

# 奶茶促销活动策划总结(精选5篇)

工作学习中一定要善始善终，只有总结才标志工作阶段性完成或者彻底的终止。通过总结对工作学习进行回顾和分析，从中找出经验和教训，引出规律性认识，以指导今后工作和实践活动。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？下面是小编为大家带来的总结书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 奶茶促销活动策划总结篇一

20xx年5月10日、11日、12日（暂定）

八一路和广八路交汇处

吸引人流量，增加客单量，提高营业额，积攒大量人气，一炮而红。

开业促销是所有促销活动中最重要的，因为它只有一次，而且它是与潜在顾客的第一次接触，顾客对商店的商品、价格和服务等的印象，将会影响其日后是否会再度光临。利用反复的区域密集的促销活动，使其深入到经营方针、商品和优质的服务中，一定要使顾客知道新店的存在。

门店开业促销

### 一、借装修为开业造势

造成顾客的期待与好奇感，为即将开业造势。做一个显眼的大喷绘，一个临时性的广告，内容是即将开业的大姆指奶茶店形象宣传。或者拉一个条幅，上面写着□xxx奶茶店开业还有多少天，造成来往顾客期待与好奇感，为即将开业造势。

### 二、借周末为开业造势

满足顾客的从众心理，周五与周六是开业的最佳时间，一周当中这二天是人们最有消费需求的两天，也是人流量最多的时候，顾客有从众心理，喜欢热闹人多的地方。

### 三、借宣传单为开业造势

以优惠的促销方案引客进店□xxx奶茶的活动宣传单张的内容就包含：开业酬宾措施，进店有礼，点赞积分卡，店址，联系电话。两名派单员身着工装、披幅，披幅上印制店名，在附近人流量大的街道或校园门口发放宣传单，话术：新店开业有好礼相送，请来店里品尝。

### 四、借促销为开业造势（可选择）

2、开业当天凡是进店购买奶茶的客户拍摄店名、店内装修、宣传网页并分享到朋友圈即可获得小礼品一份。（一人仅限一份，留下姓名与手机号）

3、开业当天凡是进店购买奶茶10元以上客户可免费送点赞积分卡一张，往后消费一次点一个赞，集齐十个赞可以免费送奶茶一杯。

4、开业当天凡是进店购买奶茶客户可免费刮刮乐一次，刮刮乐内容有：抵用消费0.5元，抵用消费1元。（最高抵用消费1元，一次仅限使用一个）

### 五、借气氛为开业造势

1、店内张挂pop□张贴海报、产品图片，门前或店内安排试饮用的桌子和用具，门前派单员派发宣传单。

2、开业当天播放动感音乐，主持人宣传开业当天的优惠活动，并选定吉时进行剪彩；

3、店门口用白紫气球拱门装饰、店门口两边摆放开业花篮。

在开业当天，给消费者一个开业好礼及扩大影响力，营业额能够直接突破2000元。以后凭借着开业促销活动带来的品牌影响力，业绩能稳定在一个相当可观的数额。

活动当天所需物料：气球、拱门、开业花篮、红绸缎、音响、话筒、主持人、礼品、点赞积分卡、披幅。

## 奶茶促销活动策划总结篇二

自我们入学以来就发现校区内的商业店铺很少，紧有一家小卖部，学生平时可以在学校喝到得饮料只有小卖部里买的成品饮料，且品种单一，大大满足不了学生们对于饮料口味方面的需要。奶茶作为一种时尚饮品，以其口味好，方便快捷的饮用方式深受广大年轻人的喜爱，据我们调查，在长汽高专中德大部分学生想喝奶茶时都得到很远的地方购买，极不方便，所以开奶茶店就能满足学生购买奶茶的方便性，市场前景非常好。下学期，我们长汽高专即将乔迁新校区，根据消息，我们学校在下学期将会扩大招生，在校学生人数保守估计可达八千人左右，这是一个很大的目标消费市场，综上所述奶茶店奶茶店的消费市场非常好！

本店位于大学聚集中心地段，紧挨着学生超市，旁边是学生食堂，离三栋学生公寓也不远，每天人流量非常大，属于黄金地段。我们的目标消费群体主要针对的是大学生、教师、以及学校工作人员。经营面积约为10平方米左右。主要提供的各式的奶茶以及冷饮如：招牌奶茶、橙c□芒c□卡布奇诺、绿豆源、还有各式的水果沙拉、果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。本店采用的是现做现卖的销售方式外带可以送外卖，使顾客能更方便更健康的饮用我们的饮品。本店装饰自然，时尚，符合我们青年人朝气蓬勃的个性，我们还会在店设一个许愿墙，用便利贴的方式让顾客在我们的许愿墙上贴上他们最美好的愿望，以增加我们店

浪漫的风格。

1、本店开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单、个人关系宣传或多媒体（如：音响）等形式的简单广告即可。

2、开业之初，我们会面对全校开展一次促销活动，促销内容主要是降价销售一天，还举办喝奶茶赢奖品等活动，活动目的在于对本店的宣传，让学生知道有我们奶茶店的存在。

3、为了方便学生以及增大我们的销售量，本店还将推出送外卖的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：若有三份以上（包括三份）的叫量可以免费送货上门，单独叫外卖的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外卖，为了不出送货费则会拉上另外的两份外卖，如此也是能增加销量的。

4、本店还会在特殊的日子推出特别的奶茶饮品，如：情人节我们会推出情侣奶茶，冬至日会推出温暖冬日奶茶等等。

5、暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、学校工作人员，届时可采取减少生产量，转移服务重点等方式，以改善暑期的经营状况。寒假期间就考虑修业一个月，已减少不必要的成本支出。

6、市场经济是快速发展的，变化的，动态的，因此要以长远的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制作出长期的计划，每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划，如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后，可以考虑扩大经营，增加其它服务项目，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，可以往专为学生提供饮品行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

店长兼收银员1名，饮品师1名，送货员1名。

经营理念侧重于以下几点：

主要的文化特色：健康关怀、人文关怀

主要的产品特色：港式奶茶及水果沙拉

主要的服务特色：会员制的跟踪服务

主要的环境特色：具有时尚气息的绿色饮用环境

在大学中喝饮料是日常生活的一部分，而学校中所提供的饮品选择却远远没有达到学生们的要求。饮品市场前景良好，特别是具有青年人喜爱的时尚饮品，我们开奶茶店一定会得到广大学生们的大力支持。还有我们会对食品安全问题严格把关，做到无污染无食品添加剂的绿色饮品并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

优势与劣势：

优势分析：本店经营解决学生饮品单一等问题，并且与超市里的成品饮料同样方便快捷，节约时间。同时，我们还会提供送货服务让学生购买更方便。简洁舒适时尚的装修将是本店的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的饮用饮料，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。此外，学校食堂就在我们饮品店旁边，多数学生在吃晚饭后想喝饮料，这部分的优势很明显。劣势分析：由于刚起步，饮品店规模较小，如服务的人力资源、服务项目等都比较有限。另一方面，因为学校假期是固定的，寒暑假期间的客源会骤降，而寒假期间会比暑期更少，这将会是一个比较难以解决的问题。

机会分析：据我们的市场调查与分析，本店产品的市场需求是存在的，并具有一定的竞争力。而本人正是学生——这个

最大客户群中的一员，所以更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，是应该是很有机会挤入该饮品市场的。

威胁分析：餐厅的服务与产品质量的高低与经营成本又有直接和必然的联系，如此则产品价格必然不会比竞争对手低，虽然总体上价格并不会太高，但相比之下，客户的经济承受能力就成为一大考验了。并且，成本与利润也是直接挂钩的，盈利的多少则又是能否在竞争中生存下去的一大决定因素。再者，各地风俗与饮食习惯的不同，又产生了另一个问题，即是否大多数顾客都能对产品认可或满意呢，这也是需要接受考验的。

促销策略：

前期宣传：大规模，高强度，投入较大。

后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期具体活动的策划和组织如赞助学校组织的晚会借此进行宣传，通过活动时时提醒顾客的消费意识。针对节假日，开展有针对性的促销策略如发传单等。

1、据计算可初步得出店面开业启动资金约需8000元（场地租赁费用600元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用1000元，饮品制作用具购置费用5000元，基本设施及其他费用等800元）。

2、运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，杂项开支等。

3、每日经营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约300元，收益率40%，由此可计算出投资回收期

约为2个多月。

有形化营销策略：

由于本餐厅的经济实力尚弱，因此初期将采取避实就虚的营销战略，避开大量的硬广告营销，而采取一整套行之有效的承诺营销进行产品宣传。通过菜单、海报、文化手册、广告、促销活动等向消费者进行宣传、倡导天之素的经营宗旨与理念。

技巧化营销策略：

做出持续性、计划性将决定本店在避免普通饮料店的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势，为了使本店能够在顾客心目中树立起权威感和信赖感，本店将会建立一套完整的会员信息反馈系统，实现营销承诺：

- 1、顾客反馈表。在服务中严格要求工作人员树立顾客第一的观念，认真听取顾客意见。
- 2、将顾客满意进行到底。树立“顾客满意自己才满意”的观念，做到时时刻刻为顾客着想。
- 3、建立饮用顾客服务调查表，定期由营销部专人负责为顾客进行跟踪服务。

根据饮品企业竞争激烈、模仿性强的特点，实现对企业的外显文化和内隐文化的有机整合，加强企业的品牌保护意识与能力。围绕“健康、绿色、时尚”为核心的品牌特征，本店通过树立绿色形象、开发绿色产品，实行绿色包装，采用绿色标志，加强绿色沟通，推动健康消费、打造时尚气息来实现营销目标。作为一个饮品店开展绿色、时尚营销，我们有着天然的优势，本店将严格贯彻绿色餐厅的标准，无论从原料采购、食品加工还是卫生环境，都将严格把关。努力营造

出朴素典雅又不失时尚的就餐环境，通过对餐厅设计的布局、装饰风格、温度等，体现健康绿色时尚的理念。

本店将通过一系列的公关活动，处理各方面的关系，为奶茶店的发展提供宽松有利的经营环境。

1、与员工建立团结、信任一致的合作关系。在员工之间搭建起平等、便捷的沟通方式，通过发行内部刊物、免费会员提供奖励，集体娱乐等活动增加员工的凝聚力和工作积极性。

2、学生群众关系。为保证充足的人力资源，获得稳定的顾客群，得到可靠的后勤保障，应积极参与学校开展的活动以及各个社团的活动。尊重顾客的合法权利，提供优质餐品和服务，正确处理顾客的要求和建议。

市场是不断变化的，所以我们必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

（1）在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似饮品店的开业。

（2）项目生产经营阶段的风险，项目投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和其他表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源于市场上饮品业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。

内部管理风险：

饮品行业是一个技术含量相对较低的行业，但是它需要严格的管理才能赢得消费者的信赖，对于大多数中国自办的饮品店来说大部分存在着内部管理松散，服务人员素质较低，如何建立现代企业制度，健全企业经营机制强化企业内部管理关系着企业的生与存，成与败。

1)汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色饮品。

2、严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

3、进入市场后，认识饮品市场周期，不故步自封，积极开发更新饮品。

4、与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

初期（1-3月）

视觉识别

店名：一方面应该和自己的经营业务有紧密的相关，另一方面要照顾到经营的场所是在校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，店名应有格调，意味悠长。颜色：以黄色，红色，橙色等暖系色调为主，辅以轻快活泼的冷系色调。彰显时尚，潮流，雅致，品位。

店面布局

恰当运用灯光，地毯，隔断等元素，尽量一方面有效利用空间，一方面显得错落有致，不显开阔平淡之感。分区布局，让每个细分群体的消费者都有自己喜爱的角落和桌位。灯饰和灯光：灯饰是饮品店装饰的重要元素，选择各种不同样式的灯饰可以有效增餐厅的美感。灯光是烘托餐厅气氛的重要部分，可以选择不同颜色的灯光，烘托出餐厅宜人的气氛。同时，顾客应该保留在自己的空间按照自己的要求调节灯光的便利。

墙面装饰和窗帘：按照季节及时调整，各种织物材质，图案，颜色尽量显得和谐，显示饮品的格调，贴近消费者感官享受。

桌位：桌位设计和摆放应该总体上和谐，个体上有差异，避免给消费者大排档那样的感受。工艺品摆放：工艺品的选择应该贴近饮品店气氛和消费者偏好，烘托出本奶茶店的品位。饮品制作工具：干净，整洁，应该体现奶茶店特色或者形象。

## 奶茶促销活动策划总结篇三

结合节日特性适当装饰店铺。520当天，门店可适当增加一些浪漫元素，收银台上放上一束玫瑰，墙上挂一些粉色爱心气球，找一个可爱的玩偶发放玫瑰，顾客因此也能感受到门店的用心设计，对门店的好感度也会有所提升。

关注店铺片微信公众号，并在朋友圈分享在本店的爱情瞬间的顾客，即可免费获得本店爆款饮品一杯。

这是很多品牌情人节惯用的营销方法之一，虽然创意不高，新意不够，但是好处是操作方便，顾客的参与度也不错，既活跃了门店的节日气氛，也无形中让顾客在朋友圈分享了门店，主动帮门店宣传。

门店可在门口设立创意打卡点，让顾客手捧饮品，请专业的摄影师拍照，放在公众号上投票选出最恩爱的情侣获得520的奖品，或者赠送本店饮品等。

在520当天以较低的成本，为情侣顾客提供了贴心的增值服务。

另外门店可在当天设计简单温馨的520表白墙，表白墙适当融入产品和品牌信息，顾客在分享照片的时候无形中也达到了传播门店的品牌形象的效果。

为了帮助他们向对方表达这份爱，奶茶店店长可以费些心思去牵线、制造机会。比如：以门店的名义送上祝福和感谢卡片；饮品杯结合节日特性做一些装饰；调整一杯两杯门店的饮品名称.....

结合七夕节特性，推出特别品，帮助顾客顺利表达爱意。这也是门店节日促销较常见的营销方式之一，餐饮人巧妙抓住这些情感痛点，构建有价值的情感营销，不仅可以为门店提高当天盈利额，还可以提升顾客满意度，给顾客留下好印象，增加回头客。当然这个方法比较适用于单店或者门店还不多的店。

### 1、网红直播。

邀请当地或者在全国都比较有名气的网红来店里直播，或者组织网红线下粉丝见面会，为七夕节活动造势。

### 2、消费遇“7”，赠玫瑰。

消费结算，每单金额遇“7”，即送玫瑰花一朵（数量有限先到先得）。

### 3、第三人买单。

七夕节大部分商家都会把目光聚焦在情侣身上，却忽略了单身群体。这时候反其道而行，推出一个三人同行第三人买单活动，势必会形成新的传播势能和影响力。德克士曾经就在情人节时推出过三人套餐，效果还非常不错。

### 4、情书接龙。

邀请当天第一个来买奶茶的人，写个开头后面谁想写就接着写，一人一句，让顾客参与这份情书的书写，最后可以在店面里展示出来，也可以放在自己的xx上，吸引流量。

## 奶茶促销活动策划总结篇四

情人节前的最后一个周末\_月\_日、\_日\_日、和\_月\_日

## 二、活动主题

没有情人的情人节，让我们来制造浪漫

## 三、活动说明

每年的情人节，都是让单身男女更感孤单的日子，有伴的朋友们都去约会、浪漫了，他们在今天绝不会受到重色轻友的指责。没有约会的你会更显寂寞。为了给单身的都市男女制造浪漫，为情人节不再孤单，我们帮你寻找有情人。我们用一种特别的方式让你可以尽情释放自我，让羞涩的你也可以大胆敞开心扉，惊喜接踵而至，缘分从天而降。是的，我们用手机短信来开启情缘，无线互动、无限机遇。

## 四、活动内容

前期宣传突出”没有情人的情人节”和”制造浪漫”两个重点，吸引单身男女的注意力。以平面广告、传单、和门店前的印刷广告为手段。这个环节大家比我经验丰富，我就不多说了。需要特别提示的是要在宣传内容里加入”带好手机来泡吧，无限惊喜等着你”，类似的内容。并说明这是一次可以用手机短信在现场交友的’活动，而且使用的`是普通短信，没有增值费用。

## 五、酒吧内的操作

当客人来到酒吧后，每个人派发一个精美的说明手册，说明互动短信的使用方法，比如：”想要结识陌生朋友?想认识靠窗\_\_号桌的那个长发美女，直接过去搭讪被拒绝的话好尴尬。编写短信\_\_发送到服务号，马上得到她的id先和她短信聊一下再说吧。”

“情缘对对碰。碰碰运气，让美女遇到帅哥吧。编写短信\_\_发送到服务号码，系统会随机配对，返回一个异性朋友的id□

配对后系统会同时向你们两个发送提示信息，请开始短信情缘之旅吧，这可是天注定的缘分哦。”

“大屏幕贴士留言。贴纸条留言好土哦，而且我的字又不是那么漂亮，编写短信10+贴士留言发送到服务号，马上把您的留言展示到酒吧的大屏幕上。您可以把手机里有趣的短信贡献出来，快乐大家共享。也可以发送您的交友信息到大屏幕上哦。”

然后引导大家注册到酒吧的系统上，在酒吧的大屏幕或电视上播放游戏的规则，或回答客人的问题，把客人发的短信播放到大屏幕上。

基本上客人熟悉了短信的操作以后会自由的使用，短信情缘配对，用短信聊天等等，因为隐藏了手机号码所以即使羞涩的人也可以畅所欲言。

最后，可以使用抽奖平台，在注册的客人中抽取幸运奖品，在欢乐的气氛中结束一场活动。

## 奶茶促销活动策划总结篇五

(3) 市场定位物美价廉、即买即走的奶茶饮品。

(4) 价格在价格策略上，产品的价格低于或等于同行的价格，处于被动状态，定价紧跟同行业。

(5) 渠道多采用加盟店的渠道方式。而且奶茶店加盟一直是以连锁经营的方式出现。主要的渠道模式是：总公司——加盟店——消费者。

(6) 消费者紧贴目标消费群体。由于奶茶店的目标消费者多数是高校学生，所以其门店多分布在各大高校附近，利用各

高校间的紧密联系，口耳相传而不断赢得更多的知名度。

## 营销组合策略

产品策略：定位于时尚健康休闲饮品。

价格策略：结合竞争者的定价和自身产品的生产成本制定相应的价格。

分销策略：店面销售为主。

促销策略：根据具体的销售情况和节日采取相应的促销活动。

提高促销力度，加强目标顾客与企业的联系。奶茶店应该抓住奶茶市场空间较广，有利可图的不错良机，迅速扩大服务范围，增强市场占有率，由小做大，最终牢牢占据学校奶茶市场，为了实现这一目标而设计的行动方案是：

- 1、尽最大努力提高服务质量，改善服务态度。
- 2、不断加强对学生的宣传力度，增强学生对奶茶店的顾客忠诚度。
- 3、不断创新，完善和增加奶茶品种，适应广大学生需求。
- 4、海纳百川，在店内增设意见簿，学生有意见或建议可直接提出或书写。
- 5、适时推出促销策略。

(1) 促销资讯公开化，网络化。高校学生是奶茶店的目标顾客，针对年轻人经常上网的习惯，利用信息技术，建立针对各高校的信息沟通平台，在此台上提供论坛区域让学生针对企业的产品和服务提出意见和建议、及时在网络平台发

放最新促销资讯。

## (2) 人员促销。

必要时，可以到各高校附近派发促销传单，这是最直接的宣传手段。

## (6) 广告促销

看了也学到了东西。

b□宣传单。在各学校、路边印发宣传单，提高品牌知名度。

c□提供商业赞助时，在横幅上注明店名。