

第三章 營運管理計畫 (僅列示部分供參)

第一節 經營策略與經營項目

一、關係定位：

(略)

依據上述分析並考量發展概念，本計畫案的開發相關策略方針如下：

1.主題化

透過各樓層不同主題之規劃與設計，建立不同型態、主題之購物環境，藉以吸引來客駐留並逐漸累積知名度。

2.形象塑造

除硬體建築之設計上以雙手交握為概念，軟體之設置也提供公益性的圖書閱覽室、里民休閒空間、托兒所、才藝教室等不同的福利事業服務，提供民眾享用，塑造出與社區及工業區攜手共同脈動與更新之形象。

3.消費力區隔

考量目標客群之消費力，並依據不同族群之消費習慣，引進合適之企業與廠商，以經濟實用又各具風格特色之產品與服務，滿足不同類型之消費客層。

4.活動舉辦與回饋里民

透過不同活動之設計與舉辦，提供民眾在健康、藝文、生活等不同層面之身心靈嚮宴，為每一次的駐留都享有歡樂、舒適的感受。

二、營業項目：

依上述之策略方針，本計畫區主要朝向以下幾個構面發展

1.婚宴廣場：

利用頂樓空間之規劃，將整個婚宴廣場做切割，除室內喜宴場地外，另結合時下流行之教堂婚宴概念，將戶外設計為類似教堂風格之造景，不僅提供新人筵席、拍照之場所，也為一生最期待之幸福留下美好回憶。

2.主題式餐廳：

本區將提供各種型態之餐廳，從西式餐飲、滇緬料理、日式速食、港式飲茶等，提供居民家庭聚會或上班族商務聚餐的新選擇，也讓飲食能成為為另一種新的生活型態與文化。

3.公益中心：

本區設有圖書閱覽室、里民運動空間、老人活動中心、會議中心、托兒所及才藝教室，其中閱覽室、里民運動空間與老人活動中心無償提供給民眾使用，托兒所、才藝教室與會議中心也將本著服務大眾、回饋社會的心態經營，期能在營利目的之外，也盡一分企業應有之社會責任。

4.健康廣場：

LOHAS 中，H(Health)指的是「健康的飲食、生活、身心靈的探索與個人成長。」秉持這樣的意念之下，本區設有運動健身中心提供民眾使用，並利用建築之設計，將部分牆面外推，搭配整片落地窗，夜間再輔以燈光營造不同氣氛。此外，另配有舞蹈教室，提供不同類型舞蹈、韻律課程，其他如壁球、撞球及 SPA 場地等一併在規劃內。最後，更搭配本區之主題提供生機飲食及運動用品店面，期能藉由整體規劃以提倡運動新生活，進而擁有更健康、快樂的身心靈。

5.商業賣場：

考量工業區附近之商業型態以及目標客群之不同需求與消費能力，因此本商業賣場規劃方向，將與現有型態做切割，期能提供民眾更多類型之消費外，又能與當

地商家共榮生存，因此本商業賣場將依不同樓層提供各類型之商業店面，從三C商品、流行服飾、配件、創意百貨，以及大型連鎖書店、咖啡店等，希望透過複合式商場規劃，提供當地居民與工業區上班族假日與工作之餘的絕佳休閒去處。

依據上述發展構面，各樓層空間規劃預估如下：

1樓：商業賣場－委託專業人士經營

說明：圖片為相關示意圖



一樓將引進大型書店與咖啡店進駐，另有銀行、服飾、鞋類等，除提供居民多元的購物環境外，也讓上班族和居民享有自我進修和閱讀的空間，進而豐富自身涵養、提升人文與精神層次。



B1~B3：超市與停車場－其中停車場為自營，其餘委託專業人士經營

說明：圖片為相關示意圖



地下一樓至地下三樓主要提供汽車與機車停車場之用。其中，地下一樓另設有超市賣場，為區隔臨近商店，故考慮類似松青超市等，將客層定位不同類型。此外，在建築上又具有水井流瀑之造型設計，將可提供民眾另一個休憩的角落。

2樓：三C商業賣場—委託專業人士經營

說明：圖片為相關示意圖



本樓層規劃為三C家電賣場，除提供電腦週邊商品外，另有家電及通訊商品，例如：全虹、全國電子、順發等。期能讓計畫區一帶之民眾享有更便利的服務，並能一次滿足所有對於家電、電器用品之需求。

3樓：公益中心—自償區為自營，其餘交由政府單位接管

說明：圖片為相關示意圖



本區設有圖書閱覽室、里民運動空間、老人活動中心、會議中心、托兒所、才藝教室，為回饋地方居民而特別設置，期能為社會盡一份心力。



4樓：健康廣場－健身中心為自營，其餘委託專業人士經營

有人說唯有在財富、事業、家庭等數字「0」之前，加上健康這個數字「1」，一切才會有意義。因此，為提倡健康意象，本會館於四樓做整體規劃，除設有跑步機、重訓器材、韻律教室、壁球場外，也將委由專業人士協助經營相關運動用品與健康食品等，未來更會與企業搭配，協同辦理簡易型之健診活動，讓民眾更注重自身的健康管理。

說明：圖片為相關示意圖



5樓：主題式餐廳－委託專業人士經營

說明：圖片為相關示意圖



由於工業區一帶較少主題性之餐飲提供上班族聚餐，是故，本會館五樓設有不同料理之餐飲店，以區隔臨近商家之類型，也為提供民眾享有更多元化的選擇。



6樓：婚宴廣場—自營

說明：圖片為相關示意圖



利用頂樓空間之規劃，將戶外設計為類似教堂風格之造景，室內則依各種主題做搭配，相關示意圖如右。



第二節 行銷計畫

本團隊擬以下列幾個構面，秉持共好原則，推動相關之行銷計畫，以提高本計畫經營之可行性與適切性。

一、定位：

以『樂活心、人文情』為主軸概念，從建物之設計上即採用綠建築概念，以代表樂活、健康的身心，另以雙手交握代表與地方民眾有情，互相扶持、追求共好。整體空間規劃上，給予寬敞、舒適、悠閒之感受。此外，在營運項目的規劃上，也考量能滿足不同類型客層之需求。

二、價格：

考量本計畫區所背負之使命願景及相關營運成本，在能服務地方居民，並擴大回饋地方大眾為前提之下，故初步擬定各項目之價格空間如下表所示：

表 3-2 自營項目收費明細

類別	營業項目	日期	時段	金額 (新臺幣元)	計費單位
停車場	汽車停車場	一 ~ 五	10:00-18:00	30	每小時
			18:00-23:00		
			23:00-10:00		
		六、日	10:00-23:00		
			23:00-10:00		
	月票制			3,000	每月
機車停車場	其他		免費	全年度	
運動健身 中心	撞球場	全年不分天	06:00-18:00	100	每小時
			18:00-00:00	100	每小時
			00:00-06:00	50	每小時
	壁球場	全年不分天	06:00-18:00	100	每小時
			18:00-00:00	100	每小時
			00:00-06:00	50	每小時
運動健身 中心	健身中心	全年不分天	06:00-18:00	60	每小時
			18:00-00:00	80	每小時
			00:00-06:00	40	每小時
		健身活力卡		2,000	三十張
		月票制		1,050	每月
		季票制		2,800	每季
	年票制		10,000	每年	
	韻律教室	時數制		1,500	每小時
		單堂課制		120	每堂
		十堂課制		850	十堂
桌球場	時數制		100	每小時	
類別	營業項目	日期	時段	金額 (新臺幣元)	計費單位
自償區	托兒所	註冊費		18,000	每半年

		月費制	5,000	每月
	才藝教室	時數制	300	每小時
	會議室	全年不分天	08:00-12:00	每時段
			13:00-17:30	
			18:30-21:00	
		其他	免費	每年 180 個時段

三、促銷：

為提高廠商投資進駐之意願，進而使民眾享有更優良、舒適的生活與購物空間，本計劃案將依不同時期而推展下列各項之促銷活動：

1.開幕前期

甲、行銷目的：

藉由各項廣告訊息與活動之推廣，讓目標區域之居民與上班族得知本計畫區即將開幕之訊息，並透過各種活動吸引開幕當天人潮。

乙、行銷計畫：

媒體廣告－利用夾報 DM、電視廣告、大型看板與網路關鍵字等方式，盡可能增加本案即將落成之訊息曝光度。

行銷活動－搭配媒體廣告與公關活動等，集結廠商共同力量，提供各項優惠活動，增加民眾當天前來之意願。

公關活動－發放公司消息稿、全力邀集具知名度之廠商進駐，並以公司為單位寄發邀請函等方式，一方面使其獲得開幕訊息，另一方面也藉以吸引更多人潮。

丙、預期效益：

增加本計畫區之曝光度，並以吸引開幕當天人潮 15,000 人為目標

2.開幕當天

甲、行銷目的：

透過隆重之開幕儀式與相關活動以提升人氣，並藉由各種優惠活動吸引民眾消費，協助廠商達到首日預估目標營業額。

乙、行銷計畫：

媒體廣告－除了將於各樓層設置館內各項設施與服務 DM 外，並持續利用電視、網路廣告等方式，傳達本案之設計風格與經營項目和理念，以

塑造本計畫區之形象。

行銷活動－透過剪綵儀式、開幕活動 show、以及各家廠商提供之摸彩、來店禮、特賣會、優惠券等活動，炒熱開幕當天之氛圍，以求得駐留民眾一份滿足與歡樂的笑容。

公關活動－藉由新聞媒體之播報，使更多民眾得知本會館開幕訊息，並進一步引發前往參與之意願與行動力，為開幕當天帶來更多人潮。

丙、預期效益：

使民眾熟悉並喜愛本會館之各項設施及服務，並協助廠商達成首日預估目標營業額。

3.營運期間

甲、行銷目的：

藉由各項活動舉辦，增加本會館空間利用率，使廠商保有持續租賃之意願，並提供消費者持續享受便利、優良的空間環境，進而獲得三贏之局面。

乙、行銷計畫：

媒體廣告－藉由活動 DM、文宣、雜誌廣告、網路與電子郵件等方式，提供民眾各項活動之最新訊息。

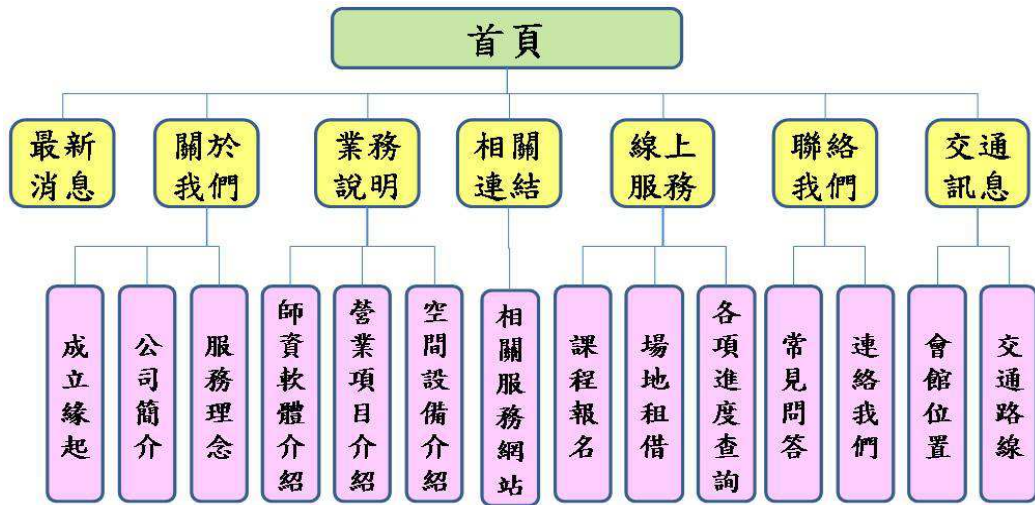
行銷活動－協同廠商共同舉辦健康、藝文等各式講座、徵文比賽、或各類競賽活動，滿足不同類型人員之渴望與需求，並藉由活動潛移默化地提升身心靈的層次。

公關活動－與企業單位合作，協助辦理常態性簡易健診，以增進員工之健康意識，進而強化公司人力資本之素質。此外，也將提供工業區及附近民眾來店消費優惠，提升他們前來之意願。

丙、預期效益：提供民眾更便利的消費場所及更高層次的消費環境，增加本會館各項空間利用率，和廠商駐留率。

除上述各類型之促銷活動外，本團隊也將以企業形象、資訊傳播與商業活動為主軸，架構出如上之網站，方便民眾更迅速地查詢與獲得相關事項，諸如：營業項目、開放時間、收費標準、交通地點、各項活動等。

圖 3-2 網站架構示意圖



網站架構 示意圖

由於本團隊現有架構，未來可再針對本會館其他特殊之功能需求，加以調整改進，並透過重新美編處理，預估配合後續整體營運後，將可提供更大之效益。

四、人員：

除了擁有硬體設備之良好規劃外，軟體人員之服務，亦是本團隊所重視的。因此，在招募與應徵人員時，即以「熱忱、專業、誠信、負責」為優先考量之條件，後續更輔以相關之專業訓練，期能帶給每位來客愉快而美好的消費經驗。

(以下略)