

茶叶策划方案实施步骤和方法 茶叶店策划方案参考含(大全5篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

茶叶策划方案实施步骤和方法篇一

(一)、消费人群调查

- 1、要明确整个林东镇，常住人口、外来人口的人口大概数目
- 3、从各种渠道了解林东镇各级政府、机关、学校、一些具有一定规模的公司的茶叶消费习惯，了解到他们负责采购茶叶的负责人。

(二)、调查林东镇茶叶店

- 1、了解林东镇茶叶店的数目（大小高中低档都算上）
- 2、了解茶叶店的选址，各个茶叶店的房租是多少，重点要了解各个茶叶店的周边环境，明白为什么他们为什么要把茶叶店选在这些地方，了解茶叶店周围都有一些什么样的店，是不是有政府机关，是不是在镇上繁华的地段。
- 3、了解各个茶叶店的内部装修环境，内部装修的风格、氛围
- 4的价位，茶叶的品次（就是茶叶的质量，是不与它的价位相适应）

（三）、店面的设计

首先，要确保茶叶店的周边环境与茶叶店要相适应（繁华的商业中心、休闲娱乐街、宾馆饭店、城市内的小区）

花月夜》、《渔舟唱晚》等等。

最后、店面的装修的具体内容。店面不需要太大，三四十平米就可以了，但一定要精致，而且古朴，因为茶叶不同于其他的消费品，古朴典雅才是茶叶的。还有就是选好摆放茶叶的家具，不用太贵，一定要与店内的环境氛围相协调。

（四）、前期的店面推广

开业之前，可以在镇上的繁华路段派人发放宣传页，让人们了解到茶叶店即将开业，并且要标明开业有哪些优惠（具体的有凭借宣传页，可以免费的品茶、买多少送多少、办理会员可以免费品尝每年的新茶等等），一定要让人们明白优惠的力度很大，而且优惠的时间要有限制，优惠并不是一直都有的。

开业当天，一定要控制好当天的场面，不能造成混乱，用于促销的茶叶一定要充足，而且市场面也要有秩序，场面混乱容易造成咱们茶叶店档次太低的感觉。

（五）、开茶叶店的其他注意事项

2、刚开业的时候，茶叶不能进太多，每个品种，每个品种的各个等级不用进太多，2~3斤就可以了，要做到勤进茶叶。而且要做到所进茶叶要形成，高档少、中低档多的格局。

4、一定要注意店内的布局，概括起来就是简约大方，典雅古朴

5、要请一个优雅亲切，有气质的店员，她还要有气质

6、作为一个老板，要具备以下的素质，懂得看茶叶的外形、闻香度、测水分、会开汤、品滋味、看叶底、评价格。这个需要你能不断的积累。加油哦！

茶叶策划方案实施步骤和方法篇二

为了确保事情或工作有序有力开展，时常需要预先制定一份周密的方案，方案属于计划类文书的一种。方案应该怎么制定才好呢？下面是小编帮大家整理的茶叶推广宣传活动策划方案，欢迎阅读与收藏。

营销因素组合，指综合运用企业可以控制的各种市场手段。它要求一个企业运用系统方法进行营销管理，针对企业不同的内外环境，将各种市场手段进行的组合，促进它们互相配合起来，综合地发挥作用。总体而言，它包括茶叶产品设计、产品服务、基本价格、付款办法、分销路线、人力推销、营业推广、广告等多个方面。茶叶市场作为社会大市场的一个分支，茶叶销售因素组合的含义及组合的原理和一般市场是一致的。因此，制定茶叶营销因素组合，须遵循以下几个方面：

第一，根据企业制定的产销目标，针对市场需求，分析影响茶叶市场销售的不可控制因素有哪些，企业可控制因素状况如何？这些因素中哪些是有利的，哪些是不利的。

第二，分析企业的人力、资金、技术、设备资源状况及本企业的优势、长处及薄弱点。

第三，在上述分析的基础上，选择和应用有关营销因素进行组合，并根据企业内外部环境的变化，及时变动营销因素组合，使之适应内外环境的变化。

第四，营销因素组合作为企业整体销售活动的基础，既可将四个因素综合运用，也可根据茶叶商品和市场的特征，分别重点使用其中某一个或两个因素。

第五，运用营销因素组合制定营销策略，或选择一个营销因素组合，是一项细致复杂的工作，除应密切注意本企业的目标、目标市场的需求及企业内外环境条件外，还应注意各因素的配合协同作用。

茶叶策划方案实施步骤和方法篇三

- 1、要明确整个林东镇，常住人口、外来人口的人口大概数目
- 3、从各种渠道了解林东镇各级政府、机关、学校、一些具有一定规模的公司的茶叶消费习惯，了解到他们负责采购茶叶的负责人。

（二）、调查林东镇茶叶店

- 1、了解林东镇茶叶店的数目（大小高中低档都算上）
- 2、了解茶叶店的选址，各个茶叶店的房租是多少，重点要了解各个茶叶店的周边环境，明白为什么他们为什么要把茶叶店选在这些地方，了解茶叶店周围都有一些什么样的店，是不是有政府机关，是不是在镇上繁华的地段。
- 3、了解各个茶叶店的内部装修环境，内部装修的风格、氛围
- 4的价位，茶叶的品次（就是茶叶的质量，是不与它的价位相适应）

（三）、店面的设计

首先，要确保茶叶店的周边环境与茶叶店要相适应（繁华的

商业中心、休闲娱乐街、宾馆饭店、城市内的小区)

其次，店面的设计要有文化内涵，店内的环境要优雅，具体的可以在店内悬挂一些字画，摆放一些精致的茶具，播放一些古朴典雅的古典音乐，如《平湖秋月》、《平湖秋月》、《出水莲》、《高山流水》、《春江花月夜》、《渔舟唱晚》等等。

最后、店面的装修的具体内容。店面不需要太大，三四十平米就可以了，但一定要精致，而且古朴，因为茶叶不同于其他的消费品，古朴典雅才是茶叶的。还有就是选好摆放茶叶的家具，不用太贵，一定要与店内的环境氛围相协调。

（四）、前期的店面推广

开业之前，可以在镇上的繁华路段派人发放宣传页，让人们了解到茶叶店即将开业，并且要标明开业有哪些优惠（具体的有凭借宣传页，可以免费的品茶、买多少送多少、办理会员可以免费品尝每年的新茶等等），一定要让人们明白优惠的力度很大，而且优惠的时间要有限制，优惠并不是一直都有的。

开业当天，一定要控制好当天的场面，不能造成混乱，用于促销的茶叶一定要充足，而且市场面也要有秩序，场面混乱容易造成咱们茶叶店档次太低的感觉。

（五）、开茶叶店的其他注意事项

2、刚开业的时候，茶叶不能进太多，每个品种，每个品种的各个等级不用进太多，2~3斤就可以了，要做到勤进茶叶。而且要做到所进茶叶要形成，高档少、中低档多的格局。

4、一定要注意店内的布局，概括起来就是简约大方，典雅古朴

5、要请一个优雅亲切，有气质的店员，她还要有气质

6、作为一个老板，要具备以下的素质，懂得看茶叶的外形、闻香度、测水分、会开汤、品滋味、看叶底、评价格。这个需要你能不断的积累。加油哦！

茶叶策划方案实施步骤和方法篇四

篇一

现在微信的流行不用再多说，茶企、茶媒体、茶人当然也不会错过，或者说微信在茶界更流行。

微信账号分为个人号与公众号，个人号一般都是个人兴趣的展示和即时通讯的工具，而公众号就成为了一种新的营销平台。

以茶界微信号来说，所发布的内容大多是茶界资讯、事件报道和活动的通知和报名，而发布方集中在行业媒体、协会和各地方相关组织。而企业官方号，发布的内容当然就是企业资讯、产品信息和企业活动，基本形式与前者没有什么区别，只是范围小了。这两者至少占据茶界微信号的半壁江山。

比较少数的那一部分微信公众号，简单概括地说，文学作品、营销策划、社会热门、心灵鸡汤。前两者还与茶相关，比如一些茶文化书法、绘画、文学的展示微博，这种微信号一般都由一些社团组织开通建立，发布的内容也是围绕社团活动特点。而营销策划机构是利用微信传播一些销售理念，以期宣传品牌。后两者却已经并不着眼于茶界。以笔者个人眼光来看，不客气地说就是跟风、赚点击量，但它们确实还挂着茶的名头，给人类似于“茶余饭后”谈天说地的印象。

尽管茶行业的微信公众号很多，做得好的却不多。茶行业每

天发生的值得说道的事并不多，资讯类的消息就是你转我转大家转，10家有9家内容重复过半。对关注者来说这些全部是无用信息。产品介绍，大多数关注者眼中这就是广告，也是无用信息。

以茶行业媒体来说，现在的行业媒体，可以说是在写文章给行业内的人看，引导行业内的风向。那你做微信是否也如此？笔者认为，不要这样。茶媒体的微信要和企业一样定位为针对消费者。有了消费者的关注才有点击量，才有转发。并不用去看各公众微信的后台统计，只要看一看你自己所关注的微信，看一看这些微信中你又在看什么。每天二三十个订阅号每个号约5条的消息，让人有兴趣点开的很少，而点开让人认为值得推荐给朋友的更少。没有点击，没有转发，靠什么营销？在内容上，茶媒体微信在传播资讯和深度文章的同时，要增加趣味性和互动性。微信可以让媒体看起来更加人性化，便于塑造品牌形象、品牌性格，这在电脑网络或者纸媒平面上都是不容易塑造的，而互动的增加也更能展示媒体观念。

微信的应用看来简单，但要作为营销方式必须要有策划、有互动、紧跟潮流并且不落俗套。一个好的微信营销体系需要专业的团队来打造，期待看到茶行业真正的微信营销成功者。

篇二

一、要做好微商营销，首先你要注意以下几个要点：

1、循序渐进，轻描淡写

已经是微信好友的，只要没有屏蔽你，在朋友圈发消息，她们是永远可以看到的，所以完全没必要着急马上让她们知道你的产品，正确的方法呢是，先分享个人的生活点滴，让潜在客户了解你，产生信任，至于产品，偶尔提一下即可，有意向的客户自然会购买，意向还不够的客户留着慢慢来，不

要想一口吃成一个胖子。记住一点，欲速则不达。

2、分享价值，曲径通幽

介绍产品不一定非要说自己的产品有多好，顾客是多少应该购买，这是*裸的广告，可以换成另外一种角度，比如卖茶叶，我们可以分享茶文化、茶艺、介绍茶的各种知识等等，再顺便提一下自己的茶叶，这样做效果绝对比直接的广告好，而且客户会更加的高端。

3、线上营销，线下成交

4、口碑传播，提高成交

如果等不了一定要宣传产品，那一定不能自己夸产品，而且是应该借助客户之口来推广，例如：鼓励客户在微信朋友圈晒单，然后自己截个图发出去，或者鼓励客户分享自己和产品的故事，然后自己转发。

5、少打扰

如果前面4点都做不到，一定要硬广的话，那就要尽量少打扰微信好友，一天最多发两到三个重要级广告，只要中午和晚上发，这个时间段人比较多。

茶叶策划方案实施步骤和方法篇五

借春节促销，完成公司制定的春节销售任务。

“迎新春，送茶礼”

20xx年1月18日——20xx年2月13日

公司直营店、卖场和全国各加盟店。

配货科400万;直营店300万。

主要开发铁观音、大红袍、红茶、白茶和茶点，共5类11款礼品装，分别为：

铁观音系列之“泓韵m1050”(建议零售价1380元+盒)。

“天籁之音m900”(建议零售价720元+盒)；

“九香”m850”(建议零售价560元+盒)；

“美丽之饮t25”(建议零售价350元+盒)；

大红袍系列之“福尊”(建议零售价1200元+盒)；

“醉红袍”(建议零售价800元+盒)。

红茶系列之“上品红”(建议零售价700元+盒)；

“罗马风情”(建议零售价460元+盒)。

白茶系列之“白玫瑰”(建议零售价600元+盒)；

“月牙白”(建议零售价300元+盒)。

“xxx福贵大礼包”(以茶点为主，建议零售价180元)