

最新奶茶的促销方案 奶茶店开业促销方案 (优质5篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

奶茶的促销方案篇一

xxx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□xxx奶茶店开业还

有多少天，造成来往顾客期待与好奇心，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□xxx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。

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。

奶茶的促销方案篇二

“心语星愿”

对你的他（她）许下诚挚的誓言，让流星附载着你们的真情，穿过世界的每一个角落，相信心中的梦一定可以实现。

（目的：为情人们制造一个浪漫的氛围，让他们感受到xx珠宝的与众不同。）

道具准备：陨石，放在精致的玻璃盒子内，代表着流星的百分之一、千分之一、万分之一、亿分之一的永恒的爱。

奶茶的促销方案篇三

结合节日特性适当装饰店铺七夕节当天，门店可适当增加一些浪漫元素，收银台上放上一束玫瑰，墙上挂一些粉色爱心气球，找一个可爱的玩偶发放玫瑰，顾客因此也能感受到门店的用心设计，对门店的好感度也会有所提升。

关注店铺片微信公众号，并在朋友圈分享在本店的爱情瞬间的顾客，即可免费获得本店爆款饮品一杯。

这是很多品牌情人节惯用的营销方法之一，虽然创意不高，新意不够，但是好处是操作方便，顾客的参与度也不错，既活跃了门店的节日气氛，也无形中让顾客在朋友圈分享了门店，主动帮门店宣传。

门店可在门口设立创意打卡点，让顾客手捧饮品，请专业的摄影师拍照，放在公众号上投票选出最恩爱的情侣获得520的奖品，或者赠送本店饮品等。

在520当天以较低的成本，为情侣顾客提供了贴心的增值服务。

另外门店可在当天设计简单温馨的520表白墙，表白墙适当融入产品和品牌信息，顾客在分享照片的时候无形中也达到了传播门店的品牌形象的效果。

为了帮助他们向对方表达这份爱，奶茶店店长可以费些心思去牵线、制造机会。比如：以门店的名义送上祝福和感谢卡片；饮品杯结合节日特性做一些装饰；调整一杯两杯门店的饮品名称.....

结合七夕节特性，推出特别品，帮助顾客顺利表达爱意。这也是门店节日促销较常见的营销方式之一，餐饮人巧妙抓住这些情感痛点，构建有价值的情感营销，不仅可以为门店提高当天盈利额，还可以提升顾客满意度，给顾客留下好印象，增加回头客。当然这个方法比较适用于单店或者门店还不多的店。

1、网红直播

邀请当地或者在全国都比较有名气的网红来店里直播，或者组织网红线下粉丝见面会，为七夕节活动造势。

2、消费遇“7”，赠玫瑰

消费结算，每单金额遇“7”，即送玫瑰花一朵（数量有限先到先得）。

3、第三人买单

七夕节大部分商家都会把目光聚焦在情侣身上，却忽略了单身群体。这时候反其道而行，推出一个三人同行第三人买单活动，势必会形成新的传播势能和影响力。德克士曾经就在情人节时推出过三人套餐，效果还非常不错。

4、情书接龙

奶茶的促销方案篇四

“购物有礼”

凡在2月14日当天购物的所有顾客，均有小礼品赠送。（鲜花）

活动亮点四

您还可以在我们的各大卖点为您的他（她），专门设计、加工你们的专有钻石首饰，一定另有一番风趣哦！

不过您一定要记得要提前定做的，才可以在情人节当天为您的他（她）献上与众不同的钻石饰品。

奶茶的促销方案篇五

一、校园背景：

在大学城附近稍微转转，不难发现奶茶店的数量不在少数，但大多数奶茶店具有店面小，员工数量少等特点，俗话说：“身子轻好飞”。但奶茶店的数量多，直接导致奶茶店生意越来越不景气，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。

二、市场调查：

自己通过从朋友同学之间简单调查，大家对奶茶店口碑较好，奶茶的价格在自己的经济承受范围，另外说法如下：

“我们学校超市的奶茶就卖的很好，并不是因为奶茶有多好喝，只是因为是一种情趣吧！”。

“下课没事买杯奶茶又不用多少钱，买杯喝喝还是可以的”。从学生的口中我们不难看出，在大学城开间奶茶店市场运行前景还是有的，学生反响较好，对奶茶的认知度还是蛮高的。

最后结论：常州大学城奶茶店拥有一大批潜在消费者，服务行业中的朝阳产业，市场前景广阔；与师生生活息息相关，市场风险性小；是一种长期稳定的投资项目；单位运营成本较低而收益率较高；人员投入少，便于操作和管理；属于小型投资项目，适合个人投资。

三、常州大学城奶茶店市场分析：

需求的多样化决定了任何行业都必然会走向行业细分化，奶茶行业正处于初步细分阶段，传统的奶茶兜售业态势必会逐渐退出历史舞台。

奶茶的出现，对于大学城女性饮品市场来讲，无疑是一个亮点，以100%纯天然、不含咖啡因、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。

四、常州大学城奶茶店促销目标设定

本次促销方案最大的目的就是为了提高销售量，打击竞争对

手，提升品牌认知度及美誉度，目标明确，活动有的放矢。

五、常州大学城奶茶市场定位：

目标消费人群：常州大学城在校师生和生活节奏较快的年轻人
(高收入, 时尚, 经常上网)

目标市场：中低端市场