

T G B : 台灣好品牌 Taiwan Good Brand

壹、前言

重現廚房的靈魂人物：廚師

開展廚房的原始動能：廚藝

貳、青年御廚師網購行銷經營目的

青年御廚師 到府送幸福 -- 到家庭去作菜展現廚藝

參、青年御廚師網購行銷經營目標

- 一. 增加年輕廚師良好的廚藝訓練環境，提升廚藝的展現。
- 二. 減少家庭主婦料理的抱怨，提高用餐的滿意度。
- 三. 因應未來廚房作菜的多樣性及多變化。
- 四. 拉大與後續就業競爭同業的區隔以加強競爭力。
- 五. 延續且提升原始的廚藝工作理念，建立廚藝市場多元化經營的新標竿。
- 六. 把廚藝工作機會移轉到每個城鄉縣市且可以確實創造就業與技職教育場所，平衡城鄉工作機會。

肆、青年御廚師的定義

- 一. 以年輕人文風呈現出現代健康自然的料理氛圍、提供快樂輕鬆舒適的用餐品質。
- 二. 以健康為前提，食材中多半使用橄欖油、水果醋、米醋等天然材料。
- 三. 將台灣的食材可以呈現西洋的風格與日本料理的烹調方式。
- 四. 利用現有的家庭式廚房設備製作料理，清潔整理出衛生的食檯。
- 五. 重視盤飾，堅持現做的料理，依照不同季節的當令與當地食材製作料理，鮮度看的見。
- 六. 通過各名廚調教，按季節的變化與不同產地設計最適合的菜單，以展現對料理的專業。
- 七. 通過各式廚藝認證，身體健康檢查，良善的廚藝品格。

伍、到府行銷範圍

a. 台灣本島

北區：基隆．新北市．台北市．桃園市．新竹縣．苗栗縣

中區：台中市．彰化縣．南投縣．雲林縣

南區：嘉義縣．台南市．高雄市．屏東縣

特區：宜蘭縣．花蓮縣．台東縣

離島：金門縣．澎湖縣

b. 國際品牌授權合作

陸、經營理念

1. 主廚到府代勞媽媽料理、給媽媽輕鬆幸福。
2. 當令的新鮮食材、當地的農漁牧產品。
3. 通過檢定認證的御廚師來現做健康美味的料理。
4. 提供多元化、多層次的地方特色料理。
5. 提供創作料理、自創豐富佳餚。
6. 積極與客人互動，推出各項行銷及促銷活動。
7. 增進與顧客的互動，建立持續再次購買關係。
8. 吸引更多家庭客群，改變作菜習慣，讓家庭減少作菜次數。
9. 以家常菜為料理重點。
10. 積極推動青年御廚師品牌。
11. 擴充優質青年廚師培訓 增加人力。
12. 成為餐飲廚藝就業市場優勢品牌。

柒、廚藝服務傳遞概念

1. 以時尚風表現出現代自然的氣氛、快樂輕鬆流暢的料理。
2. 套餐式的擺盤服務，讓食物增豔。
3. 乾淨透明化的食檯前置作業，食材新鮮看得見，突顯專業品牌形象。
4. 展現專業自信、積極貼心、大方分享廚藝的好客精神。
5. 可精心準備的前菜服務。
6. 讓顧客感受到尊崇禮遇的料理經驗。
7. 優雅的氣氛，不被打擾的自家空間。
8. 提供親切、人性化的即刻更改菜單服務。

捌、形象定位

1. 強調專業廚藝服務的經營理念— 熱情用心、健康美味、食材知源。
2. 完整傳達專業化、現代化、人文化的經營概念。
3. 話題性的經營— 創新服務、食物里程、輕鬆氣氛、料理廚藝均有話題性。
4. 青年御廚師必須瞭解食物及食材的特色、口味、內容及製作過程，如傳統師傅在服務客人般，可以隨時給予解說。

玖、廚房設備與器具定位

1. 以顧客家庭原有的廚房設備器具主軸。
2. 以顧客家庭原有的餐具器具主軸。
3. 除了廚師個人使用的刀與砧板外，其餘廚具皆採用家庭廚房內現有器具。

(SOP 作業表)

位置	20 分鐘車程內
廚房面積	3 坪以上
進排水源	需流暢
電力	需充足
瓦斯	需充足
廚具類型	瓦斯 / 電力
工作檯	適合度
器皿與器具	兼具

拾、官網訊息：

1. 精緻簡單並且有效的網購入口網站。
2. 提供資訊：地區分配位址和基本青年御廚師資料。
3. 預告即將最新的菜單和促銷活動。
4. 預告最新廚藝教學的菜單與課程活動。
5. 有完整的廚藝訓練過程和廚藝文化介紹。

拾壹、不承接到府服務事項

1. 隔夜餐不承接（工作時段太長、不熬夜！）。
2. 不提供酒水、飲料。
3. 早上 9：00 前 ~ 晚上 20：00 以後不到府服務。
4. 不承接離別餐會（網購表格說明）。
5. 非法聚會不承接。
6. 不願意承接時。

