國立白河高級商工職業學校

商業經營科



創業企劃組

**《更健康的生活－你的專屬健身中心》**

指導老師：黃彩棻老師

組員：商二忠 蘇品真

 商二忠 李宓珊

 商二忠 蕭雅分

 商二忠 潘虹妙

商二忠 黃欣樂

**目 錄**

1. 創業動機………………………………………………………………………2
2. 公司簡介………………………………………………………………………2
3. 服務理念
4. 服務選擇
5. 公關與媒體
6. 營運場所
7. 品牌形象與規劃…………………………………………………………….…3
8. 市場行銷……………………………………………………………………….5
9. SWOT分析
10. 行銷4P
11. 消費者群
12. 營運管理………………………………………………………………………..8
13. 企業經營型態
14. 課程介紹
15. 未來營運管理………………………………………….………………………11
16. 財務管理……………………………………………………………………….12
17. 後續服務……………………………………………………………………….12
18. 參考資料……………………………………………………………………….13

**壹、創業動機**

現今的社會，人們總是忙於工作，因而忘了運動的重要性以及它所帶來的美好。有時甚至面臨身體上的狀況時，才知道運動的重要性。為了提高國民的運動量、讓自己的身體更健康，我們設計了適合「懶人族」，也適合運動愛好者的各種課程。

**貳、公司簡介**

一、服務理念

提供全套服務，舉凡跑步機、健身車、飛輪車、搖擺機、踏步機、泡腳機、美腿機、按摩椅，一應俱全、優質廉價，滿足您的健身慾望，也很適合懶得去健身房的「懶人族」，完美比例、隨心所欲。

另外：

1. 不斷創新技術，提供優質服務；
2. 消費者永遠是對的，客戶是營收的創造者，不是麻煩的製造者；
3. 加快自我發展，提高服務的靈活性；
4. 真誠的以客戶為本，用我們的專業來為客戶創造最大的利益。

二、服務選擇

主要分為一般與專業指導兩種服務，一般服務指的是：使用環境介紹、消費資訊的提供、消費者意見處理等；專業指導：指的是運動相關的指導、器材使用教學、課程設計、個人的體適能指導與團體課程教授。

三、公關與媒體

建立良好的企業形象及產品形象的重要策略之一，建立一個好的品牌獲得社會信譽，這樣的經營需要新聞議題的企劃與公關活動累積，從宣傳造勢到塑造形象兩者相輔相成，缺一不可，這是一門靈活有趣又充滿創意的學問。

四、營運場所

為了配合消費者的需求以及廠商的經濟效應，因此將營運場所設立於城市中的郊區，消費者也不必過於擔心為了運動是否要大費周章；廠商也不必消耗過多的成本。

**叁、品牌形象與規劃**

品牌形象及市場行銷為企業創造競爭的優勢資源。創造品牌形象優勢為理念，特別致力於「品牌」之創意研發服務，協助企業建構企業形象，品牌形象通常被消費者作為品牌評價必須更加戲劇化且展示獨特的視覺風格。消費者會利用產品的品牌形象來推論或維持進而影響消費者所認知的品牌形象和品牌定位或是由廣告來傳達品牌形象與定位者不勝枚舉，例如Levis的廣告就是將品牌定位，廣告也可以塑造不同的品牌形象，不同廣告訴求會影響到廣告效果。品牌形象的價值，除可客觀傳遞商品資訊外，並可強化消費者對產品差異化的主觀感知，進而提升市場競爭的能耐與接受度，因此對消費者購買商品產生導向的作用進而購買。

**肆、市場行銷**

一、SWOT分析

|  |  |
| --- | --- |
| 優勢（Strength） | 劣勢（Weakness） |
| 善用行銷備有專業教練新成立之健身中心內部裝潢及設備新穎 | 設備成本高地點過度集中女性消費者較少健身房規定不夠明確 |
| 機會（Opportunity） | 威脅（Threat） |
| 可帶動人潮服務據點的拓展利用廣告加強本身品牌的推廣發展大型健身房的市場 | 取代性高同價位的競爭者過多 國內景氣不振，消費者意願較低 中小型健身房開始漸漸地增加 |

二、行銷4P分析

(一)產品（Product）：

1、健身器材除了需與俱進的更新外，應注意其展示跟安全效果。

2、使用過久的器材和常見的桌椅等老舊現象時必隨時更替修補避免留給消費者不好的印象。

3、時常推出新的課程，創新能夠帶給消費者新鮮感。

4、配合現代人的慢性病（如糖尿病、高血壓、痛風），並且開發各種適合的課程。

5、利用周邊商品強調健身房的功能與效果。

(二)價格（Price）：

可配合俱樂部的經營策略，加以制訂價格：

1、年繳會員制：會員一次繳付一年之會員費，在一年內均可不限次數使用該俱樂部的設施。

2、半年或季節制會員制：會員一次繳付半年或一季之會員費，在時間內不限次數使用該俱樂部設施。

3、月繳會員制：會員以一個月為繳付單位，可在期間內享受不限次數使用。

4、單次使用制：消費者每次使用且付費的原則。

5、終生會員制：成為會員達一年以上，可選擇本方案購買往後所有的會費。

(三)通路（Place）：

1、聯合各大廠商與健身房加以擴張市場。

2、可使用網路app預約，也可觀看DM先行打電話預約

(四)促銷（Promotion）：

1、網站廣告：會員或非會員均可以上俱樂部網站來查詢資料（如社群網站等）。

2、海報：經濟效益高，可到處張貼俱樂部的廣告。

3、宣傳單：可沿街發放，或讓消費者在店內索取的促銷、特價、週年慶等特殊活動的文宣品。

4、銷售促進：特殊季節的銷售促進活動、聯合促銷、免費體驗卷的發放、三人同行一人半價、搭配會員加以優惠。

三、消費群

(一)社會人士：

使得每天辛勤工作、做家事的社會人士能夠放鬆、減輕壓力，不論是上班族、白領階級甚至是家庭主婦，都能因為身在其中而放鬆。

(二)運動愛好者：

每個運動愛好者都希望自己能夠有個健康以及強壯的身軀，他們因為想要有這完美的體態將會到處尋找各種辦法，即使一間健身房，但這都能使他們更有自信。

(三)銀髮族：

由於銀髮族的健康狀態漸漸由強轉虛，藉由輕鬆、休閒的方式，使他們能夠擁有更健康的身體。

**伍、營運管理**

一、企業經營型態

(一)專業體適能為主的健身俱樂部

此類俱樂部以專業的體適能提升國人體能為主要訴求。所提供的設施以健身房、有氧舞蹈教室等設備為基本設施，另外附設健康吧、販賣區、烤箱、蒸汽室等，因此地點大多在都會區；在經營行銷上，標榜的是專業體適能及有氧舞蹈運動為主題，以健康為訴求、運動為主流、便利性為方向，採用平價入會費且因設備不同有所不同的價格提供消費者不同的選擇課程。

(二)商務聯誼為主的健身俱樂部

此類俱樂部標榜具有商務社交的身份表徵為訴求，地方大都在商業區內為主，其設施除了專業體適能為主的設施外，另外最大的特色是擁有知名的餐廳提供會員佳餚。除了可擁有體面的商務聯誼場所外，同時也兼具運動休閒健身的功能。在經營投資的成本上比起專業體適能俱樂部則高出許多，標榜商務聯誼為目的，同時在外觀上注重裝潢氣派；大都以高價的入會費作為以價制量。

(三)健康休閒運動為主的社區型健康俱樂部

此類俱樂部主要特性均為了提升社區居民生活品質為訴求，設施部份有游泳池、水療池、健身房、兒童活動設備為最基本設施，有些還附設KTV、餐飲、球場等休閒設施，以提供社區居民全家大小適合的運動休閒活動空間；在經營上可分為兩大類：

1. 由業主擁有之產權，並非屬於社區之公共設施，為了維持俱樂部之管銷，一般均採開放式經營對外招募會員，通常以中、低價位為主。
2. 建商為了促銷房地產為目的，以其俱樂部為公共設施作基礎，採封閉式經營，社區住戶為基本會員，提供一處活動的空間給予居民作休閒活動為目的。

(四)休閒功能為主的鄉村俱樂部

此類俱樂部主要特色為場地較大，地點選擇山區空曠的田野，設施非常多樣化，除了一般社區型俱樂部之設施外，另附設住宿、餐飲、娛樂及戶外的活動設施，採全方面經營手段，以家庭為對象，收費也都較高，重點在標榜休閒娛樂功能。

(五)特殊主題性之俱樂部

此類俱樂部以特定的主題為訴求，在主題下的設施佔俱樂部大部份之面積，故其他一般運動健身的設施在這類型俱樂部中便成為配角；此類俱樂部經營方式有些類似社區型，有些類似鄉村型，為了和這些類型作市場區隔，特別鎖定一項主題為行銷特色。

二、課程介紹

(一)基本的課程



(二)私人健身教練

(三)團體活動

**陸、未來營運管理**

(一)多元化走向：未來將以多元化走向來經營，以健康為目標，包含了運動、塑身、營養。舉例來說，將健身俱樂部與飲食、spa、相結合，讓上門來的會員不只是運動，還能享受到不同方面的服務。

(二)短期目標：中南部消費族群因其運動觀念尚未建立，認為在中南部的消費族群開發空間尚大，俱樂部的業者們也會紛紛往中南部進駐。

(三)全球化/國際化連鎖事業：認為現階段的健身俱樂部應該不單在台灣設點經營，也將觸角伸入大陸這塊大市場，將消費族群鎖定高消費走向。

(四)特定族群的市場需求：未來將以銀髮族為主要的開發族群，並設計符合銀髮族的健康課程，提升老年人運動的習慣，以增加他們身心的抵抗力。

**柒、財務規劃**

本健身房為獨資企業，需考量自身財務狀態，並分析市場環境，之後再規劃短、中、長期的營業目標。派專人持續留意並分析市場狀況，做好相關的退場機制，在營運初期須編列相關的虧損預算，如果經過半年到一年的陣痛期，仍無法轉虧為盈，需要評估停損點。萬一真的需要結束營業，需按勞基法遣散員工，針對已繳費的會員進行退費作業。

**捌、後續服務**

為了提供消費者最好的品質，我們會定期的對消費者做問卷調查，若有任何需要協助甚至不滿的，我們會立即的改進並且作適時的調整。由於廣告能夠帶給我們商機，因此我們會想盡各種辦法與各大廠商合作並且達到宣傳的效果。

**玖、參考資料**

[http：//www.sobay.com.tw/thestepper.html](http://www.sobay.com.tw/thestepper.html)

[http：//www.mds.com.tw](http://www.mds.com.tw/)

[http：//chengcc.epage.au.edu.tw](http://chengcc.epage.au.edu.tw/)

[http：//mypaper.pchome.com.tw/ja550112/post/1246828280](http://mypaper.pchome.com.tw/ja550112/post/1246828280)

[https：//tw.answers.yahoo.com](https://tw.answers.yahoo.com/)

[http：//iknow.stpi.narl.org.tw](http://iknow.stpi.narl.org.tw/)

[http：//sunfish.com.tw](http://sunfish.com.tw/)

[http：//l.php?u=http%3A%2F%2Films.csu.edu.tw%2Fsys%2Fread\_attach.php%3Fid%3D1251509 HYPERLINK "http：//l.php/?u=http%3A%2F%2Films.csu.edu.tw%2Fsys%2Fread\_attach.php%3Fid%3D1251509&h=BAQG2nJ66" HYPERLINK "http：//l.php/?u=http%3A%2F%2Films.csu.edu.tw%2Fsys%2Fread\_attach.php%3Fid%3D1251509 HYPERLINK "http：//l.php/?u=http%3A%2F%2Films.csu.edu.tw%2Fsys%2Fread\_attach.php%3Fid%3D1251509&h=BAQG2nJ66"& HYPERLINK "http：//l.php/?u=http%3A%2F%2Films.csu.edu.tw%2Fsys%2Fread\_attach.php%3Fid%3D1251509&h=BAQG2nJ66"h=BAQG2nJ66" HYPERLINK "http：//l.php/?u=http%3A%2F%2Films.csu.edu.tw%2Fsys%2Fread\_attach.php%3Fid%3D1251509&h=BAQG2nJ66"& HYPERLINK "http：//l.php/?u=http%3A%2F%2Films.csu.edu.tw%2Fsys%2Fread\_attach.php%3Fid%3D1251509&h=BAQG2nJ66" HYPERLINK "http：//l.php/?u=http%3A%2F%2Films.csu.edu.tw%2Fsys%2Fread\_attach.php%3Fid%3D1251509 HYPERLINK "http：//l.php/?u=http%3A%2F%2Films.csu.edu.tw%2Fsys%2Fread\_attach.php%3Fid%3D1251509&h=BAQG2nJ66"& HYPERLINK "http：//l.php/?u=http%3A%2F%2Films.csu.edu.tw%2Fsys%2Fread\_attach.php%3Fid%3D1251509&h=BAQG2nJ66"h=BAQG2nJ66" HYPERLINK "http：//l.php/?u=http%3A%2F%2Films.csu.edu.tw%2Fsys%2Fread\_attach.php%3Fid%3D1251509&h=BAQG2nJ66"h=BAQG2nJ66](http://l.php/?u=http%3A%2F%2Films.csu.edu.tw%2Fsys%2Fread_attach.php%3Fid%3D1251509&h=BAQG2nJ66)

[http：//www.truefitness.com.tw/classes/class-introduction](http://www.truefitness.com.tw/classes/class-introduction)

[http：//www.docin.com/p-94226185.html](http://www.docin.com/p-94226185.html)

工作分配

簡報兼word:蘇品真

演講:李宓珊

美編:蕭雅分

統整:黃欣樂

查詢資料:潘虹妙

統計報表:蘇品真 李宓珊 蕭雅分 黃欣樂 潘虹妙

文字內容: 蘇品真 李宓珊 蕭雅分 黃欣樂 潘虹妙