奶茶营销方案案例(实用5篇)

确定目标是置顶工作方案的重要环节。在公司计划开展某项工作的时候，我们需要为领导提供多种工作方案。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

奶茶营销方案案例篇一

中国大陆的奶茶市场于2007年开始进入高发展阶段，随着人们的生活质量和消费能力的不断提高，使得他们对饮料产品的口味，时尚要求更高级，奶茶这一在全世界都流行的新口味的时尚产品，受到的消费者特别是10~30这些年轻消费群体的喜爱，已经形成了稳定的消费习惯，它兼备了牛奶的营养、茶的清香和功能饮料的新口感，在满足生理需要的同时更能满足消费者的’心里需求，小资情调、浪漫情怀、更能显示奶茶在饮料行业中的与众不同的独特个性。

它的出现，带来的新消费理论、随着学生生活水平提高，奶茶店也将目标对准了校园这个大市场，根据调查%80的人喜欢喝奶茶，说明大部分学生对奶茶是情有独钟的。把奶茶作为日常饮品选择之一，因此奶茶在校园中具有非常大的市场前景。

在激烈的市场竞争中，为了更好的生存和发展，必须要对自己的市场营销策划有认真的态度。

从地理位置这一点来看影响奶茶店的经营状况因素，一般情况下，在市中心，交叉路口、以及人口密度集中的地方条件较多.奶茶店大部分位置于高中，大学，旅游区。

在周边范围，存在的同类的竞争是非常多的，因为我在进行市场营销策划同时，必须考虑到其他奶茶店也在发展，如一

地区没有奶茶店，奶茶更早的进去校园市场，使得消费者产生一种先入为主的观念.使得其口味独特，速度拿下市场。同时奶茶竞争对手还包括市场上存在的几个知名品牌、如香飘飘，立钝、优乐美等、但是这种奶茶与现做奶茶的口味存在较大差异。

随着经济的发展，人们的生活质量越来越高，美食，天然，健康。成为消费者对奶茶的新要求，在消费方式上面，我们主打学生经常购买比较大，所以市场营销策划中强调质量好，口味好、服务态度好等。

a属于自有的品牌，采用加盟店，品牌品种不受限制，选择多有特色

b客人群体比较稳定，主打学校。

c学生群体有非常好的口头传播效应。

a家庭化管理

b货物不稳定

c加盟店物品各店铺参差不齐。用品不一样。

d新品种推出较慢，或者个别店铺没有或没进。

e管理矛盾巨大化，不实用，

(就好比我店，过节日想搞个东西，没权利

f缺少一个大家一起发展的平台，导致矛盾巨大化。

g咖啡杯有太多的缺点，不容易打包，不容易带。

a潜在的、固定的学生群体不断发展。

b学生爱喝奶茶越来越多，市场前比较好

a旁边大部分都有其他奶茶店，有一定的竞争压力。

b其他潜在的新奶茶店威胁。

a卫生管理、确保店铺地面整洁，时时保证设备、货架、等的干

净、不乱贴广告等。

b商品齐全，货架丰满，根据商品保质期，先进先出，易拿易放

c要灵活补货，订货，定期检查商品货物库存。

a服务用语，服务语言;您好、请稍等、对不起、让您久等了、欢迎再来、等。忌用语;不知道、卖完了、不行、没有了等。

b对缺货处理，发现顾客购买商品缺货时，首先要表示道歉，然后告知商品什么时间到货，或主动建议其他的商品。

c顾客投诉。处理投诉时，禁止推卸责任，主动关心态度(出了个别

个人人品问题外、)不能因此搞成顾客流失。

a顾客进店时，要表示欢迎光临。

b收钱时要唱(收您多少钱、找您多少钱)

c顾客不多时，要主动为顾客打包等。

d收钱时要快，要准，要快速，对顾客时时刻刻保持微笑。

e要耐心的回答顾客的问题。

f顾客遗失物品要保管好。

奶茶营销方案案例篇二

xx奶茶店开业活动

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□xxxxxx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□xxxxxx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、宣传单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20xx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。

奶茶营销方案案例篇三

国际经济学家预测未来五年最具前途的九大行业，快餐业和休闲业占据二个席位；休闲餐饮是21世纪餐饮业的发展方向，其市场前景，行业利润远远超过传统餐饮；“民以食为天，百业餐饮为王！”餐饮业是一个永远充满活力的行业。西式快餐将是21世纪最热门的行业之一。

西式快餐中最为火爆的还是奶茶店，在境外餐饮业中占据的比例是：美国35%、欧洲30%、日本20%、香港10%，而在中国，即使在广州、深圳、上海这一比例也仅为5%，所以奶茶市场还有很大的开发潜力。新的社会环境下，大学生就业形势已日渐严峻，为此，国家为鼓励大学生创业出台了一系列的优惠政策，大大减小了投资风险。奶茶店行业投入少，见效快，收入稳定，风险小，无技术难读。对于刚踏入社会创业的大学生来说，这是一个很好的选择。

（一）竞争者分析

1、产品竞争者：七杯茶（工大东门店）、奶熊奶茶店（五食堂附近）和90°炭烧咖啡（二食堂附近）。

2、竞争者4p分析：

（一）谁是我们现有的和潜在的顾客？

1、人口统计特征：性别、年龄、收入、职业等。

现有的顾客：主要是工大的学生为主。

潜在的顾客：工大附近小区的居民，所以得加大宣传力度。

2、地理特征：地段，流动人口数。

现有的顾客：五食堂附近寝室的学生和附近其他店的店员。

潜在顾客：五食堂是出学校的重要的餐饮地带，所以其他要在五食堂吃饭的所有工大同学是我们的重要潜在顾客。

3、心理与行为特征：意愿、兴趣和生活方式等。

现有的顾客：喜欢喝奶茶的学生和附近居民。

潜在顾客：经好友介绍或者被店子名气吸引过来的顾客。

4、影响购买决策者：主要是个人意愿以及周边朋友的看法。

（二）顾客对我们奶茶的购买：

1、顾客的购买批量：主要是现场购买，从而获得一定的优惠。

2、主要顾客与一般顾客的区别：主要顾客是经常来光顾店内生意并且会带好友过来的，一般客户流动性比较大，来的不频繁，对待主要客户，我们得采取一系列优惠措施从而与他们保持良好的关系，建立深厚的信任感，对待一般客户，我们得用我们的服务，把他们发展成我们的主要客户。

（三）我们的顾客在哪里购买我们的奶茶？

在店内直接购买或者网购。

（四）我们的顾客什么时候购买的奶茶？

1、季节差异：基本没有季节差异。

2、促销活动的影响：增加知名度，提高销量。

（五）我们的顾客为什么要购买我们的奶茶？

1、我们和竞争者奶茶带来的利益：奶茶是很受欢迎的一种饮品，快速、美味让它成为大众喜爱的饮品。

2、在购买时，消费者的支付方式：在店内购买时，直接付款，网上购买时，采用网上支付。

3、消费者希望与我们或竞争者保持一种紧密联系吗？或者他们只喜欢一手交钱一手交货？

（六）为什么潜在客户还没有购买我们的奶茶？

1、潜在顾客哪些需求我们奶茶没有满足？

知名度小、较远地方的客户我们采用的是达到一定价格才会送上门，所以位置离我们远的可能没办法送货上门。

2、竞争产品有哪些特点、利益或者优势，使得潜在顾客选择使用他们？

3、在哪些方面阻碍了顾客选择我们的产品？

因为我们店的地理位置较好，所以租金较贵，所以我们的价格相对来说较贵一些，这可能阻碍了一部分顾客选择我们的奶茶。

4、有多大可能性可以使潜在顾客购买我们的产品？

我们可以提高知名度，做好宣传，以及通过口碑相传，让老顾客带朋友过来，让潜在顾客选择我们的产品还是有很大的可能性的。

（一）营销目标和业绩：

1、打开市场，提高我们店在这一块的知名度。

2、完成每天固定的销售额。

3、与客户保持良好的联系。

（二）我们的营销战略在销售额、盈利能力和沟通等目标上的表现如何？

我们的营销战略主要是前期听过宣传，提高知名度，吸引顾客来我们店参观和消费，后期我们通过老客户的口碑相传来巩固我们的地位，也通过他们带来更多的新客户。这种战略有利于我们的销售额，能很好的实现盈利，与客户的沟通和交流更是必不可少。

（三）与业内竞争者相比较如何？

首先，优势：我们新店开张，一系列的优惠活动会吸引大批客户，其次，我们通过自己的人际关系，可以有效的帮忙宣传，并且节省一笔宣传费。

劣势：刚成立的店，客户对我们持有很多怀疑态度，并且有些客户习惯在以前的店消费，很难改变他们的习惯。

（四）店内现有与未来资源

1、公司现有的资源状况如何？

财务：除掉之前的所有费用，还有3250元可以用来买原料。

资本：店内现有的各种设备。

人员：一个店长，三个店员。

经验：之前在其他店认真的学习过管理和经营的经验。

与供应商和客户的关系：保持一个长久和紧密的合作关系。

2、这些资源在近期会怎样变化？会让店变得更好还是更差？

财务规模会越来越大，人员也会越来越多，经验会越来越足。但是设备会越来越旧，所以对设备的爱惜和维护是我们应该注意的。

（一）营销目标

1、详细的可测量的结果：计划在半年内回本，共30000元，加上每个月我们的人工费，每人1000，所以每个月我们至少需要9000做的业绩，平均一下，每天至少300的营业额。

2、完成的时间：计划在半年内完成。

3、负责执行的单位和个人：由我们组的几个人一起完成和执行。

4、与swot的关系：利用swot矩阵，制定合理的销售。

（一）目标市场（工大以及工大周边地区）

人口统计特征：人流量大。

地理特征：在大学周围，人流量大，而且固定。

心理特征：物美价廉。

基本需求和利益需求：主要是做主食或者饭后消遣。

购买与惠顾特征：购买量较大，忠诚客户较容易获得。

消费特征：消费水平普遍不是很大。

对选择这一目标市场的论证：虽然整体消费水平不是很大，但是人流量大，取得忠诚客户较容易，地理位置较优越，还是可行的。

（二）营销组合策略

1、营销组合策略（针对目标市场）

（1）产品

产品的主要特性与利益：我们奶茶包装较特别，味道好，所以定价相对来说会高一些。

与竞争产品的不同之处：第一，我们推出了很多款竞争者没有的套餐。第二，我们有一个店面，可以让消费者进店里面消费，并且还有其他多种水果或饮料。产品的各个层次和包装：不同价格的产品在味道、包装上面均不一样。

（2）价格

产品的单位成本：一盒奶茶成本在3元到4元不等，根据不同的产品成本不同。定价目标：平均每盒奶茶赚5元钱左右，所以，奶茶定价在8到22元之间。

（3）促销

（三）主要顾客和竞争者的反应

1、顾客与竞争者对营销组合策略可能会有什么反应？

顾客可能会对我们的促销策略感兴趣，从而加大购买力度，竞争者肯定会采取类似的竞争策略来和我们保持竞争。

2、营销组合策略怎样使我们在满足市场需求的同时获得竞争优势？

首先，我们得用我们产品的特色来征服顾客，其次，不断增加我们的忠诚客户，进而口碑相传。

3、这些竞争优势是可持续的吗？为什么？

这些竞争优势是可持续的，因为忠诚客户对我们来说是很重要的，也是新客户的重要来源。

本餐厅将通过一系列的公关活动，处理各方面的关系，为餐厅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、社区群众关系。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，应积极参与维护社区环境、积极支持社区公益事业。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。

奶茶营销方案案例篇四

奶茶店开业活动

5月10日、11日、12日

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。活动概述：

门店开业促销

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。

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。

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。

2、开业当天凡是进店购买奶茶的客户拍摄店名、店内装修、宣传单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）

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。

奶茶营销方案案例篇五

1、把握214情人节促销奶茶店策划商机，让顾客有新鲜感，刺激其消费欲望；

2、提升奶茶店人流量，吸纳新客源；

3、打造奶茶店的信誉度，提升顾客忠诚度；

二、20____情人节活动时间

三、20____情人节活动主题

我爱你，丝丝心动

四、20____情人节活动对象

针对20到30岁的女性客户。

五、20____情人节活动内容

“我爱你，丝丝心动”特惠活动

买家真人秀，分享美丽赢好礼！

1分享即有奖：__。(人人有奖)

2幸运降临奖(每月1名)

3忠诚客户奖(年终1名)

六、20____情人节活动宣传

1、宣传重点时间：活动前_天;__后_天;

2、宣传手段：目标对象确定了，再用通过合适的途径传播，比如____等等。

七、20____情人节活动促销前工作

1、货源问题：确定促销的商品、并备好充足的货。不同的商品要采取不同的促销方式，再者就是关于打折的物品要选择例如大的商品作为促销品。促销期间，货品销售会比平时快，因此，充足的备货就是保障。

3、顾客人群的确定：找对消费人群，针对性的制作促销方案。