

最新咖啡厅计划书文件(模板8篇)

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。这里给大家分享一些最新的计划书范文，方便大家学习。

咖啡厅计划书文件篇一

门面费(租金)：1500元---2000元/月。100平米左右。店内的装潢：8万左右。包括橱柜、桌子、凳子、店内装饰品等等。店内设备：10万左右。包括电脑、收银机、空调、咖啡机、餐具等等。员工工资：固定员工主厨：2200---2700元/月服务员：1200---1500元/月兼职员工，按工作天数计算工资，底薪45元/天，若表现优异者加5元提成/天。利润表：年营业收入：25万年营业总成本：10万年利润(含应交税)：15万净利润：124500元投资回收期：2---3年九、成长与发展。店子初开张时，难免会有冷场的情况出现，这时就需要一些自己的人脉帮助自己来活跃气氛，可以叫上亲朋好友一起过来坐坐，让他们多提意见和建议。可以推出一些会员卡，在街上发传单等各种手段吸引客户。初期的货品价格，在以不亏本的状态下，尽量压低，这样能有效的扩张生意源。生意上路之后，再对店面进行更完善的装修，顾客熟悉了本店，再慢慢的调整货品价格，只要不是突飞猛进，适当的调整价格还是能被大多人所接受的。

咖啡厅计划书文件篇二

小型咖啡厅的店面应开在临近较多的公司企业和学校的地方，闹市的人流量多，交通便利。虽然咖啡厅是个安静的地方，但店外的环境无需太安静，这样更能让人有一种“在闹市中寻觅安宁”的感觉。其次店面的周围最好能有停车场，为顾客停车提供方便。

咖啡厅计划书文件篇三

主要经营范围：咖啡类：蓝山，拿铁，摩卡，卡布其诺，意大利，哥伦比亚，巴西等等。（咖啡类为本店特色，均为现磨现煮的咖啡。）

酒类：红酒，葡萄酒，鸡尾酒，白酒，香槟，桂花酒，白兰地，各式啤酒等。

奶茶：各种口味奶茶，如草莓，青苹果，巧克力，芒果等。
下午茶：绿茶，红花茶，人参乌龙茶，几种花草茶等。甜点：各式精致甜点，如慕斯，饼干，蛋糕等。还有多种口味的沙冰和冰激凌。

企业类型：服务

姓名□xx

邮件地址□xx@

联系电话□xxxxxx

- 1、目标顾客描述：在校大学生及老师。商务楼的商业人士。
- 2、市场容量或本企业预计市场占有率：1%
- 3、竞争对手的主要优势：产品数量较多，发展历史久，资金充裕，被众多客人认可。
- 4、竞争对手的主要劣势：产品模式固定，不灵活。
- 5、本企业相对于竞争对手的主要优势：发展初期可以采用不同的经营模式，选择最适合的咖啡店创业计划。

6、本企业相对于竞争对手的主要劣势：资金少，不被客人认可。

咖啡厅计划书文件篇四

咖啡、西餐的真正兴起，应该是从20世纪90年代末开始的。其发展速度之快，在短短十来年时间内，达到了前所未有的行业繁荣。现在随着改革开放经济蓬勃的发展，有着大批的外商和白领长期处在高节奏、高效率的工作和生活加之于受西方文化的种种因素，造成了这个咖啡销量不断上升。故咖啡消费主要群体也就是外商、白领、旅游者和居家百姓。20xx年的调查表明：咖啡终端销售市场一依次为：咖啡及西式快餐连锁店、星级酒店、西餐厅。其中咖啡馆及西式快餐连锁店主要由上岛咖啡、星巴克咖啡、真锅咖啡，麦当劳、必胜客，这些连锁店平均每月销量在21.18吨，占30.18%，其次星级酒店每月平均销量在16.47吨，占23.47%，西餐厅平均每月销量13.53吨，占19.28%。随着时代的发展和人们生活理念的进一步改变，咖啡业也在以一种迅猛的速度发展。

2、企业说明——大学生群体分析

年龄：18—25

特点：在中国，大部分大学生经济来源主要来自于父母，他们拥有较高的知识文化水平，有区别于其他群体独有的价值观。他们追奇求新，尊重个性，紧跟潮流，渴望独立，寻求刺激，却又带有些许怀旧，希望获得成就感、归属感和安全感。

价格定位

精准企划在做咖啡产品价格测试时并没有界定每瓶咖啡的容量，目的就是要了解消费者认为每瓶咖啡产品最适合的价格定位是在哪个价格区间，从而为咖啡产品的价格定位提供消

费者需求的数据支持。

调查结果显示，消费者认为每瓶咖啡价格在31-50元的选择比率最高，达到39.0%；其次是认为每瓶咖啡的价格在51-100元最适合的比率为28.6%；选择在30元以下的占18.7%；认为每瓶咖啡的价格在101-150元的消费者选择比率为9.8%；选择其它价格区间的消费者比率很少。从调查数据中我们可以得出，消费者认为每瓶咖啡价格定在31-100元之间都是适合的。该项消费者需求的调研数据是咖啡生产企业为每瓶咖啡产品进行价格定位的重要依据。在18-25岁的消费者中，有44.0%的比率认为每瓶咖啡的价格定在31-50元之间是最适合的；认为每瓶咖啡价格定在51-100元最适合的消费者比率为26.8%；认为每瓶咖啡价格定在30元以下最适合的消费者比率为18.5%；其它价格区间的消费者选择较少。

收入越高的消费者对咖啡产品价格的接受程度相对也越高。

价格定位符合消费者需求才是硬道理

不管是咖啡产品还是其它产品，价格定位的正确方式是根据消费者对该类产品的价格接受程度来定价。比如每瓶咖啡定价多少钱的策略是要先了解消费者认为每瓶咖啡最适合的价格，再根据消费者对每瓶咖啡价格的接受程度来确定每瓶咖啡的容量；而不是根据每瓶咖啡产品的容量来决定产品的价格。咖啡产品的价格定位既不是越高越好，也不是越低越好。价格定位只有符合消费者需求才是硬道理。

3、部门设置与职责

3.1店长：

1. 负责咖啡厅成败责任的经营者。
2. 对外为咖啡厅的代表人。

3. 参与营业活动的执行者。
4. 甄选、训练、激励咖啡厅人员的领导者。
5. 维持咖啡厅营运正常运作的管理者。
6. 了解顾客与竞争者动向的信息收集者。
7. 传递总部和分店之间信息的传播者。
8. 推动组织学习与知识管理的教练。
9. 解决咖啡厅危机与人员冲突的问题处理者。
10. 寻求市场机会与创新的企业家。

3.2 行政人事部负责人：

活动：安排在校艺术设计等专业大学生来做兼职，每周五晚安排一名绘画专业的学生给客人免费画肖像；每周六晚安排钢琴、小提琴演奏；每周日晚安排业余模特走秀。薪水按小时计算。

f7咖啡店设有：

店长1名；

行政人事部：正、副部长各1名，档案管理员1名；

财会部：部长1名，会计1名，收银员1名；

市场部：部长1名，成员3名；

采购部：设部长1名，采购人员若干，记录员2名；

酒水服务部：部长1名，服务员4名，调酒师2名，点心饮品师傅若干；

月度与季度的评价工作，在下一评价期间开始的第一个星期之内完成，由行政人事部统一发放评价表。年终评价工作在12月最后一个星期与次年1月的第一个星期之内完成。评价表由员工自己独立完成填写，应在规定的日期内上交。评价表由行政人事部与全体员工参与评价。每名参与者填写一份评价表，按照不同权重计算得到一个分数，将得分先按上级、同事、下级、自我评价分类算出平均分，然后按上面提到的不同层次人员比例计算出最终得分，按照最终得分确定评价等级。评价结果与奖金、激励制度挂钩，被评价者如果对评价结果不满，可以在接到结果之日起一周内向行政人事部提出投诉，逾期不提出异议视为同意。

奖励制度：根据员工考核总分进行奖励(半年实行一次奖励)。

3.3 市场宣传部负责人：

我们确定云山水榭咖啡屋主推产品为原味、咖啡冰、特浓，并加大宣传力度。同时目标消费群将集中在月消费水平超过500元的大学生。

(1) 店铺个性分析, 优势：据在高校的市场抽样调查，云山水榭咖啡屋在高校中拥有一定的知名度，广告语“味道好极了”着重于其功能定位，在追奇求新的大学生消费群中占有一席之地。

分析：首先，根据我们的市场调查，在咖啡屋里除了“提神”这一功效外，大部分人在这里还感觉到了“休闲”。“休闲”不仅是一种生活态度，更是生活追求。面对眼花缭乱的大千世界，面对生活节奏不断加速的大背景，大学生有一种身心能够得到歇息的渴望，而云山水榭咖啡屋正是给消费者提供了这样的场所。

(2) 活动具体实施

2. 活动主题：同你的朋友来这里邂逅

广告语：亚当与夏娃的相遇，如生活与咖啡的邂逅般美丽。

3. 活动内容：在所有校园内的宣传栏上张贴pop宣传画，注明主题和广告语

4. 活动方式：1) 消费满xx元钱，可送一张积分卡，积满x分送一杯xx口味的咖啡

2) 选择xx口味的咖啡送精美礼品一份

5. 活动目的：入客数增加20%，让广大学生了解云山水榭咖啡屋，扩大咖啡屋的知名度，树立完整的形象。

6. 其他宣传形式的配合

a制定dm和优惠券发放给周围高校的大学生，吸引顾客认识和接受

b网络广告：校园网□flash制作，表现咖啡屋的饮用场景，将休闲和舒适的环境融入其中，营造活动氛围（网络点击链接云山水榭咖啡屋网址，注册，加入云山水榭咖啡屋俱乐部，获得优惠券）

c广播广告：宣传云山水榭咖啡屋里的产品，让大学生更了解我们的情况。

d校园电视传媒：系列广告片宣传（播放频次、什么时间播放、是否集中在受众的“空闲”时间、效果测试）

(3) 各阶段费用预算

费用：100张*x元=xxxx元

2. 优惠券印刷费□xxxx元

3. 送顾客咖啡成本：成本□x元）*入客数*送比数□3%□=xxxx元

4. 其他活动费

3.4采购部负责人：

采购部是咖啡冷饮屋的重要组成部分,是隶属于财务总监的下属部门。负责咖啡冷饮屋所有食品原料和经营物品的采购、验收与进出物品的记录等工作。采购部对原料物品质量和价格的把关直接影响到整个咖啡冷食屋的经营效益。

采购部人员设置及职称

人员设置：采购业务主管1名，采购员若干名，记录员2名

主要职能：

部长：采购业务主管，作为采购部的直接领导人，必须很好的掌握市场信息，开拓新货源，优化进货渠道，降低采购费用。会同库管部、会计部确定合理物资采购量，及时了解存货情况，进行合理采购。并且要详细对待购物品的待购数量进行预测记录,作出价格预算，并将所需款项向咖啡冷食屋财务部汇报以取得采购经费。此外，采购业务主管有责任管理好本部人员的工作,同时加强本部与其他各部门的沟通工作。。

采购员：采购员主要负责外出采购，包括进行市场调查，选择、评审、管理供应商，建立供应商档案，与供应商进行谈价，签订买卖合同并负责货品在运输过程中的安全，以及采购过程中的退、换货工作。

记录员：2名记录员要分别负责记录采购部货物和资金的进出情况，记录员必须详细记录货物的名称、规格、数量、进货日期、采购经费、支出数目、余额等，以便月末进行核查。

采购工作流程

- (1) 采购部所属员工。
- (2) 采购部所属办公场所区及卫生责任区。
- (3) 采购部办公用具、车辆、设备设施。

3.5 财务部负责人：

财务状况分析

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，固定资本，折旧费，杂项开支等。

3. 据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需12600元（场地租赁费用5000元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用2400元，厨房用具购置费用1000元，基本设施费用等2600元）。资金可有父母提供80%，自己积蓄20%。

4. 每日经营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，也可以看出每杯31-100元之间的价格最为合适，因此可大致估算出每日总营业额约20xx元，收益率70%，毛利润1400元。由此可计算出投资回收期约为一个月。

一般问题所采取的行动：

顾客稀少销售额降低，作出相应价格调整，深入市场，加大宣传力度。若出现竞争者且用不正当手段拉拢顾客，则利用高质量，高效率守信，价格低面对挑战，尊重经商道德，净化市场。

3.6酒水服务部负责人：

酒水服务部是咖啡冷饮屋的重要组成部分，它的目标是向顾客提供以咖啡，冷饮，糕点和各种饮料为代表的有形产品，并提供顾客需要的、恰到好处的软性服务，开源节流，为咖啡冷饮屋建立良好的公众形象。

人员设置及主要职责

人员设置：设部长1名，服务员，糕点饮品师傅若干。

主要职责分工：

部长：

- 1、全面主持本部工作，配合店长安排，协调各部门工作，确保当日任务顺利完成。
- 2、确保咖啡，冷饮，糕点和酒水的正常供应，审核采购计划，统筹策划和确定采购内容，检查购进酒水食品的质量，对酒水食品的采购要求和质量有领导责任。
- 3、对服务员和糕点饮品师傅的业务培训工作。对刚招收的服务员进行基本素质培训，开展文明礼貌教育。并定时给店内员工进行素质培训，对糕点饮品师傅进行业务培训，鼓励他们有新花样，新创意。

服务员：

- 1、迎接客人，引客入座，招待客人。

- 2、供应酒水食品,为客人提供热情优质服务,引领客人结帐。
- 3、清理台面,做好卫生工作,按规定开启单据,保留好以做核查。
- 4、客人有其他合理要求时,要热情服务,尽量给予满足。当遇到不合理要求时,要礼貌在先,沉着冷静,并及时报告上级负责人。

糕点饮品师傅:

负责各种点心饮品的设计及制作,不断创新研制新品种。

本部要求:

- 1、所招服务员基本素质必须过硬,要有耐心,热情,善于和人打交道,能用英语进行基本对话,一批服务员中必须有一个英语口语好的,方便和留学生等外国顾客交流。
- 2、服务员要统一服装,要有良好的精神面貌,体现出当代青年的活力和朝气。
- 3、糕点饮品师傅必须要专业,富有创造力,这是咖啡冷饮屋生存的源泉。

本部宗旨:

有限进餐,无限服务。文明礼貌,热情待人。厨艺高超,乐于创新。开源节流,财源广进。

咖啡厅计划书文件篇五

背景调查:现在生活节奏急速,人的生活压力庞大,越来越多人更关注个人健康。据医学研究报告指出,咖啡豆含有大

量对人体有益的健康成份。另外，许多最新的研究报告显示，咖啡因对人体并没有过去想像中有健康的危害；反之，咖啡中一些的成分对于人体有很多的保健功效。我们相信喝咖啡的人会越来越多，并会有“星座咖啡店”。换言之，咖啡店除宣扬咖啡之功用外，更以星座为咖啡店之主题。

目标：星座咖啡店除希望宣扬咖啡之功效，更希望从中获利。计划咖啡店将在半年内转亏为盈。预计在两年后每月除税纯利达到人民币1万元，希望在四年后能在广州市开设另一所主题咖啡店。市场分析：现今大陆的咖啡店主要是以连锁式经营咖啡附简餐、酒水，市场主要被两个集团垄断。但由于两个集团的咖啡店并价格昂贵，因此星座咖啡厅以大众一体经营及装饰，来满足客户需求。我们亦有考虑到其他饮品店(如台式饮品店、港式凉茶店和茶餐厅)的市场竞争状况，但发现这些类似行业多不是以自助形式经营，亦很难配合讲求效率的年青人。故我们认为开设自助式主题咖啡店能达到年青人的需要，尚有很多发展空间。另外，我们以街头访问形式，访问了大约一百名年龄界乎十五至叁十的青少年。访问结果表明，接近八成的受访者都有光顾咖啡店的习惯，而且半数受访者平均每月光顾叁至四次。有近四成的受访者多数光顾上楼咖啡店，而且环境和食物素质是他们光顾的主要原因。另外，我们又发现多于八成受访者对星座有兴趣，而且六成受访者表示约以星座为主题，他们有兴趣。

一、确定经营内容和目标消费群体，选址、选址、再选址。

1、 选址是咖啡店投资中至关重要的一件事。如果你已经决定做咖啡店的投资，那么，紧跟其后的另一项工作就是踏破铁鞋去寻找最佳经营位置，通常我们会要求投资人选址，选址，再选址。因为接近那些支持你生意的顾客至关重要，他们是你生存的基础。在你选址的时候，数数那里的顾客，和附近商家聊聊，了解一下那里的情况，什么时间客流较大，来此消费的都是些什么人。

2、 要确定咖啡店的经营形式，是纯咖啡馆，还是咖啡+简餐(酒水)的咖啡吧。如果是含简餐或酒水的咖啡吧，建议标准营业面积在80~140平米为宜。

二、给店面起名、设计店面标志、店面形象设计方案(装修方案)

1、吧台设计、厨房设备及机器定位上有考量的基础。

2、座位数、经济规模(坪数)。

3、型态：是纯咖啡馆或简餐咖啡复合餐厅。

4、价位：平价、中价位或高价位，要有明确的价格带设定。

5、服务方式：自助、半自助或全服务。

6、主客群预设：上班族、家庭…。

叁、准备为设备投资，搜集各种规格的设备资料。

1、咖啡机

2、磨粉机

3、滴滤咖啡机

4、水处理设备

5、奶缸

6、温度计

7、压粉器

8、其他：勺、量杯、计时器、香料瓶、奶油发泡器、摩卡泵、清扫刷、咖啡杯。

9、耗材包括：奶制品、香味糖浆(果露)、纸制品、吸管等

四、在工商、卫生、消防、税务部门登记、注册。

五、计算启动资金。

1、了解房租承受能力，物料成本比率，其它成本分析，投资报酬率与预想的差距，投资额设上限，装修费用。

3、员工成本：准备请多少服务员、领班、厨房相关人员(取决你的咖啡厅需要经营多少项目)

4、产品进货成本：根据你和供应商关系，你能拿到什么样的政策，成本亦不同

5、推广成本：是否需要推广，准备借用什么资源去推

六、购买咖啡机设备：咖啡机、研磨机等。

七、设计咖啡单。

八、寻找咖啡供货商、奶制品供货商、调味品等食品的供货商，其他非咖啡饮料、纸制品、器具等的货源。九、制定营销计划，聘用员工、准备培训材料。

1、员工制服、薪资条件、公司登记、食材厂商找寻、价格确定、杯盘选择、第一次进货量

2、研发新产品

3、.完善的店务管理计划

4、策划行销活动计划

十、备好库存，准备开业。

常见情况处理：客人们会告诉您咖啡太苦、饭太硬、装修很漂亮但冷气太冷、烟味太重、厕所太脏、服务人员很美可是不亲切、可不可以外送等；再来是：吧台手要请假、厨师要轮休、外场服务人员忘记开单跳单，而您已经累得半死时闭店还要回来收钱、明天谁休假您又要代班、月初缴房租、月中发薪水、给货款、又要订货、兼开发新产品……开一家咖啡馆很容易，只要有经费预算就可以，但经营咖啡馆很难，要成功需要许多条件(说成功太严肃，存活下来或达损益平衡)，因为咖啡馆开支项目多、报酬率不高，稍有几项支出不慎就很难维持损益平衡，资金不充裕者，更要小心。

咖啡厅计划书文件篇六

诠释咖啡文化，演绎现代生活，引领时尚潮流。

1、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，引导消费者转变消费观念，向崇尚自然、追求健康的文化品位方面转变。

2、针对消费群体：主要针对年收入在20万元以上的商人，企业家，政府官员，白领阶层，富二代，官二代等生活充裕，经常外出就餐，追求浪漫时尚的人群，这些人性格乐观，充满希望，易于接受新潮的东西。

3、企业类型：针对中高层消费者的服务餐饮行业。

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日常生活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睐，尤其是年轻一代新新人类

对于咖啡厅的执著，使咖啡厅行业得到了足够大的上升发展空间。

1、尊重餐饮业人员的独立人格。

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、营造集体氛围：既要上下属感受到西餐厅纪律的严明，也要关怀员工，让员工感受到来自集体的温暖，有利于加强凝聚力，提高工作积极性。

4、公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干。

以专业咖啡为主，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。

2、西餐类以进口牛排为主，如：黑椒牛排，诺曼底猪排，西冷牛排等。

3、时尚水吧饮品如：木瓜牛奶，香蕉牛奶，港式奶茶等

4、根据不同的季节制定一些冷饮，热饮，点心、沙拉等

5、特色制定：星座咖啡，水果咖啡等具有年轻时尚特点的咖啡。

十二星座对应咖啡：

双鱼座佳巴俄式咖啡狮子座摩加纯咖啡处女座卡布奇诺咖啡

1、品牌策略：

建议在华信酒店的基础上再取一个富有内涵个性化突出的名字，营造典雅的个性氛围传播，符合目标市场消费者的消费

需求，而且招牌的字体设计要美观大方，要具有独特性；易吸引人的注意。

2、价格策略：

1) 主要走中高档价格策略，在食品“色”，“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) 针对消费者比较价格的心理，价格不宜高出同行业竞争者。

3、促销策略

(1) 咖啡厅的促销战略应以竞争为导向。餐厅必须了解竞争对手的情况，比较自己与竞争对手产品和服务的区别，在此基础制定出具体的促销计划和方案，在实施计划的过程中，通过宣扬本餐厅的独特产品或经营风格，树立起鲜明的企业形象。

咖啡厅计划书文件篇七

经营方式：为企业家、创业者和投资人提供高效的交流合作平台，进而形成良性的创业生态系统，边学习，边创业，边就业，边培训，边交流。

经营文化：产品展示与体验、项目交流与分享、资源整合与落地。具体讲就是创建“三个平台”。

一个文化平台：文化艺术的交流、草根艺术的展示、培训讲座会展、沙龙聚会演出。内容涵盖读书、电影、音乐、摄影、电影、旅游、人文等各种类型，通过定期的活动塑造文化品牌，成为创业者文化交流前沿阵地。我们策划的主题活动是未来商业领袖创业营销年度大赛。

一个社交平台：剩男剩女聚会、小资休闲交际、行业人脉拓展、人才资源整合。

“追逐梦想，顺便赚钱，合作共赢，兼顾公益”。

（一）咖啡厅的初步资料

1. 期望筹集资金：100万
2. 筹资模式：众筹
3. 出资要求：每股5000元，5000—100000元不等，通常不超过20股。
4. 股东要求：为了给到股东最大的价值或者实现让股东0元投资的理念

所有的股东投资后，还有以下选择

5000元-----即5000元的咖啡券（此券仅消费饮品）

针对行业老总，董事会成员必须5万起步投资，即5万元/10股。

即5万元----5万元的咖啡券（此券仅消费饮品）

5. 饮品：咖啡、茶加简餐。
6. 面向人群：商务人士、有社交需求的青年人等等
7. 咖啡厅面积：计划300平米左右，如果资金充裕，面积可以适当扩大
8. 股东的条件：商务商会行业内人；（分红，可监督、建议）；

性别、长相不限，但需已满18岁，能为自己的行为负责；

投资有风险，请谨慎报名

（二）咖啡厅采用公司化运营，公司结构如下

一、公司实行股份制，由董事会、监事会和职业经理人（即店长）构成；

二、股东如有意成为正式全职员工，需具备招聘启示上要求的条件（相等条件下优先）。

三、董事会负责战略决策，经理负责日常管理和运营，董事会、店员不得兼任监事会。

四、员工参股后离职的，可以保留股份，也可以转让他人。被动离职的店员不想保留股份的，由公司负责原价回购并转让新老股东。

五、股东会：公司最高权力机构为全体股东大会，股东会由全体股东组成，表决时按照股权数计算票数。股东大会有权选举董事会、否决董事会决议、改选董事会。

咖啡厅计划书文件篇八

工作计划网发布咖啡厅服务员工作计划样本，更多咖啡厅服务员工作计划样本相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

一、咖啡厅服务员工作职责

1、自觉遵守咖啡厅内的各项规章制度，工作安排

2、信表端装，仪表大方，着装整洁，住址参加各项例会。

- 3、按要求做好责任区内的环境卫生
- 4、做好餐具各项补充，以使替换
- 5、严格遵守咖啡厅内的服务程序
- 6、熟知咖啡厅内提供的菜品和价格及特点。
- 7、做好收台、翻台，提高多台利用率。
- 8、做好收尾结束工作，做好防火、防盗。
- 9、积极参加业务培训，不断提高服务技能。

二、咖啡厅服务操作程序

1、客人达到咖啡厅时，由领位欢迎客人。

1.1 欢迎客人

1) 打开大门，立于领位台内；

2) 见到客人走至2米外后，走出咨客台，左手握菜牌；

3) 向客人微笑，打招呼，如是常客，则以某某先生/小姐称呼。

1.2 询问预订：询问客人是否预订。

1、预订：接受预订时，问清楚客人姓名、订座人数、就餐时间、联系方法和客人的特殊要求。

1.3 如客人已预订，带其到事先已订好的桌前。

1.4 如客人未预定，按客人要求和人数带入相应的餐桌。

- 1) 询问客人是否吸烟，并分别带入吸烟区或非吸烟区；
- 2) 询问客人有否其他爱好，如靠窗或角落位子；

1.5 引导入座

- 1) 为女士拉椅，等其入座后，将椅子推入；
- 2) 将餐巾对折成三角，铺于客人大腿上(和厅面服务员合作做)；
- 3) 打开菜单及饮料单从右边递至客人；
- 4) 倒退两步，转身离开，迅速回到领位台。

2、厅面服务员倒冰水

- 1) 立于客人右侧；
- 2) 用左手轻轻拿起水杯；
- 3) 将水往水杯中间倒，以示对客人的尊重；
- 4) 将水倒八分满；
- 5) 轻轻放置客人右手边。

3、厅面服务员听取开胃饮品单：询问客人餐前酒，并重复客人所点饮料名称。

4、落单

- 1) 取“点菜单”(一式三联)，填写桌号、人数、服务员姓名；
- 2) 第一单为新单，以“n”表示；

- 3) 填写饮料名称及数量;
- 4) 把点菜单交于收款员, 由收款员签字;
- 5) 把第一联交给收款员;
- 6) 持二、三联至酒吧拿取饮料。

5、服务餐前饮品

- 1) 左手托托盘, 用右手进行服务;
- 2) 站立于客人右手边将酒水倒入酒杯。

6、听取点菜

- 1) 走近客人, 面带微笑, 目光接触客人, 立于客人右侧;
- 2) 认真听取客人的点菜, 先女后男, 顺时针原则;
- 3) 重复客人所点内容, 得到客人认可后, 倒退离开。

7、服务面包和牛油

- 1) 将面包放入面包篮, 黄油(每位2颗)放于垫花纸的黄油碟上;
- 2) 立于客人右侧, 将面包篮及黄油放于客人黄油餐碟前。

8、听单

- 1) 将客人点菜内容写入“点菜单”上;
- 2) 交于帐台, 由收款员签字;

3) 点菜单一式三联，第一联交于帐台，第二联交于厨房，第三联交于跑菜员。

9、根据菜式调整餐具

9.1 检查点菜单上的菜式，准备所需用具，如是否需要烧车等；

9.2 根据客人点菜要求，布置所需餐具；

9.3 沙律叉置于主叉左侧，沙律刀置于主刀右侧，汤羹置于沙律刀的右侧。

10、根据客人用餐节奏上菜。头盘汤沙律主菜甜品

11、席间服务

11.1 服务调汁

1) 站于客人左侧；

2) 将汁浇于客人沙律顶部，让汁酱顺势往下流；

3) 询问客人是否满意，无须将汁酱留在客人桌上；

4) 倒退离开餐桌。

11.2 添酒水：不断添加酒水，水杯或酒杯里的酒水不能少于1/3；

11.3 更换烟灰缸：烟灰缸内不能超过两个烟头，或烟灰缸内有许多杂物

1) 左手拖托盘，托盘上放置干净的烟灰缸；

2) 站于客人右边，用右手将干净的烟灰缸放在脏的烟灰缸上面；

3) 同时拿起两个烟灰缸到托盘上，将干净的烟灰缸放回到台面上。

11.4 主菜完毕

1) 站于客人右侧，将客人主菜盘、面包篮、酱油碟等撤走；

2) 用甜品碟，餐巾清扫桌面。

12、上甜品

1) 站于客人右侧；

2) 客人左手边放甜点叉，右手边放甜点更，两者离开桌边一英寸；

3) 从冷菜间取出甜品；

4) 用右手服务；

5) 退后两步，离开。

13、上咖啡或茶

1) 糖盅内放2包低糖、4包咖啡晶糖、6包白糖；奶盅内倒1/2奶；

2) 将糖盅、奶盅置于餐桌中间；

4) 用茶壶/咖啡壶为客人倒2/3满，将壶放于客人右手边，壶口勿对客人，应朝外。

14、结帐

15、送客

1) 为客人拉椅；

2) 与客人告别，欢迎客人再次光临。