

「魔法屋」主題親子餐廳企劃書簡案

壹．背景

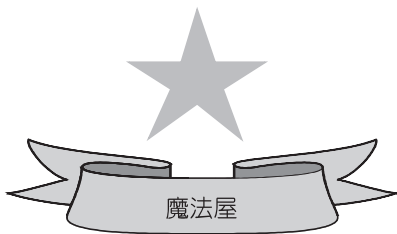
一群喜好美食，兼具幼教教學背景，熱愛孩子的快樂夥伴們，共同編織夢想、打造理想王國。在這理想的王國中，希望能提供大家一個生活休閒娛樂空間，朋友感情交流場所，兼具幼兒遊戲活動空間，增進親子互動機會，提升親子和諧關係。家長不再擔憂帶著孩子外出用餐無法盡興、餐點無法兼顧孩子口味及營養，在這夢想的空間中能充分滿足成人的童趣、享受兒時的回憶，建立親子間共同討論的話題。

貳．公司成立

2024 年 3 月 2 日成立「魔法屋」MAGIC HOUSE

參．CIS 說明

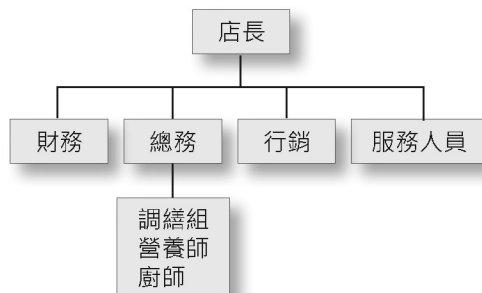
1. 理念識別 (mind identity, MI)：每個人內心深處都有著繽紛的空間，一個完全屬於自己的世界，希望能引導顧客找到他心中的這個幻想空間，所以「魔法屋」的字，以彩色的形式展現。
2. 活動識別 (behaviour identity, BI)：每位員工都要帶給顧客「家」的感覺，讓顧客能賓至如歸。
3. 視覺識別 (visual identity, VI)：



肆．願景

1. 滿足大人及小孩的需求。
2. 讓顧客在「食」與「樂」兩方面皆獲得滿足外，也提供育兒交流園地，考量到父母對「育」的需求。
3. 實體店面穩定後推廣網路虛擬商店。

伍．組織



★工作職責：

1. 店長：統籌店內各部門、掌控每日人事物。
2. 財務：訂出各方面預算及分配資金。
3. 總務：店內所需物品的採購、呈報每月開銷。負責餐點烹調；內為搭配餐點。
4. 行銷：掌握市場需求動向、定出行銷方案、研發新產品。
5. 服務人員：門市接待、環境清潔（一位外場服務、一位廚房助理）。

陸．產品介紹

1. 種類：休閒加主題式餐飲。



爸爸小火鍋



媽媽水果餐



小朋友壽司餐



蛋糕餐點



中式炒飯



義大利麵



三明治



親子下午茶

2. 行銷：點餐才能使用娛樂器材 1~2 小時，開放預約安排時段，避免擁擠影響品質。附加玩偶、玩具贈送，以及主題服飾訂購。
3. 設計：餐點設計 4~5 種，每季推出新菜色，店內服務人員穿著卡通人物造型服裝服務顧客。
4. 餐點售價：預估每月需有 55 萬的營業額。
5. 主打商品：親子套餐、卡通主題鬆餅。
 - (1) 獨特性：
 - a. 親子共享空間。
 - b. 有專為兒童設計的休閒空間。
 - c. 不論大人、小孩都可在此享受快樂的用餐時光。
 - (2) 主題性：卡通主題用餐區週期性更換餐點設計。

柒．客源對象

1. 現有客源：
 - (1) 附近的居民。
 - (2) 常來消費的親子家庭。
2. 潛在客源：幼教業者、喜歡小孩但目前沒有小孩者、卡通人物蒐集癖好者、喜好嚐鮮者。

捌．通路

1. 台北天母區高島屋附近住宅區及附近幼兒園所合作。
2. 網站結合：
 - (1) 網站：與網站結合登錄廣告宣傳並連結。
 - (2) 價格：依商品區別。
 - (3) 免費：提供免費宅配到府服務。

玖．價格制定 & 資金運用

1. 參考資訊：參考問卷結果，訂定可接受又能符合營運成本之合理價格。
2. 成本：
 - (1) 初期：裝潢費用、軟硬體設備、場地租金、宣傳費。
 - (2) 每月：人事成本、水電瓦斯、材料費、修繕費、零用金。

拾．行銷方式

1. 直銷：以主廳餐廳店面方式銷售。
2. 間接：以網路訂購。

部落格：<http://tw.myblog.yahoo.com/jw!iLdLPIOUGRTWIZUNKDr44Xk-/>

拾壹．籌備工作進度表

2024 年 1 月 5 日至 2024 年 3 月 15 日

日期	1月 5日	1月 15日	1月 30日	2月 15日	2月 28日	3月 5日	3月 10日	3月 13日	3月 14日	3月 15日
成立籌備小組	☺									
成立營養師與法律顧問		☺								
籌備小組會議	☺		☺	☺	☺	☺		☺		
營養、法律顧問諮詢會議			☺							
籌備規劃流程		☺	☺							
環境規劃			☺							
財務規劃			☺	☺						
行政規劃			☺							
人事規劃			☺			☺				
人員招募				☺	☺	☺	☺			
人員訓練						☺	☺			
廣告活動							☺	☺	☺	☺
開幕規劃與執行							☺	☺	☺	☺
飲食文化館經營與管理										☺

拾貳．競爭分析

因素	優勢 (S)	劣勢 (W)	機會 (O)	威脅 (T)
地理環境	用餐的熱門地區，附近雖有餐廳但非同性質	周圍餐廳多，要能明顯做出區隔	搭配熱門卡通人物宣傳，順應潮流吸引顧客	麥當勞速食店
餐廳規模	數種的主題區給顧客選擇	設計無法滿足所有顧客需求	周圍沒有類似的餐廳	易讓消費者與咖啡簡餐式餐廳混淆
餐點設計	每季設計主題專屬餐點，滿足顧客的新鮮感	對喜好多樣口味者較不易滿足	掌握現代消費者愛嚐鮮的心理	要改變兒童對速食消費型態的態度較困難
工作人員	穿著可愛顏色鮮明的服裝，以活潑開朗的態度服務	易有不夠專業之印象	造型能引起小孩的好奇心及加深印象	易與速食店帶活動阿姨的感覺重疊
地區客源	家庭主婦、女性上班族、幼教從事人員	較不易吸引父子檔或男性上班族消費	多為住宅區，能吸引闔家消費	不易開發上班時段之客源

拾參．未來發展

1. 異業結盟：小學、安親班、幼教業者。
2. 區域考量：台北市。
3. 階段目標：
 - (1) 短期目標：台北市成立分店。
 - (2) 中期目標：宅配、網路方式行銷。
 - (3) 長期目標：全省連鎖加盟店、分店成立。