

Feature

創業鳳凰成功案例一

馬汀時尚造型沙龍—林姿君

採訪·攝影／彭欣喬

從事美髮業長達十幾年的時間，在板橋各地開設過多家髮廊的林姿君，因為面臨轉型的問題，加入了創業鳳凰的輔導計畫。如今，這家開幕將近3個月的造型沙龍，不但成功的讓她的店面從昔日的家庭式髮廊脫胎換骨，也落實了她的期望——在業績上顯著的提升！

距離板橋舊火車站大約5~7分鐘的車程，位於忠孝路上的馬汀時尚造型沙龍座落在某棟新建大樓的一樓，儘管門面不大，然而顯著的招牌和明亮的燈光吸引著過往行人的目光，它不是這條路上唯一的髮廊，然而卻獨具風格與特色，一眼就讓人印象深刻。

從家庭髮廊走向精緻沙龍

一直以來從事美髮業的林姿君原本在距離馬汀造型沙龍1公里左右的地方擁有一家6坪大的髮廊，然而這個舊式、小型的髮廊並不能滿足她事業上的需求，希望吸引更多族群且提升業績的她產生擴店的想法，於是她在網站上找到了創業鳳凰的資訊，因而實現了她躋身造型沙龍的夢想。

推門而入，一盞仿枝狀吊燈高掛屋頂，右邊的美髮商品陳列架展示著店內使用的商品，左邊的顧客等待區有著舒適的沙發，白色的壁面和鏡子讓這個17坪大的空間更顯寬敞，一道流蘇掛簾巧妙區隔開位於沙龍底端的沖髮區和兩旁放置座位的美髮區。「我們店裡的裝潢出自設計師之手，因為我們希望和附近其他比較偏向家庭式的髮廊加以區隔，不同於他們的低價走向，我們鎖定當地中高價位的客群。」

林姿君表示，儘管過去擁有多多年開店經驗，然而是因為創業鳳凰的課程才讓她對經營、管理、行銷方面有了較清楚的概念，她說：



「參加創業鳳凰的課程，讓我受益良多，也更加深了自己轉型的理念。課程中包括整個美髮市場分析、人員的訓練管理、財務以及毛利經營的觀念等等，我才發現原來有這麼多需要注意的細節。舉例來說，過去在員工素質方面並沒有嚴格要求，然而現在我們發展出一套客服流程，我們會要求員工對客人多些微笑，並且請初次登門的顧客填寫一份個人資料、詢問他燙剪法的習慣，最後請設計師前來確認顧客的髮質，並針對需求加以討論，才會正式進入服務的程序。不單如此，我們連飲料的提供上選擇也比別人多，希望盡可能滿足顧客的需求。」



流蘇區隔開沖髮區和美髮區，充滿巧思。

更加精緻的管理與行銷

認清自己的市場區隔性，除了在裝潢和服務上加以改良之外，馬汀造型沙龍對於店內商品的行銷也有新的策略。「我們店內採用的是資生堂的美髮用品，在板橋當地使用這種專櫃品牌美髮產品的髮廊並不多，事實上我們之前的店也是採用同樣產品，只不過現在我們除了擴充店面，引進更多相關美髮服務像是九段式護法之外，我們也會針對顧客的髮質主動建議適合使用的產品並提供相關資訊，讓顧客可以對我們的商品有更多的認識。」此外，為了加強店內人員對於自家商品的認識，林姿君還會找廠商來替員工上課，她個人對於新的美髮技術、產品以及整個美髮界發展的課程也積極參與，不斷充實自己。

問起了老客戶對於新店面的看法，她說：「他們的感受最為強烈，他們覺得整間店無論在裝潢、服務、產品等各方面都更精緻化了，這一切都是創業鳳凰給予我們的幫助，尤其是貸款部分，當初我們只準備了大約70萬的資金，然而光是裝潢這方面就超出我們的預算，幸虧政府同時提供貸款方案，讓我們在資金運用上更加靈活！」

Feature

創業鳳凰成功案例二

台北人精緻麵坊—史大儀

採訪·攝影／彭欣喬

家族從事餐飲業多年的相關背景，讓退休後決定為自己另謀出路的史大儀，繼續以自己擅長的餐飲業作為創業方向。對於家鄉川味麵食無法忘懷的她，以8月份正式開幕的台北人精緻麵坊，一圓她獨立創業的夢想，希望以精緻的食物為顧客提供更舒適的用餐體驗。

座落於車水馬龍的東區SOGO商圈附近，台北人精緻麵坊紅色的招牌異常引人注目，透明的落地玻璃，大方呈現室內清爽空間，白色的牆壁、深藍色的天花板、深色的木頭桌椅，沒有一般餐廳桌椅擁擠的模樣，你甚至難以察覺它是家牛肉麵店，然而推門而入，牛肉麵的香味撲鼻而來。

以餐廳規格經營的麵店

從家族企業著名的黑武士麻辣火鍋店累積的實務經驗，史大儀在退休後萌生自己開餐廳的想法，今年3月，她開始著手準備工作，正好注意到電視上創業鳳凰的廣告，進而有機會參與這項方案。

她說：「雖然一開始自己就想開間麵店，但是因為我一直都具備餐飲的背景，所以當初在創業鳳凰的課程分組時，選擇了網路組而非餐飲組，希望獲取不同方面的知識，為自己開闊視野。上完課程之後，由於考量網路開店仍必須具備一處『基地』，而該地點無法進行店銷，且最後仍必須擁有實體店面的考量下，我還是決定先從實際開店著手，等到我的麵店運轉上軌道之後，再從網路或廣告方面進行行銷，進而擴大營業。」

或許是家族在餐飲業的成功，讓她比其他創業者具備更強大的信心，她表示預計投資200萬在這家麵店上，以經營餐廳的方式來管理



這間「麵店」，史大儀說：「我選擇以『台北人』而非任何與牛相關的名稱為店名，是因為我覺得這個名稱大氣，之後也可以當做連鎖店的品牌延伸。事實上，我原先的設想是開一間提供精緻麵食的麵店，也就是麵食業金字塔中比較頂級的部分，然而親友建議我先以台北市民接受度較普遍的牛肉麵下手，先吃下市場後再搭配其他獨創的精緻麵食，而我確實也覺得這是個不錯的建議。」

有了創業知識，更須補強技術

然而要如何區分自家和其他牛肉麵店的市場性？針對這個部分史大儀侃侃而談：「有了創業鳳凰給予的開店知識，至於產品技術方面則須自行補強。我的牛肉麵特色首先在食材方面採用活體現宰的台灣牛肉，它比進口牛肉擁有更佳的口感，此外，針對不同部位的肉也必須採用不同的烹調方式，另外，我在湯頭方面下了很大的苦心，以25斤的牛大骨加上10斤的牛碎肉經2~3天熬煮而成，所以擁有道地的原汁原味，其他像是麵條也是以一定比例要求製麵廠特製，並且嚴格控制煮麵的時間，這一切都會反映在食物的口感與味道上。」不過即使如此，台北人的價格定位仍屬平價，史大儀表示，除了精緻美味的食物外，她還希望提供顧客舒適的用餐空間。

因為創業鳳凰計畫，史大儀一步步落實了開店的夢想，她說這樣的「無中生有」，一切都得歸功於政府的這項計畫，以及計畫中相關人員提供的各項細心服務和實用的課程，至於創業的心得分享，她認為除了在技術、資金、店面等條件做好準備之外，更別忘了對自己進行心理建設。



史大儀選擇最熟悉的餐飲業為創業方向。