

最新咖啡营销活动策划方案(模板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。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

咖啡营销活动策划方案篇一

一、缘起：

【一咖啡】一店于20一一年10月成立，作为全国品牌连锁经营店，【一咖啡】融合了现代商务多功能气息，立志于成就具有中国特色的西餐品牌文化时尚，打造全国商务休闲沟通网络。

根据目前现状，【一咖啡】一店因开业前期市场宣传执行欠佳，造成餐厅客流量较少，社会影响力和品牌美誉度整体无法体现出来。临近冬季，正是餐饮市场火爆阶段，【一咖啡】应尽快做多种活动宣传，以吸引客源，在春节前稳步经营，达到快速盈利的目的。

二、活动时间：12月10日——12月25日

三、活动主题：成功沟通始于——

四、组织形式：

主办单位：【一咖啡】一店

承办单位：

五、活动可操作性分析：

地处建设北大街与光华路交接口，紧邻棉一立交桥北，与邻近的一等大型公共设施共同构成省会北部的商业旺圈。交通位置优越、便利，区域辐射半径内无同行竞争对手，因此，【一咖啡】有着得天独厚的环境优势，在此基础上，企业尽可放心利用周边有利环境、设施进行大规模、有目的的宣传。

随着东南商业经济的快速发展，人们把目光聚集在固定区域，造成一定区域内商业饱和，整体虽呈繁华之势，但因竞争趋势明显激烈，企业却未得到真正的利益。而北部承载着传输经济流通的重要责任，造成城乡、外省与本土资源的优势互补，信息的相互交流，填补了北部市场“冷淡”的空白。所以，【一咖啡】圣诞节活动的实施，具有一定的可操作性、可执行性。能够促进【一咖啡】走新时代多功能型西餐发展道路，引导餐饮业健康和谐发展，能充分带动北部商业的发展进程，打造北部餐饮市场新型标杆！

六、活动内容：

(一)真情【一】——免费品尝咖啡活动方案

时间：20一一年12月10日——12月15日(可自行选择人流高峰期时间)

地点：【一咖啡】门前广场

内容：15日至19日，由主办单位在一咖啡门前广场摆一操作台(见图)，操作台整体紧随于一咖啡企业形象主题，标语。广场上人头攒动，许多消费者争相在操作台品尝醇香浓郁的一咖啡，派4名礼仪小姐(含服装，身披绶带，文字内容：(正面)圣诞节快乐(反面)成功沟通，始于一负责，有2人为消费者现场烹制咖啡，向消费者讲述【一咖啡】的文化历史，另2个向消费者派发宣传单页(单页主要内容告知消费者圣诞节期间，【一咖啡】菜品优惠措施和精美礼品相赠)，敬请消费者光临。

活动寓意：圣诞节是西方最重要的日子，而近几年在中国，圣诞节亦是都市人日趋崇尚的重要节日，通过免费品尝咖啡，体现【--咖啡】近距离走进消费者中，以极具亲和力的表现手法，提升品牌的诚信度及社会效应，就能把消费者带入【--咖啡】深层次的境界，大量的形象展示为活动的顺利召开起了很好的推动作用。

建议：由金喜为商家提供形象展台的设计方案含制作，宣传单页的设计制作，商家派礼仪小姐做促销活动。（待定）

（二）【--咖啡】圣诞亲善大使赠送礼物活动

时间：12月23日——12月25日

地点：【--咖啡】二楼餐厅

内容：圣诞树上的雪花悄然无声的飘落，风捎来醉人的醉声，当夜色铺满天空，平安夜的歌声唱起，我们再一次在欢歌笑语的圣诞节相遇。

为培养文化的人气指数，我们特邀五位圣诞亲善大使为在【--咖啡】消费的宾客赠送圣诞礼物。同时，在圣诞礼物上标有【--咖啡】的主题标语或祝福语。（例：成功沟通始于---咖啡祝各界宾朋圣诞节快乐！）初雪的石家庄到处洋溢着圣诞的色彩，圣诞亲善大使欢快的歌声，为满鹏宾客送来了圣诞祝福，也送来了温暖了【--】情怀。

活动寓意：品牌与消费者零距离接触，能够留下过目不忘的印象，起到推动【--咖啡】品牌广告效应。

（三）【--咖啡】中外嘉宾圣诞大联欢活动方案

时间：12月24日20：00

地点：【一咖啡】二楼

邀请嘉宾：省会部分外教老师及留学生

内容：12月24日晚，在一咖啡举行中外嘉宾圣诞大联欢活动。届时，省会部分外教老师在二楼餐厅欢聚一堂，共同庆祝自己传统的节日。整个酒店装扮成圣诞的气氛，使他们有重归故里的感觉，给他们营造家的享受，在欢乐祝福的同时，品尝家乡的美食，聆听悠扬的钢琴曲，飘散在橙色的灯影里，三分迷离，七分柔情，感受法国的浪漫、英国的含蓄、美国的奔放…感受西餐文化带给人们的愉悦享受，感受超值服务的优越性。餐厅所有人员必须都佩戴绶带。文字内容同上。

寓意：通过外教嘉宾的参与引发【一咖啡】圣诞节活动的高潮，吸引新闻媒体的广泛关注，整个活动气氛热烈、高雅，倡导时尚消费理念，【一咖啡】西餐文化得到了的渲染，使本次活为【一咖啡】前期宣传打下坚实的基础，突出【一咖啡】深厚的文化底蕴。

七、形象宣传制品促销投放策略：

1、台历：

制作策略：把一咖啡西餐中选出12道精典菜品，每一道菜品设计在每个月中，并做相应打折活动，在圣诞节前全部派发完毕。消费者可持菜品彩图到一咖啡消费，享受部分优惠政策，如免费点钢琴曲，菜品打折消费。

2、dm宣传单页：

制作策略：将【一咖啡】圣诞节活动优惠措施体现出来，如赠送咖啡纪念礼品、免费品尝部分菜品，通过夹报的形式和现场品尝咖啡时派发，让消费者感受到【一咖啡】菜品的精典。

3、钢琴曲点单：

制作策略：中内外钢琴名曲荟萃，简约、时尚，消费者就餐时可聆听优美的钢琴曲，并根据自己的兴趣点曲自己喜爱的音乐，钢琴师即可弹奏出悦耳动听的音乐。

4、咖啡品尝操作台：

制作策略：重点突出企业形象、企业文化、企业理念，能更大范围吸引消费者眼球，识别性强，受众率广泛，加上【一咖啡】简明的精典物语，得到消费者对【一咖啡】的极大认可。

5、易拉宝：

制作策略：主要内容：【一咖啡】精典咖啡起源简介、企业理念。摆放于二楼就餐厅显赫位置，传播频次高，增添活动气氛。

6、吊旗：主要内容：活动主题标语，“成功沟通始于--”

悬挂于二楼餐厅楼顶部，广告信息量密集，受众面广泛，受众记忆时间较长，是室内举办大型活动选择。

7、大型菜品展牌：

制作策略：采用不锈钢金属制作，具有稳定性强、随意更换广告内容、保存时间最长的特点，主要内容：企业理念，企业精典招牌菜菜品名称，价位。摆放于二楼餐厅楼梯旁边，便于消费者上来就可自行挑选菜品。

8、圣诞节通票(略)

八、活动意义：

1、在省会咖啡西餐厅招牌菜品尝尚属首例，消费者可以在活动时间内免费享受一定优惠服务措施(品尝手工咖啡、优惠券、打折卡及礼品的赠送，招牌菜的特价推出)，塑造【--咖啡】品牌知名度和美誉度。

2、引领【--咖啡】由普通消费阶层向高档位转型，彰显企业尊贵色彩，弘扬品牌文化理念，推动西餐行业健康有序地发展，促进西餐行业流畅沟通！

咖啡营销工作活动方案

咖啡营销活动策划方案篇二

咖啡厅在元旦这天举办活动，可以吸引顾客注意，从而带动销量。下面是咖啡厅元旦营销活动方案，欢迎参阅。

1、台历：

制作策略：把两岸咖啡西餐中选出12道精典菜品，每一道菜品设计在每个月中，并做相应打折活动，在元旦前全部派发完毕。消费者可持菜品彩图到两岸咖啡消费，享受部分优惠政策，如免费点钢琴曲，菜品打折消费。

(台历样品，仅供参考)

2、dm宣传单页：

制作策略：将咖啡厅元旦活动优惠措施体现出来，如赠送咖啡纪念礼品、免费品尝部分菜品，通过夹报的形式和现场品尝咖啡时派发，让消费者感受到咖啡厅菜品的精典。

3、钢琴曲点单：

制作策略：中内外著名钢琴名曲荟萃，简约、时尚，消费者就餐时可聆听优美的钢琴曲，并根据自己的兴趣点曲自己喜爱的音乐，钢琴师即可弹奏出悦耳动听的音乐。

正面 反面

4、咖啡品尝操作台：

制作策略：重点突出企业形象、企业文化、企业理念，能更大范围吸引消费者眼球，识别性强，受众率广泛，加上咖啡厅简明的精典物语，得到消费者对咖啡厅的极大认可。

(操作台样品，仅供参考)

5、 易拉宝：

制作策略：主要内容：咖啡厅精典咖啡起源简介、企业理念。摆放于二楼就餐厅显赫位置，传播频次高，增添活动气氛。

(图片样品，仅供参考)

6、 吊旗

主要内容：活动主题标语，“成功沟通 始于两岸”

悬挂于二楼餐厅楼顶部，广告信息量密集，受众面广泛，受众记忆时间较长，是室内举办大型活动最佳选择。

(图片样品，仅供参考)

7、大型菜品展牌：

制作策略：采用不锈钢金属制作，具有稳定性强、随意更换广告内容、保存时间最长的特点，主要内容：企业理念，企业精典招牌菜菜品名称，价位。摆放于二楼餐厅楼梯旁边，

便于消费者上来就可自行挑选菜品。

8、 元旦通票(略)

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：)

元旦是开年第一天，许多情侣都会选择一起度过这样美好的一天，以盼在新的一年里更加甜蜜，而单身的朋友也会选择这样浪漫的一天对心仪的对象表达自己的爱慕之情□the one咖啡厅会是你情人节的最佳选择。

活动背景：

咖啡厅优势□ the one咖啡厅是一家音乐咖啡厅，环境清幽，虽然是刚刚起步阶段，但是已经具有了自己的特色风格，高品质的装修和音乐营造的浪漫氛围，非常适合洽谈事物，情侣约会等等。

咖啡厅劣势： 由于店面并不是处于市中心等繁华地带，生意并不是非常好。因此决定通过在情人节这一天举行活动来作

为咖啡厅的宣传。

具体活动方案：

活动目标： 在元旦这一天，通过活动来吸引消费者不仅是情侣，还有单身的消费者来咖啡厅消费，扩大咖啡厅的知名度。

活动时间□20xx年1月1日。

活动主题：

the one and only one 让我成为你的另一半

活动内容： 活动主要分成两个部分，一是线上活动，二是线下活动。线上活动：

活动地点： 在本站上投放广告。

活动标题□“the one咖啡与浪漫约会

活动内容：

- 1)广告通过“预订座位”、“转发”等链接提供服务。
- 2)网上参与可以预订情人节当天的座位，并且享受优惠，优惠的主要方式：
- 3) 参与网上活动并进行活动宣传转发的用户可获得20元电子代金券一张；
- 4) 情侣预订座位，最终的餐费可以享受8折；
- 5) 单身朋友预订座位餐费享受9折；
- 6) 网上预订座位同时可以收到情人节礼物一份，礼物是情侣

手机挂饰一份；

7) 发布有关元旦前一周在市中心的活动通知。

线下活动：线下活动分为两部分。

第一部分

活动时间：是元旦前一周，

活动地点：在商业区，市中心等繁华地段进行演出。

活动主题□“the one咖啡与浪漫约会”

活动内容：

- 1) 搭建舞台，制作大型广告。尺寸根据实际场地而定；
- 2) 宣传单的发放，采用彩印，内容主要是情人节咖啡厅的活动及各种优惠；
- 3) 现场免费品尝咖啡厅特色咖啡以及甜点；
- 4) 在现场预订情人节座位的情侣会收到咖啡厅赠送的甜点一份。

第二部分：

活动时间：元旦当天。

活动地点□the one咖啡厅活动主题□“the one and only one”

活动内容：

- 1) 进行咖啡厅内的必要装饰，花束、灯光等；

2)制作留言墙“表白吧”。提供便利贴和笔，每一位顾客都可以在这里写下自己的心语。

3)“点歌吧”。情人节当天，可以为自己的伴侣点歌，每首99元。

4)消费满199元的顾客获得一次抽奖的机会，100%中奖，奖品设置如下：特等奖1名，奖品是价值521元的the one咖啡厅代金券及巧克力一盒；一等奖2名，奖品是价值299元的the one咖啡厅代金券及玫瑰花一束；二等奖3名，奖品是价值99元的the one咖啡厅的代金券及玫瑰花一支；三等奖若干，奖品是玫瑰花一支。

咖啡营销活动策划方案篇三

3、其他片区：这个要自己写才行。

销售是实现利润的手段，要做好汽配销售，不是一件容易的事情，他需要的是综合技能以及与沟通技巧，接下来谈一下来年的工作计划：

一学习产品：掌握构造、性能、性价比分析工具；不分要熟练掌握自己的产品，更要了解市场上和我们竞争的同类型商品。只有对产品的深度掌握，才能给客户做到细致的介绍，扬长避短，发挥产品的比较优势，让客户心服口服。

二了解市场：掌握行业背景市场大局与市场动态；市场情行时刻有变化，各方面的政策也会引起市场波动，因此，随时关注市场的变化，分析原因，找出应对的策略，抢占先机，扩大自己品牌的市场占有率，这个对我们来说也是非常重要。

三深入营销：掌握和恰当地运用市场营销的精髓；各种各样的营销手段是必不可少的。产品再好，还得要卖得出去。所以

我们针对各种情况适当地运用各种办法。同时，自己更要加强营销知识的学习，不断地适应新形势发展的需要。

四提升服务：掌握销售过程服务与售后服务方法；目前的服务不仅仅局限于销售过程当中，售后服务也显得尤为重要。在销售的过程中，我们要提升服务水平，给客户耐心细致地讲解，消除客户的疑虑。同样，在售后，我们也同样要对产品的质量 and 出现的问题负责，积极面对可能出现的各种情况，让客户愿意与我们继续合作。

咖啡营销活动策划方案篇四

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xx化特xx[]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xx化特xx咖啡厅。

1、尊重餐饮业人员的xx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xx□

4、公平对待，一视同仁，各展其长，发挥才干

以xx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xx化凸起的名字，营造典雅的个xx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xx□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。

咖啡营销活动策划方案篇五

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，十字路口或四面直角形转角或四面圆形转角处。

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。