

投稿別類：商業類

篇名：

探討青少年對 Haagen-Dazs 的偏好因素
—— 以私立葳格高級中學學生為例

作者：

沈育藤。私立葳格高中。餐飲科二年丙班
魏晨雅。私立葳格高中。餐飲科二年丙班
陳俞均。私立葳格高中。餐飲科二年丙班

指導老師：

鄭雨芳老師

莊嘉純老師

壹●前言

一、研究動機

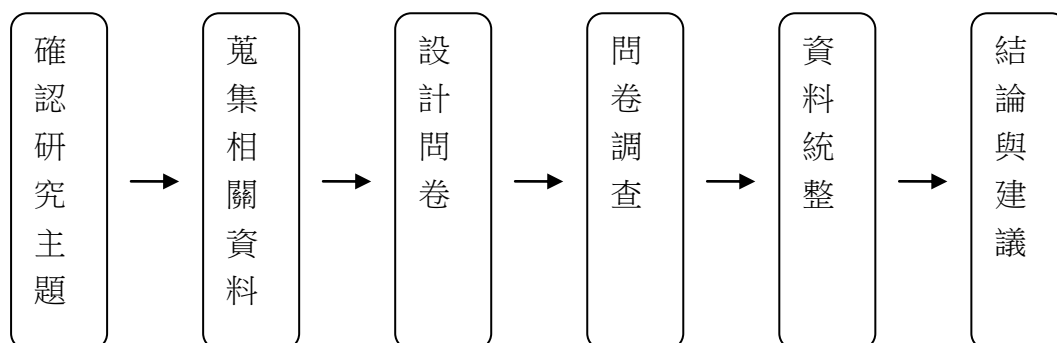
炎炎夏日，地球暖化，冰淇淋儼然成為消費者必點的甜品，並帶動許多企業競逐冰淇淋市場，其中，Haagen-Dazs 以口味獨到、品質優良而廣受喜愛，雖然訂價偏高，但仍吸引許多的尚未就業賺錢的青少年族群趨之若鶩，遂引發本研究動機。本研究將探討 Haagen-Dazs 吸引人的因素，並研究青少年對 Haagen-Dazs 的特別偏好。

二、研究目的

- (一) 探討 Haagen-Dazs 的源起與行銷策略。
- (二) 對 Haagen-Dazs 進行 SWOT 分析。
- (三) 探索青少年族群對 Haagen-Dazs 冰品的口味偏好。
- (四) 探討青少年族群對於 Haagen-Dazs 冰品的滿意度。
- (五) 探討 Haagen-Dazs 為何受到青少年的喜愛與不喜愛。

三、研究方法

本文研究將採取以下方法與步驟，裨益本文之寫作：(一) 問卷調查 (二) 實地訪查。



貳●正文

一、哈根達斯的源起

(一) 創立時間:西元 1 9 6 1 年。

(二) 起源地：美國紐約布朗克斯。

(三) 創立者：Reuben Mattus。

(四) 門市分布：全球 5 4 個國家，9 0 0 多家門市。

(五) 品牌故事：1 9 2 1 年，魯本·馬特斯滿懷著對冰淇淋品質的熱忱與追求，夢想能創造出最極品的冰淇淋，最初魯本·馬特斯與他的母親駕著馬車在紐約布朗克斯的街道上銷售水果冰淇淋，為了能達成自己的夢想生產出最極品的冰淇淋，他從當時便堅持使用質量上乘且天然純正的原料，直到 1 9 6 1 年，他在妻子的支持下成立了新公司，他將公司正式取名為「哈根達斯」，正式朝他的夢想開始前進。(註一)

二、哈根達斯的特色及行銷手法

(一) 哈根達斯產品特色：「天然純正」是哈根達斯一貫的宗旨，只選用優質鮮奶為原料，冰淇淋產品不添加防腐劑。(註二) 哈根達斯的製造過程堅持選用天然為素材，嚴格管控生產製程，僅選用新鮮奶油，因此奶味濃郁、口味純正。由於生產時混合的空氣比較少，因此以較高的牛油脂肪比例為人稱道。

(二) 哈根達斯產品系列：

1、經典口味冰淇淋：共有 33 種口味可以做選擇。

2、冰淇淋蛋糕：共有 25 種口味與樣式可以挑選。

3、當季臻選：根據當季季節推出的臻選甜點。

4、創意饗宴：可分為三個部分：

(1) 創意盤餐：以創意擺盤的方式，將冰淇淋點綴的唯妙唯肖。

(2) 精選聖代：各種冰淇淋組合，能讓顧客同時享用各種不同口味的冰淇淋組合。

(3) 精選飲品：可細分為「創意咖啡」、「經典咖啡」、「其他飲品」其中又以創意咖啡最具特色，在不同的咖啡中加入與其風味相配的冰淇淋，冷暖交融，創造出獨樹一幟的特色。

(三) 哈根達斯的行銷手法：

1、價格策略：「贈送折價券」，人們原本覺得價格稍貴，但是在推出「折價券」之後，購買意願增加。

2、實體通路：各地擴增了哈根達斯的專賣店，讓人們可以更容易的買到哈根達斯。

3、拓展零售通路：跟廠商簽約，在各處 7-11、全家、DVD 專賣店都能看到哈根達斯的產品，增加哈根達斯行銷通路。

4、平面與多媒體行銷：人們經由「廣告」認識了哈根達斯，增加哈根達斯的曝光率。

5、跟藝人合作、請藝人當一日店長，並以買多少產品可與藝人互動等行銷方式吸引顧客前來購買。(註三)

三、哈根達斯的 SWOT 分析

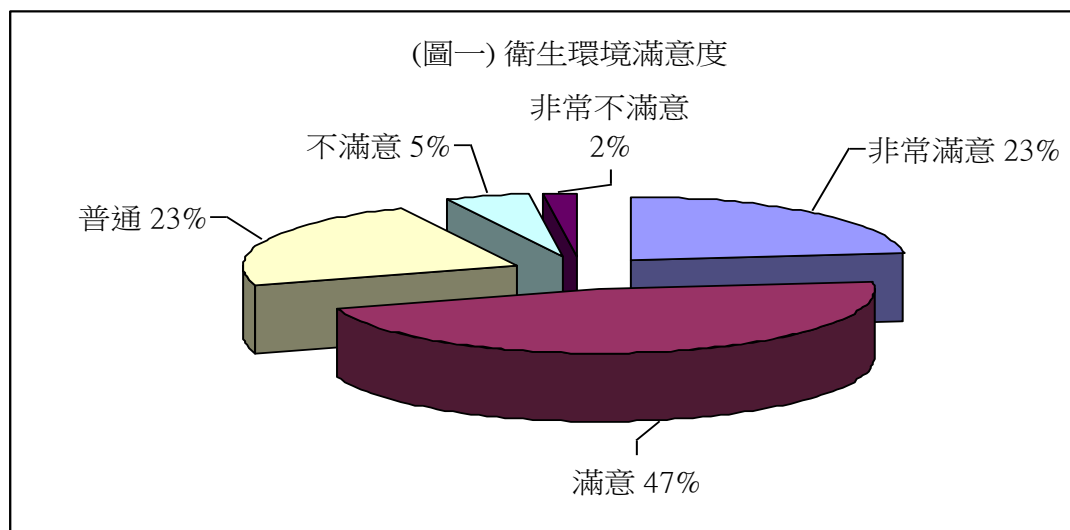
表一 Haggen-Dazs 的 SWOT 分析(自製)

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
1、優質品質——不添加任何防腐劑、人造香料、色素、穩定劑，採用頂級純天然的材料。	1、商品價格較高，普遍人群可能無法接受，顧客群受侷限。
2、持續創新——研發新產品吸引消費者目光，淡化冰淇淋的季節週期性，讓產品一年四季不缺乏購買力。	2、銷售時為了低溫保存可能會多一筆開銷。
3、率先佔據高價冰淇淋市場的優勢地位，憑藉先入的優勢，進一步的進行市場滲透以及擴張創造的優越條件。	3、為了同時保持冰淇淋的品質及溫度，能夠外帶的距離將會受到侷限。
	4、容易受季節影響銷售量，天氣冷，人們會降低吃冰的意願。

機會（Opportunities）	威脅（Threats）
1、Haagen-Dazs 幾十年來一步一步以高品質的冰淇淋，慢慢奠定了消費者對 Haagen-Dazs 品牌的信任基礎。 2、請知名人士來拍廣告，增加 Haagen-Dazs 的曝光率。 3、根據季節，推出當季口味的冰淇淋，再以促銷優惠的方式，提高人們的購買意願。	1、近年來出現許多便宜又好吃的冰淇淋，而 Haagen-Dazs 的價格偏高，使得消費者可能會受到價格的影響而選擇其他品牌的冰淇淋。 2、許多吃到飽店與 Haagen-Dazs 合作，採用無限量供應，這可能會使得原本在顧客心中維持高單價冰淇淋的 Haagen-Dazs 被貶低成一般吃到飽無限量供應的冰淇淋產品，讓人們不會特別到 Haagen-Dazs 專賣店去消費。

四、哈根達斯問卷調查結果分析

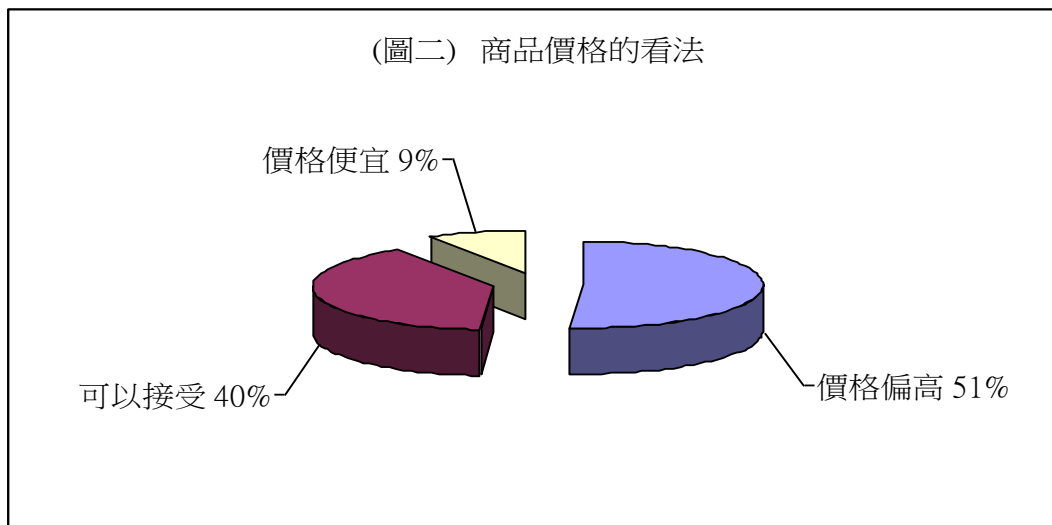
消費者在購買或使用一樣產品之後，會產生某些購後行為，其中又以滿意度最為行銷人員重視，滿意度是對於產品的評價。(註四) 因此我們將採取問卷調查，本問卷調查因人力、區域等研究因素有限之故，問卷範圍發放台中市私立葳格高級中學的學生為對象，共發放 110 份問卷，回收問卷共有 100 份，有效問卷為 100%，從中挑選幾項題目作為此次問卷調查的統計圖分析：



圖一(自製)

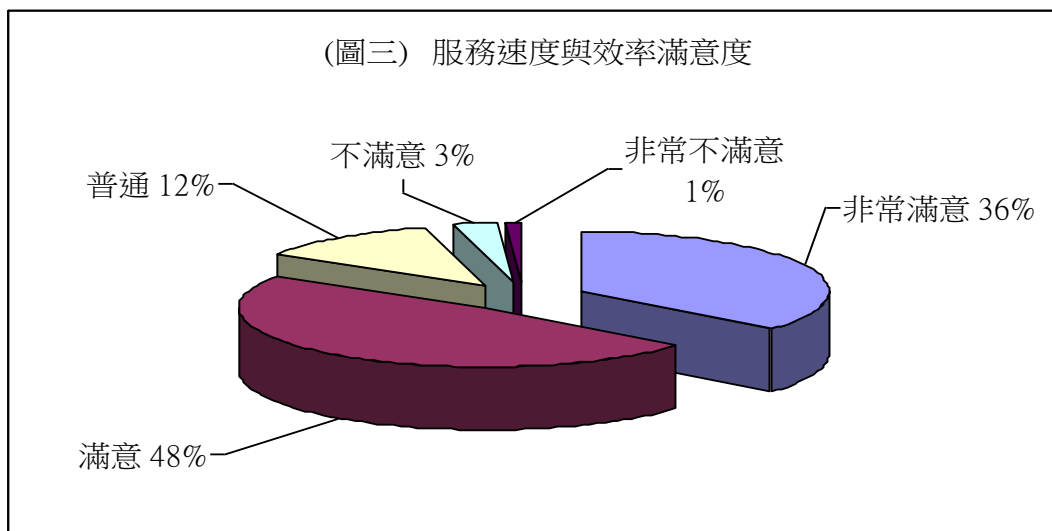
由(圖一)衛生環境滿意度，可得知，非常滿意者佔 23%，滿意者佔 47%，普通者佔 23%，不滿意者佔 5%，非常不滿意者佔 2%，由此可知大多數青少年都對 Haagen-Dazs 的衛生環境有良好的印象。實際走訪發現他們的桌子地板都十分乾

淨，並不會有冰淇淋融化的污漬殘留在上面，廁所也十分的乾淨。



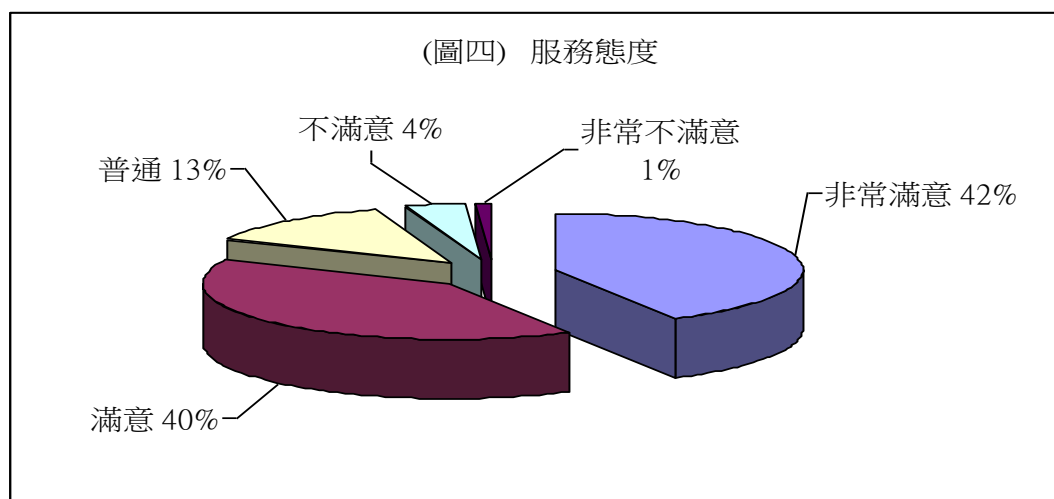
圖二(自製)

由(圖二)商品價格的看法，可得知，認為價格偏高佔了 51%，可以接受該價位佔 40%，認為價格便宜者佔 9%，由此可知大多數青少年認為 Haggen-Dazs 價格對他們而言還是偏高。



圖三(自製)

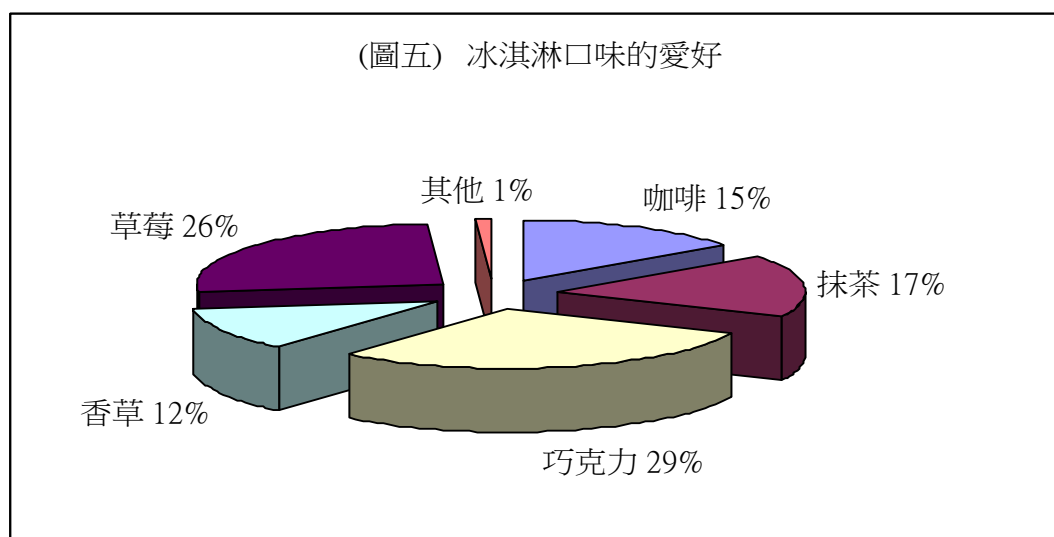
由(圖三)服務速度與效率滿意度，可得知，非常滿意者佔 36%，滿意者佔 48%，普通者佔 12%，不滿意者佔 3%，非常不滿意者佔 1%，由此可知大多數青少年對於 Haggen-Dazs 店員的服務速度與效率是相當滿意的。實際走訪購買發現，每個店員都是訓練有素，操作起來都相當有效率。



圖四(自製)

由(圖四)服務態度，可得知，非常滿意者佔 42%，滿意者佔 40%，普通者佔 13%，不滿意者佔 4%，非常不滿意者佔 1%，由此可知大多數青少年對於 Haagen-Dazs 店員的服務態度是相當滿意的。

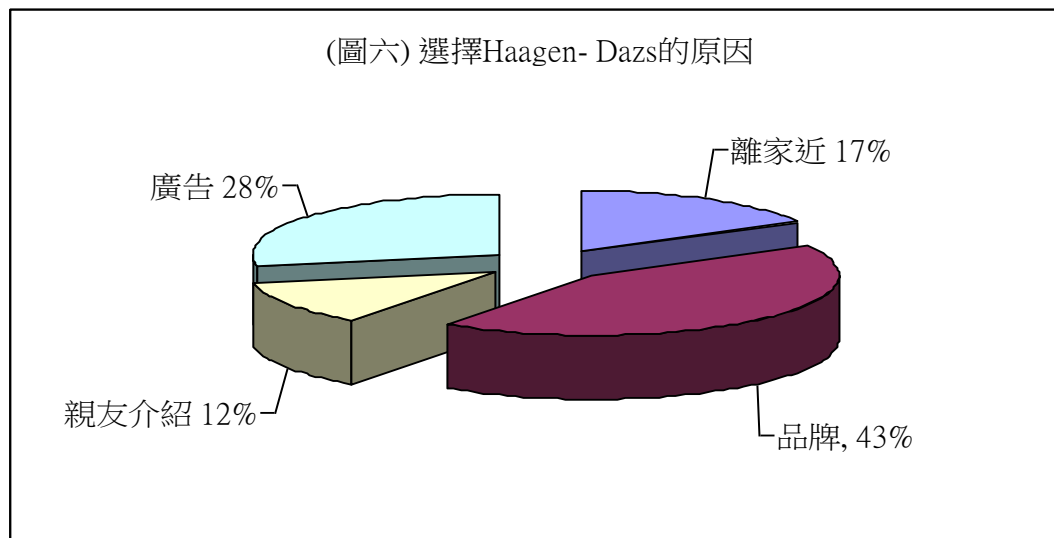
實際走訪發現，每個店員的服務態度都相當親切，從一走進店裡，店員就有禮貌地打招呼、並且介紹他們的產品，從頭到尾服務態度都非常好，讓人有賓至如歸的感受。



圖五(自製)

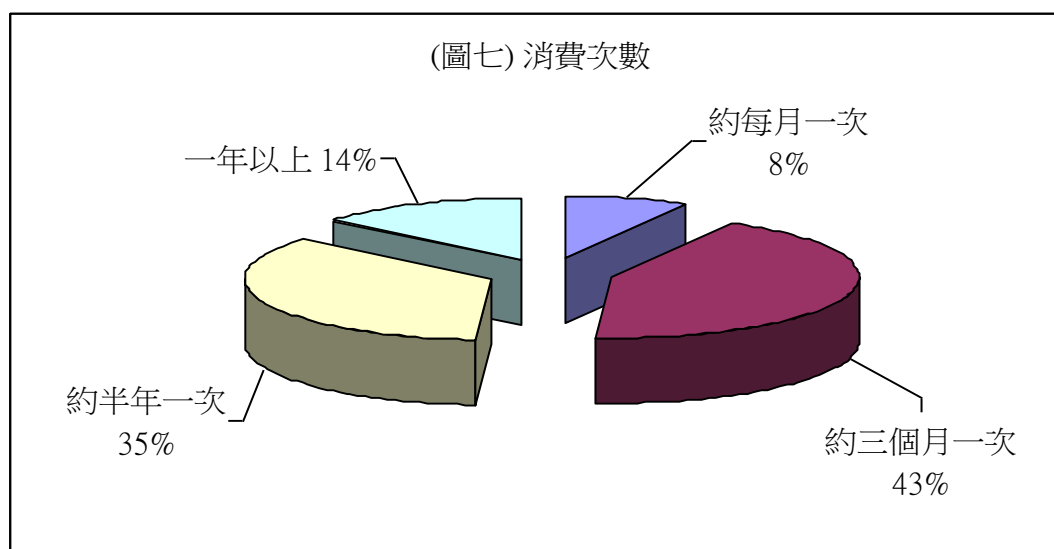
由圖(五)冰淇淋口味的愛好，可得知，喜愛草莓者佔 26%、巧克力佔 29%、咖啡佔 15%、抹茶佔 17%、香草佔 12%、其他口味 1%，由此可知大多青少年喜

好的口味主要還是為大眾口味的草莓跟巧克力居多。



圖六(自製)

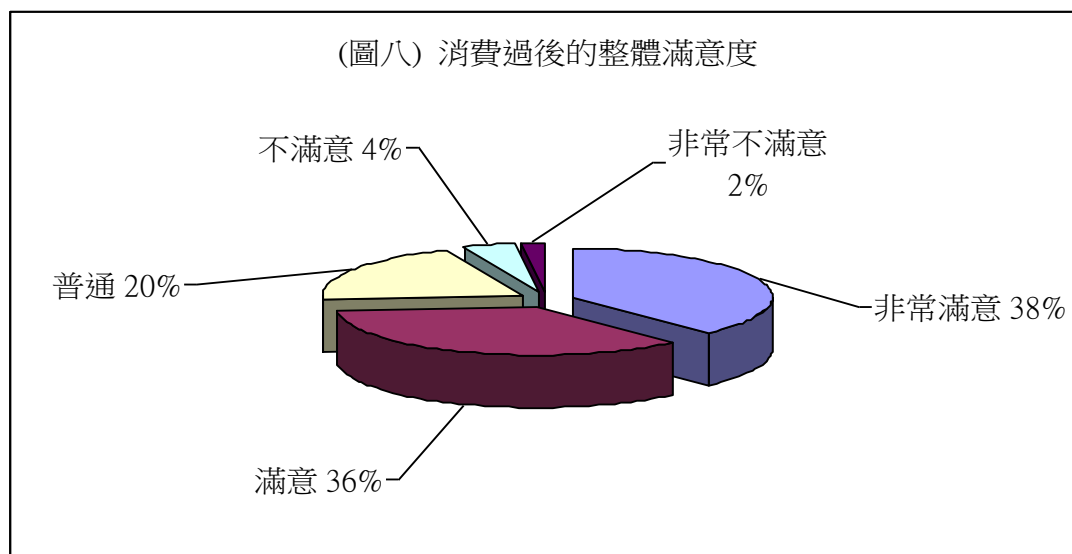
由圖(六)選擇 Haggen-Dazs 的原因，可得知，品牌因素佔 43%，因親友介紹佔 12%，離家近佔 17%，受廣告影響者佔 28%，由此可知大多青少年主要都是受品牌與廣告這兩項而購買。Haggen-Dazs 的品牌在冰淇淋歷史上相當得有名，並且是頂級的冰淇淋之一，因此吸引了許多正值好奇摸索世界的青少年去朝聖購買，Haggen-Dazs 請了許多知名人士來拍攝廣告，大幅增加了曝光率，自然吸引許多人潮。



圖七(自製)

由(圖七)消費次數，可得知，一年以上佔 14%，大約每月一次佔 8%，大約

每三個月一次佔 43%，大約每半年一次佔 35%，由此可知青少年不會在短期之內購買消費價格高的 Haagen-Dazs。



圖八(自製)

由圖(八)消費過後的整體滿意度，可得知，非常滿意者佔 38%，滿意者佔 36%，普通者佔 20%，不滿意者佔 4%，非常不滿意者佔 2%，由此可知青少年對於消費過後的整體滿意度是相當滿意的。

綜合以上八項統計圖，可推論出青少年對於 Haagen-Dazs 整體相當滿意的原因，是因為其衛生環境、服務態度、服務速度與效率皆優，再加上品牌與廣告的加乘效益，更是青少年選擇該品牌消費的因素。

參●結論

一、問卷調查結果

大部分的青少年都對Haagen-Dazs有非常良好的印象，從冰淇淋口味的愛好我們可以得知，仍然是巧克力及草莓這種大眾口味比較吸引青少年，雖然 Haagen-Dazs 的口味不多，但是也有很特別的口味，只是青少年的接受度沒有那麼高，因為價格偏高，所以想嘗試大眾化的口味，又怕買了特別的口味不合自己的胃口。

二、品牌因素刺激買氣

由於Haagen-Dazs「身為全球冰淇淋的知名品牌，並擁有冰淇淋勞斯萊斯封

號。」(註五) 使得許多青少年受到頂級冰淇淋品牌得吸引，慕名前來購買。當購買Haggen-Dazs時會發送折價卷，會使青少年們的消費意願提高，且折價卷有日期的限定，更能夠刺激青少年的買氣。

三、廣告效益

Haggen-Dazs請了許多知名人士拍廣告，最近就有買巧克力鍋送限量韓國知名藝人抱枕的活動，能吸引一些喜歡韓國明星的青少年朝聖。(註六) 巧克力鍋不但可以內用又能夠外帶，就算是放學趕著回家、沒有時間在店裡細細品嘗的青少年，也可以帶回家和家人一起享用，雖然價格並不便宜，但是還是會有青少年會購買。

四、建議

我們覺得可以進行價格的調整，但是又不能夠大幅度的降價，所以可以在特定的日子或氣溫低於幾度就買一送一的活動，這樣就算天氣再冷也會有青少年去消費，或許可以改善冬季客人明顯減少的模式。

肆●引註資料

註一、Haggen-Dazs 台灣官方首頁品牌歷史，取自 2015/03/18：
http://haagen-dazs.com.tw/story_history1.aspx

註二、Haggen-Dazs 台灣官方首頁品牌故事，取自 2015/03/25：
http://haagen-dazs.com.tw/story_crafts2.aspx

註三、自由時報，2013/08/27：中秋將至，溫昇豪 30 日赴美麗華當一日店長。

註四、曾光華、陳貞吟、饒怡雲(2008)。觀光與餐旅行銷「體驗、人文、美感」，台北市：前程文化事業有限公司。頁 88。

註五、Haggen-Dazs 冰淇淋蛋糕總公司 DM，取自 2015 年 2 月。

註六、Haggen-Dazs 巧克力鍋介紹，取自 2015/03/27：
<http://haagen-dazs.com.tw/edm.html>

附錄：

青少年對於 Haagen –Dazs的問卷調查表

您好:

我們是葳格高中餐飲科的學生，目前正在製作小論文，為了更了解哈根達斯的影響力，正在進行研究調查。這份問卷採取不記名形式，絕不洩漏資料，請您可以放心地填寫，謝謝。

餐飲科學生 敬上

壹、基本資料

1.請問您的性別：

☐男生 ☐女生

貳、問卷內容

1.請問您對 Haggen-Dazs 店內的衛生環境:

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

2.請問您對於Haggen-Dazs 商品價格的看法:

☐價位偏高 ☐可以接受 ☐價位便宜

3.請問您對 Haggen-Dazs 服務的速度與效率:

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

4.請問您對於 Haggen-Dazs 店內的服務態度是否滿意:

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

5.請問您對 Haggen-Dazs 冰淇淋口味的愛好:

☐咖啡 ☐抹茶 ☐草莓 ☐巧克力 ☐香草 ☐其他_____

6.請問促使您選擇 Haggen-Dazs 的原因：

☐離家近 ☐品牌 ☐親友介紹 ☐廣告 ☐口味 ☐其他_____

7.請問您最近到 Haggen-Dazs 的消費頻率:

☐約每月一次 ☐約三月一次 ☐約半年一次 ☐一年以上

8.請問您會推薦 Haggen-Dazs 給您的親朋好友嗎?

☐會 ☐不會

9.請問您會再度光顧 Haggen-Dazs 嗎?

☐會 ☐不會

10.請問您消費過後對 Haggen-Dazs 的整體滿意度:

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

問卷在此結束，謝謝您的配合。