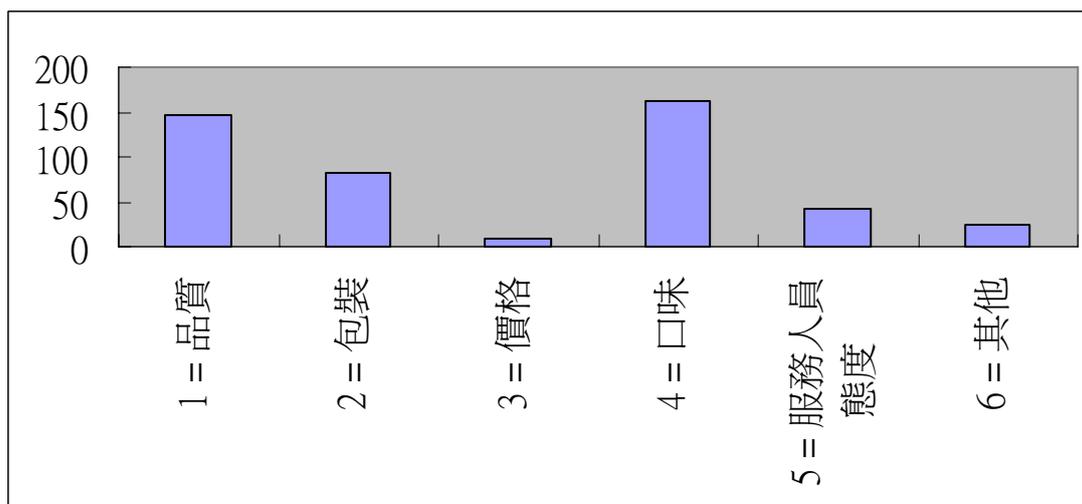


從上面的長條圖中的分析來看，大部分消費者都普遍喜歡日出乳酪蛋糕所生產的日出原味乳酪蛋糕。在日出原味乳酪蛋糕這一區塊中，佔了 162 份問卷。而榛果楓糖乳酪蛋糕則佔了 60 份問卷。純朱古力乳酪蛋糕這一區塊，則佔了 55 份問卷。其他系列商品這一區塊，則佔了 35 份問卷。蘭姆伯爵乳酪蛋糕這一區塊佔了 33 份問卷。黑色曼巴乳酪蛋糕這一區塊則是佔了 25 份。綠茶山藥乳酪蛋糕這一區塊則是佔了 22 份問卷。桑椹乳酪蛋糕(當季新摘)這一區塊，則是佔了 18 份問卷。

除了以上這一些商品之外，有些消費者還提供了他們自己的意見。有的部分消費者說所有的口味他都不喜歡。有些消費者則是推薦鳳梨酥、玫瑰白酒乳酪蛋糕、草莓乳酪蛋糕、紫米花茶等商品，給我們作為參考。不過，大部分的消費者還是普遍偏好日出原味乳酪蛋糕。

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

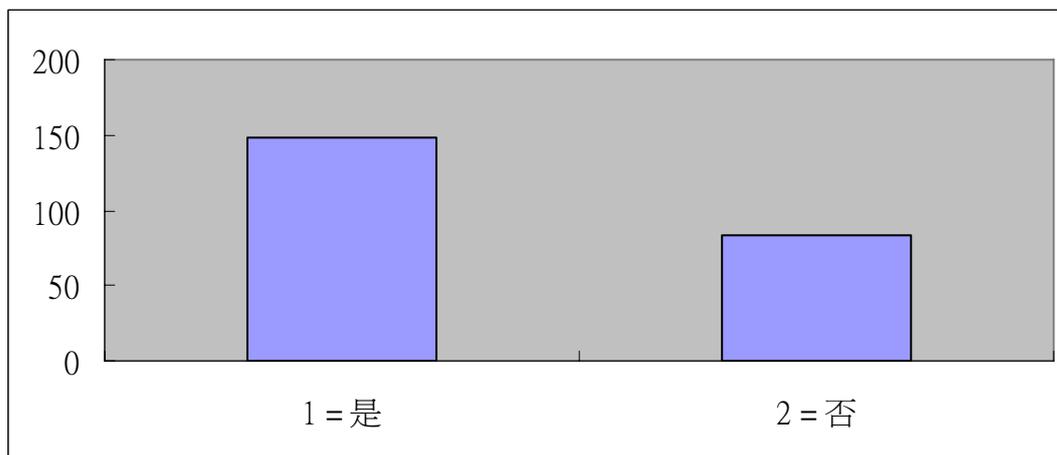
19. 請問您為什麼會選擇購買日出乳酪蛋糕?(可複選)



從上面的長條圖中可以看出，促使消費者購買日出乳酪蛋糕的動機，主要是分布在品質和口味這兩大區塊。在口味這一區塊中，所佔的問卷數目有 162 份。而品質這一區塊，則是佔了 146 份。包裝這一區塊，則是佔了 82 份問卷。服務人員態度這一區塊則是佔了 43 份問卷。其他這一區塊，則是佔了 24 份問卷。最後，價格這一區塊，則是佔了 10 份問卷。

除了以上這幾個選項之外，在其他這一部分，有一些消費者提出，促使他們購買的動力包括品牌、嚐鮮、名氣、友人推薦、網路介紹等因素。

20. 日出乳酪蛋糕會依季節的不同而推出季節限定商品，請問這是促使您購買的動力嗎?

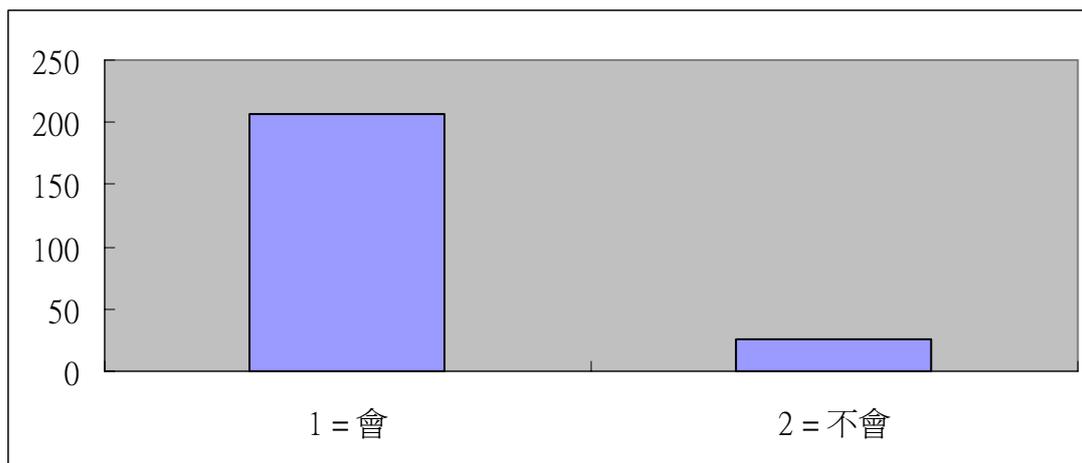


從以上的長條圖可以看出，日出蛋糕依照季節推出的限定商品，會促使某些消費者的購買意願。在是的這一個區塊中，所佔的問卷數目達到 148 份。而在否這一區塊中，所佔的問卷數目則是 83 份。

由以上的分析可以知道，日出蛋糕堆出的季節限定商品，還未普遍受到消費者喜愛、接受。

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

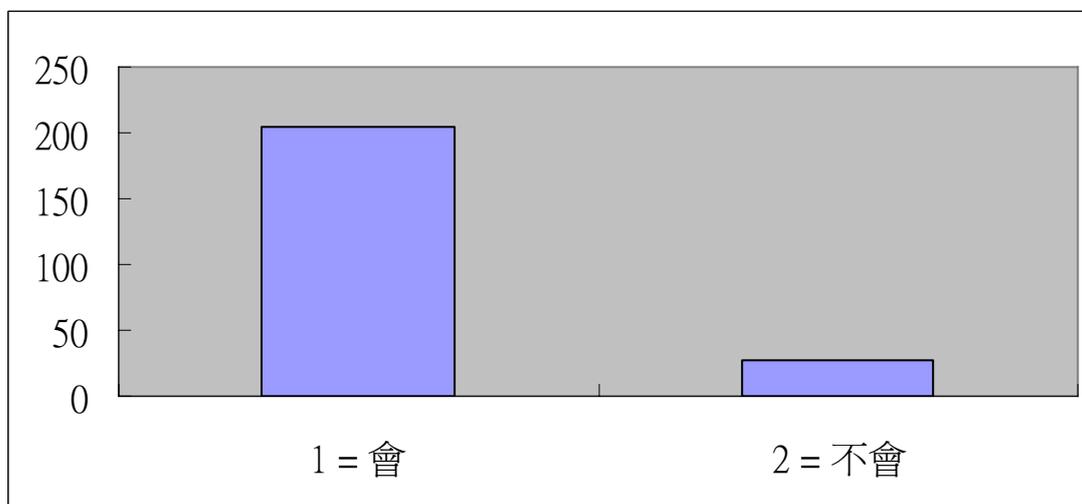
21. 請問會將日出乳酪蛋糕推薦給其他人嗎?



從上面的長條圖來觀察，普遍的消費者是會將日出乳酪蛋糕推薦給其他人的。在「會」這一區塊中，所佔的問卷數目高達 206 份。而在『不會』這一區塊，只佔了少部分的問卷，佔了 25 份。

由以上的分析可以得知，日出乳酪蛋糕已經成功的拉攏許多的消費者，會替日出乳酪蛋糕做廣告，可能以口耳相傳的方式，替日出乳酪蛋糕拉攏更多的消費者。

22. 請問日後是否會繼續購買日出乳酪蛋糕?



由以上的長條圖可以知道，大部分消費者在日後會繼續購買日出乳酪蛋糕。在「會」的這一個區塊中，所佔的問卷數目是 204 份。而在「不會」這一區塊中，所佔的問卷數目只有 27 份。

## 肆、實證結果

### 一、SWOT 分析

#### <一>優勢 (Strength)

1. 真材實料：採用高品質、低糖、低脂的新鮮食材，不含防腐劑。現買就要現吃，既新鮮又健康，符合現代人追求健康的風潮。像乳酪蛋糕在常溫下只能放 4hr，冷藏 4 天，都不能放太久，而且乳酪蛋糕的盒子下面都會附上保藏袋類似冰袋，防止腐壞，這樣對其他地區的消費者很方便，就不怕還沒回到家蛋糕就壞掉了。
2. 服務態度非常好，店內任何產品都主動提供試吃：這是它們一個很大的優點，因為店員的服務態度好，會讓客人感到賓至如歸的感覺，買東西也會買的開心，另一個優點是，如果不試吃就不知道口感如何，通常消費者若覺得口感不是很好，光顧一次也許就不想再去，那對顧客回流率，有很大的影響，相對的名聲也會下降許多。
3. 有環保意識：幾乎所有的包裝都採用可回收的紙類，現在還有很多店家為了減少成本，繼續使用塑膠袋或塑膠盒，日出不怕成本高，堅持使用紙類。
4. 包裝特別、精緻：讓消費者進入店內有耳目一新的感覺，例如：大餅的盒子是 CD 盒的包裝、鳳梨酥分書本和包裹裝…等，這些包裝很成功的打動消費者的心，也讓消費者感到特別，增加銷售量。
5. 有提供宅配服務、電話訂購、網路訂購：其他地區的顧客不用親自到店，就能方便買到產品，也有提供刷卡服務。
6. 注重員工素質：不請工讀生，只請正職，職前必須接受訓練，才能正式到店內工作。
7. 留言板有問必答：只要消費者有任何問題，在留言板上留下訊息，日出都會作回覆的動作。
8. 接受圓形乳酪蛋糕定製：需在兩天前預定，價格不同，給予消費者更多不同的選擇。

#### <二>劣勢 (Weakness)

1. 台中才有門市，其他地區沒有：在其他地區，知名度沒有中部高。
2. 只有大包裝：沒有小包裝，如果自己一個人要吃，就只能買一大盒，吃不完很浪費。
3. 中式產品多於西式產品：不太符合現下年輕人口味，日出的產品大多都是傳統餅類，蛋糕類只有乳酪蛋糕，所以年輕消費群的顧客大都只買乳酪蛋糕，很少考慮其他餅類。
4. 地點不顯眼：招牌不容易找 ex: 修道院、大地，一沒注意就會騎過頭，

要很仔細的看，才找的到。

5. 價格偏高，成本高：如果是沒吃過或是沒聽過日出的顧客，可能會選擇價位低的。
6. 網站有時更新較慢，消費者無法獲得即時的資訊：有折扣的訊息，跟網路的資訊不一致，所以有可能消費者要親自打電話去店裡詢問才能確定。
7. 折扣門檻太高：乳酪蛋糕滿 100 盒是 9 折優惠，禮盒消費滿 10000 元免宅配費，門檻太高，很難達到。
8. 蛋糕易碎，沒附刀叉：拿不好，蛋糕容易碎掉，拿的時候要非常小心，沒有附刀叉與餐盤，造成食用上的不便。

### <三>機會 (Opportunity)

1. 開發新產品：符合現代人喜歡多樣化產品，增加銷售量。
2. 在其他縣市設置銷售定點：可提升知名度，因為日出沒有打電視廣告或是網路廣告，消費者大多都是透過親友介紹、報章雜誌或口耳相傳等得知，若在其他縣市開設銷售點，會有更多消費者知道日出，客源也會增加。
3. 消費者不用排隊：符合趕時間的消費者所需，提高購買意願。
4. 門市相近，調貨快速：如果這家店沒貨，可快速調貨，讓消費者不用等太久即可拿貨，現在還是有很多同質性店家，調貨還得等二到三天，會讓消費者購物慾望降低。

### <四>威脅 (Threat)

1. 同質性競爭者眾多：要不斷的創新，讓消費者感到新奇、特別又好吃，這樣才不會被興新的競爭者搶走客源。
2. 原料、物價不斷上漲：所有的產品都會隨之飆漲，又加上人們的荷包並沒有一起漲，到時候就算再怎麼好吃，消費者只能遠觀不能下手買。
3. 材料來源不穩定：例如玫瑰白酒乳酪蛋糕，它的原料來源是法國白酒、上等玫瑰花瓣，因為上等玫瑰花瓣很難找，所以停產，但是這項產品在網路論壇大受好評，讓喜歡玫瑰白酒的消費者大所失望。

## 二、4P 策略

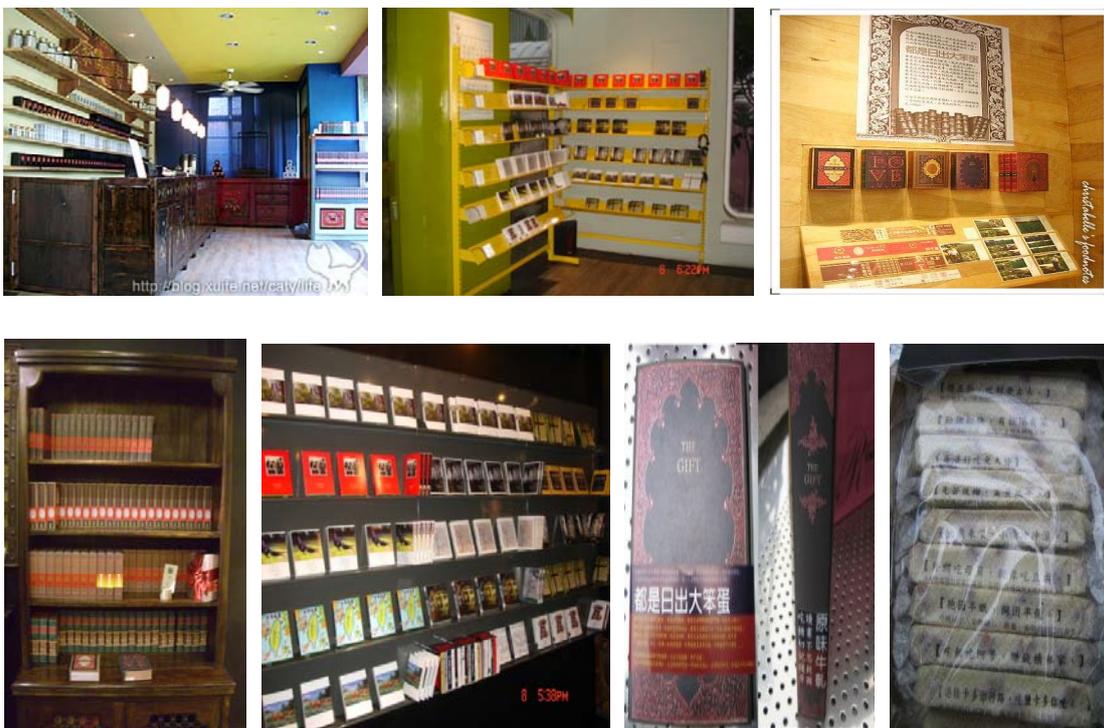
### <一>Product (產品)

土鳳梨酥：土鳳梨酥(包裹裝)、土鳳梨酥(書本裝)、土鳳梨餅。



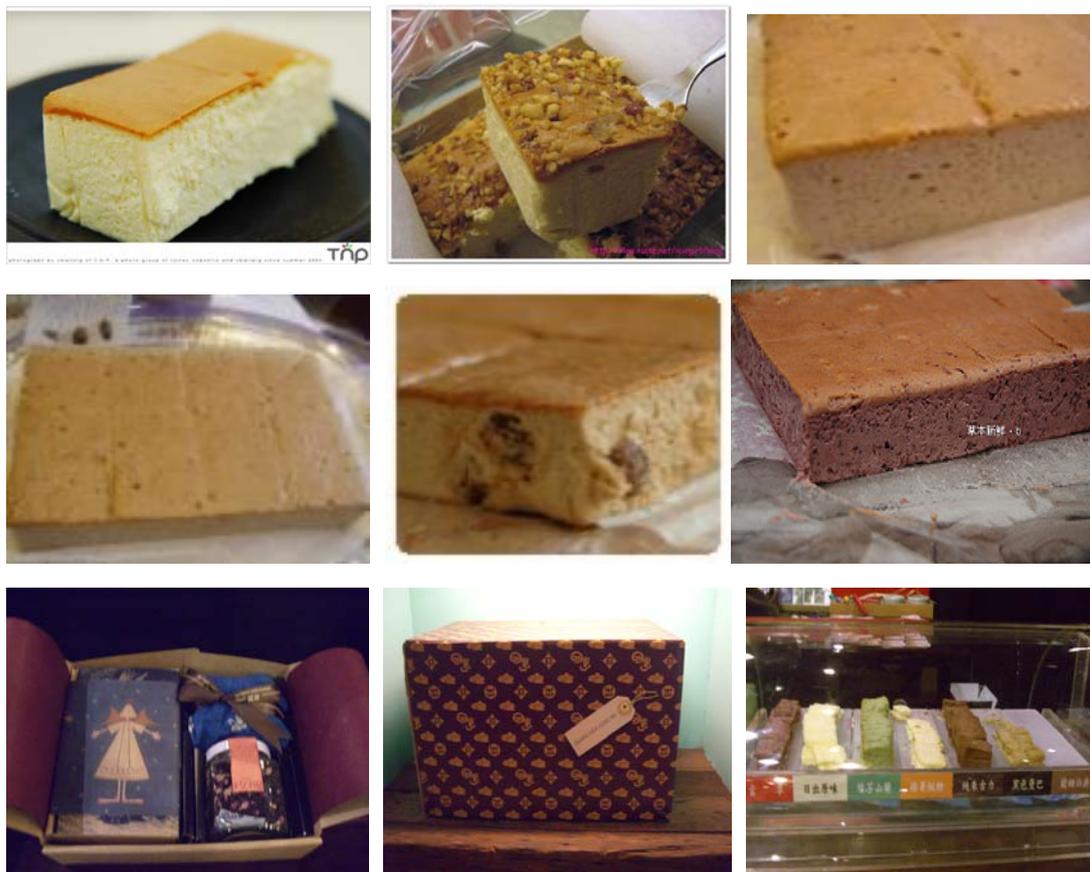
茶食 CD：大瓦片(CD 裝)、杏仁酥、古早味花生糖、細花生花生糖、黑芝麻花生糖、台式肉餅、龍鳳大餅、荷蘭傳統餅、南瓜子酥、琥珀核桃。

書：金牌咖啡牛軋糖、鹹牛傳奇牛軋糖、原味與咖啡牛軋糖、日出原味牛軋糖、南棗核桃糕、大瓦片(禮盒裝)。

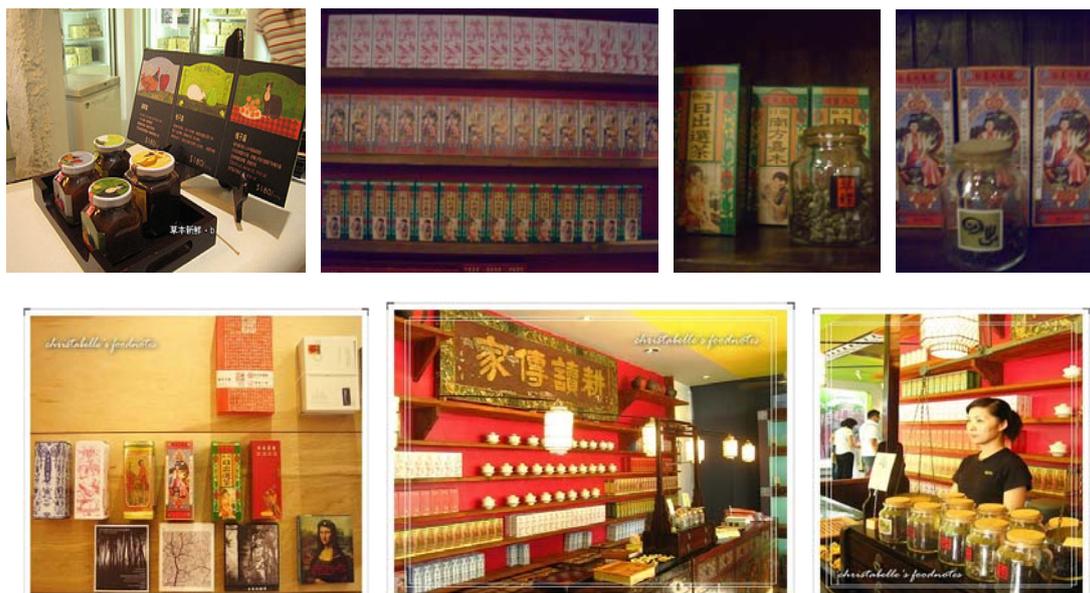


## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

乳酪蛋糕：日出原味、榛果楓糖、純朱古力、綠茶山藥、黑色曼巴、蘭姆伯爵、當季限定



選 茶：玫瑰紫米花茶、薄荷紫米花茶、迷迭香紫米花茶、薰衣草紫米花茶、洋甘菊紫米花茶、宋種單叢、太極翠螺、祁門紅茶、南巖鐵觀音、東方美人。



日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

<二>Price (價格)

|           |       |         |            |
|-----------|-------|---------|------------|
| 土鳳梨酥      |       | 乳酪蛋糕    |            |
| 土鳳梨酥(包裹裝) | \$320 |         |            |
| 土鳳梨酥(書本裝) | \$600 |         |            |
| 土鳳梨餅      | \$120 | 日出原味    | \$280      |
| 茶食 CD     |       | 榛果楓糖    | \$280      |
| 大瓦片(CD 裝) | \$90  | 純朱古力    | \$280      |
| 杏仁酥       | \$120 | 綠茶山藥    | \$380      |
| 古早味花生糖    | \$90  | 黑色曼巴    | \$380      |
| 細花生花生糖    | \$90  | 蘭姆伯爵    | \$380      |
| 黑芝麻花生糖    | \$90  | 當季限定    | 未定         |
| 台式肉餅      | \$90  | 選茶      |            |
| 龍鳳大餅      | \$90  |         |            |
| 荷蘭傳統餅     | \$90  | 玫瑰紫米花茶  | \$220/200g |
| 南瓜子酥      | \$90  | 薄荷紫米花茶  | \$220/200g |
| 琥珀核桃      | \$120 | 迷迭香紫米花茶 | \$220/200g |
| 茶食書       |       | 薰衣草紫米花茶 | \$220/200g |
| 金牌咖啡牛軋糖   | \$300 | 洋甘菊紫米花茶 | \$220/200g |
| 鹹牛傳奇牛軋糖   | \$350 | 宋種單叢    | \$300/ 30g |
| 原味與咖啡牛軋糖  | \$280 | 太極翠螺    | \$300/ 80g |
| 日出原味牛軋糖   | \$250 | 祁門紅茶    | \$300/150g |
| 南棗核桃糕     | \$350 | 南巖鐵觀音   | \$300/100g |
| 大瓦片(禮盒裝)  | \$270 | 東方美人    | \$300/ 54g |



### <三>Place (通路)

1. 直接向店面購買：

| 店名                 | 地點、電話                          |
|--------------------|--------------------------------|
| 大地<br>10:00~21:00  | 台中市西區五權西三街 43 號<br>04-23761135 |
| 修道院<br>12:00~22:30 | 台中市西區大隆路 29 號<br>04-23289410   |
| 旅人<br>10:00~22:00  | 台中市中港路一段 382 號<br>04-23112001  |

\* 近期內將在七期開幕新店 \*

2. 網路訂購：<http://www.dawncake.com.tw> <http://www.pcake.com.tw>

3. 專線服務：04-23751949

\* 宅配運費每箱均 130 元，滿 3000 元免運費 \*



日出。大地



日出。修道院



日出。旅人

### <四>Promotion (促銷)

1. 報章雜誌報導 (蘋果日報鳳梨酥評比 第一名)
2. 網友推薦度高，通常吃過日出的網友都會在網誌上大力推薦  
[http://www.wretch.cc/blog/kinik&article\\_id=6047626](http://www.wretch.cc/blog/kinik&article_id=6047626)  
<http://blog.xuite.net/lpcl/food/8975291>
3. 節慶時有折扣 (例如：母親節時原味乳酪蛋糕享 9 折)
4. 每個月\***值日生**\*都有 9 折折扣(例如：這個月原味乳酪是**值日生**，下個月就會換別的口味)，這樣讓消費者每個月都可以低價格買到不同口味的產品。
5. 讓顧客試吃也不失為一個好的促銷手法，而日出員工不僅不吝惜的讓消費者試吃，服務態度更是親切有禮，還會顧客送上一杯紫米花茶解解渴呢！
6. 彌月優惠 (購滿 100 盒享 9 折)

## 伍、未來展望

目前目標放在提升更多知名度，因為都是以口耳相傳或是網路訊息的傳遞比較多，所以可以多打廣告還有辦一些活動進行宣傳的目的，還有因為目前只有台中這三間乳酪蛋糕店，所以沒辦法很快速的服務到較遠顧客的需要，就必須透過宅配才能吃的到，為了吃乳酪蛋糕就必須付的郵資，也沒辦法可以到現場試吃到自己喜歡吃的口味才買，所以在台灣各地在將來可以出現多一些連鎖店，來服務到各地的消費者。

也可以發展成提供下午茶或是餐點的服務，這也是另一個商機，其中日出大地乳酪蛋糕的室內外設計都非常各具特色，很適合在那裡喝下午茶，悠閒的度過一個輕鬆下午時刻。因為乳酪很黏滑，而且它又堅持不加油膩的派皮，所以綜合口味有製作上是困難的，但是技術是一天天的成長，所以可以研發一種買一盒就可以吃到綜合的口味，這樣就可以用一盒的價錢吃到不同種口味了。

優惠辦法中可以在多元一點，或者優惠價錢可以在低點，這樣顧客才有購買的意願。在建立品牌價值才是永續發展的根本，當建立了品牌價值，任何的行銷方式將能收到事半功倍的效果。因此短期內將以經營壯大顧客規模為第一優先，並在市面保持競爭力，至顧客穩定成長後，一方面繼續擴大顧客組織令一方面加強產品開發，朝提供多元化前進，以增加獲利。

店家估計在五月底六月初在台中七期重劃區開新店，是台中的第四間分店。

## 陸、結論與建議

### 結論

隨著國人飲食習慣逐漸改變，越來越注重生活品質水準，所以對商品的要求也越來越高，不單單是好吃、好看而已，更要能吃的健康、買的高興。

怎麼能讓顧客買的高興、吃的健康而且願意再一次光顧，這就是店家該費心思的地方。消費者花錢買的就是商品與服務，如果能在這兩個部分下工夫必會造就更大的顧客回流率、吸引新顧客群。

走進「日出」清楚感受到太陽照在身上的溫暖，溫暖來自於服務人員的態度，這也就是為何「日出乳酪蛋糕」能在短時間內引起廣大迴響的主要因素。內外一致的嚴格管理制度和員工訓練都是他們所堅守的原則，秉持著顧客至上的理念，認真對待每一位客人，讓顧客感受到尊重和溫暖。因為有這樣的高品質的服務態度，才會讓消費者有意願再踏進日出大門進而也願意替他們做免費的宣傳。所以服務態度與顧客滿意度兩者是相對的，互成正比關係，有好的服務態度，顧客滿意度自然就會提高。

另一個影響顧客滿意度的當然就是商品本身，好的產品需要有吸引人的包裝，提升整個商品的價值，商品包裝是「日出乳酪蛋糕」另一賣點，細心注意每個商品細節，發揮創意和運用想像力，打造出一個純自然、真材實料的「日出乳酪蛋糕」。吃的健康、吃的高興、看的開心，相對就會提高顧客的滿意度。

「日出乳酪蛋糕」，是一間行銷、包裝和食品口味同時兼具的店。像有一些傳統老店（名店）東西好吃是好吃，但是缺乏了良好的行銷與產品包裝，還停留在用簡單的紙盒裝盛，或是缺乏了特色包裝讓人驚豔醒目；甚至於還有一些店家很會包裝、行銷但卻忽略了食品的口味。

雖然日出乳酪蛋糕沒有什麼廣告，但，光靠口耳相傳與網路資訊的流通就很驚人了。最令人感動的莫過於該店處處透露出用心的程度！從包裝、名片、產品介紹與服務人員的訓練……等等。

我們前往取景的那天，三間店都有拜訪，每一間店都是以最誠摯的心招待我們，也細心替我們連絡下一家分店，最後拜訪的「日出旅人」，在要離開時已經傍晚了，服務人員的一句：「祝你們有個美好的夜晚。」讓我們一群人都笑開了。就是這麼的簡單，這麼幸福的滿足每一個消費者的心。

### 建議

- 1、增設分店門市：目前只有台中地區有店面門市，不要只侷限於台中地區，將觸角延伸出去，讓更多人更方便品嚐「日出乳酪蛋糕」、了解「日出乳酪蛋糕」。
- 2、規劃內用座位：「日出乳酪蛋糕」內部裝潢雅緻溫馨，每一擺設都經過細心規

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

劃運用巧思，所以可讓顧客一邊細細品嚐蛋糕，一邊欣賞藝術。

- 3、綜合口味包裝：乳酪蛋糕每一口味都是八大塊一盒，份量似乎有點多，而且乳酪又是重口味的食品，吃多了會感到膩，如果有綜合口味，必定能滿足多變又愛新鮮感的消費者。
- 4、採小包裝販售：滿足一時嘴饞且又一個人無法吃完一整大盒的消費者，不會因為想吃而造成浪費，且讓更多人買得起、吃得起。
- 5、招收男性職員：「日出乳酪蛋糕」都是僱用女性職員，其實可以不必那麼限制，男性力氣較大有別於女性，可做一些重活，另外也可以招攬女性消費族群。
- 6、多做廣告宣傳：大致上來看「日出乳酪蛋糕」真的很少在打廣告作宣傳，大部分都是靠口耳相傳、討論區、路過而得知這間店。
- 7、與其他業者合作：藉由便利商店的便利性，為雙方創造更大的營業額。

## 附錄

### 問卷設計

#### 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

您好：

我們是逢甲大學合作經濟學系二年級的學生。打擾您寶貴的時間，我們目前正在進行有關「日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查」的研究。希望能藉由您寶貴的意見，作為我們研究的依據。

本問卷採不記名的方式，且回答的內容將為您保密，請您放心填寫。非常感謝您的幫忙與合作！

1.\* 性別

男  女

2.\* 年齡

15 歲以下  16 歲~25 歲  26 歲~35 歲  36 歲~45 歲  46 歲以上

3.\* 職業

軍公教  服務業  工  商  學生  自由業  家管  無(含退休)  其他

若選擇其他請說明

4.\* 目前居住於

北部  中部  南部  東部  離島  其他

若選擇其他請說明

5.\* 個人平均月收入

10,000 以下

10,001~20,000  20,001~35,000  30,001~50,000  50,001~75,000  75,000 以上

6.\* 請問您是否有聽過日出乳酪蛋糕?

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

是  否

7.\* 請問您是否有購買(含吃)過日出乳酪蛋糕?

是(請繼續回答下面的問題)  否(本問卷到此結束，感謝填寫)

8.\* 對於日出乳酪蛋糕所提供商品的口味

非常滿意  滿意  普通  不滿意  非常不滿意

9.\* 對於日出乳酪蛋糕所提供商品的價格 價格請參考  
<http://dawncake.com.tw/catalog/allprods.php>

非常滿意  滿意  普通  不滿意  非常不滿意

10.\* 對於日出乳酪蛋糕所提供商品的品質

非常滿意  滿意  普通  不滿意  非常不滿意

11.\* 對於日出乳酪蛋糕所提供商品的包裝

非常滿意  滿意  普通  不滿意  非常不滿意

12.\* 對於日出乳酪蛋糕服務員之服務態度

非常滿意  滿意  普通  不滿意  非常不滿意

13.\* 對於日出乳酪蛋糕於實體店面的設計

非常滿意  滿意  普通  不滿意  非常不滿意

14.\* 對於日出乳酪蛋糕網站的設計 <http://www.dawncake.com.tw/>

非常滿意  滿意  普通  不滿意  非常不滿意

15.\* 請問您半年會花多少錢購買日出乳酪蛋糕(含系列商品)?

500 元以下  501 元~1,000 元  1,001 元~1,500 元  1,501 元~2,000 元

2,001 元以上

16.\* 請問您是由何種管道取得日出乳酪蛋糕?

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

- 實體店面購買  網路訂單  電話訂購  託人代買  親友贈送  其他
- 若選擇其他請說明

17.\* 請問您如何得知日出乳酪蛋糕?(可複選)

- 報章雜誌  網際網路  親友推薦  電視節目  剛好路過  其他

18.\* 請問您最喜歡日出乳酪蛋糕哪個口味?(可複選)

- 桑椹乳酪蛋糕(當季新摘)  日出原味乳酪蛋糕  榛果楓糖乳酪蛋糕
- 純朱古力乳酪蛋糕  綠茶山藥乳酪蛋糕  黑色曼巴乳酪蛋糕  蘭姆伯爵  
乳酪蛋糕  其他系列商品
- 若選擇其他請說明

19.\* 請問您為什麼會選擇購買日出乳酪蛋糕?(可複選)

- 品質  包裝  價格  口味  服務人員態度  其他
- 若選擇其他請說明

20.\* 日出乳酪蛋糕會依季節的不同而推出季節限定商品，請問這是促使您購買的動力嗎?

- 是  否

21.\* 請問會將日出乳酪蛋糕推薦給其他人嗎?

- 會  不會

22.\* 請問日後是否會繼續購買日出乳酪蛋糕?

- 會  不會

## 參考資料

### 一、專書

「日出，大地的乳酪」蛋糕工作團隊與賴淑芬，《CHEESE！起司蛋糕——輕鬆做乳酪點心和抹醬》（台北市：朱雀文化，2003年10月初版一刷）

### 二、報紙資料

作者不詳，〈台北市鳳梨酥大賞 優選10款〉，《蘋果日報》（台北），2006年9月10日，蘋果副刊E12。

<http://www.dawncake.com.tw/images/22.jpg>

### 三、網路資料

台灣大學 BBS：<http://ptt.cc>，2007年5月15日～18日。

日出乳酪蛋糕：<http://www.dawncake.com.tw/>，2007年5月15日～18日。

幕後花絮



日出修道院一景



修道院道袍



日出大地一景



日出大地美麗的店長  
這款制服是配合母親節活動來穿著

# 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查



剛好遇到黑貓宅配車來收貨



日出旅人，連地毯都講究  
以日出網站做為地上的磁磚，創意十足



與服務人員開心合影



我很美吧～



回家囉！

## 限制條件

1. 沒辦法實際做訪問。

a. 預計訪問那週剛好卡到母親節檔期，日出以店內事務忙碌婉拒參訪，但可致店內取景。

b. 日出人員有詢問我們訪問時間可否延至六月中旬，他們可以另行安排，但是報告時間是在五月二十二日所以沒有辦法。六月初的話，他們還忙於新店的開幕準備，所以這點比較遺憾。

2. 問卷無法放置於店內供客人填寫。

日出店內無法讓我們放置問卷，所以問卷部份都只有採用網路上的問卷。網路族群以學生為主，做出來的正確性還有待商量。

3. 無法得知營業額。

營業額方面有透過管道與日出聯繫。但還未收到他們的回覆，不知道是不方便回答還是有其他任何因素。

4. 日出沒有打廣告。

因為日出沒有廣告，所以廣告無從取得，這方面的話我們這組有另行製作廣告檔案，以照片串聯起來加上背景音樂當成廣告的部份。

5. 問卷分析與設計上的問題。

本組的主題為「顧客滿意度調查」但是沒有吃過與聽過的人還是必須填寫下面問卷的問題，在分析問卷的時候無法區隔有效問卷與無效問卷。詢問不到問卷了解這方面問題的相關人員所以只好一起做分析。但是無效問卷的比率很低，231份當中只有23份是無效問卷。

## 日出乳酪蛋糕之消費者滿意度調查

### 工作分配

文字稿整理：許瑜芳

封面、封底設計：許瑜芳

資料搜尋、口頭報告：

前言 → 黃俞瑄

產業概況 → 黃怡嘉

研究設計（問卷） → 許瑜芳、林鳳儀

實證結果 → SWOT 分析 吳雅斐

4P 策略 鄭雅婷

未來展望 → 吳珏螢

結論與建議 → 黃薇方

附錄製作 → 許瑜芳

PPT 製作、大綱設計：林鳳儀

實際訪查之行程計畫：許瑜芳

書籍與問卷相關資料提供：黃俞瑄

攝影：黃怡嘉、黃俞瑄、黃薇方、吳雅斐、吳珏螢、鄭雅婷、

林鳳儀。