

奶茶店策划案(大全7篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

奶茶店策划案篇一

（一）项目背景

风行茶饮**年诞生于台北市大安区，秉持用心做好每一杯茶，让每一位顾客感受更健康、更美味茶饮的想法，风行茶饮在短短五年内，由台大商圈内的小小一间珍珠奶茶店发展成为在台湾拥有近两百家门店的精品时尚茶饮连锁公司。仰慕大陆源远流长的茶饮文化，深感大陆饮料市场虽百家争鸣，风行茶饮在20xx年入驻大陆市场，旨在通过提供精品茶饮连锁加盟服务，让更多的国人籍由加盟店体验优质台湾茶饮文化。就是在这样的背景下，小编撰写了这一开奶茶店的创业计划书，希望对创业者有所帮助。

（二）项目介绍

“品牌是质量的保证”。虽然有的人说不迷信品牌，但他们内心还是认同这一说法的。开一个品牌奶茶店会让消费者喝得更放心，同时品牌效应一方面可以帮助创业者减小很多创业阻力。风行茶饮始终坚持始终坚持品质与健康，成为奶茶连锁加盟的顶尖知名品牌的产品开发原则，调制出健康、美味、放心、最好喝的奶茶是风行一直以来的追求。

（三）市场前景

目前，奶茶现做现卖，是年轻势力、都市白领最喜欢的饮品

之一，喝奶茶已经变成了一种时尚潮流。而且随着奶茶的深入人心，他们对奶茶的需求量会更大，奶茶市场将更加广阔。而且奶茶没有淡旺季之分，一年四季都可以做，市场的起伏不会太大，收益四季均有保证。

风行茶饮的目标消费者是年轻势力和都市白领，契合奶茶的主流消费群。其细分市场是中端市场，凸显品质。随着人们生活水平的提高，他们对品质的要求也越来越高，质量低劣、口味单一的奶茶必然会被淘汰，奶茶趋向于品质化是必然趋势。

（一）行业现状

奶茶所属的饮品行业不停地发展，各式各样的产品层出不穷，而奶茶因为种类繁多，口味多变，发展得更是迅猛。随着台湾珍珠奶茶的出现，奶茶迅速风靡全国，各种奶茶店也如雨后春笋般出现在城市的大街小巷。奶茶经过十几年的演变发展，消费者对于奶茶的消费更加趋于理性，也更注重奶茶的品质。这使得奶茶店的发展有所放缓，投资者对于奶茶的品质也有了更多的考究。

奶茶店发展迅速也意味着奶茶竞争的激烈。奶茶也朝着两个相反的方向发展：一是中低档奶茶店为赢得更多顾客，售价低，打价格战；另一个就是高档奶茶店拼品质，质量优、环境好、价格高。两者各有其消费群，但是奶茶的消费者更多的是中等阶层的人。因此一个价格适中，品质有保证的奶茶店会更受消费者的青睐。

（二）swot分析

优势分析

（1）奶茶现做现卖，即时消费。而且奶茶店的大部分产品既可以做冷饮又可以做热饮，一年四季都有市场。

(2) 奶茶一般分为主料、辅料和加料三个方面。加料主要有红豆、花生、珍珠、还有葡萄干等等。因而在喝奶茶的同时又有“吃”的乐趣，其他饮品提供的添加物单一，无法与奶茶媲美。

(3) 门面可大可小，一次性投入小，风险低，投资回报周期短，回报率高。

(4) 开奶茶店的技术门槛低，操作简单，培训几天就可以进行操作，而且需要操作人员少，一般三个左右就可以了。

(5) 风行奶茶有10几个系列100多种特色产品，产品种类繁多，可选择性强。风行奶茶有奶茶类、果汁类、茶饮类、沙冰类，还有咖啡系列。

(6) 风行奶茶有品牌与质量的保证，坚持“零奶精、零果粉”的产品开发原则。

劣势分析

(1) 奶茶店资金技术门槛低，既是一个优势，也是一个劣势。因为资金技术门槛低，能够开奶茶店的人也多，奶茶市场很容易达到饱和状态，竞争的重点集中在价格竞争上。

(2) 奶茶的附加价值低，不能挖掘出让人记忆深刻的内涵。

(3) 奶茶店生意的好坏很大程度上取决于店面的位置。买奶茶的消费者一般都符合就近原则，他们不会为喝一杯奶茶而跑很远。

(4) 店铺产品的好坏，直接取决于他采用的原料品质的好坏。而且原料来源透明，成功的店很容易被别人复制，店铺经营难以长久。

(5) 由于媒体的宣扬，消费者对奶茶的认知存在误差，认为奶茶就是“加了香精、糖的色素水”。

(6) 没有研发原料的能力，只能被动接受厂家提供的原料，使自家的产品没有独特性。

机会分析

随着风行奶茶的不断宣传推广，风行奶茶强调的“健康、美味、放心”已经在部分消费者心目中形成比较深刻的印象，并以此为质量标准来衡量奶茶。因而，风行奶茶加盟者只要在开店过程中不遗余力地宣传强调这一概念，使它深入人心，消费者就会把它当做评价奶茶的质量标准，当其他品牌做不到这一点的时候，他们自然而然就会选择风行奶茶。“健康、美味、放心”是风行奶茶的usp□即独特的消费主张。

威胁分析

(1) 奶茶店质量参差不齐，中低档奶茶店的价位比较低，对部分消费者有一定的吸引力。

(2) 奶茶是可替代产品，消费者可以选择其他饮品来代替奶茶。因而开风行奶茶店不仅要和其他奶茶的竞争，还要与其他种类的饮品进行竞争。

风行奶茶开发了十多种系列，一百多种产品，分冷、温、热三种，一年四季都有市场。而且风行奶茶每季都会推出新品，作为本季主打，保证产品的更新换代。风行奶茶点餐牌可以根据当地的实际情况和销售情况进行自由调整。

店面的选址除大学周边外，还可以放眼于区域经济、收入水平、规划、人口质量等发展趋势，着眼于商圈的客流、购买力的质量和数量以及商铺本身的品质，从中选出成本不高、增值潜力较大的商铺。具体参考如下：

区域店址选择

商业区购物中心/大型超市/商业步行街

餐饮区风味美食街

娱乐区游乐场/大型娱乐广场/旅游胜地

校园区高等院校/中、小学

商务区写字楼

选择店铺有四大要素需要注意：

第一：客流的含金量选址一定要注意人流量、消费群以及购买力等，客流的大小直接影响到收入的多少。

第二：选址的前瞻性关注市政规划、拆迁改造等政策性变动把冷僻之地变成黄金地段，开发中的地段的商机。

第三：商铺的性价比不同的地段、周边环境、交通条件等，店租的差距较大，要充分考虑店铺的性价比，对进驻商业广场的加盟商来说，除了考虑租金价格外，更要注意商场的管理和经营模式。

第四：联盟化零为整与拥有好地段的商家联营，分租空间，这样既可以拥有好的位置又可以节省不少费用。

另外开店需要办理工商营业执照、税务登记证、卫生许可证分别在工商局、税务局、卫生站办。办证价钱各地各不相同，详情请去办证地点了解。

店面人员在三四个会比较好，分早、中、晚三班，交叉轮流。一般店面操作人员要保证两个以上，早上和晚上人流稀少，可以只安排一个人值班。针对店面的业绩情况还可以制定一

个奖惩制度，根据店员的业绩来给她们适当的奖励和惩罚，这样可以激发她们工作的积极性。

在开业和节假日的时候，做一些活动可以吸引消费者的注意，提高销售额。在生意平淡的时候也可以做些活动，利用各种手段刺激市场，增加销量。风行奶茶公司制定了一系列促销手册，上面有全年的节假日活动案例，不知怎样做活动的店面负责人可以进行适当的参考。

投资分析项目名称店面

前期投资品牌加盟费20000（地区首家及前5家加盟，免除加盟费并享受更多优惠）

质保金（可退还）5000元

设备费用9000元

装修费（视门面大小而定）11000元

首次原材料购入（根据个人情况）8000元

合计35000元

月投入原料费（按毛利百分比计算）15000元/月

租金（以当地为准）2500元/月

设备损耗80元/月

水电等杂费1000元/月

合计20980元

月收入营业时间9:00am-22:00pm

平均消费4元/人

日收入（视人流量而定）1200元

月收入36000元

八、风险与风险管理

（二）漏单：人多的时候，客人催也不要慌，防止某些人拿了饮品不付钱。

（三）偷盗：做好防盗措施，有条件的可以装一个监控摄像头。

一家店成功以后，会选择再多开几家，如果几家都成功之后，会进一步选择做风行奶茶的代理，形成规模效应。

奶茶店策划案篇二

一、基本情况：

1、企业名：飘香奶茶店

2、行业类型：零售

3、组织形式：个体工商户

主要经营范围：工程学院的商业街，这里是人流的中心集合处

4、经营地点：济南市章丘区工程学院

面积：占地大概100平方米

选择该地点的理由：因为学院里没有一家专营奶茶的店，该

地点是人流的集中地带，交通方便，市场前景非常广阔。

5、创业者个人情况：

姓名：张璐性别：女年龄：20文化程度：大专

相关工作经历：曾经在奶茶店里兼职过，懂得一点怎样经营，但在日后的日子里本人会增加社会实践的，学习与这方面的知识的。

6、成员组成：操作工一名，服务员两名

二、立项概述：

我是一名大学生，专业是物业设施管理，从小对经营方面感兴趣。现在将要大学毕业了，凭着自己对经营的爱好和向往，一直希望能够开一家属于自己的奶茶店，以此来增加自己的收入，是众多的奶茶店吸引了我，我去喝奶茶时的`启迪，使我对此产生极大的兴趣。根据本人的经验，资金情况及对当今社会的了解，决定要谨慎从事，三思而行，因为这有一定的风险的，加上自己的经验不足。随着居民生活水平的不断提高，如今大学生的消费越来越高。追求环保，健康的消费已成为一种生活时尚，所以我打算要销售一些奶茶产品，为大学生提供休闲娱乐的场所，顾客至上，这是我们的宗旨。

三、市场调查

奶茶店就是一个资金投入低、消费人群广、回收成本快，而且门面非常好找的创业项目，一般除了保留3个月左右的店租、人工和日常开销外，奶茶店经营管理不用太多周转金，非常适合小本自主创业。

奶茶，发展趋势很好，而且有非常巨大的潜力。但是，要注意几点：

- 1、经营必须有特色。没有特色的产品是没有市场的。
- 2、品质要好，口感是否保持一致。通过接触众多同行，成功的在这方面做得比较好。
- 3、小店也要专业管理。
- 4、及时了解消费者消费爱好和同行产品，及时调整产品和口味。

四、对其它奶茶店的调查：

1、店铺硬件调查。主要包括：竞争店的选址、店铺外观形象、建筑物构造、经营设施配置等方面的调查。

2、店堂陈列布局调查

主要包括：竞争店的楼面构成、平面布局、面积分割、商品陈列及店堂气氛营造等方面的调查。

3、商品能力调查。对竞争店奶茶品种齐全的程度、奶茶的价格带、奶茶的品质、货源供应等情况进行调查分析。

4、店铺运营管理调查。对促销、补货、陈列及环境卫生等方面的调查。

五、经营策略

1、营销策略分析

印刷小名片进行投送

大学校园住宿比较集中，学生基本上都在寝室内，所以此方向可以得到十分好的宣传效果

张贴广告

可在校园人流密集处张贴广告进行宣传

网络宣传

口碑传递

可通过同学，老师介绍增加消费人群

2、服务方面

奶茶店的服务必须是一流的，并且是微笑服务。

奶茶店策划案篇三

如今，随着人们生活水平的提高，人们的消费方式和消费目的也发生了翻天覆地的变化针对市场经济的变化，商家生产出一种满足消费者需求的产品——优乐美奶茶，为了将优乐美奶茶引入市场，本公司代表优乐美奶茶产品的全盘广告作业。

二 广告商品

优乐美奶茶

三 广告目的

1 促进指明购买

2 强化商品特征

3传播影响程度 不知名——知名——了解——信服——行动

四 广告期间

6月——9月

五 广告区域

全国各地

六 广告对象

所有居民用户

七 策划构思

(一) 市场大小的变化情况的两种：

a 量的变化——随着人口的自然增减而变化。

b 质的变化——随着社会形态、价值观念、文化水准等而变化。

在这两种变化中同类型商品都会蒙受同样的影响，即厉害均沾，而且变化多是渐进的，也非单独某一品牌的力量所可左右的。

(二) 旧市场占有率的提升(即袭夺其它品牌的市场)

(三) 使用及购买频度的增加

就优乐美奶茶而言，因系属营养品，为个性之商品，与一些会导致冲动购买的商品不同，故“新市场之开发”甚为不易，只得利用旧有市场的互相告知，以增加新市场，而市场本身质与量的变化所扩增的市场也不可能独占。在“使用及购买频度的增加方面”亦因营养品购买率很高，但是各种品牌太多，而无法对整个业绩的增加有所裨益，故真正能让我们加以发挥努力的只有“旧市场占有率的提升”一途，以及如何

袭夺其他品牌的市场,使其消费者转换品牌,指名购买我品牌,此为我们今后在广告推广方面致力的目标。

八 广告策略

- 1、针对各阶层消费者,运用不同媒体做有效的诉求。
- 2、制作海报张贴计程车上,公共椅背上及公共电话或公司行号的电话机上,以随时随地地提醒消费者注意,弥补大众传播媒体之不足,并具有公益及pr作用。
- 3、制作小型月历卡片,于元旦前散发赠送各界人士利用,譬如置于食品店、商业区(服务台)供人随意索取,也可夹于杂志页内,赠送读者。
- 4、除正式大篇幅的广告外,在报纸杂志上另可采用游击式的策略,运用经济日报的插排和联合、中时的分类广告版,不定期刊登小广告,一则省钱,二则可弥补大广告出现频次不够多的缺失。只要设计得简明、醒目,依旧有很大的效果,美商海陆公司即会运用此一策略。

九 广告主题

(一) 卡片及广告牌的广告内容

优乐美奶茶,味好营养更好!

(二) 电视广告策划

在电视台的黄金时间播出:

画面:一个美丽的女孩,边喝优乐美奶茶,边说:“爱生活,爱优乐美,味好,营养更好!”这时出来另外一个人说:“我也要”,又出来另一个人说:“我也要”最后好多人都出来

一齐说：“我们都要——优乐美奶茶，耶！”

(三)广播台

广播内容就是介绍优乐美，例如请嘉宾，做一个优乐美专访。

奶茶店策划案篇四

一、活动主体：

520，网络情人节

二、活动时间：

20__年5月17日—5月20日(星期四至星期天)

三、活动内容：

【活动一】：我的情人——我做主

浪漫520，款款深情，穿着类全场4折起，精品皮鞋、旅游鞋全场8折，羊毛衫全场5折起，七夕热销，甜蜜放送，扮靓您的她(他)。(明示、特价商品除外。)

凡5月20日出生的顾客，凭身份证均可免费获赠情人节玫瑰一支。

凡购物满77元的顾客，均赠送甜蜜情人卡一张、玫瑰花一支。

订花、送花、奶茶服务。

活动期间，鲜花专柜将接受顾客订购与送鲜花服务(限城区)，代您传达烈火浓情。

活动期间，凡需礼品包装的顾客均可凭购物小票到一楼总服

务台进行免费奶茶领取。

【活动二】：浓情七夕，浪漫送礼——巧克力

活动期间，穿着类商品当日累计满177元(超市不打折单票满77元)送精美巧克力一盒或玫瑰一支。(凭购物小票，到1f总服务台领龘)