

最新奶茶店管理与经营方案 咖啡奶茶店 经营方案优选(实用5篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。通过制定方案，我们可以有条不紊地进行问题的分析和解决，避免盲目行动和无效努力。以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

奶茶店管理与经营方案篇一

(一) 创业环境

(二) 自身的优劣势

1、优势：

(1) 自己家从小经商，从小懂得怎样经营商店，不畏惧陌生人，可以较好的与他人交流。也接受了多年的基础教育，有相对完善的基础知识和人格。

(2) 大学生是最具创新精神的人群之一。我们大学生往往对未来充满希望，有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神。

(3) “政策优势”是我们的优势之一，有政策的倾斜与支持，比如贷款优惠，减免税收，法律保护等等，是我们大学生顺利创业的一大保障。

(4) 我家店附近经营过一家咖啡厅，对经营模式，以及各种人群的需求有一定的了解。同时自己很喜欢和咖啡，会品咖啡。

(5)在校四年，在许多专业有些志同道合的朋友，可以组成创业团队。每个人都会有自身的优势，这样就在创业团队组建是可以产生协同优势。因为有一定的感情基础，所以相对来说，团队的稳定性更好。

2、劣势：

(1)急于求成、缺乏市场意识及商业管理经验的缺乏，虽然掌握了一定的书本知识，但终究缺乏必要的实践能力和经营管理经验。此外，对市场营销等缺乏足够的认识，很难一下子胜任企业经理人的角色。

(2)综合素质较弱。首先，缺乏管理、法律和风险投资知识。虽然在学校看过一些管理方面的知识，但对于人事管理、资金财务管理、物资管理、生产管理和市场营销管理、经济法、税务、知识产权法等知识相对较为缺乏。

二、市场分析

(一)咖啡行业现状分析

咖啡终端销售市场一依次为：咖啡及西式快餐连锁店、星级酒店、西餐厅。其中咖啡馆及西式快餐连锁店主要由上岛咖啡、星巴克咖啡、真锅咖啡，麦当劳、必胜客，这些连锁店平均每月销量在吨，占，其次星级酒店每月平均销量在吨，占，西餐厅平均每月销量吨，占。随着时代的发展和人们生活理念的进一步改变，咖啡业也在以一种迅猛的速度发展。

(二)市场调研

调查结果显示，消费者认为每瓶咖啡价格在31-50元的选择比率最高,达到;其次是认为每瓶咖啡的价格在51-100元最适合的比率为;选择在30元以下的占;认为每瓶咖啡的价格在101-150元的消费者选择比率为;选择其它价格区间的消费

者比率很少。从调查数据中我们可以得出，消费者认为每瓶咖啡价格定在31-100元之间都是适合的。

在18-25岁的消费者中，有的比率认为每瓶咖啡的价格定在31-50元之间是最适合的；认为每瓶咖啡价格定在51-100元最适合的消费者比率为；认为每瓶咖啡价格定在30元以下最适合的消费者比率为；其它价格区间的消费者选择较少。

收入越高的消费者对咖啡产品价格的接受程度相对也越高

(三)产品的目标市场

奶茶店管理与经营方案篇二

本文是关于范文的咖啡店策划书，感谢您的阅读！

咖啡店策划书（一）

咖啡是世界三大饮料之一，一个西方的舶来品，在中国确是家喻户晓，有着极为深远的历时背景和现实意义。咖啡、西餐的真正兴起，应该是从20世纪90年代末开始的。其发展速度之快，在短短十来年时间内，达到了前所未有的行业繁荣。现在随着改革开放经济蓬勃的发展，有着大批的外商和白领长期处在高节奏、高效率的工作和生活加之于受西方文化的种种因素，造成了这个咖啡销量不断上升。故咖啡消费主要群体也就是外商、白领、旅游者和居家百姓。2003年的调查表明：咖啡终端销售市场一依次为：咖啡及西式快餐连锁店、星级酒店、西餐厅。其中咖啡馆及西式快餐连锁店主要由上岛咖啡、星巴克咖啡、真锅咖啡，麦当劳、必胜客，这些连锁店平均每月销量在吨，占，其次星级酒店每月平均销量在吨，占，西餐厅平均每月销量吨，占。随着时代的发展和人们生活理念的进一步改变，咖啡业也在以一种迅猛的速度发展。

年龄：18—25

特点：在中国，大部分大学生经济来源主要来自于父母，他们拥有较高的知识文化水平，有区别于其他群体独有的价值观。他们追奇求新，尊重个性，紧跟潮流，渴望独立，寻求刺激，却又带有些许怀旧，希望获得成就感、归属感和安全感。

价格定位

精准企划在做咖啡产品价格测试时并没有界定每瓶咖啡的容量，目的就是要了解消费者认为每瓶咖啡产品最适合的价格定位是在哪个价格区间，从而为咖啡产品的价格定位提供消费者需求的数据支持。

奶茶店管理与经营方案篇三

咖啡店营销策划书（一）

a□艰苦创业阶段。开业初期是人、物、财短缺的艰苦阶段，在这段时间我们要面临好些的困难，因此这段时间我们要以过硬的服务，信誉，质量打好开业后的基础，为以后的工作做好铺垫□b,发展阶段。在树立好前期阶段后，采取营销进攻法，进攻那就最好的防御，利用营销手段，占领市场。

a,模糊管理阶段。开业初期对几个管理有好些不明确的方面，只能凭借经验管理，因此我们需要严格的管理办法，对每件事情作出具体的工作办法及步骤，为以后的管理做好定位工作□b,质量管理阶段。开业一段时间后，对基本的分工，及管理渐渐有所明确，这时候，我们要采取定位制度管理，对每件事情采取定位制度管理，严格按照规章制度来，以便以后便于管理。

其实说实话，咖啡厅主要讲究的那就环境布置，讲究得那就

品味，因此环境的设计占到啦百分之六十，地理位置占到百分之二十，服务占到百分之十，一个好的管理也起啦很大的作用，要记住无规矩不成方圆，因此哪些都有要有个制度管理，分工要具体，分工具体也是为啦便于管理增高工作效率。

一、产品介绍：

咖啡厅是地点位于我校图书馆三楼。目前主要的经营项目有各种咖啡、茶、果汁、鸡尾酒和小吃（中西餐结合）等。

在中国，绝大多数消费者把吃西餐当作是一件奢侈的事。柔和的灯光、典雅的装潢、精致的餐具、彬彬有礼的侍应生在好些人看来是一种遥不可及的贵族消费的体现，是与千千万万普通的大学生无关的一种存在。

在江城学院，名为双鱼座咖啡厅，将成为同学相聚、情侣交流、与朋友洽谈的首选的浪漫之地。

创办咖啡厅的主要目的是给我校在校学生提供实习的机会，让学生在学的同时参与实践，从而增高学生的综合素质，因此，由在校本科学生担当咖啡厅的所有管理和服务人员是该咖啡厅的一大特色。

对家庭经济充裕的在校大学生，他们在校期间的业余时间大多用来发展自己的兴趣，追求生活的乐趣。大学生是社会消费的一个特殊群体，尽管他们在经济上尚未独立，但已是消费创新的主力军之一：今天的大学生消费已经不仅仅为啦满足生存的需要，更多地是为啦展现自我创新能力、向社会展示新潮前卫。学生手中的钱多啦，其消费领域也越来越宽。目前拥有手机、cd机、电脑等高等消费品的大生日渐增多，旅游、同学聚会和恋爱消费也日趋增加。

目前大学生的消费状况不尽合理，如储蓄观念淡薄、消费结构存在不合理因素、过分追求时尚和名牌，存在攀比心理、恋爱支出过度等。消费不仅仅是个人行为，还会受到社会的

政治气候、经济状况、文化环境等因素影响。

学生到咖啡厅主要是追求一种高品味的感受。尽管学生有相当一批咖啡消费者是因为文化和时尚而消费咖啡，但在很大一部分学生人看来，西餐厅与中餐厅没本质的不同，学生更注重实际，从很大水平上讲，西餐在他们看来那就另一种味道的饮食。首先，为啦消除人们对西餐的隔阂，双鱼座咖啡厅将自己的定位调整为以中档消费者为主，在原来的基础上实行全面降价。在营销策略上实行“欲取先予”，进行市场开发，让更多的学生消费者走进咖啡厅。2. 消费者分类。

(1) 外来人士。高校是一个知识分子呆的方面而且也是文化中心，商务人士和游客能够把对西餐的需求与消费带到啦学校，促进啦西餐业的发展，带动这个产业的发展。

(2) 环境特别需求者。虽然有的学生对西餐的消费不像白领阶级那样包涵对西方文化的消费，但对西餐厅特别的环境，还是有需求的。西餐厅的环境既不像中餐厅那么热闹，也不像快餐厅那么匆忙，无论是休闲还是谈话都十分方便。因此，好些人都把西餐厅作为与朋友、同学、甚至客户商谈、交流、沟通的一个场所。还一些人把在西餐厅或咖啡厅当作思考、独处或处理几个工作的场所。

(3) 追求时尚者。由于大学生是追求时尚的年青消费群体。他们追求品味和个性，又不宥于固定的模式和框架，消费能力从总体上讲比较有限，但群体规模大，对西餐的认同水平高，他们都对西餐消费起到啦推动作用。这其中以情侣用餐最为主要，每年情人节时尤其明显。3. 竞争者分析。

现有竞争者主要有三类：

另一类是比较高档专业的ktv[]主要面向学生唱歌喝酒。这类餐厅环境闲适，风格独特。

奶茶店管理与经营方案篇四

小型咖啡店

公司名称□with u咖啡店

现在咖啡在中国甚至世界各地都变成了“宠儿”，人们越来越爱喝咖啡。“咖啡文化”充满生活中的每时每刻，无论在家里、办公室还是各种社交场合，人们都在品着咖啡咖啡。咖啡逐渐与时尚、现代生活联系在一起。遍布各地的咖啡屋成为人们交谈、听音乐、休息的好地方，我们甚至还可以在里学习，咖啡丰富着我们的生活。也缩短了你我之间的距离。咖啡逐渐发展为一种文化。随着咖啡这一有着悠久历史饮品的广为人知，咖啡正在被越来越多的中国人所接受。

而且现在社会的竞争越来越大，人们的压力越来越大，每天都很繁忙，大家都希望在繁忙之后找一个舒适、优雅、安静的环境来放松自己，咖啡厅是一个非常好的选择，特别是室内的环境和气氛非常适合人们休息、放松和交谈。伴随着经济的发展和潮流趋势，咖啡店越来越受大家的青睐，特别是对于年轻的朋友们。就经济情况而言，我们的大部分消费者都是年轻人，经济情况都不能接受太高的消费，所以一些高级场所和大型的咖啡厅不适合他们，而我们将会变成他们的首选。

而且目前就现在消费群体和趋势而言，这方面目前市场竞争较少，投资也不是很高。

咖啡店发展很重要的一个因素就是选址，如果地址不太好，环境不太好，那么咖啡店就倒闭了一半，我们的小型咖啡店主要应开在临近比较多公司和学校的地方，这样交通便利，消费群体也在周围，非常方便。

除了地址外，最能决定咖啡店的运营情况的重要因素之一就

是装修。

1. 店内面积：50—70。

2. 店内装潢：

咖啡厅是一个温馨舒服的地方，人们常常约上几个好朋友做一块聊聊天喝点东西，为了让顾客们之间的谈话不会被别人听见和打扰，所以店内采用卡座式，将店内分成许多小隔间，用门帘和木板隔开，为了让顾客更有安全感和隐私感，坐在里面不会感觉很拘束，可以随心所欲。

(1) 模拟风景：大海、沙漠、森林、草原。

(2) 意境式：西式涂鸦、中国风山水、中外宫廷。

(3) 复古式。

小的卡座只放一张小桌子，两张靠背椅。中型卡座放一张长点的方桌，两旁放置小沙发。大型的卡座放圆桌，围着圆桌放置一些带靠背的高脚凳。咖啡店的招牌颜色用偏冷色系，制作尽可能的简单，这样看起来不负责且带有个性。店门采用木质门，能够让整个店看上去有一股神秘文艺气息，店内灯光采用暗黄上，加上悠扬空灵的音乐，钢琴曲或者舒缓的古典音乐。

能够用标准的普通话进行交流。

咖啡馆的客户没有限制，从小孩到老人都可以，但是主要的客户还是一些学生和单位的白领或者家庭主妇。

1. 咖啡，世界上的咖啡种类很多，不可能把所有的种类都引进来，就选一些有特色的，符合大众口味的咖啡。比如：

蓝山咖啡，蓝山咖啡是比较受大众欢迎的咖啡，香醇、苦中

略带甘甜，柔润顺口，稍带一丝丝的酸味，刺激味觉感官，是咖啡中的极品。

摩卡咖啡，芳香迷人，拥有独特的酸味和柑橘的清香气息，它的独特让许多尝过的人都为之流连。

巴西咖啡，较浓的酸味配合咖啡的甘苦，中间夹带淡淡的青草芳香，其余味令人舒活畅快。

拿铁咖啡，意大利浓缩咖啡加入高浓度的热牛奶和泡沫鲜奶，保留淡淡的咖啡香气，散发浓郁的奶香，是许多女生的最爱。

卡布奇诺，意大利浓缩咖啡混入泡沫鲜奶和巧克力粉，迷人的香气，优雅的装饰，是时下最流行的花式咖啡。

现在世界上最为流行的是意大利特浓咖啡、卡布奇诺以及拿铁牛奶咖啡。

2. 简餐：

（1）欧式：

蒜味香煎牛小排、香煎菲力佐香草奶油、德国猪脚、法式小羊排、迷迭香烤鸡腿；

（2）亚式：

3. 甜点：

冰沙、冰淇淋、松饼、华夫饼、蛋糕、蛋挞、饼干、布丁、果冻；

这个行业现在已达到成熟的阶段，但是也正在继续发展着，人们的生活水平逐渐提高，对于精神生活的要求也越来越高。很多年轻人都喜欢咖啡厅优雅个性的环境和口味各异的咖啡，

所以咖啡厅会是一个很好的发展趋势。

基于对多家咖啡厅的了解，会是市场上同行中的一个亮点，但自己对产品不是很熟悉，所以需要专业的师傅对店内的成员进行培养。

门面费（租金）：700—1000/月。50平米左右。

店内的装潢：4万左右。包括橱柜、桌子、凳子、店内装饰品等等。店内设备：6万左右。包括电脑、收音机、空调、咖啡机、餐具等等。员工工资：

固定员工 主厨□20xx—2500/月

服务员：1200—1500/月

兼职员工，按小时结算，每小时7元，长期兼职且表现优异者8元一小

1. 营业额计划

这里的营业额指的是咖啡店日常营业收入的多少。在拟定营业额目标时，一定要依据目前市场的状况，再考虑到咖啡店的经营方向以及当前的物价情况给予综合衡量。按照人口流动和人们对咖啡的喜好预计每天的营业额为800—1500，根据淡旺季的不同可能上下浮动。

2. 采购计划

根据拟定的商品计划，实际展开采购作业时，为了使采购资金得到有效运用以及商品构成达成平衡，必须针对设定的商品内容排定采购计划。当咖啡店设定了营业计划、商品计划及采购计划之后，就可依照设定的采购金额进行商品的采购。经过进货手续检验、标价之后，即可写在菜单上。接着必须

考虑的事情，就是如何有效地将这些商品销售出去。

3. 经费计划

经营经费的分派是管理的重点工作。通常可以将咖啡店经营经费分为人事类费用（薪资、伙食费、奖金等）、设备类费用（修缮费、折旧、租金等）、维持类费用（水电费、消耗品费、事务费、杂费等）和营业类费用（广告宣传费、包装费、营业税等）。还可以依其性质划分为固定费用与变动费用。

4. 财务计划

财务计划中的损益计划最能反映全店的经营成果。咖啡店经营者在营运资金的收支上要进行控制，以便做到经营资金合理的调派与运用。

总之，以上所列的三项基本计划（营业额、商品采购、经费）是咖啡店管理不可或缺的。

1. 同行业竞争

知己知彼，百战不殆。咖啡店经营者应随时关注竞争者的经营动态以及产品构成情况，并进行深入的比较与分析，借以占据经营上的有利地位，保证采取比竞争对手更有效的销售策略。

咖啡店经营者绝不能忽视市场情报，一定要随时掌握最新的相关资料与信息。针对咖啡店地址的特点与顾客特征，不断的提高产品与服务的质量，提高顾客来店的频率，进而提高咖啡店的业绩。

2. 销售促进计划

奶茶店管理与经营方案篇五

第一部分

行业前景

第二部分

第三部分

运营模式

第四部分

产品和服务

第五部分

市场分析

第六部分

消费人群

第七部分

产品特色

第八部分

人力资源分配

第九部分

财务计划

第十部分

利润分析

第十一部分

投资风险

策划人：陈景景

14现代农业

201402280102

曾著才

14现代农业

201402280141

张蔚然

14现代农业

201402280144

随着人们的生活水平在不断提高，咖啡这种西式饮品正在被越来越多的国人所接受，随之而来的咖啡文化正充满生活的每个时刻。咖啡不再仅仅是一种饮料，它逐渐与时尚、品味紧紧联系在一起，体现出高品质的现代生活；或是交友谈心，或是商务会谈，或是休闲怡情，尽在一杯音乐弥漫的咖啡中。正因为中国咖啡市场处于起步阶段，中国咖啡消费增速惊人，这意味着一个巨大的机遇已经降临，意味着有更多的机会，更大的利润回报空间。未来几年中国有望成为全世界最具潜

力的咖啡消费大国。总体来说，由于中国市场巨大，咖啡消费增长前景看好，中国在世界咖啡业扩大需求的总战略中占据重要地位。

咖啡店除希望宣扬咖啡之功效，我们更希望从中获利。计划咖啡店将在半年内转亏为盈。预计3年左右发出总投资本钱，并慢慢着手获利，在两年后每月除税纯利抵达两万元，并在四年后能开设另一所主题咖啡店。成为本区域以商务休闲为主、分身情调消费的带领性品牌咖啡店，时髦消费场所。