

# 最新咖啡直播营销方案策划书(实用5篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 咖啡直播营销方案策划书篇一

参加鸡尾酒调试体验活动的朋友，还有机会参与抽奖，奖品为日记咖啡馆酒类新贵——健康养身、口感清冽、倍受欢迎的“魔鬼情人”蜂蜜酒一瓶，可在8月内到店享用。

参加多个活动，可参加多次抽奖；抽奖将在每个时段活动结束后进行，并当场公布结果(如中奖的朋友已离场，我们将第一时间电话通知到本人)。

会员卡充值优惠活动：元旦当天，会员卡充值可以享受到更多优惠赠送；

朋友们，您可以根据您的时间，随时到店，与我们分享店庆的快乐，并参加相应时段的活动，试试运气，看看能不能抽中我们精心准备的奖品。期待着在这个特别的日子与您相遇：)

##结束

## 咖啡直播营销方案策划书篇二

吧台实际分为两部分，距离收银台较近的为摆放及制作糕点的地方，而距离库房较近的为制作饮品的地方。

(一) 岗位体系

（店内岗位实行两班倒政策）

### （三）岗位工作职责

- 1、**总经理：**负责咖啡店的各项工作，包括制订咖啡店年度、季度、月度的经营计划，领导全体员工积极落实制定的各项任务和经营指标；分析并报告年度、季度和月度的经营情况；推广咖啡店产品，宣扬咖啡店经营理念和文化；负责本地促销计划的制订和销售过程的监督；妥善处理客人投诉，收集顾客的信息反馈；制定适合本店的各项考核制度；抓好员工队伍的基本建设，熟悉掌握员工的思想状况、工作表现和业务水平；定期收集处理各类数据，保持与投资人的良性沟通。
- 2、**财务人员：**收银员的主要工作是为顾客点单，收取顾客的付款；促销咖啡店的产品；准备充裕的零钱、发票；接听电话并做好记录与传达；目标顾客群的建立与培养，特别是积分卡的签发与管理。
- 3、**办公室人员：**必须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。会同财务人员确定合理物资采购量，及时了解存货情况，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厅财务部汇报以取得采购经费。主要负责外出采购，包括进行市场调查，选择、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。负责记录采购部货物和资金的进出情况，必须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。
- 4、**店长：**店长是一个班的负责人，主要负责协助总经理安排日常工作，并对本班员工负责任。店长的具体工作职责包括：对销售的产品进行检查与及时补给，对服务进行监督，工作岗位安排与缺位顶替；人员与物品的调配，咖啡店卫生和安

全的维护；紧急事务的处理，对咖啡店总体管理的总结和建议，顾客反馈意见的整理等。

（一）活动主题“恋人物语缘定今生”

（二）活动背景

2月14日情人节来临之际

（三）活动对象年轻的情侣

（四）活动时间2月12日——2月14日

（五）主办单位雕刻时光咖啡厅

（六）活动地点雕刻时光咖啡厅店内

（七）活动步骤

### 1、召开会议

在会议上，首先提出活动主题，然后与财务人员、办公室人员商议活动的可行性，并且请他们提出自己的意见或建议，最后将意见或建议统一化，整理出一套可行的活动方案。

### 2、布置工作

首先请办公室人员列出采购预算表；然后请财务人员制定出活动期间的财务费用预算；店长需要将具体的活动方案与注意事项通知到各位咖啡师、面点师、服务生；服务生将店内布置好，并将促销看板摆在店门口；咖啡师、面点师，积极准备促销产品。

### 3、设促销地点雕刻时光咖啡厅店内

## 4、商品进货

咖啡师、面点师注意查看库房，及时准备出活动时需要准备的商品及用料，若库存不够，需向办公室人员报告，以便于办公室人员及时补料。

## 5、促销商品

除自助咖啡类不参与促销外，其余产品均参加本次活动；并且推出情人节特价套餐。

### （八）活动前准备

活动时间为2月12日——2月14日，所以宣传需要从2月5日起开始宣传，宣传方式有：传单、会员短信、网络宣传等。

### （九）活动目标和宗旨

活动的主要目标是进一步提高咖啡厅的知名度及认识度，并且带动咖啡厅活动期间的营业额及活动后的销售额；活动的宗旨只要是让大家感受2月14日情人节的甜蜜感，并且让顾客感到放松，并且被人祝福、被人尊重的感觉。

### （十）活动事项———促销的措施（方案）与实施

首先需要加大宣传力度，在活动期间参加本次活动的产品全部商品打8.5折；推出的情人节特价套餐，套餐内包含两杯巴西咖啡（或炭烧咖啡、哥伦比亚咖啡），慕斯蛋糕两块（蓝莓、草莓、芒果），蛋挞六个，套餐售价58元；并且单笔消费满188元者可以获得精美小礼品一份。

### （十一）经营效果预测

由于加大了宣传力度，可以使更多的人知道这次活动，并且优惠套餐可以吸引很多的年轻情侣们，而“满消费送礼”活

动则主要针对除了情侣以外的群体，这样来的人多了，也可以加大咖啡厅在忠实客户的交际圈中的知名度。这样既可增加咖啡厅在活动期间的营业额，同时也可使咖啡厅在活动结束后的知名度上升，从而带动咖啡厅的日常营业额。

## （十二）活动结果总结

此次活动在活动期间取得了重大的成果，，又增加了活动期间的营业额，同时也成功的起到了宣传作用，所以这次的主题活动取得了很大的成功。

## 咖啡直播营销方案策划书篇三

此次活动主要致力促进咖啡店商品的销售和提高solocafe的品牌形象，扩大solocafe的固定消费群体，进而带动商品的销售；最后通过策划活动提高本咖啡的知名度，树立企业形象。

大学生、老师、外教、游客

采取以推广的方式和折价优待策略为主，主打会员卡策略、会员优惠抵用券和定期赠送小礼品和相关微博抽奖活动。

活动主题

（一）：喜迎开学会员免费申请

活动主题

（二）：实惠罕见激情回馈

活动主题

（三）：工作日特价不断

## （一）喜迎开学会员免费申请

活动时间：2月20日——4月20日

活动内容：随着会员卡的普及，会员管理系统的的应用也越来越多的受到关注，对会员卡管理的需要也随之增加。包括：会员卡，刷卡器，专用软件，会员卡刷卡管理系统等等。

- 1、推行会员制，可免费申请普通会员，普通会员实行折消费优惠。并且实现消费积分政策，一元一积分制，当积分积累到1000分时，升级为“白金卡”，消费实行折优惠，当积分累计到3000分时，升级为“钻石卡”，消费实行9折优惠，以此类推。
- 2、增加会员优惠商品，（特价商品除外），通过会员优惠刺激商品销售，增加扩大固定消费群。
- 3、宣传，除了在本店粘贴海报外，重点在加强网络宣传力度，微博、微信□qq上加强对优惠活动和特色新品的宣传，并且实行抽奖活动。@5位好友，有机会获得免费畅饮的机会。并且加强与校内知名微博的合作。
- 4、实行满额赠送抵用券，满30元赠送2元抵用券，60元使用5元抵用券，并限定使用日期，带动下次的消费，通常及时本人不使用，也会赠送给其他消费群体。
- 5、通过消费，凭购物小票即可在服务台领礼品，每次限领1次，礼品可以是印有咖啡店的logo的一系列类小玩具，比如像肯德基的玩具猫的产品，并且定期推出新的系列，有收集爱好的人也会因为收集玩具定期光顾。同时可以加强企业文化的宣传。

激情回馈

活动时间：4月21日——放假

活动内容：

1、夏季是饮料销售旺季。每天不定时推出不同商品做活动。并且定期推出新产品和研究新

菜单的制定，我发现菜单上只有汉语，建议使用中英文式的菜单，有益于吸引外教消费群体。

2、天天特价不断，活动期间商品价位全线下调，再次冲击，低价绝对震撼，主推夏季时令商品，夏季是许多水果的盛产期，价格便宜，可以通过大批量进货来降低进货价格，从而是想一低价格出售，让利顾客。

3、在活动期间一次性购物满66元，即可享受“惊爆”价果汁抢购，每日限量供应100杯，每人限购1杯。

4、推出一批特价购买量大的时令商品。

活动时间：周一到周五

活动内容：实行每天不同套餐优惠活动

活动方式：

1、事先组合好周一到周五不同套系的套餐，以主食+饮料的形式，尽量不重复，价格定位在20~30元之间。以低价吸引一部分客源。

2、对外加强宣传。除了以上的宣传方式，这次采用印发小册子分发到各个宿舍和教室，以及摆放在店里的宣传栏上免费取阅。

2、服务人员可推荐今日特色菜系，最受欢迎食品，以及今日

特价食品。

3、收银台安排布置，强调注明会员优惠和礼物的兑换。

会员卡的制作、会员积分的程序设计、会员申请表格的制作、准备海报和小册子宣传制作、相关网络宣传的人员安排、工作日套餐的制作，菜单的设计、活动人员安排等等。

1、宣传海报，10份正16开500元

2、宣传小册子1000份a4650元

3、会员卡制作1000张1000元

4、刷卡器，专用软件1000元

5、小礼物的制作500元

6、菜单制作200元

合计：3850元

具体费用已于经销商商议为准

连锁加盟：

咖啡店选址关键点

前言：随着城市化的发展，咖啡店成为城市中吸引人的美景，也是一种时尚和小资的象征。对于经营咖啡店的要诀，李嘉诚先生曾经总结说：地段、地段、还是地段。可见选址对于咖啡店的经营是何等重要，选址是经营者不可忽略的重点。

商业气氛浓厚的街市往往以历久不衰而享誉商界。更重要的是，经过新陈代谢，其周边不断有新的商业项目加盟进来，

新鲜血液不断输入是其青春常葆之根本，因此商业旺街成为咖啡厅的首选地址，选地址时往往参照以下几点：

关键点：

位置显眼，十字路口或一面直角形转角或一面圆形转角处。

商业街、高档写字楼多的地方，可能成为商家与客户谈生意的好去处，也是逛街人士的理想休息地。

公园附近也可以，动静结合，是情侣约会的最佳理想地。

开店面和开公司之间是有区别的，它们的侧重点不同，所以要求经营的策略也不相同。前者是开张就能见到实在的效益，选址策略直接影响经营业绩。如果是在大城市，你就选取一些商业区附近地带，因为大城市中心区房价太贵，新开者不宜选取。在商业区附近地带一是房价低，再一个就是很多上班白领经过，他们一般去喝咖啡要么工作要么休闲。

咖啡店代表了一种休闲的生活方式，代表了一种舒适的情怀，也代表了一种对时尚生活的追求。说到提升效益，其实就要不遗余力的站在消费者的角度考虑问题。有一句话叫做：赠人玫瑰手有余香，你对顾客好，顾客自然就对你“好”了。

## 咖啡直播营销方案策划书篇四

诠释咖啡文化，演绎现代生活，引领时尚潮流

### 二、市场定位

格调方面：咖啡厅为温馨浪漫的风格，为顾客提供优质的服务，给顾客贵族式的享受，力求营造一种幽雅、舒适、休闲的消费环境，引导消费者改变消费观念，向崇尚自然、追求健康的文化品质方面改变。

针对消费群体:商务旅客，乐成人士，追求时尚潮流的年轻一族。

### 三、市场分析

随着人们生活水平的不断提高，消费观念的逐步改变，咖啡厅已经成为人们起居中一个重要的休闲聚会场所，咖啡厅越来越受到广大消费者的青眼，尤其是年轻一代新新人类对于咖啡厅的执著，使咖啡厅行业获得了足够大的上升成长空间，市场成长潜力伟大。

咖啡连锁店所拥有的品牌优势与广告优势是我们今朝所无法比拟的，但连锁店集团化的经营模式，步伐式的管理制度是其优点也是其一大缺陷，各连锁店风格过于一致，产物服务模式化，无法彰显咖啡厅的个性化特色。我们所要做的就是怎样利用好灵活的管理机制，本土资源优势，成长个性化特色咖啡厅。

### 四. 管理理念

1、尊重餐饮业人员的独立人格。

2互相监督:管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解。

3营造团体气氛:既要上下属感受到西餐厅纪律的严明，也要眷注员工，让员工感受到来自团体的温暖，有帮助于加强内聚力，提高工作踊跃性。

4、公平对待，一视同仁，各展其长，发挥才干

### 五、产物介绍

以专业咖啡为主，结合精品西餐、中西套餐、精美小食、水

吧饮料等来满足消费者的需求。

- 1、咖啡以纯品咖啡为主打
- 2、西餐类最好以入口牛排为主
- 3、时尚水吧饮品如:木瓜牛奶, 香蕉牛奶, 港式嚙嚙茶等
- 4、根据差别季节拟定一些冷饮, 热饮, 点心、沙拉等

## 六、市场营销策略

### 1. 品牌策略:

取一个富有内涵个性化凸起的名字, 营造典雅的个性气氛传播, 符合方针市场消费者的消费需求, 而且招牌的字体设计要美观大方, 要具有独特性; 易吸引人的注意。

### 2、价格策略:

1) 首要走中高等价格策略, 在食品“色”, “香”, “美味”, 服务等方面力求尽善尽美, 努力给客户最大限度的享受和心理满足。

2) 针对消费者比力价格的心理, 价格不宜高出同行业竞争者。

### 3. 催销策略

(1) 咖啡厅的催销战略应以竞争为导向。餐厅必须了解竞争对手的情况, 比力自己与竞争对手产物和服务的区别, 在此基础上拟定出详细的催销计划和方案, 在实施计划的过程中, 通过宣扬本餐厅的独特产物或经营风格, 树立起鲜明的企业形象。

## 七、实施方案

## 1、按照直营店的实施情况来执行：

初期的实施方案首要按照酒店的实施情况来执行。通过严格的市场调研和细密的市场分析及谨慎的功课态度来操作，开业前规划，经营地考查从潜在消费分析，营业点圈边消费水平，市场竞争状况做科学评估，预测开业后的经营状况。初期的创业重要人员应早日到位，其它岗位人员装修开始着手雇用培训。

## 2、西餐厅服务业的模型。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过使顾客满意，终极到达本店经营理念的推广。

## 咖啡直播营销方案策划书篇五

诠释咖啡文化，演绎现代生活，引领时尚潮流

格调方面：咖啡厅为温馨浪漫的风格，为顾客提供优质的服务，给顾客贵族式的享受，力求营造一种幽雅、舒适、休闲的消费环境，引导消费者改变消费观念，向崇尚自然、追求健康的文化品质方面改变。

针对消费群体：商务旅客，乐xx士，追求时尚潮流的年轻一族。

随着人们生活水平的不断提高，消费观念的逐步改变，咖啡厅已经成为人们起居中一个重要的休闲聚会场所，咖啡厅越来越受到广大消费者的青眼，尤其是年轻一代新新人类对于咖啡厅的执著，使咖啡厅行业获得了足够大的上升成长空间，市场成长潜力伟大。

咖啡连锁店所拥有的品牌优势与广告优势是我们今朝所无法比拟的，但连锁店集团化的经营模式，步伐式的管理制度是

其优点也是其一大缺陷，各连锁店风格过于一致，产物服务模式化，无法彰显咖啡厅的个性化特色。我们所要做的就是怎样利用好灵活的管理机制，本土资源优势，成长个性化特色咖啡厅。

1、尊重餐饮业人员的个性人格。

2、互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解。

3、营造团体气氛：既要上下属感受到西餐厅纪律的严明，也要眷注员工，让员工感受到来自团体的温暖，有有助于加强内聚力，提高工作踊跃性。

4、公平对待，一视同仁，各展其长，发挥才干

以咖啡为主，结合精品西餐、中西套餐、精美小食、水吧饮料等来满足消费者的需求。

1、咖啡以纯品咖啡为主打

2、西餐类最好以入口牛排为主

3、时尚水吧饮品如：木瓜牛奶，香蕉牛奶，港式？？

4、根据差别的季节拟定一些冷饮，热饮，点心、沙拉等

1、品牌策略：

取一个富有内涵个性化的名字，营造典雅的个性气氛传播，符合方针市场消费者的消费需求，而且招牌的字体设计要美观大方，要具有独特个性易吸引人的注意。

2、价格策略：

1) 首要走中高等价格策略，在食品“xx”[]“香”，“美味”，服务等方面力求尽善尽美，努力给客户最大限度的享受和心理满足。

2) 针对消费者比力价格的心理，价格不宜高出同行业竞争者。

### 3、催销策略

(1) 咖啡厅的催销战略应以竞争为导向。餐厅必须了解竞争对手的情况，比力自己与竞争对手产物和服务的区别，在此基础拟定出详细的催销计划和方案，在实施计划的过程中，通过宣扬本餐厅的独特产物或经营风格，树立起鲜明的企业形象。

#### 1、按照直营店的实施情况来执行：

初期的实施方案首要按照酒店的实施情况来执行。通过严格的市场调研和细密的市场分析及谨慎的功课态度来xx作，开业前规划，经营地考查从潜在消费分析，营业点圈边消费水平，市场竞争状况做科学评估，预测开业后的经营状况。初期的创业重要人员应早日到位，其它岗位人员装修开始着手雇用培训。

#### 2、西餐厅服务业的模型。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过使顾客满意，终极到达本店经营理念的推广。