

摘要

本企劃探討餐飲連鎖分店競爭力與數位品牌形象塑造，以王品集團藝奇-板橋麗寶店為例，透過市場分析與數位行銷策略，提升品牌影響力與營運績效。

一、研究動機與目的

餐飲市場競爭激烈，數位轉型與品牌經營成為企業生存關鍵。本專題旨在透過數位行銷，強化品牌認知度、開發新客群，並提升社群平台影響力，以增加來客數與營業額。

二、市場分析與競爭態勢

市場趨勢顯示餐飲業持續成長，但亦面臨食材成本上升、人力費用增加與食安問題等挑戰。藝奇相似的競爭對手為瓦城、初瓦等，其優勢在於高端日式套餐定位，惟因品牌老化與價格較高，吸引新客群較為困難。

三、數位行銷策略與成效

本企劃規劃三波數位行銷活動，透過 IG、Dcard、Threads 等社群平台，搭配抽獎與優惠活動提升品牌曝光。然而，活動成效顯示，年輕族群雖增加關注度，但未帶動顯著業績提升。

四、改善建議：

1. 擴展社群平台：增加 Facebook、LINE 等中高齡族群使用的渠道。
2. 優化活動設計：簡化參與流程，提高獎勵吸引力。
3. 異業合作：與 KOL、美食部落客及異業品牌聯名，提高品牌影響力。
4. 強化產品創新：定期推出新菜色，吸引回流顧客。

五、結論

本專題強調數位行銷對餐飲業的影響，並提供實際行銷方案與優化建議，為提升藝奇-板橋麗寶店競爭力奠定基礎，未來應更精準鎖定核心客群，提升來客數與品牌忠誠度。