

# 最新咖啡店开店计划书(优秀7篇)

计划是提高工作与学习效率的一个前提。做好一个完整的工作计划,才能使工作与学习更加有效的快速的完成。相信许多人会觉得计划很难写? 以下我给大家整理了一些优质的计划书范文,希望对大家能够有所帮助。

## 咖啡店开店计划书篇一

咖啡作业商场规划跟着人们日子水平的行进,越来越多的人接受咖啡、喜欢咖啡。根据一项在12个内陆城市的查询数据闪现,32%的城市居民喝咖啡,在从前一年内喝过速溶咖啡的人口比例在30%以上的区域除了上海之外,还有北京、昆明、厦门、杭州和天津。其间青年男女在咖啡馆消费,家庭主妇,35岁以上的都市白领成为在家饮用咖啡添加是最快的团体。

由于咖啡深受消费者的喜欢,在全国范围内咖啡馆的数量早已突破了10万家。但从近几年的情况来看,咖啡馆“大迸发”作业洗牌加重,2016年全年咖啡馆数量呈现了负添加。到2016年12月16日全国有咖啡店90943万家。

2011年~2016年,我国咖啡商场年复合添加率为13.5%,2016年商场规划抵达147.93亿元人民币。另根据一项在12个内陆城市的查询:32%的城市居民喝咖啡。其间青年男女、家庭主妇、都市白领成为饮用咖啡添加最快的团体。全国现在至少开设有至少两万家,首要都会合在三线或以上的城市。

估量未来五年内,我国咖啡商场仍将坚持较高增速,年复合添加率坚持8.3%左右;到2021年,我国咖啡商场规划将达220.69亿元人民币。在细小添加以及消费晋级下,随之而来的是咖啡馆也不断更新晋级。

精品化

跟着咖啡文明的广泛，资深的、考究的咖啡行家越来越多，主动咖啡机冲泡的咖啡现已难以满足他们的需求，他们寻求更个性化、更高质量的精品咖啡，热衷于手冲、冰滴、虹吸等精品咖啡的制造办法。

据我国十二城市查询陈述闪现，32%的城市居民有喝咖啡的习气。虽然相较于欧洲的5.6公斤与美国的4.2公斤，我国人均咖啡年饮用量仅有0.03公斤，可是我国却有着最快的咖啡销量添加速度。

其时，在遭到西式日子，以及对新鲜事物与西式餐饮文明的多重影响下，我国咖啡文明应运而生，我国消费者对咖啡品牌与口味开端有所注重。

针对我国商场而言，美国的星巴克与英国的costa是最受我国消费者喜欢的大型连锁咖啡品牌，但其商场定价较高，且只选用直营办法，让许多消费者与投资者望而生畏。

## 咖啡店开店计划书篇二

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好处。咖啡、西餐的真正兴起，就应是从20世纪90年代末开始的。其发展速度之快，在短短十来年时光内，到达了前所未有的行业繁荣。此刻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[]20xx年的调查证明：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21.18吨，占30.18%，其次星级酒店每月平均销量在16.47吨，占23.47%，西餐厅平均每月销量13.53吨，占19.28%。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，期望获得成就感、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带给消费者需求的数据支持。

调查结果显示，消费者认为每瓶咖啡价格在31-50元的选取比率最高，到达39.0%；其次是认为每瓶咖啡的价格在51-100元最适合的比率为28.6%；选取在30元以下的占18.7%；认为每瓶咖啡的价格在101-150元的消费者选取比率为9.8%；选取其它价格区间的消费者比率很少。从调查数据中我们能够得出，消费者认为每瓶咖啡价格定在31-100元之间都是适合的。该项消费者需求的调研数据是咖啡生产企业为每瓶咖啡产品进行价格定位的重要依据。

在18-25岁的消费者中，有44.0%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26.8%；认为每瓶咖啡价格定在30元以下最适合的消费者比率为18.5%；其它价格区间的消费者选取较少。收入越高的消费者对咖啡产品价格的理解程度相对也越高。

价格定位贴合消费者需求才是硬道理

不管是咖啡产品还是其它产品，价格定位的正确方式是根据

消费者对该类产品的价格理解程度来定价。比如每瓶咖啡定价多少钱的策略是要先了解消费者认为每瓶咖啡最适合的价格，再根据消费者对每瓶咖啡价格的理解程度来确定每瓶咖啡的容量；而不是根据每瓶咖啡产品的容量来决定产品的价格。咖啡产品的价格定位既不是越高越好，也不是越低越好。价格定位只有贴合消费者需求才是硬道理。

### 3.1店长：

- 1、负责咖啡厅成败职责的经营者。
- 2、对外为咖啡厅的代表人。
- 3、参与营业活动的执行者。
- 4、甄选、训练、激励咖啡厅人员的领导者。
- 5、维持咖啡厅营运正常运作的管理者。
- 6、了解顾客与竞争者动向的信息收集者。
- 7、传递总部和分店之间信息的传播者。
- 8、推动组织学习与知识管理的教练。
- 9、解决咖啡厅危机与人员冲突的问题处理者。
- 10、寻求市场机会与创新的企业家。

### 3.2行政人事部负责人：

部门：行政人事部。主管单位☐f7咖啡店。

部门工作目标：负责文档宣传、内勤事务、行政公关等方面工作确保上级各项方针政策顺利实施，使店内各项重大活动

和安排高效有序进行，总结起草店内重要文件报告，协调好各项公关接待事宜，搞好内勤事务管理工作，充分发挥出参谋、组织和协调的作用，维护店内上下的规范和高效运作。为本店招募、选拔、培养高素质人才；制定薪酬福利政策、绩效考核政策及其它激励政策挖掘员工潜力，激励其创造力；充分发挥人力资源管理在提升企业核心竞争力和建立学习型组织等方面的重要用。

活动：安排在校艺术设计等专业大学生来做兼职，每周五晚安排一名绘画专业的学生给客人免费画肖像；每周六晚安排钢琴、小提琴演奏；每周日晚安排业余模特走秀。薪水按小时计算。

部门权限：负责监督和检查有关部门对上级各项方针政策的贯彻执行状况，参与组织和协调全店生产经营工作，统筹店内重大活动及会议安排，起草重要报告和文件，做好文件的传递、落实与内外宣传，统一公司办公用品管理，并负责对消防、保卫、宿舍管理等方面的管理工作。制定人力资源规划、政策和制度；向店长提呈人事任免意见、薪酬福利方案、绩效考核方案及其它激励政策，监督、指导集团各部门、事业部执行相关人力资源管理制度。

f7咖啡店设有：

店长1名；

行政人事部：正、副部长各1名，档案管理员1名；

财会部：部长1名，会计1名，收银员1名；

市场部：部长1名，成员3名；

采购部：设部长1名，采购人员若干，记录员2名；

酒水服务部：部长1名，服务员4名，调酒师2名，点心饮品师傅若干；

奖励制度：根据员工考核总分进行奖励(半年实行一次奖励)。

## 员工守则与店规

人事记录：员工到职前须填写人事表格，带给正确个人资料和近照。在职期间如有任何变更应尽快呈报行政人事部。

员工证：员工在当值时须佩带员工证。如有遗失，应立即报告，打埋补领手续，离职时须将员工证交还。

工作职责：员工务必忠诚，工作勤奋，对上级服从，对同事尊重及热心帮忙，尽心尽力负起分内工作职责。

服务态度：对顾客经常持续礼貌及微笑的面容，客气应对，不可与顾客发生争执。如发生事故，应立即通知上级领导处理。

仪容：须经常持续仪容清洁整齐，指甲应经常修剪。从事店堂服务的男员工不许留胡须和长发；女员工上班时务必把头发盘入头巾内。

操守行为：员工严禁在店堂内粗言秽语、吸烟、饮食、随地吐痰及谈论与经营无关的一切事宜。并且严禁在点内聚赌、盗窃、吸毒、酗酒、营私舞弊、亏空公款、打架、恶意破坏设备及公物等非法行为，如违反，除辞退外，严重者将送交警方。

拾遗：如有拾遗，无论大小贵贱，员工均应立刻交由主管登记，以备失主随时领回、绝对不能意存贪念或据为己有，一经发现将以纪律处分。

携物出店：员工进出店时，除预先经有关部门主管发证明文件核准外，不得携带任何店财物离店，若有犯罪着作盗窃行为处理。

防火和火警：员工务必严格遵守公司颁布的防火告示，注意防火安全。如遇上火警，应持续镇定，传呼同事协助及通知上级报警，关掉现场电源及煤气阀门，并迅速协助客人撤离火警现场。

### 3.3 市场宣传部负责人：

我们确定云山水榭咖啡屋主推产品为原味、咖啡冰、特浓，并加大宣传力度。同时目标消费群将集中在月消费水平超过500元的大学生。

(1) 店铺个性分析，优势：据在高校的市场抽样调查，云山水榭咖啡屋在高校中拥有必须的知名度，广告语“味道好极了”着重于其功能定位，在追奇求新的大学生消费群中占有一席之地。

分析：首先，根据我们的市场调查，在咖啡屋里除了“提神”这一功效外，大部分人在那里还感觉到了“休闲”。“休闲”不仅仅是一种生活态度，更是生活追求。应对眼花缭乱的大千世界，应对生活节奏不断加速的大背景，大学生有一种身心能够得到歇息的渴望，而云山水榭咖啡屋正是给消费者带来了这样的场所。

#### (2) 活动具体实施

##### 1、活动时光：

2、活动主题：同你的朋友来那里邂逅；广告语：亚当与夏娃的相遇，如生活与咖啡的邂逅般美丽。

3、活动资料：在所有校园内的宣传栏上张贴pop宣传画，注明主题和广告语

4、活动方式：1)消费满\_\_元钱，可送一张积分卡，积满x分送一杯\_\_口味的咖啡;2)选取\_\_口味的咖啡送精美礼品一份。

5、活动目的：入客数增加20%，让广大大学生了解云山水榭咖啡屋，扩大咖啡屋的知名度，树立完整的形象。

6、其他宣传形式的配合

a□制定dm和优惠券发放给周围高校的大学生，吸引顾客认识和理解

b□网络广告：校园网□flash制作，表现咖啡屋的饮用场景，将休闲和舒适的环境融入其中，营造活动氛围(网络点击链接云山水榭咖啡屋网址，注册，加入云山水榭咖啡屋俱乐部，获得优惠券)

c□广播广告：宣传云山水榭咖啡屋里的产品，让大学生更了解我们的状况。

d□校园电视传媒：系列广告片宣传(播放频次、什么时光播放、是否集中在受众的“空闲”时光、效果测试)

(3)各阶段费用预算

1□pop费用：100张\_\_x元=\_\_\_\_元

2、优惠券印刷费：\_\_\_\_元

3、送顾客咖啡成本：成本(x元)\_\_入客数\_\_送比数(3%)=\_\_\_\_元



## 4、其他活动费

### 3.4采购部负责人：

采购部是咖啡冷饮屋的重要组成部分，是隶属于财务总监的下属部门。负责咖啡冷饮屋所有食品原料和经营物品的采购、验收与进出物品的记录等工作。采购部对原料物品质量和价格的把关直接影响到整个咖啡冷食屋的经营效益。

#### 采购部人员设置及职称

人员设置：采购业务主管1名，采购员若干名，记录员2名

#### 主要职能：

部长：采购业务主管，作为采购部的直接领导人，务必很好的掌握市场信息，开拓新货源，优化进货渠道，降低采购费用。会同库管部、会计部确定合理物资采购量，及时了解存货状况，进行合理采购。并且要详细对待购物品的待购数量进行预测记录，作出价格预算，并将所需款项向咖啡冷食屋财务部汇报以取得采购经费。此外，采购业务主管有职责管理好本部人员的工作，同时加强本部与其他各部门的沟通工作。

采购员：采购员主要负责外出采购，包括进行市场调查，选取、评审、管理供应商，建立供应商档案，与供应商进行谈价，签订买卖合同并负责货品在运输过程中的安全，以及采购过程中的退、换货工作。

记录员：2名记录员要分别负责记录采购部货物和资金的进出状况，记录员务必详细记录货物的名称、规格、数量、进货日期、采购经费、支出数目、余额等，以便月末进行核查。

采购工作流程：采购业务主管根据当月的库存拟定采购清单

上报，在接到批示的采购清单后，由采购业务主管负责对待购物品的数量和价格作出预算，并将预算款单递交财政部申请购物经费，并由记录员记录在当月收支单上，供月末核查，采购经费将交给采购员外出采购货物，货物采购完成后，由本部门对货物进行验收盘点并详细记录。

### 采购部的管辖范围

- (1) 采购部所属员工。
- (2) 采购部所属办公场所区及卫生职责区。
- (3) 采购部办公用具、车辆、设备设施。

### 3.5 财务部负责人：

#### 财务状况分析

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，固定资本，折旧费，杂项开支等。

3、据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需12600元(场地租赁费用5000元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用2400元，厨房用具购置费用1000元，基本设施费用等2600元)。资金可有父母带给80%，自我积蓄20%。

4、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，也能够看出每杯31-100元之间的价格最为适宜，因此可大致估算出每日总营业额约20xx元，收益率70%，毛利润1400元。由此可计算出投资回收期约为一个月。

#### 现金流量预测表

收入：6月7月8月

咖啡平均价格(元/杯) 40 40 40

咖啡销售量(杯) 1500 1705 1860

销售收入(元) 60000 68200 74400

资本金(元) 18000 20460 22320

总结(元) 78000 88660 96720

a□(元) 263380

支出：6月7月8月

税(元) 1000 1000 1000

员工工资(元) 800 800 800

电话费(元) 300 280 260

差旅费(元) 300 260 220

其他费用(元) 200 200 200

合计(元) 2600 2540 2480

b□(元) 7620

总现金流量c=a+b (元) 271000

三个月累计现金流量d(元) 271000

一般问题所采取的行动：

顾客稀少销售额降低，作出相应价格调整，深入市场，加大宣传力度。若出现竞争者且用不正当手段拉拢顾客，则利用高质量，高效率守信，价格低应对挑战，尊重经商道德，净化市场。

### 3.6酒水服务部负责人：

酒水服务部是咖啡冷饮屋的重要组成部分，它的目标是向顾客带给以咖啡，冷饮，糕点和各种饮料为代表的有形产品，并带给顾客需要的、恰到好处的软性服务，开源节流，为咖啡冷饮屋建造良好的公众形象。

#### 人员设置及主要职责

人员设置：设部长1名，服务员，糕点饮品师傅若干。

#### 主要职责分工：

##### 部长：

- 1、全面主持本部工作，配合店长安排，协调各部门工作，确保当日任务顺利完成。
- 2、确保咖啡，冷饮，糕点和酒水的正常供应，审核采购计划，统筹策划和确定采购资料，检查购进酒水食品的质量，对酒水食品的采购要求和质量有领导职责。
- 3、对服务员和糕点饮品师傅的业务培训工作。对刚招收的服务员进行基本素质培训，开展礼貌礼貌教育。并定时给店内员工进行素质培训，对糕点饮品师傅进行业务培训，鼓励他们有新花样，新创意。

##### 服务员：

- 1、迎接客人，引客入座，招待客人。

- 2、供应酒水食品，为客人带给热情优质服务，引领客人结帐。
- 3、清理台面，做好卫生工作，按规定开启单据，保留好以做核查。
- 4、客人有其他合理要求时，要热情服务，尽量给予满足。当遇到不合理要求时，要礼貌在先，沉着冷静，并及时报告上级负责人。

糕点饮品师傅：

负责各种点心饮品的设计及制作，不断创新研制新品种。

本部要求：

- 1、所招服务员基本素质务必过硬，要有耐心，热情，善于和人打交道，能用英语进行基本对话，一批服务员中务必有一个英语口语好的，方便和留学生等外国顾客交流。
- 2、服务员要统一服装，要有良好的精神面貌，体现出当代青年的活力和朝气。
- 3、糕点饮品师傅务必要专业，富有创造力，这是咖啡冷饮屋生存的源泉。

本部宗旨：

有限进餐，无限服务。礼貌礼貌，热情待人。厨艺高超，乐于创新。开源节流，财源广进。

## 咖啡店开店计划书篇三

咖啡是世界三大饮料之一，作为西方的舶来品，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。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。开一家咖啡店，要做出完善准确的经营计划方案，必须要切实可行。

年龄：18—35岁

特点：在我国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。

据调查结果显示，消费者认为每杯咖啡价格在31-50元的选择比率最高，达到39.0%；其次是认为每瓶咖啡的价格在51-100元最适合的比率为28.6%；选择在30元以下的占18.7%；认为每瓶咖啡的价格在101-150元的消费者选择比率为9.8%；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。该项消费者需求的调研数据是咖啡生产企业为每瓶咖啡产品进行价格定位的重要依据。

店长1名；

行政人事部：正、副部长各1名，档案管理员1名；

财会部：部长1名，会计1名，收银员1名；

市场部：部长1名，成员3名；

采购部：设部长1名，采购人员若干，记录员2名；

酒水服务部：部长1名，服务员4名，调酒师2名，点心饮品师傅若干；

2. 活动主题：同你的朋友来这里邂逅

广告语：亚当与夏娃的相遇，如生活与咖啡的邂逅般美丽。

3. 活动内容：在所有校园内的宣传栏上张贴pop宣传画，注明主题和广告语

4. 活动方式：

1) 消费满xx元钱，可送一张积分卡，积满x分送一杯xx口味的咖啡

2) 选择xx口味的咖啡送精美礼品一份

5. 活动目的：入客数增加20%，让广大大学生了解咖啡屋，扩大咖啡屋的知名度，树立完整的形象。

6. 其他宣传形式的配合

a制定dm和优惠券发放给周围高校的大学生，吸引顾客认识和接受

b网络广告：校园网□flash制作，表现咖啡屋的饮用场景，将休闲和舒适的环境融入其中，营造活动氛围(网络点击链接咖啡屋网址，注册，加入咖啡屋俱乐部，获得优惠券)

c广播广告：宣传咖啡屋里的产品，让大学生更了解我们的情况。

d校园电视传媒：系列广告片宣传(播放频次、什么时间播放、是否集中在受众的“空闲”时间、效果测试)。

比如，每日收入、咖啡销售量、本金、利润等。

如若，一直以来顾客稀少销售额降低，应作出相应价格调整，深入市场，加大宣传力度。若出现竞争者且用不正当手段拉

拢顾客，则利用高质量，高效率守信，价格低面对挑战，尊重经商道德，净化市场。

## 咖啡店开店计划书篇四

现如今，农民生活水平日益提高，他们也开始向往享受生活。所以，我想在有发展潜力的乡镇开一间规模不算太大，但温馨时尚的咖啡馆。

咖啡馆是一个比较讲求品味、注重怡静幽雅和温馨浪漫气氛的地方，也是青年人谈情说爱和消费休闲的重要场所，因此，选址一定要讲究。可在小镇临街但较幽静的地方，或在一面临街，另一方面临河的地方，既要突出乡村特色，又要注重环境协调，给人一种美的享受。

大约10000元左右即可。5000元用于装修，5000元用于流动资金，主要用于进咖啡、酒水、烟等。

随着市场经济的不断发展，乡村人民的生活水平越来越高，生活城市化特点十分出，不少地方的乡村已建起了高楼大厦，街道、小区已经显出城市的风貌。沿海一些经济发达地方，现在乡村小镇的建设与居民生活已与城市差别甚微。

从另一方面看，我国对农村发展的投入也越来越大。加快农村的小镇建设，早已在发展规划议事日程之中，以小镇为中心的农村建设发展速度也越来越快。

农村小镇的加快建设与生活城市化，给咖啡馆商机提供了良好的发展基础与可观的后续发展空间。

从顾客群的方面分析，现在农村青年普遍向往过城市化的生活，也能够带着女朋友或是伙伴走进幽雅时尚的咖啡馆，像城里人那样享受温馨与浪漫。



乡村青年是乡村小镇咖啡馆的主要消费群。乡村青年人数众多，可以给乡村小镇咖啡馆生意带来足够的消费人群，而且，现在的乡村青年生活很赶时髦，谈情说爱已不像上辈人那样走田埂、钻林子、坐山坡，而是想学学城里人，在咖啡馆里约会，享受人生最美好的时光。赶时髦的渴望与向往是乡村小镇咖啡馆生意兴隆的基础。可以说，乡村小镇咖啡馆，生意潜力很大，有待开发。

2至3人。其中咖啡、水酒调配师1人，兼职收银与负责咖啡馆的管理工作。女服务员2人，生意淡时可1人，兼职卫生工作。

经营上要瞄准市场，注重时尚化，灵活多样。如代客人订做生日蛋糕、代客人送花等等。要经常推出特色项目，如周末、情人节、中秋节等等，都要搞活动。同时，要加大宣传，将城里青年人吸引过来。因为城里人过腻了都市生活，到乡下品味乡村露天咖啡馆的乡村风情与乡村韵味，感觉将比城里咖啡馆更加别致。

## 咖啡店开店计划书篇五

咖啡——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。许多最新的研究报告显示，咖啡对人体并没有过去想像中有健康的危害；反之，咖啡中一些成份对于人体有很多的保健功效。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。

本项目以主题咖啡店为内容，宣扬咖啡文化。预计在两年后每月除税纯利达到50000元人民币，并预计在四年后能在市区另一所主题咖啡店。

现今咖啡店主要是以连锁式经营，市场主要被两个集团垄断。

我们亦有考虑到其他饮品店(如饮品店、凉茶店和茶餐厅)的市场竞争状况，但发现这些类似行业多不是以自助形式经营，亦很难配合讲求效率的年青人的需求。开设自助式主题咖啡店尚有很多发展空间。

现在随着改革开放经济蓬勃的发展，大批的外商和白领长期处在高节奏、高效率的工作和生活中，西方文化的蔓延，造成了这个咖啡销量不断上升，咖啡文化成为都市白领的新宠。咖啡消费主要群体也主要是外商、白领、旅游者和居家百姓。

其他饮品店，如饮品店、凉茶店和茶餐厅，他们的有中国气息比较浓厚，有的比较方便或是价钱较低分别适合不同人群。他们产品数量较多，发展历史久，资金充裕，被众多客人认可。

我们决定以合伙模式经营星座咖啡店，因为以合伙模式经营的申请手续较以有限公司模式经营的申请手续为简。融资方面，共四十万，预算开业所需资金共八十万，现计划向银行咨询有关借贷细则。由于合伙没有以公司模式经营的股东之有限责任，选择合伙模式经营较容易向银行贷款。我们并协议所有收入将平衡分配。

周一至周五由正午12:00至凌晨00:30;星期六、日及公众假期由上午11:00至凌晨02:00。休息时间方面，咖啡店一带的店铺多在晚上十一时休息，所以我们选择平日在凌晨十二时半休息;而星期六、日及公众假期则于凌晨二时休息，让顾客可以在逛街后在咖啡店小憩。

以合伙模式经营的申请手续较以有限公司模式经营的申请手续为简。融资方面，共四十万，预算开业所需资金共八十万，现计划向银行咨询有关借贷细则。

1. 初始期：培育市场为主，加强宣传，建立良好形象。另一方面，鼓励一部分的“体验者”消费，起到引导和示范的作

用，为以后进一步的营销做好做好准备。

2. 发展期：维持已有市场，重点专攻情侣市场。重视客户关系管理，鼓励团队消费。同时，员工的招聘也可以从这部分群体中选拔。

3. 维持期：情感营销为主，唤起这部分群体内心的情感共鸣。可以减少宣传，采取收割战略。

和产品体系结合，产品体系应该以消费群体需求较大的品种为主。价格上保证以中高档为主，保留少量低档产品。

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，通过活动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。

随着我国经济的飞速发展，中国与世界的交流也日渐频繁。当然咖啡这一种代表着西方文化的饮品也日渐让普通市民认识并且普及，特别是在年轻人和上班一族中流行。外国人到中国旅游、经商、交流的人数也在迅速增长。所以咖啡屋的发展的空间可是相当的广阔的。我们相信，在未来五年：

1. 在两年内达到盈亏平衡点，并形成有一定鲜明度的咖啡屋品牌，有一定数量的稳定客源。

2. 在第三年开始盈利，并保持纯利润有9%的年增长率。

3. 五年内在市内设立分店。

## 咖啡店开店计划书篇六

年龄：18—35岁

特点：在我国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。

据调查结果显示，消费者认为每杯咖啡价格在31-50元的选择比率最高，达到39.0%；其次是认为每瓶咖啡的价格在51-100元最适合的比率为28.6%；选择在30元以下的占18.7%；认为每瓶咖啡的价格在101-150元的消费者选择比率为9.8%；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。该项消费者需求的调研数据是咖啡生产企业为每瓶咖啡产品进行价格定位的重要依据。

店长1名；

行政人事部：正、副部长各1名，档案管理员1名；

财会部：部长1名，会计1名，收银员1名；

市场部：部长1名，成员3名；

采购部：设部长1名，采购人员若干，记录员2名；

酒水服务部：部长1名，服务员4名，调酒师2名，点心饮品师傅若干；

2. 活动主题：同你的朋友来这里邂逅

广告语：亚当与夏娃的相遇，如生活与咖啡的邂逅般美丽。

3. 活动内容：在所有校园内的宣传栏上张贴pop宣传画，注明主题和广告语

#### 4. 活动方式:

1) 消费满xx元钱，可送一张积分卡，积满x分送一杯xx口味的咖啡

2) 选择xx口味的咖啡送精美礼品一份

5. 活动目的：入客数增加20%，让广大大学生了解咖啡屋，扩大咖啡屋的知名度，树立完整的形象。

#### 6. 其他宣传形式的配合

a制定dm和优惠券发放给周围高校的大学生，吸引顾客认识和接受

b网络广告：校园网□flash制作，表现咖啡屋的饮用场景，将休闲和舒适的环境融入其中，营造活动氛围(网络点击链接咖啡屋网址，注册，加入咖啡屋俱乐部，获得优惠券)

c广播广告：宣传咖啡屋里的产品，让大学生更了解我们的情况。

d校园电视传媒：系列广告片宣传(播放频次、什么时间播放、是否集中在受众的“空闲”时间、效果测试)。

比如，每日收入、咖啡销售量、本金、利润等。

如若，一直以来顾客稀少销售额降低，应作出相应价格调整，深入市场，加大宣传力度。若出现竞争者且用不正当手段拉拢顾客，则利用高质量，高效率守信，价格低面对挑战，尊重经商道德，净化市场。

## 咖啡店开店计划书篇七

咖啡，成为越来越多人的宠儿。创业，从开家咖啡店开始，也是不少人的选择。创业第一步要写好创业计划书，想开咖啡店的朋友们有福了，给大家推荐一篇咖啡店创业计划书。咖啡，成为越来越多人的宠儿。创业，从开家咖啡店开始，也是不少人的选择。创业第一步要写好创业计划书，想开咖啡店的朋友们有福了，在此，笔者为大家推荐一份完整的咖啡店创业计划书。

### 第一部分：背景

在中国，人们越来越爱喝咖啡。随之而来的“咖啡文化”充满生活的每个时刻。无论在家里、还是在办公室或各种社交场合，人们都在品着咖啡。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，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。

### 第二部分：项目介绍

咖啡店由西安\*\*学院在校学生自主创办，在学校正门右边街道一个显眼的位置，这里虽然装修简单，但特别有家的味道，甚至比家还温馨，还放松。南面墙全部是书架，上面横七竖八地摆满了各种书籍。吧台坐落在正中央，吧台后面的墙上挂着一个木质的酒架，码放着各式各样咖啡豆，北面除了大门外，余下的部分全部是明亮的玻璃飘窗，窗台很低，上面落满了各种杂志，靠窗的地方只摆放着方桌，每桌可以坐4-6人。但是，这里的空气、光线、声音更让人迷恋、难舍，感觉就像在家里一样轻松自由。

### 第三部分：创业优势

目前大学校园的这片市场还是空白，竞争压力小。而且前期投资也不是很高，现在国家鼓励大学生毕业后自主创业，有一系列的优惠政策以及贷款支持。再者大学生往往对未来充满希望，他们有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神，而这些都是一个创业者应该具备的素质。大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较高层次的技术优势，现代大学生有创新精神，有对传统观念和传统行业挑战的信心和欲望，而这种创新精神也往往造就了大学生创业的动力源泉，成为成功创业的精神基础。大学生创业的最大好处在于能提高自己的能力、增长经验，以及学以致用；最大的诱人之处是通过成功创业，可以实现自己的理想，证明自己的价值。

#### 第四部分：预算

##### 1、咖啡店店面费用

咖啡店店面是租赁建筑物。与建筑物业主经过协商，以合同形式达成房屋租赁协议。协议内容包括房屋地址、面积、结构、使用年限、租赁费用、支付费用方法等。租赁的优点是投资少、回收期限短。预算10-15平米店面，启动费用大约在9-12万元。

##### 2、装修设计费用

##### 3、装修、装饰费用

具体费用包括以下几种。

(1)外墙装饰费用。包括招牌、墙面、装饰费用。

(2)店内装修费用。包括天花板、油漆、装饰费用，木工、等费用。

(3)其他装修材料的费用。玻璃、地板、灯具、人工费用也应计算在内。

整体预算按标准装修费用为360元/平米，装修费用共 $360*15=5400$ 元。

#### 4、设备设施购买费用

具体设备主要有以下种类。

(1)沙发、桌、椅、货架。共计2250元

(2)音响系统。共计450

(3)吧台所用的烹饪设备、储存设备、洗涤设备、加工保温设备。共计600

(4)产品制造使用所需的吧台、咖啡杯、冲茶器、各种小碟等。共计300

净水机，采用美的品牌，这种净水器每天能生产12l纯净水，每天销售咖啡及其他饮料100至200杯，价格大约在人民币1200元上下。

咖啡机，咖啡机选择的是电控半自动咖啡机，咖啡机的报价现在应该在人民币350元左右，加上另外的附件也不会超过1200元。

磨豆机，价格在330—480元之间。

冰砂机，价格大约是400元一台，有点要说明的是，最好是买两台，不然夏天也许会不够用。

制冰机，从制冰量上来说，一般是要留有富余。款制冰机每



天的制冰量是12kg□价格稍高550元，质量较好，所以可以用很多年，这么算来也是比较合算的。

5、首次备货费用

6、开业费用

开业费用主要包括以下几种。

(1) 营业执照办理费、登记费、保险费;预计3000元

(2) 营销广告费用;预计450元

7、周转金

共计：

第五部分：发展计划

1、营业额计划

2、采购计划