

2023年奶茶店推广产品方案(模板5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下是我给大家收集整理方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

奶茶店推广产品方案篇一

初二年级“英语角”开始啦！亲，你准备好了吗？“英语角”开始啦！这里有纯正的英语交流平台，这里有乐趣无穷的英语游戏，在这里你可以在玩中学，在学中乐！动心了吧？那就赶快行动吧！我们等着你！不见不散！

活动时间：每周五第八节

活动地点：三楼学生活动室

活动内容：

话题讨论，英语游戏，英文歌曲学唱，情景剧表演，电影配音等。

备注：

- 1、英语角活动本着自愿参加的原则。
- 2、英语角内只允许说英语□no chinese!
- 3、每周活动围绕一个话题展开，所确定的话题将于每周三由英语课代表告知班级同学。
- 4、请各班课代表统计每班有兴趣加入英语角的人数，于本周

四中午13:20上报至初二英语组刘老师，郝老师处。

5、请参加英语角的同学自备纸笔。

6、本周英语角主题□my dream

活动流程：

1) 分组游戏

2) 自我介绍。（请每位同学准备一分钟个性化自我介绍。包括姓名，班级，兴趣爱好等）。

3) 话题讨论

4) 英文歌曲学唱

奶茶店推广产品方案篇二

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：

产品：包装漂亮，卖相好，很吸引人，但是味道一般。

价格：价格比较昂贵，给销量带来了较大影响。

七杯茶

渠道：据目前调查主要是直接销售给周边同学和附近部分居民。

促销：目前只做过情人节、圣诞节的打折促销。

奶熊奶茶店

产品：卖相和包装均较普通。

价格：因处在尚易超市旁，人流量大，价格比较贵。

渠道：直接销售给附近的同学。

促销：目前为止只做过节日促销和店庆促销。

价格：位置较偏僻，所以价格比较便宜。

90°炭烧咖啡

渠道：主要是销售给附近居住的同学和小区居民。

促销：目前为止只做过赠送豆奶的促销。

我们店考虑的位置是五食堂这边，当环境或者我们店营销战略发生变化时，

奶熊奶茶店的反应应该最大，最可能会采取相应的措施。未来的竞争格局应该是：我们店和奶熊奶茶店彼此间的竞争较大，其他两家只有在节日搞活动时在促销力度较大时四家会有较大竞争。未来对我们店来说，最大的竞争者就是在我们附近的另外一家店，奶熊奶茶店。

（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？

消费者希望与我们或竞争者保持紧密的联系，以便在今后的合作中取得更大的优惠，当然我们也是这样希望的，从而实现双赢。

（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？

七杯茶：包装吸引人，地理位置好，人流量大。

奶熊奶茶店：靠尚易超市，地理位置好。

90° 炭烧咖啡：价格较便宜。

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面消费，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。（22是指套餐价）

折扣与降价政策：在节日的时候，我们采取8折或者买三送一政策。

（3）促销

总的促销策略：在特殊节日的时候采取打折、买三送一、积分换礼品的促销活动。

（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的积极性。

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。

（一）财务分析

总固定成本 $a=28000$

单位变动成本 $b=4$

单位售价 $c=12$

现行毛利目标 $d=9000$

未来卖毛利目标 $e=13000$

奶茶店推广产品方案篇三

xx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□xxxxxx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□xxxxxx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)

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。

活动当天所需物料：气球拱门、开业花篮、红绸缎、音响、话筒、主持人、礼品、点赞积分卡、披幅。

奶茶店推广产品方案篇四

要对这个行业有一定的理解度，不要只看表面现象就想着要做，或是看到朋友或是别人做得好就以为自己也能做到。有些东西是不可复制的（某些店生意很火，它的位置你有吗？有些店的生意很旺，它的管理水平你能做到吗？有些店回头率特高，它的品质你能做到吗？有些店很赚钱，它经历过多少风雨，你清楚吗？），“男人怕入错行，女人怕嫁错郎。”就是这个道理。当你分析清楚这个行业的基本走势和行情的时候，再进行下一步的准备。

俗话说：知己知彼，百战百胜！在这里说开可不是那么简单。

- 1、首先要分析自己的个人经营管理能力，运畴能力，性格心态，看是否适合当一个店的老板。这很重要！
- 2、其次评估自己的近环境：一是家人的支持程度；二是经济能力（看能做多少投资，会不会影响其它已有事业或产业，不要做到只剩下奶茶店了才知道奶茶不能当饭吃。）；三是风险抵抗能力。
- 3、最后是定位事业战略，就是你开了这个店以后怎么发展（在这一点上很多人很盲目，爱做一些不切实际的梦想）。

□

一定要以实际数据来说明情况，这个要花一定的时间、精力和财力，希望想开店的朋友不要省了这一点工作。

- 1、技术方面有了解吗？
- 2、设备能采购到吗？
- 3、原料能采购到并长期方便供求吗？

4、是加盟还是自创牌子？

按自己的投资能力和竞争能力进行找铺，要看到现时的铺位情况，也要对以后发展情况作估算。要对铺位消费水平进行评估，低消费的地方不宜大投资；同样的，高消费的地方不宜低投资。还有旁边或是周边有无同行，价格质量怎样，如果找的铺现在没有竞争，以后有无可能出现竞争者。特别是资金短少投资者，这一点要认准了。在赢亏平衡测算里有条数据是对铺面的：铺租不要超过平均最低营业额的15%。

根据店面的消费水平及消费习惯和消费文化进行店面产品菜单的定位。确定好菜单的同时可以进行宣传资料的策划和设计。

这也是按照你的投资额度及消费水平和产品搭配情况来进行装修设计并装修的。装修的风格要做到概符合消费能力，又显得舒服、卫生、简洁、大方。特别注意吧台的流水设计，要根据产品需求和设备配备情况进行程序设计，操作流畅的同时尽可能考虑产品的更进和设备的添加所需空间。这里面也包含水电的布局和水力电力要求（我碰到过一个店老板老是说会跳匝，我去了一看，呵！10kw的总设备，电力只供到3kw！不跳才怪）。

很多人刚当老板的时候很高兴（哈，终于当上老板了！），清醒点，招人可马虎不得，宁愿要笨点的，不要太精明的，因为太精明的容易反骨。根据店面的可能工作量进行人员数量定位，尽量少用亲人。这个涉及到人力资源问题，这里不多详述。

这也是按产品菜单来采购的。好的、高质量的设备就能做出更多的上品质的产品，而且能提高速度和效率。就是我现在的店也会因为设备原因无法做出更多更好的好产品。遇到过很多人问开个奶茶店设备要多少钱？我说一万到十万的时候，对方说：你不懂。我只能说我不懂了。店面设备要和店面水

力电力拾配得上，特别是店面小的步行街区，要考虑另找厨房的配备协调。生财设备的配备应该基本和店面装修同步。

原料全部到位也是装修完毕之时，这时人员招聘也基本到位，即可进行产品调试和操作培训。操作和技术是两回事。一般的操作是傻瓜型的，就是已经成为半成品的产品拼配。而技术则是半成品的前期泡制工作。技术主要由老板或是老板亲信来撑控。如果是加盟的也是这样去实施这一步骤。我记得台湾的某一奶茶品牌进行加盟说明磋商的时候明确指定老板一定要带一亲信或是夫妻俩一起就是这个道理。

试业可以进行员工的分工并熟练程序，提高速度和效率。同时做好开业的准备。

（这个很多人都懂，就不多说。）下一步就是：“用心”经营再说奶茶技术在这里，我要说说怎样才是真正的奶茶技术。根据我所了解到的情况，现在的奶茶技术已经开始分成很多流派，繁杂而乱。自从奶茶从台湾传入大陆，已经发展出很多种奶茶的花样做法。现在我所在地广州奶茶的调味技术已经结合调酒工艺要求来操作，我也很着重于这方面的提升。因为能把调酒工艺应用到饮品（和别是奶茶）里，是一种质的飞跃，也是一种艺术享受。

如果有人跟我说喝街头小摊上一元一杯的奶茶是一种艺术享受，我相信那个小摊老板很快就亏本走人。

要了解真正的所谓奶茶，先从其主要配方成份拆分来说明，它的主要成份就有：奶粉、茶叶、糖、水（及冰）、香料（珍珠奶茶还包括珍珠）。不要小看了这里边的每一个单位元素，就拿水来说，不同的水做的奶茶味道相差很远！你用的是自来水？还是矿泉水？还是山泉水？海水？过滤水（一道过滤？二道过滤？三道、五道、八道——过滤？）？冰也是，制冰的程序也会严重影响每杯奶茶的品质。

当你对这几样成份所需原料了如指掌，并懂得其中的原理及变化应用，那你就算是真正的开始懂得奶茶技术了。

要说懂得更深的就是知道大量厂商的原料的基础成份和特性（呵呵，是不是很难？厂家的，别来砸我啊，这是事实吧？）。

现在网上流行的厂商或是加盟公司教你的所谓怎么煮怎么调奶茶的方法，不会告诉你这些的。我晕啊！那是技术吗？当你拆分开来看奶茶成份表，你会发现，你原来学到的奶茶技术一文不值。

按调酒技术的要求，要配出一杯好喝的奶茶，要基本懂得以下几点：

- 1、学会品味奶茶；
- 2、原料成份配方；
- 3、调味份量与时间；
- 4、设备的应用与调味火候；
- 5、调味手法；
- 6、奶茶的保存；
- 7、奶茶的包装要求；
- 8、奶茶的变化（包括样变与质变，比如：拉花。）。

奶茶店推广产品方案篇五

每一周年，店主们可以制作年卡用来纪念，年卡要包含有关

奶茶店的纪念标志。纪念当天，前100名顾客可以免费办年卡，该年卡可以设置为纪念日后的一年到店消费可享打九(奶茶店的九周年)折优惠。

纪念活动当天，奶茶店无条件不使用现金，到店消费的顾客们可以微信，支付宝，刷卡等无现金付款方式，以示周年的纪念意义。

店主可以在纪念日前几天在网上提前让顾客购买饮品，到店那天不用等位便可直接领取。

店主可以制作一些可爱的特别的周年代金券分发给在场的每一桌顾客(不是一人一张，而是一桌一张，但不论每一桌有多少人)，消费超过100元以上可再次领取一张代金券。代金券金额由店主设定，可以是5元，10元不等。代金券在纪念日之后即可生效。

纪念活动当天，店主得下下血本辣，可以是免费续杯，或者招牌奶茶免费，也可以是明年即将出的新品免费。(不需要太多种奶茶免费，选定一定免费，再以续杯方式宣传到位。)免费饮品和续杯送完为止哦，吃货们要快点去白吃白喝辣！)

重磅出金卡！在活动即将结束时，店主可以举报一个抽奖活动，在现场抽出一位有转发本次周年庆典朋友圈的顾客送一张金卡。(没有转发抽到无效继续再抽)该金卡可以是本次纪念日到下次纪念日之间一年的时间到店消费50元内免单！（一月一次，超出可叠加)猜猜谁会是金卡得主，上帝的宠儿呢！