

2023年七夕活动奶茶店的策划 奶茶店活动策划方案(优秀5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

七夕活动奶茶店的策划篇一

可口可乐和香港迪士尼乐园于4月7日在广州正式宣布成为合作伙伴，可口可乐利用香港在9月12日开张时机，与香港迪士尼合作，推出“多喝多中赶快行动”免费游玩香港迪士尼的促销活动。

15 - 25岁的年轻一族是最具活力的、最富有冒险精神的一族，他们更容易被充满梦幻、刺激的迪士尼之旅所吸引，因此他们是这次活动所吸引主要目标群体。

除本次“多喝多中赶快行动”活动揭盖有奖的形式外，集十个金盖拉环或瓶盖，可换取可口可乐公司精心设计的以迪士尼为背景的特制心意卡，免费邮寄给父亲或母亲，换取一份表达孝心的机会，给父母一个惊喜。

每个心意卡上面印有抽奖号码，“双亲节”过后（6月30日）可口可乐公司对心意卡进行抽奖，中奖信息在报刊/网络上公布，消费者凭心意卡兑奖。

操作形式以可口可乐公司本身的销售渠道为基础，每箱产品配送心意卡，消费者集齐十个拉环或金盖到就近的售点换取心意卡。便利了消费者的兑奖途径，也使可口可乐公司对本次活动更易于操作及监控。

饮料促销的活动绚丽多彩，形式多样。唯独还没有以亲情为背景的情感诉求。

俗话说：母爱如水，父爱如山。父母对子女的爱是这个世界上最伟大的爱。一如长江黄河对炎黄子孙的爱，黄山五岳对华夏儿女的爱。

时尚、活泼的青年一代在创造自己的天地时，同时也深深感激父母对我们的养育之恩。但是在相对保守的家庭氛围里，很难找到恰当的方式来表达他们的孝心。母亲节（5月8日）、父亲节（6月19日）虽然是美国的节日，但越来越被全世界的人们所接受，尤其是在中国。为让更多的目标消费者关注并参与这次促销活动，我们将以心意卡作为年轻一代与双亲沟通的桥梁表达孝心的行动为切入点。

可口可乐公司的“揭盖有礼多重惊喜”的活动不仅提供了一个恰当的表达孝心的形式。还可获得畅游迪士尼、赠饮及抽奖等多重惊喜，从而刺激消费者的购买欲望。

1、本次推广活动是为让目标群体更关注这次“多喝多中赶快行动”免费畅游香港迪士尼的促销活动。

2、通过售点的具有吸引力的大力度宣传，以及借表孝心为题的节日集盖促销，从而达到一个提升即时性销量及达成再次销售的目的。

3、通过特殊通路及分销通路的整合传播来扩大本次促销的影响度。

为目标消费群聚集地，学校（高中/大学）及网吧。

1. 心意卡设计

心意卡采用印刷品，设计和宣传文案由凯路公司提供，以迪

士尼为背景，由凯路公司加文案和宣传主题并制作。

2. 校园推广

a□校以售点、走道等活动场所的海报、宣传单页等地面方式进行告知。

b□发动学校学生会，根据各学校不同情况，制定宣传方式

c□不采用报纸、电视、电台等空中媒体告知。

d□海报采用印刷品，设计和宣传文案由凯路公司提供，以可口可乐公司提供的广告宣传画为蓝本，由凯路公司加文案和宣传主题并制作。

3. 网吧推广

网吧采用广告开机桌面及广告屏幕保护形式，设计和宣传文案由凯路公司提供，以可口可乐公司提供的广告宣传画为蓝本，由凯路公司加文案和宣传主题并制作。

4. 大型卖场推广

大型超市周六、日设立售卖专柜，以海报、宣传单页等地面方式进行告知。大型卖场采用路演结合现场促销的方式进行，选在节假日举行。

e□为“多喝多中赶快行动”免费游玩香港迪士尼的促销活动造势并提高销量

2、提高品牌终端曝光率，饮料行业首次以亲情为背景的营销方式，增加消费者对品牌的偏好度，有助于品牌形象的提升。

3、活动形式与内容参与感强，实现品牌与消费者互动，加大

关注度；

七夕活动奶茶店的策划篇二

自我们入学以来就发现校区内的商业店铺很少，紧有一家小卖部，学生平时可以在学校喝到得饮料只有小卖部里买的成品饮料，且品种单一，大大满足不了学生们对于饮料口味方面的需要。奶茶作为一种时尚饮品，以其口味好，方便快捷的饮用方式深受广大年轻人的喜爱，据我们调查，在长汽高专中德大部分学生想喝奶茶时都得到很远的地方购买，极不方便，所以开奶茶店就能满足学生购买奶茶的方便性，市场前景非常好。下学期，我们长汽高专即将乔迁新校区，根据消息，我们学校在下学期将会扩大招生，在校学生人数保守估计可达八千人左右，这是一个很大的目标消费市场，综上所述奶茶店奶茶店的消费市场非常好！

本店位于大学聚集中心地段，紧挨着学生超市，旁边是学生食堂，离三栋学生公寓也不远，每天人流量非常大，属于黄金地段。我们的目标消费群体主要针对的是大学生、教师、以及学校工作人员。经营面积约为10平米左右。主要提供的各式的奶茶以及冷饮如：招牌奶茶、橙c□芒c□卡布奇诺、绿豆源、还有各式的水果沙拉、果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。本店采用的是现做现卖的销售方式外带可以送外卖，使顾客能更方便更健康的饮用我们的饮品。本店装饰自然，时尚，符合我们青年人朝气蓬勃的个性，我们还会在店设一个许愿墙，用便利贴的方式让顾客在我们的许愿墙上贴上他们最美好的愿望，以增加我们店浪漫的风格。

1. 本店开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单、个人关系宣传或多媒体（如：音响）等形式的简单广告即可。

2. 开业之初，我们会面对全校开展一次促销活动，促销内容主要是降价销售一天，还举办喝奶茶赢奖品等活动，活动目的在于对本店的宣传，让学生知道有我们奶茶店的存在。3. 为了方便学生以及增大我们的销售量，本店还将推出送外卖的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：若有三份以上（包括三份）的叫量可以免费送货上门，单独叫外卖的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外卖，为了不出送货费则会拉上另外的两份外卖，如此也是能增加销量的。

3. 本店还会在特殊的日子推出特别的奶茶饮品，如：情人节我们会推出情侣奶茶，冬至日会推出温暖冬日奶茶等等。

4. 暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、学校工作人员，届时可采取减少生产量，转移服务重点等方式，以改善暑期的经营状况。寒假期间就考虑修业一个月，已减少不必要的成本支出。

5. 市场经济是快速发展的，变化的，动态的，因此要以长远的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制作出长期的计划，每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划，如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后，可以考虑扩大经营，增加其它服务项目，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，可以往专为学生提供饮品行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

在大学中喝饮料是日常生活的一部分，而学校中所提供的饮品选择却远远没有达到学生们的要求。饮品市场前景良好，特别是具有青年人喜爱的时尚饮品，我们开奶茶店一定会得到广大学生们的支持。还有我们会对食品安全问题严格把关，做到无污染无食品添加剂的绿色饮品并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

优势分析：本店经营解决学生饮品单一等问题，并且与超市里的成品饮料同样方便快捷，节约时间。同时，我们还会提供送货服务让学生购买更方便。简洁舒适时尚的装修将是本店的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的饮用饮料，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。此外，学校食堂就在我们饮品店旁边，多数学生在吃晚饭后想喝饮料，这部分的优势很明显。**劣势分析：**由于刚起步，饮品店规模较小，如服务的人力资源、服务项目等都比较有限。另一方面，因为学校假期是固定的，寒暑假期间的客源会骤降，而寒假期间会比暑期更少，这将会是一个比较难以解决的问题。

机会分析：据我们的市场调查与分析，本店产品的市场需求是存在的，并具有一定的竞争力。而本人正是学生——这个最大客户群中的一员，所以更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，是应该是很有机会挤入该饮品市场的。

威胁分析：餐厅的服务与产品质量的高低与经营成本又有直接和必然的联系，如此则产品价格必然不会比竞争对手低，虽然总体上价格并不会太高，但相比之下，客户的经济承受能力就成为一大考验了。并且，成本与利润也是直接挂钩的，盈利的多少则又是能否在竞争中生存下去的一大决定因素。再者，各地风俗与饮食习惯的不同，又产生了另一个问题，即是否大多数顾客都能对产品认可或满意呢，这也是需要接受考验的。

前期宣传：大规模，高强度，投入较大。**后期宣传：**重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期具体活动的策划和组织如赞助学校组织的晚会借此进行宣传，通过活动时时提醒顾客的消费意识。针对节假日，开展有针对性的促销策略如发传单等。

1. 据计算可初步得出店面开业启动资金约需8000元（场地租赁费用600元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地

装修费用1000元，饮品制作用具购置费用5000元，基本设施及其他费用等800元）。

2. 运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，杂项开支等。

3. 每日经营财务预算及分析

有形化营销策略：

由于本餐厅的经济实力尚弱，因此初期将采取避实就虚的营销战略，避开大量的硬广告营销，而采取一整套行之有效的承诺营销进行产品宣传。通过菜单、海报、文化手册、广告、促销活动等向消费者进行宣传、倡导天之素的经营宗旨与理念。

根据饮品企业竞争激烈、模仿性强的特点，实现对企业的外显文化和内隐文化的有机整合，加强企业的品牌保护意识与能力。围绕“健康、绿色、时尚”为核心的品牌特征，本店通过树立绿色形象、开发绿色产品，实行绿色包装，采用绿色标志，加强绿色沟通，推动健康消费、打造时尚气息来实现营销目标。作为一个饮品店开展绿色、时尚营销，我们有着天然的优势，本店将严格贯彻绿色餐厅的标准，无论从原料采购、食品加工还是卫生环境，都将严格把关。努力营造出朴素典雅又不失时尚的就餐环境，通过对餐厅设计的布局、装饰风格、温度等，体现健康绿色时尚的理念。

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的积极性。

2、学生群众关系。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，应积极参与学校开展的活动以及各个社团的活动。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。

(1) 在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似饮品店的开业。

(2) 项目生产经营阶段的风险，项目投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和 other 表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源于市场上饮品业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。

1、汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色饮品。

2、严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

3、进入市场后，认识饮品市场周期，不故步自封，积极开发更新饮品。

4、与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

七夕活动奶茶店的策划篇三

活动时间：七夕节

活动内容：

黄铂金：

黄铂金消费满150元送77元会员冰淇淋奶茶情侣套餐。

黄铂金消费满300元送177元冰淇淋奶茶全家桶。

黄铂金消费满450元送277元七夕节限定奶茶礼品大礼包。

银饰：老凤祥银饰全场9折。

钻石：挑选一系列产品，取名“携手永恒”并准备结婚纪念品。

1、相约老凤祥—“一生的约定”凡购买“携手永恒”系列钻石产品者，可获得由老凤祥银楼送出的价值288元结婚礼品一份。

2、相约老凤祥—“七年之痒”凡购买“携手永恒”系列钻石产品者，可获得由老凤祥银楼送出的价值588元结婚纪念日礼品一份。

3、购钻石送金凡购买钻石产品，实付200元者，送红绳千足金转运珠手链一颗。编织费另计实付500元者，送红绳千足金转运珠手链两颗。编织费另计实付800元及以上者，送送红绳千足金转运珠手链三颗。编织费另计。

4、七夕节奶茶特价在七夕情人节当天，挑选两款奶茶甜品，以7.7折特价销售。

活动准备：

1、店铺布置，店门放置粉色心形拱门。

2、礼品定制，契合结婚纪念，相守永恒为主题。

3、活动宣传：活动前期可短信发放。

4、网络宣传：常德论坛、同城交易网等宣传。

5□dm单宣传。