



逢甲大學學生報告 ePaper

老虎堂 Tiger sugar

作者：林佑霖、吳奕潔、劉明翰、林泊宏

系級：國貿四乙、國貿四乙、工業四甲、外文一乙

學號：D0430267、D0479660、D0440328、D0751971

開課老師：李宜靜 老師

課程名稱：體驗行銷與互動設計

開課系所：商學院綜合班

開課學年：108 學年度 第一學期

中文摘要

本報告主要針對知名手搖飲料店-老虎堂，從品牌形象與意象開始分析，再透過競爭者分析與十字定位分析定義老虎堂之品牌定位，之後透過族群分為網美與美食評論家的人物誌製作出顧客旅程地圖，從中發現老虎堂服務流程中的問題點，進而提出解決方案-APP 設計。



關鍵字：

老虎堂/顧客旅程地圖/人物誌/app

Abstract

This report is mainly aiming at the well-known beverage store – Tiger Sugar, which starts from the analysis of brand image and imagery, and then defines the brand positioning of Tiger Sugar through competitor analysis and cross positioning analysis, and then divides it into internet sensation and food critic through ethnic groups. The character genius creates a map of the customer journey, discovers the problem points in the service process of the Tiger Sugar, and proposes the solution-APP design.

Keyword :

APP/Customer Journey Map/Persona/Tiger sugar



目錄

第一章 背景與品牌分析.....	5
第一節 品牌簡介.....	5
第二節 品牌形象.....	5
第三節 品牌意象.....	5
第四節 競爭者與定位分析.....	7
第二章 服務體驗流程調查.....	8
第一節 人物誌.....	8
第二節 顧客旅程地圖.....	9
第三節 痛點、問題點.....	12
第三章 解決方案.....	13
第一節 改善方法.....	13
第二節 APP 設計.....	13
第四章 結論.....	15
參考資料.....	16

圖目錄

圖 1 老虎堂招牌.....	5
圖 2 老虎堂飲料.....	5
圖 3 老虎堂飲品.....	6
圖 4 老虎堂封膜.....	6
圖 5 老虎堂菜單.....	6
圖 6 老虎堂店面照.....	6
圖 7 十字定位分析.....	7
圖 8 十字定位分析 2.....	8
圖 9 老虎堂顧客旅程地圖.....	9
圖 10 小米照片.....	10
圖 11 小米顧客旅程地圖.....	10
圖 12 阿誠照片.....	11
圖 13 阿誠顧客旅程地圖.....	12
圖 14 APP 點開畫面.....	13
圖 15 APP 會員登入畫面.....	13
圖 16 APP 首頁.....	14
圖 17 APP 會員中心.....	14
圖 18 APP 訂單資訊.....	15

第一章 背景與品牌分析

第一節 品牌簡介

老虎堂一間知名飲料店，其主打商品為黑糖珍珠鮮奶，主打獨家手炒黑糖這個特色，但近年來被爆出，因為需求量大，所以目前都是用工廠機器炒黑糖，再送到總部及分店加工製成，且其中有添加焦糖色素。

第二節 品牌形象

老虎堂給人的品牌形象是：

- 年輕(店面設計整體採用黑色與金色搭配，吸引年輕人，且飲料整體樣貌吸引年輕人打卡拍照)
- 獨特(飲料呈現獨特的老虎紋路)
- 健康(主打黑糖商品，並與牛奶搭配)



圖 2 老虎堂飲料



圖 1 老虎堂招牌

第三節 品牌意象

老虎堂以歸本主義手法，使用黑色、金色及水泥色作為整體搭配布置，像是飲料封膜為黑色的、招牌為黑底金字，菜單也為黑底金字。在飲料包裝上面，使用透明的杯身，讓消費者可以看到，由滾燙的黑糖珍珠加入冰塊以及牛奶後所形成的漂亮老虎紋路，讓人感受到飲料與品牌互相呼應。在吸管塑膠包裝上，也印有老虎堂的品牌名稱，讓消費者不只可以拿著飲料與招牌拍照，連吸管也可以一起做搭配。



圖 6 老虎堂店面照



圖 5 老虎堂菜單



圖 4 老虎堂封膜



圖 3 老虎堂飲品

★ 歸本主義：

注重材料本質的運用，像是磚石、水泥、玻璃、樹木等。展現材料本身的魅力。崇尚大自然。

第四節 競爭者與定位分析

★ 競爭者分析

品牌名稱	老虎堂	珍煮丹
品牌意象、定位	老虎堂以黑色、金色及水泥色作為整體搭配布置。 招牌為黑底金字	珍煮丹以黑色、白色及木頭作為整體搭配布置。 招牌為匾額的形式，字體為書法字，有種傳統懷舊的風格
產品	產品種類少 黑糖紋路明顯 黑糖香氣濃郁 黑糖為機器炒的 牛奶香氣濃郁，口感偏稀 無法調整冰塊跟甜度 珍珠口感偏軟	產品種類多 黑糖紋路不明顯 黑糖香氣濃郁 黑糖為人工配合機器炒的 牛奶香氣濃郁 可以調整冰塊跟甜度 珍珠口感偏 Q 彈
定價	50(台中價格)55(台北價格)	50(中杯價格)70(大杯價格)
店面設計	走比較年輕、簡約的風格	走較懷舊、木質風格
促銷	用fb、ig 宣傳活動	用fb、ig 宣傳活動

□ 十字定位分析

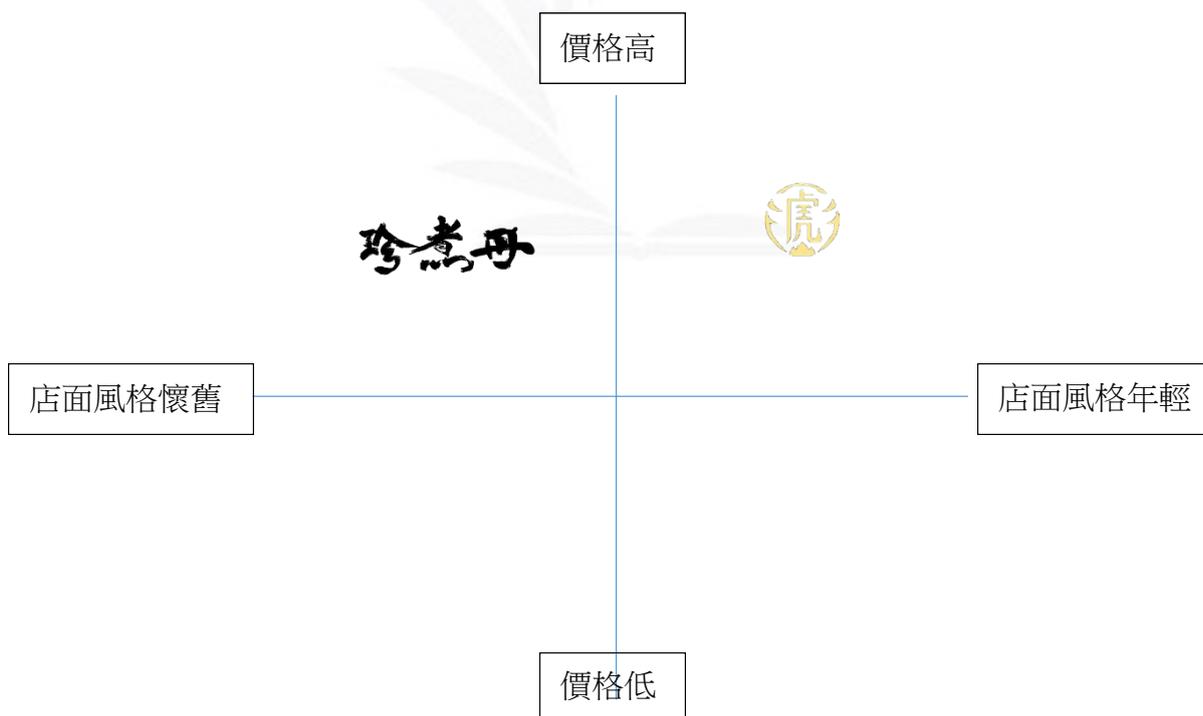


圖 7 十字定位分析

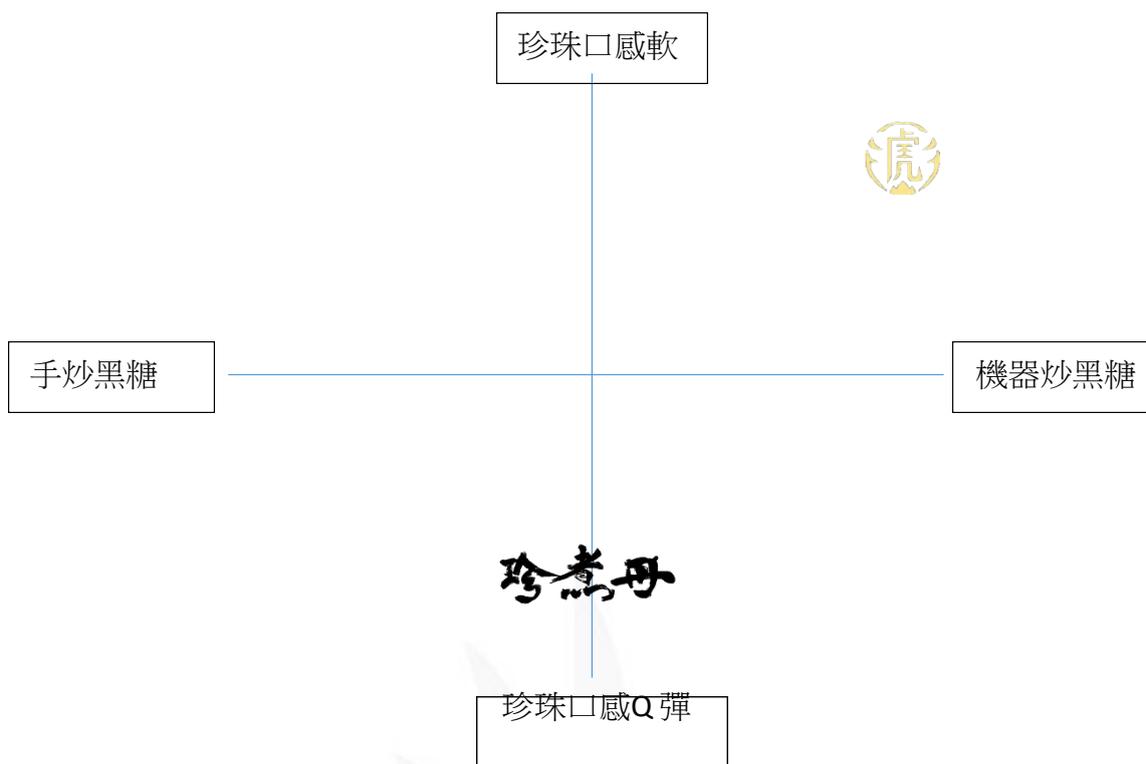


圖 8 十字定位分析 2

第二章 服務體驗流程調查

第一節 人物誌

考量到老虎堂為打卡熱門景點，因此選擇了網美為人物誌分析族群之一，且老虎堂之飲料在網路上有許多評價，因而選擇了美食評論家為第二人物誌分析族群

➤ 網美族群代表-小米

24 歲，青春年華尚未流逝的小米，最喜歡與上班的同事以及大學同學出遊，對於小米而言，網美店是她的最愛，只要可以拍照打卡的地方，就有小米的身影。

身為網美的小米，對飲料的購買動機，對她而言最重要的購買動機為飲料能否拍得好看及店家周遭環境是否能提供拍照背景，其次為飲料好喝程度，最不重要的為飲料價位。

身為網美的小米，個性偏好奢華，且較愛現，思想上較為幼稚，由於網美族群偏好於社群軟體上分享照片，因此小米愛用的社群軟體便設定為 instagram 與 facebook。

➤ 美食評論家族群代表-阿誠

28 歲，身為美食評論家的阿誠，只要網路上發布一家餐廳或飲料店開幕的消息，阿誠一定第一個去試雷，對阿誠而言，吃-是他的生命。

身為美食評論家的阿誠，對飲料的購買動機，對他而言飲料好喝程度、價位及店家周遭環境的整潔程度都是最重要的，飲料能否拍得好看對他而言沒有重要性。

身為美食評論家的阿誠，個性相對於網美小米偏向樸實、低調，但在思想上較為成熟，由於美食評論家偏向使用文字做心得分享，因此阿誠愛用的社群軟體體驗設定為PTT。

➤ 兩者差異

網美族群注重拍照與環境，美食評論家則注重環境、飲料美味程度與價格，不同的是，雖然兩者都注重價格，但網美族群注重的是環境的美觀，美食評論家則是環境整潔。

第二節 顧客旅程地圖

□ 老虎堂顧客的旅程地圖

階段 類別	行動前		行動中			行動後	
ACTING	透過媒體等宣傳得知消息	查詢相關訊息	出發前往附近店面購買	到達店面後排隊購買	購買後立即開始品嚐	打卡發文	持續關注及購買
FEELING	3	2	3	3	5	4	4
關鍵點	對新事物感到好奇	更了解內容	親自前往嘗試體驗	體驗過程前的等待	體驗產品中	體驗後的感想評價	決定是否再次光顧
接觸點							

圖 9 老虎堂顧客旅程地圖

★ 小米的顧客旅程地圖



圖 10 小米照片

階段 類別	行動前	行動中					行動後			
ACTING	小米得知新開幕的手搖飲料店	運用快捷的網路地圖找到該店最快路徑	出發前往店面購買	到達店面後排隊點餐	點餐後與店面拍照	拿到產品後繼續拍照	拍完後才開始品嚐	馬上社群媒體上po照片發文	回味無窮日後期待再次購買	
FEELING		4	2	3	1	4	5	4	5	3
關鍵點	網上得知消息	搜行前往店家的最快路徑	親自前往嘗試體驗	為了體驗產品等待	拍出好看的照片	拍出好看的照片	體驗產品	po照片給好友看	決定時常光顧	
接觸點										

圖 11 小米顧客旅程地圖

➤ 以顧客小米的角度製作的顧客旅程地圖

身為網美的小米資訊來源大都是來自網路，且熱愛拍照的她對於漂亮的美食更是熱衷，於是一得知店家位置便立即用手機APP 搜尋最佳路徑前往之，此

老虎堂

時的心情來到四顆星。

到達店面之後為了盡快體驗到飲料的滋味，不免必須和大家排隊等待，讓他覺得有點麻煩，因此心情只有一顆星。

在等待的時候就開始與店面拍照，此時心情來到四顆星。

經過一段時間後終於拿到了老虎堂的招牌飲料波霸厚鮮奶加奶霜，便立即開始與商品拍照，此時正是最興奮的時刻，心情來到五顆星。

拍完照後才開始品嚐飲料，覺得真是人間美味，心情達到了四顆星。

喝完後立即利用手機，分享她今天拍的照片與品嚐到老虎堂飲品波霸厚鮮奶加奶霜的喜悅，此時正是她最重要的時間，心情有五顆星。

★ 阿誠的顧客旅程地圖



圖 12 阿誠照

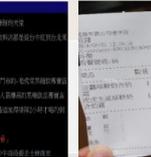
階段 類別	行動前		行動中			行動後	
ACTING	阿誠得知往上新發布一家新的手搖飲料店	運用快捷的網路地圖找到該店最快路徑	出發前往店面購買	到達店面後排隊購買	購買後立即開始品嚐	馬上回家打開電腦PTT引發共鳴	回味無窮日後期待再次購買
FEELING	4	2	3	1	5	4	3
關鍵點	網上得知消息	搜行前往店家的最快路徑	親自前往嘗試體驗	為了體驗產品等待	立即體驗產品	對產品發表評論	決定時常光顧
接觸點							

圖 13 阿誠顧客旅程地圖

➤ 以顧客阿誠的角度製作的顧客旅程地圖

身為美食評論家的阿誠手搖茶廣告來源大都是來自網路，且熱愛美食的他對於嘗鮮新美食更是熱衷，於是一得知店家位置便立即用手機 APP 搜尋最佳路徑前往之，此時的心情也是有接近滿分的興奮。

到達店面之後為了盡快體驗到飲料的滋味，不免必須和大家排隊等待，讓他覺得有點麻煩，因此心情只有兩分。

經過一段時間後終於買到了老虎堂的招牌飲料波霸厚鮮奶加奶霜，便立即開始飲用，覺得真是人間美味，心情達到了五分滿分。

回家後立即打開電腦上他平常最愛開的評論程式，PTT，分享他今天品嚐到老虎堂飲品波霸厚鮮奶加奶霜的喜悅，意猶未盡的他這時的心情仍然很不錯，有四分。因為覺得這家店飲料不只好喝 CP 值還很高，因此便決定日後要時常光顧，便推薦許多與他一樣熱愛美食的網友來一起購買。

第三節 痛點、問題點

「排隊點餐時間」與「等待製作時間」過長，導致不想再去第二次。

第三章 解決方案

第一節 改善方法

★ 現況：

光是排隊點餐就要排好久，等到點完餐又要在旁邊等到餐點好。

★ 改善排隊點餐問題：

設計APP 可以直接網路點餐，提供線上刷卡的服務，若不刷卡也可以憑訂餐明細去現場付款。(APP 會透過目前訂單量換算出預計等待時間讓顧客知道)

★ 改善等待製作時間問題：

餐點快好的時候APP 會提示，甚至是以簡訊或是電話的方式告知餐點要準備好了，隨時可以去取，若不是用APP 點餐的顧客，也可以留下電話號碼，改由電腦系統發罐頭訊息或是通話來告知。

第二節 APP 設計



會員登入後，會出現首頁的畫面。

老虎堂

首頁下方由左至右的圖示分別代表了訊息、購物車、門市分佈資訊、會員中心。點選最右邊的會員中心後，就會進入下個畫面。



圖 17 為會員中心的畫面，中間紀錄著所有的訂單，下方則是選擇付款方式。點選中間的訂單後，就會出現下個畫面。



圖 18 為訂單資訊的畫面，紀錄著產品數量及金額，而下方有預計完成時間，可以讓顧客在快完成飲料製作後，再去店面取飲料就好，不用在現場等很久。



第四章 結論

逢甲商圈一直都有各式各樣的飲料店進駐，這次我們選擇以老虎堂為報告店家。從品牌形象來看能發現年輕、獨特等特質，招牌以黑色為底金色字體穿插，而之所以稱為老虎堂，是因為透過透明杯身能看見滾燙的黑糖珍珠加入冰塊牛奶後所形成的漂亮老虎紋路，剛好與招牌能夠做呼應。我們也將與老虎堂相似的珍煮丹做比較，以十字定位分析各自的特色優缺，發現各有各著重的點，我們也為老虎堂做了顧客旅程地圖，其中特別分析了阿誠、小米兩位顧客，針對各自的喜好習慣做出旅程地圖。在分析及討論中，我們也發現了老虎堂有排隊排太久的缺點需要改善，提出以APP 提供線上點餐、付款甚至是為顧客換算預計等待時間，就不用在大街上擁擠得排隊。

老虎堂

參考資料

無作者(2018年2月21日) 台中西屯 | Tigersugar老虎堂(逢甲店)。熱血台中 取自

<https://taiwan17go.com/tigersugartaichuang/>

柚香魚子醬(2018年2月20日) 逢甲商圈 | 老虎堂逢甲店 * 難得讓我們沒有喝完的黑糖鮮奶波霸, 也許甜度低一點會更好~。柚香魚子醬的蹦蹦跳跳 取自

<https://chevigal.com/tigersugar/>

霸子(2018年2月16日)老虎堂逢甲店開張, 黑糖虎紋波霸鮮奶前進逢甲夜市。霸子食樂拼圖 取自

<https://buuz.tw/twtigersugar-fengchia/>

韓國美人 - 圖片來源

<https://www.pinterest.com/pin/633459503809297375>

胖男冬季穿衣搭配图片 - 圖片來源

<http://www.zhhotel.net/14/dimann/>

無作者(2018年10月19日)老虎堂Tigersugar -

Facebook 取自

<https://m.facebook.com/twtigersugar/photos/a.1229145223884234/1502377186561035/?type=3&source=54>

老虎堂logo - Google 搜尋

https://www.google.com/search?q=老虎堂logo&client=ms-android-tinno&prmd=inmv&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjGgLSV-cTfAhVKE7wKHXhYD-wQ_AUoAXoECAwQAQ&biw=360&bih=610#imgrc=ITTQkI_Z4x0oYM

Free icons, +99,000 files in .PNG, .EPS, .SVG format

<https://www.freepik.com/free-icons>

東森新聞生活中心(2018年7月3日)每天手炒黑糖只是描述! 「老虎堂」爆珍奶不純 老闆坦言: 有色素 | ETtoday生活 | ETtoday新聞雲 取自

<https://www.ettoday.net/news/20180703/1203974.htm>

無作者(無日期)归本主义 互动百科。取自

<http://www.baik.com/wiki/归本主义>

銀翼飛翔の吃貨時代(2018年5月24日)台中西屯 | 珍煮丹台中逢甲

老虎堂
店-黑糖珍珠控不能不點的逢甲夜市人氣排隊飲品！ - 銀翼飛翔の
吃貨時代 取自

<https://yinyih.tw/jenjudan/>

飯桶家族(2018年11月28日)台南東區-老虎堂黑糖波霸 台中排隊飲品進軍
成大學區 | 上好呷美食討論區204465 取自

<https://www.1111.com.tw/15sp/delicacy/discussTopic.asp?cat=delicacy&id=204465>

謝蘿莉(2018年2月19日)《台中♥食記》Tigersugar老虎堂(逢甲店)。台中最
狂飲料開分店，虎虎生風厚鮮奶限定，不排隊絕對喝不到！ - 蹦蹦♥謝
蘿莉 La vie heureuse 取自

<https://fairylolita.com/post-462188360/>

愛吃鬼芸芸(2018年5月3日)老虎堂 v.s 珍煮丹 | 黑糖珍珠牛奶爭霸戰 | 愛吃
鬼芸芸 取自

<https://aniseblog.tw/177913>