

2023年奶茶员工提成方案(大全7篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

奶茶员工提成方案篇一

(3) 市场定位物美价廉、即买即走的奶茶饮品。

(4) 价格在价格策略上，产品的价格低于或等于同行的价格，处于被动状态，定价紧跟同行业。

(5) 渠道多采用加盟店的渠道方式。而且奶茶店加盟一直是以连锁经营的方式出现。主要的渠道模式是：总公司——加盟店——消费者。

(6) 消费者紧贴目标消费群体。由于奶茶店的目标消费者多数是高校学生，所以其门店多分布在各大高校附近，利用各高校间的紧密联系，口耳相传而不断赢得更多的知名度。

营销组合策略

产品策略：定位于时尚健康休闲饮品。

价格策略：结合竞争者的定价和自身产品的生产成本制定相应的价格。

分销策略：店面销售为主。

促销策略：根据具体的销售情况和节日采取相应的促销活动。

提高促销力度，加强目标顾客与企业的联系。奶茶店应该抓

住奶茶市场空间较广，有利可图的不错良机，迅速扩大服务范围，增强市场占有率，由小做大，最终牢牢占据学校奶茶市场，为了实现这一目标而设计的'行动方案是：

- 1、尽最大努力提高服务质量，改善服务态度。
- 2、不断加强对学生的宣传力度，增强学生对奶茶店的顾客忠诚度。
- 3、不断创新，完善和增加奶茶品种，适应广大学生需求。
- 4、海纳百川，在店内增设意见簿，学生有意见或建议可直接提出或书写。
- 5、适时推出促销策略。

(1) 促销资讯公开化，网络化。高校学生是奶茶店的目标顾客，针对年轻人经常上网的习惯，利用信息技术，建立针对各高校的信息沟通平台，在此台上提供论坛区域让学生针对企业的产品和服务提出意见和建议、及时在网络平台发放最新促销资讯。

(2) 人员促销。

必要时,可以到各高校附近派发促销传单，这是最直接的宣传手段。

(6) 广告促销

看了也学到了东西。

b□宣传单。在各学校、路边印发宣传单，提高品牌知名度。

c□提供商业赞助时，在横幅上注明店名。

奶茶员工提成方案篇二

- 1、把握520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。

20xx年x月x日——20xx年5月20日（520日24：00结束）。

我爱你，丝丝心动。

针对xx到xx岁的女性客户。

“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（xx人人有奖）。
2. 幸运降临奖（每月x名）。
3. 忠诚客户奖（年终x名）。

1、宣传重点时间：活动前x天，后x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xx等等。

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。

2、做好售后服务工作：订单量的上升，随之带来的就是大量的售后服务方面的问题，充分与顾客沟通协调，力保每一为客户的`满意。

3、顾客人群的确定：找对消费人群，针对性的制作促销方案。

奶茶员工提成方案篇三

团队名称:非常5+1家人名单:郭业苗，王丽娟，李海艳，刘丹丹，戴建华，孙海滨

口号:永往直前，非常我们目录一、前言

二、环境分析1、企业分析2、市场分析3、优乐美奶茶分析(1)优乐美奶茶分析

(2)包装及口味及代言人等分析(3)优乐美奶茶结合环境分析

2、活动对象及地点

一、前言

盛行世风下，随着经济水平的不断发展，现今的饮料的品类繁多，主要以茶饮料和果汁饮料为主，毫无疑问，奶茶，是最备受现代青年乐宠的饮料之一，它的市场份额在饮料界在不断被的扩大，而在校大学生作为青年的主力军，他们对于奶茶的接受程度，直接影响着各个品牌饮料的生死存亡，为此，为将“优乐美奶茶”在市场上推广开来，我们综合校园市场调研和对大学生的消费观的进行了分析，做了细致的市场细分和定位，决定以大学生为首推的目标群体，以期提升统一企业在校园的知名度，提升品牌形象，提高销量，让喝优乐美奶茶成为一种风尚，形成一种特有的企业文化。

在产品定位上优乐美与香飘飘有着十分鲜明的差别，香飘3飘

在包装、电视广告、平面广告都在讲产品是如何之香。奶茶是如何之好。而优乐美的传播之于产品几乎只字未提，没有去讲其奶茶是多么多么好，而是进行情感传播，利用青春偶像周杰伦在塑造了优乐美是年轻情侣奶茶之首选。这一全新的产品定位和情感诉求让优乐美短期内后来居上，近年大有赶超香飘飘之势。

8种口味，珍珠奶茶：原味、草莓、红豆、香草、香芋5种口味。
袋装：原味、绿茶、麦香、咖啡、巧克力、草莓、香芋7种口味
盒装：椰果奶茶有原味、麦香、咖啡、草莓、巧克力。珍珠奶茶有原味、红豆。

还有蜂蜜柚子茶、港式特浓奶茶、金装香草味、蜂蜜姜茶代言人：周杰伦和江语晨等

现如今，经济慢慢增长，年青人敢用钱，肯用钱，注意感情，安享型消费。09年全年实现社会消费品零售总额864.61亿元，增长23.4%。分地域看，城市实现消费品零售额759.22亿元，增长23.5%；县及县以下实现消费品零售额105.39亿元，增长22.7%。分行业看，批发和零售业零售额707.45亿元，增长27.2%；住宿和餐饮业零售额137.31亿元，增长12.5%；其他行业零售额19.85亿元，下降12.0%。

城镇居民消费价格总指数比上年上涨0.8%，其中：食品类价格上涨1.4%，医疗保健和个人用品上涨1.1%。商品零售价格总指数与上年持平，其中食品类上涨0.5%。

20__年一季度全市居民消费价格总水平比去年同期上涨3.9%，涨幅呈逐月上升之势。其中：食品类消费价格指数比去年同期上涨7.3%，粮食上涨9.7%、蛋上涨10.2%、鲜菜上涨29.5%、肉禽及其制品下跌3.8%。20__年一季度全市城镇居民人均可支配收入5122.31元，比去年同期增长19.0%，扣除物价，实际增长14.5%。人均消费支出3711.136元，比去年同期增长25.6%，扣除物价，实际增长20.9%□d□文化环境优

乐美——捧在手心里的爱，适合各个地区，各种文化，因为爱是永恒的主题，永不过时。所以要继续主打爱的品牌延伸，用“爱”来吸引并留住消费者。

爱ta——就送ta优乐美。消费者洞察：情无价，喜之郎灵巧高明地将公共消费品的品牌形象与人性化的情感特性移植到消费者的大脑认知傍边，在有效扩展其市场空间的同时，为产品带来更高的存眷度，品牌流传会聚于消费者的生理认知而不是产品本身，要患上嘜嘜茶优乐美称为感情呵护的代言符号，在可替代产品范畴树立了不成替代的品牌概念□e□技术环境：优（来自：在点网：奶茶促销活动方案）乐美是喜之郎公司推出的一款嘜嘜茶产品，优乐美嘜嘜茶有原味、香芋、咖啡、麦香□chocolate□草莓六种口味，接纳纯正锡兰红茶粉以及香浓牛乳精制成嘜嘜茶粉包，再配搭晶亮剔透的果冻状椰果粒，热水一冲就可享用。

5、竞争对手分析(1)香飘飘奶茶

香飘飘奶茶的杯子高大，量足、实惠，椰果奶茶是经过特殊加工的，呈条形，很容易就能吸起来，且有海南的风味，味道很特别。香飘飘吸管特别定制了双节伸缩式的吸管，平时是短短的两节，用时只要拉开就变长了，可以方便、优雅地放入杯中。这些成为香飘飘的制胜法宝。连续五年销售领先，香飘飘奶茶被称为中国奶茶业发展最快的企业之一，为了满足和适应当今人们快节奏的生活需要，公司一直致力于方便类食品的研发、生产和销售，先后开发出“香飘飘”、“磨坊农庄”等品牌二十余种系列的奶茶、速食年糕和休闲花生产品，销售范围覆盖全国所有省、市、自治区和直辖市。

(2)悠悠奶茶

悠悠奶茶面对如雨后春笋般的奶茶市场，针对中小投资者创业，谨遵市场淘汰原则，拥有完善的管理体系，讲究健康、卫生，非常注重奶茶的品质、口感，在选料和制作工艺上严

格要求自己，确保产品“原汁原味”，并在口味上不断推陈出新，满足顾客的消费新鲜感。

现在社会中流行一名话：酒香也怕巷子深，所以如何做好宣传就成为每家饮品店的必修

触的活动，顾客对该店的产品，价格，服务等所留下的最初印象将会影响其日后是否再度光

季

3月8日5月1日夏季6月1日

儿童节妇女节劳动节节日时间2月14日主题情人节

备注七月初七9月10日秋季

10月1日11月11日12月25日冬季1月1日94. 短期促销

其偏爱程度，以确保顾客长期来此购买。6. 其他促销模式

代金券主要包括内容：优惠额度，店面地址，咨询电话，时间期限等。代金券的发放方

店的儿童均免费赠送一个棒棒糖等。4. 附加赠送如：10月1号买一送一，10月2号买二送一，10月3号买三送一等。附加赠送活动应有公开，明确的时间规定。5. 特价促销在各种促销手段中，特价促销无疑是最直接有效的刺激消费者的方法之一，也是影响顾客购买最重要的因素之一。

是将本店在相关节日所做促店外海报

店内

价目卡台卡dm单页

7. 免费品尝。8. 其他促销工具。三、形成方案

1. 调查，分析后初步确定活动的主题，内容，时间等。2. 活动前的准备工作提前发

引更多人参与，如写有活动主题的大幅横幅或热气球，充气拱门，突出产品形象和活动主题内容的大幅展板和海报，吊旗，宣传单，咨询台，赠品发放处等。人员安排：安排一定数量的秩序维持人员，赠品发放人员，收款员等。

3. 现场执行要点

要准确。2. 展示柜的陈列要吸引人。

是店铺成功的关键。那么，绿色饮品加盟店如何促销呢？创业赚点好点子绿色饮品加盟店促销活动方案一：特色饮品的价格促销。假如遭遇业内竞争对手的威胁，假如是绿色饮品连锁店处于淡季，假如是重大节日，则可以考虑价格促销！其中，降价幅度通常以20~30%为宜，过低的价格不仅会伤及自身的形象和切身利益，还会招来同业的恶性竞争。

客户，可以派派优惠券。品牌绿色饮品店刚刚开业，为了扩大影响，可以在周边地区发放礼

越不景气，竞争压力大，导致商机少，商家更多的开始走进校园，赞助校园活动，企图增加

知名度。

啡因、健康、高品位为诉求的花草茶，将极大的满足女性消费群体的需求。茶产品占据高端

市场线，价格走普及路线。空白市场，机会不可错过。

学院和常州纺织职业技术学院之间樱花路上，对于纺院女生

多的特点，推出茶系列茶品，不

顿茶系列产品才十几块钱，可一杯可以卖到五块六块。这样的低成本高收入，想必商家不会

商机。

师您辛苦了”活动，学生们看见老师都喝我们的奶茶，无疑就是人民看见国家主席使用产品的跟自己一样，这样的宣传不可小视啊。一段时间后我们收取费用，加上一块钱上门费。我们就算只做两家学校老师的生意，我们也是有的赚了，这样的商机哪个老板不眼红。

临大危机。

学号:20____53620四:奶茶店营销策划书工程技术学院茶物语
奶茶店营销策划

方案指导老师:王洋平老师策划人:吴泽群前言

淘汰，才能在行业中脱颖而出。目前奶茶店口味大多雷同，所以我们要想做的出色，必须创

争优势比较困难。所以我们会在开业前期以高质量低价格来取得进入市场的通行证，并且会

有促销和特殊活动，具体的会在产品和服务中介绍。目20录

一、行业分析.....1(一)市场需求变

化.....1(二)市场竞争现

状.....1二、消费者需求分析3(一).选择奶茶时考虑因

素.....3(二)消费者对相关现象满意度的数据分

析.....3三□swot分析.....6(一)优

势..6(二)w(weakne)劣

势...6(三)o(opportunity)机21会.. 篇3:奶茶开业活动草案大姆指奶茶店开业活动草案活动名称:___x奶茶店开业活动活动时间:20___年5月10日、11日、12日(暂定)活动地点:八一路和广八路交汇处活动对象:主打15-25岁年轻人市场学生会是主打客群活动目的: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: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。

活动内容:门店开业促销22一、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:___x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□___x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)1、开业当天全场奶茶八折优惠，开业三天特惠时间段买一送

一(9:00-10:00、12:00-13:00、17:00-18:00)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)233、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。

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。活动预期效果: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。

奶茶员工提成方案篇四

本奶茶店取名为“xxx”□与“xxx”谐音，旨在吸引学生前来购买，且给学生留下深刻的印象。本店销售的商品主要有现做的奶茶、可可、咖啡、茶等冷热饮，附带一些小甜点。以占领校内奶茶市场的50%的份额为目标，日均饮品销售量控制在30杯以上，每月控制在1000杯以上，产品利润率控制在800%左右，总利润率控制在700%左右。

(一) 本店优势□strengths□□

- 1、饮品种类齐全；
- 2、饮品更具个性化，口味浓淡、甜度、配料可由消费者结合自身情况选择；
- 3、本店会定期推出新品（结合季节变化与热点潮流）；
- 4、消费者可以看到饮品的制作过程，对饮品更加放心；
- 5、本店具有较为活泼、轻松的店面环境，使进店的消费者心情舒畅；
- 6、本店使用多种促销手段，如会员储值卡、储值满额赠送、会员积分兑换制度等等。
- 7、本店产品较低，利润率较高；
- 8、学生群体具有很好的口头传播效应；
- 9、提供微信、支付宝订购、外卖服务。

（二）本店劣势[weaknesses]

- 1、店面空间有限，不能容纳足够多的消费者；
- 2、本店的产品、促销手段门槛低，易被模仿；
- 3、房租成本高。

（三）机会[opportunities]

- 1、东校区内奶茶店数目极少，且缺乏产品个性化、促销手段多样化的奶茶店；
- 3、大一新生即将入学，本店对其吸引力更大；

4、当下的大学生是奶茶等饮品的主要消费群体。

（四）威胁□threats□□

2、越来越被重视的“健康理念”与众女生的减肥目标，对奶茶等饮品的销售产生不利影响。

（一）心理分析

新开的奶茶店，对奶茶本来就有兴趣的学生，有较大可能会来尝鲜，如果对产品和服务感到满意，他们会再来光顾，成为“回头客”；而对奶茶兴趣有限的学生，如果没有一定的销售热点、优惠措施，他们来消费的可能性相对较小。

（二）相关措施

1、提供个性化服务，给消费者更多的选择权；

4、实行会员积分制，一员积一分，积满500分可抵5元现金使用；

5、周期性推出新品与会员半价商品。

（一）市场细分

校内的市场主要是以学生需求为主，学生需求又分为生理需求与心理需求。生理需求包括：

1、口渴时对饮品的需求，例如从澡堂出来的学生、上过体育课的学生；

2、天气寒冷时对热饮的需求，天气炎热时对冷饮的需求。

心理需求包括：

1、新品与优惠活动的吸引；

2、交际的需要。

（二）目标市场

因为不同需求对本店的产品销售的影响较小，因此不进行特定目标市场的划分，但需结合季节等客观因素，如夏季将销售重心放于冷饮，冬季将销售重心放于热饮。

在校大学生数量众多，其对奶茶等饮品口味的喜好也各不相同。因此本店的品牌定位是“私人订制”，即个性化，消费者可以完全根据其个人喜好选择饮品，甜度、配料、温度等因素完全由个人选择，订制个人专属饮品。

产品质量：保证店面的安全与卫生，建立完善的质量保证体系；

产品外观：在保证产品质量的前提下，美化产品外观；

产品品牌：以“私人订制”为品牌定位，在产品的包装、门店装修、传单等处进行宣传；

产品开发：结合季节、潮流热点等因素，定期推出新品。

因为东校区内只有一家竞争对手，所以采取以竞争为导向的定价策略。

本店饮品的价格与另一家奶茶店的同类饮品的价格保持一致，但是推行会员卡制度，为在本店任意消费的顾客免费办理会员卡，会员卡可充值，冲100元送10元，且凭卡在本店消费可享受九折优惠；同时实行会员积分制，一员积一分，积满500分可抵5元现金使用；凭会员卡购买新品可享受八五折优惠；定期推出凭会员卡享受五折的饮品。

消费者不仅可以到店购买消费，还可以通过支付宝与微信订购外卖。不足3杯的外卖，每一杯收取1元配送费；购满3杯的外卖，免费配送。

2、在食堂门口、教超门口，发放宣传单，凭传单到店消费可享受两元优惠；

3、在开张的前三天，本店全部饮品打5.8折，在此基础上，买三送一。附：

销售量：每天至少30杯，每月至少1000杯。

利润：单件产品成本（食材、包装）控制在1.5元以内，价格控制在7元以上，单位产品平均利润控制在8元以上。

市场占有率：50%以上。

竞争状态：东校区内只有一家奶茶店与之竞争。

奶茶员工提成方案篇五

(2)商品种类覆盖范围广：珍珠奶茶口味多样，有椰果奶茶、草莓奶茶、香芋奶茶、青苹果奶茶、乌龙奶茶、抹茶奶茶、鸳鸯奶茶、柠檬奶茶等众多系列，迎合每个人的口味，广受欢迎。此外，除奶茶外，还兼有果汁销售。

(3)市场定位物美价廉、即买即走的奶茶饮品。

(4)价格在价格策略上，产品的价格低于或等于同行的价格，处于被动状态，定价紧跟同行业。

(5)渠道多采用加盟店的渠道方式。而且奶茶店加盟一直是以连锁经营的方式出现。主要的渠道模式是：总公司——加盟店——消费者。

(6)消费者紧贴目标消费群体。由于奶茶店的目标消费者多数是高校学生，所以其门店多分布在各大高校附近，利用各高校间的紧密联系，口耳相传而不断赢得更多的知名度。

营销组合策略

产品策略：定位于时尚健康休闲饮品。

价格策略：结合竞争者的定价和自身产品的生产成本制定相应的价格。

分销策略：店面销售为主。

促销策略：根据具体的销售情况和节日采取相应的促销活动。

提高促销力度，加强目标顾客与企业的联系。奶茶店应该抓

住奶茶市场空间较广，有利可图的'不错良机，迅速扩大服务范围，增强市场占有率，由小做大，最终牢牢占据学校奶茶市场，为了实现这一目标而设计的行动方案是：

- 1、尽最大努力提高服务质量，改善服务态度。
- 2、不断加强对学生的宣传力度，增强学生对奶茶店的顾客忠诚度。
- 3、不断创新，完善和增加奶茶品种，适应广大学生需求。
- 4、海纳百川，在店内增设意见簿，学生有意见或建议可直接提出或书写。
- 5、适时推出促销策略。

(1)促销资讯公开化，网络化。高校学生是奶茶店的目标顾客，针对年轻人经常上网的习惯，利用信息技术，建立针对

各高校的信息沟通平台，在此台上提供论坛区域让学生针对企业的产品和服务提出意见和建议、及时在网络平台发放最新促销资讯。

(2) 人员促销。

必要时，可以到各高校附近派发促销传单，这是最直接的宣传手段。

(6) 广告促销

看了也学到了东西。

b. 宣传单。在各学校、路边印发宣传单，提高品牌知名度。

c. 提供商业赞助时，在横幅上注明店名。

奶茶员工提成方案篇六

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。

XX

奶茶员工提成方案篇七

xxxxxxx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□xxxxxxx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□xxxxxxx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、宣传网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。