

嚴謹到一「丸」不亂，「龜龜矩矩」的匠心製作

——丸龜製麵行銷策略與顧客滿意度調查之研究——

國二四——
祝聖婷×王欣瑜×鄧鈺潔

摘要：

近年來現代飲食市場日趨多元，各國知名的連鎖餐廳品牌紛紛進駐台灣，人們對主食的選擇不僅限於米飯，也有了更多來自其他國家特色的料理供選擇。

又因工作的繁忙與料理的麻煩，外食的機率逐漸增高，下班與放學後找一家舒適且平價的餐飲店用餐，成了大多數人的生活習慣。

本組以日本知名連鎖烏龍麵品牌—丸龜製麵為主題，結合4P、SWOT分析其經營特色與行銷方針。



研究方法：

利用4P和SWOT行銷理論，探討丸龜製麵的品牌經營特色，並設計問卷針對丸龜製麵消費者進行調查，回收意見並進行統計與分析，深入了解顧客滿意度，最後根據研究結果，提出對未來的經營建議。



▲店鋪設計—採開放式製麵過程

丸龜製麵品牌起源與特色：

丸龜創辦人—栗田貴也，在某次回到父親的故鄉丸龜市，受到當地的烏龍麵店啟發，於是打造出了「丸龜製麵」，以「創造深受更多顧客長期喜愛的餐廳」為理念，透過現場展示製麵的透明化過程，加深了顧客的信任感，也強化了品牌的吸引力，麵條更是堅持每日在店內現場製作，確保提供最新鮮的烏龍麵條，維持理想口感。



▲活動限定商品—烏龍Q拿滋