

# 最新咖啡店工作计划 咖啡厅工作计划目的 (优质7篇)

计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理工具。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢！

## 咖啡店工作计划篇一

一、竞争性市场营销战略 根据公司所在地，对所在地市场定期进行调查和分析，掌握市场动态，及人们的消费理念，及时作出决定，制定出相应的策略。

### 1、服务战略：

(1) 态度服务：以最友善的态度面对客户，让顾客真真切切感受到宾至如归的感觉。要始终遵循“顾客永远是对的”理念，让顾客在消费过程中吃得安心。

(2) 产品服务：给顾客提供物美价廉、放心、安全、健康的产品。

2、速度战略：在顾客需要的时候，以最快的速度满足顾客的需求。

3、价值战为主、价格战为辅的竞争战略：在与竞争对手的竞争中，以此战略尽快打造出自己的品牌，建立群众基础。

## 二、企业市场战略

1、争取三个月内建立起自己的固定人群，在消费者中积累起一定的知名度，得到市场的普遍认可。

2、未来一年到两年内，在凤阳市场开设第二家门店，争取在蚌埠开设一家分店。

3、未来两到五年内，努力开设三到五家分店，进军出蚌埠凤阳以外的市场。

## 咖啡店工作计划篇二

（一）、组织名称：缘来缘去自主咖啡厅

（二）、性质：我们是一家大学生自主创业、私营性质的股份有限公司。一家以市场为依托，以服务为基础，以目标人群为服务对象，主要经营各色咖啡、面点及相关产品的餐饮企业。

（三）、成员人数：6人（初期）

（四）、经营范围：

1、各色咖啡

2、各色点心

3、各色茶水、果汁、果盘等相关产品

（五）、目标人群：

1、都市白领

2、在校学生

3、社会青年等相关人群

（六）、服务宗旨：以人为本顾客至上满意消费让顾客放心

(七)、组织文化：务实勤勉创新

(八)、创业理念：勤以养财学以致用创新服务

(一)、组织结构

(二)、分部职能

1、总经理：制定咖啡厅经营长期发展规划和年度计划及工作目标，组织完成各项业绩和任务；审核咖啡厅各项经营成本和各项支出；熟悉咖啡厅运作流程，建立健全咖啡厅餐厅服务体系、管理体系和管理制度；负责所辖范围内的安全管理工作，向宾客及员工提供安全的就餐环境和工作环境，负责督导下属对所辖范围内的设施设备进行维护保养管理；

- 制定咖啡厅工作计划，编制主题活动的策划、运作、推广计划书；
- 负责咖啡厅各级人员的招聘、培训、指导、考核、调配、晋升、奖惩等人事管理工作，建设一支专业性强，职业化程度高的服务队伍；
- 负责制订咖啡厅组织架构，岗位职责，培训体系，激励体系，以适应咖啡厅的发展；
- 维护咖啡厅形象，提高咖啡厅美誉度，与上级主管部门保持良好关系。

2、资深顾问：时刻了解咖啡厅发展方向，掌握市场情况，积极学习产品、行业知识；成为老用户信赖的服务商，并让老用户自发的推荐新用户；深入了解用户需求，提供利润最大化的合理方案，能够给用户有偿的无形产品（服务、培训、软件定制等），同时为总经理及咖啡厅重要客户及合作伙伴关系的建立与维系；定期参加展会，熟知行业发展方向，为总经理提供行业前瞻性方案；做工作总结及预估项目汇报，可组织部门内部行业交流会，与集团各部门沟通协调，确保工作计划的推进落实；负责经理的有关报告、文件的撰写工作，总经理交办工作的督办、协调及落实。

3、部门经理：

(1) 餐饮部：全面负责餐饮部的经营管理工作，直接对总经理负责；负责制定餐饮部长长期、短期的年度和月度计划，组织、督促完成各项任务和经营指标，并对月度、年度经营情况作分析并报总经理；制定服务标准程序和操作规程；检查下属各岗位人员的服务态度、服务规程，保证食品的质量，促使本部门做好卫生清洁工作，开展经常性防火、安全教育；根据市场情况和季节拟订并组织食品的更换计划，控制食品、饮品标准规格和要求，正确控制毛利率和成本；制定服务技术和烹饪技术培训和考核制度。定期同行政总厨研究菜点推出新菜单并有针对性地组织服务人员和厨师外出学习其他单位的先进经验、技术；主持日常和定期（每周一次）的餐饮部会议，经常检讨业务状况，及时调整，完善经营措施，参加咖啡厅部门经理会议。

(2) 市场部：负责研究市场的宏观方面的信息，包括市场动态、技术发展动态、国家与地方政策变化及趋势等，并收集产品与市场信息，包括竞争对手信息、营销活动中的反馈信息等；负责建立与媒体的关系，负责公司公关、各类市场活动及紧急事件处理；负责对产品的宣传和推广进行评估、反馈并改进；负责监控市场专员收集客户需求等信息，并对需求信息进行分析和排序，明确目标市场，进行市场细分等工作的具体实施；负责指导推广专员对公司产品品牌的定位设计、建立与维护，公司ci/vi的规划与管理，负责具体方案的设计与实施；负责指导推广专员制作广告、产品说明书、公司及产品宣传材料、销售支持材料（咖啡厅简介、产品demo/ppt等）；负责咖啡厅年度营销策略规划并实施，在实施过程中根据公司战略需要不断完善营销组织体系的相关制度、文件、结构设计；负责公司市场、营销方向的相关培训；负责部门内部基于目标管理[mbo]的管理体系建设；负责部门财务事务处理，参与制定公司年度预算，在预算内与财务制度许可下审批部门内费用；负责本部门的员工管理工作，包括部署下级员工工作，督导其各项工作实施情况，并负责对其工作作出评定等；部门日常管理工作，包括部门例

会、跨部门间的协调工作等。

(3) 人事部：在总经理的领导下负责咖啡厅人事工作，起草有关人事管理工作的初步意见；负责咖啡厅和各部门需要配备各类人才，人尽其才，合理调配；具体负责办理招聘、录用、劳动合同等、签订及职务任免、调配、解聘申请报批手续；负责因试用、转正、转岗、升降职、加、减薪带工疾异动的调整工作；负责员工的考勤、调休、请假、加班管理与统计、组织。员工绩效的考核，审定绩效评分，上报总经理；检查和监督规章制度的执行情况，对违反劳动纪律的员工按规定给予处罚；根据国家扔关法规和公司规定，确定中工养老、失业、工伤、医疗和福利等项目支出，并办理相应手续。

(4) 财务部：对总经理负责，负责处理所管部门的一切日常业务和事务工作；负责对所管部门负责人的考绩，考勤工作，根据他们管理的实绩好坏，进行表扬或批评；控制预算，指导制定本俱乐部经营政策；管理现金流量，货款，货币兑换；审察和批示各部门日营业报表和工作报告；参加总经理召开的总监一级和部门经理例会。因为物协调会议，建立良好业务关系；主持召开所管部门的部门会议，进行业务沟通，解决工作疑难，进行工作笄和决策。

4、领班：根据咖啡厅的年、月度工作计划，带领员工积极完成各项接待任务和经营指标，努力提高餐厅的销售收入；每日向上级汇报咖啡厅经营接待情况；营业前15分钟召开班前例会，准确传达上级旨意，落实具体工作任务；现场督导服务人员的具体操作，发现问题时及时纠正，保证服务工作符合咖啡厅质量标准；注意客人的用餐情况，随时满足客人的各种需要，服务人员不够时，要亲自服务和及时补位；及时征询客人意见、建议，解决出现的问题，处理客人投诉；每日填写工作日志，保证各环节的衔接，使接待工作顺利完成；及时检查物品及设施的节能状况、清洁卫生、服务质量，使之达到所要求的规范和标准，并保证高效、安全、可靠；做好咖啡厅销售服务统计和客史档案的建立工作。

注：公司成立前期阶段，组织各成员负责本部门具体事务，这样可以适当节约前期投入成本。

## （一）、项目简介

本咖啡厅坐落在目标人群广，人流量大的凤阳商业步行街。面积一百平方米左右，分为就餐阅读区，食物自动售卖区，食物加工制作区和雅间。各区域精心设计、装饰，注意色彩搭配、配套设施完善、强调主题音乐和背景音乐的选择等。讲究品位，装饰高雅又略带简约，营造出舒心、内涵、高雅和谐的就餐环境。给人以舒心、放松的休闲场所。目标人群为都市白领等高收入人群。

我们的店名为缘来缘去自主咖啡厅，缘来缘去对年轻人来说，感触颇深，能引起年轻人的心理共鸣，能突出本咖啡厅的文化内涵。吸引目标人群的同时，又让顾客懂得珍惜身边人，身边事。此举抓住了年轻人的内心世界，吸引目标人群的消费。

我们的自主咖啡厅没有服务员，这是我们最大的特色和最大的亮点。顾客的消费过程全部自主完成。如需帮忙请找前台人员，前台人员会协助顾客完成消费。另外我们的咖啡豆、茶叶、面点、水果等产品都是经过加工处理后，按一定质量包装之后，贮存在食物自动售卖机里。顾客消费的时候只需选择相应的食物，投入相应的钱数，取出食物就行了（由于水果拼盘情况特殊，只能在吧台售卖，不能进行自动售卖）。

我们的咖啡厅突出的就是自己动手，强调的就是在自己加工制作食物、品尝自己的劳动成果的过程，享受制作过程中的乐趣。同时教人们怎么制作各色咖啡、怎么沏茶、怎么制作点心的方法。让人们学会放松身心、愉悦心情、享受高品质生活。

配套设施：桌椅、厨房设备、餐具、消防设施、食物自动售

卖机、书架杂志、咖啡研磨机及相关器具、求助呼叫机等一系列的配套设施。

## （二）自助服务程序

自助服务程序如下：

- 1、推开店门，走进店内，从门旁书架上取下一本就餐自助服务指导书。
- 2、找个自己喜爱的位置，拉出桌椅，坐下了。
- 3、听着咖啡厅里的主题音乐，认真的把就餐自助服务指导书学习一遍、了解自助服务用餐步骤。
- 4、查看菜单，选择自己喜欢的原料，记下此原料的编号和价格。
- 5、到相应的区域付账领取自己的原料（咖啡豆、茶叶、水果、点心都在食物自动售卖区，通过自动售卖机售卖，只有水果拼盘、牛奶等情况特殊，在吧台处售卖。）。
- 6、到吧台处领取相应的餐具（菜单上有介绍）。
- 7、按照相应设备的操作说明，对自己的原料进行加工。如：研磨咖啡豆、煮咖啡等。
- 8、品尝自己的劳动成果。
- 9、用餐享受完毕，清理桌面，把相应餐具归还吧台。
- 10、离开座位，把桌椅归位，把自主服务指导书放回原位置，离开缘来缘去咖啡厅。

想想一下，在这样的咖啡厅里，听着音乐，煮着咖啡，看着

杂志，品品茶和朋友谈谈天说说地，那是多么惬意、多么令人神往的事情啊。让人们在这快节奏的社会、在这喧嚣的世界里，停一下前进的脚步，放松一下身心，享受这片刻的宁静、祥和的生活。

1、书架上不仅摆放着就餐自助服务指导书，还摆放着其他杂志，比如：时尚杂志，报纸书刊，介绍各色咖啡（茶叶）特点，加工制作方法、饮用方法等相关方面的书籍，让人们在消费的过程中学习到相应相关知识。

### 咖啡店工作计划篇三

原位于日本爱媛县新居滨市中心地带的la miell咖啡馆，由于其座位有限，不足以接纳大量的客人，所以店主计划在街对面建一座可容纳80个座位的新咖啡馆。

设计说明：设计师没有专注于研究如何设计两层的建筑物，而是利用基地平面低于街道1米这个现状条件，选择了错层式设计，一层位于地下1米处，另一层与街道平面齐平。这种设计能适应各种不同的情况，方便服务员的操作。

建筑的横梁以一种有节奏韵律的方式顺势斜搭在两层平面上，由钢和混凝土柱子支撑，形成了一种空间和结构对话的格局。在建筑外部，斜面的梁板上铺满了鹅卵石以配合地面景观，和地面鹅卵石铺装融为一体。

这样，通过认真地协调梁和柱子的关系以及场地和建筑物之间的关系，设计师设计出了一栋合适的并且独一无二的建筑。

建筑的落地屋顶斜面消融了屋面和部分围合墙面的元素，削弱了建筑体量。为了满足室内的采光取景要求，咖啡馆就像一块三明治一样被切割挖掉几部分体块，然后用透明的整块玻璃围合，形成了小的外部平台庭院。

平台庭院中散植一两株小植物，平添了几分生机，也使室内的底层和一层的顾客同时有了与自然交流的物景。

视线上的通透性将原有的咖啡馆和现有的建筑物、附近的街景人群和室内的顾客不经意地联系在一起。

为了进一步符合咖啡厅特有的气质，设计师将通常的混凝土模板切掉9厘米，然后装排在一起操作，改变了混凝土墙面硬质冰冷的感觉，使其在一定程度上更加温馨、更加亲近迷人。

咖啡馆的室内设计同样以清水混凝土为主，水泥抹面的处理方式使得地面看起来细腻自然。同时配以哑光漆木的局部贴面和家具摆设，让顾客自然落座，享受咖啡馆内的温情。

结合原有基地现状的特质形成的错层式布局是这个设计的亮点。几步台阶的下沉落差，自然形成了空间的分隔。坐在其中，视线正好与落地玻璃下端齐平，能近距离的看清植物的枝干和庭院内铺满的碎石块，用一种不同以往的视角看外面的事物。室内没有设置完全隔断的墙体，而是用同样简约的酒柜放置在高差分界处，既在一定程度上避免了上下两层顾客的相互干扰，同时方便服务生接待照顾客人。

夜晚，布置在建筑物周边的地灯灯光投射在墙面上，映衬出了清水混凝土的温馨，加强了建筑外形的秩序和层次感。室内斜屋面上简单而有序地安装了几排灯管，打亮了这个富有情趣的小屋，酒柜上精心设计的条状灯具和家具融为一体，也点缀着咖啡馆的情调。

新la miell咖啡馆以独特的外形和自然的质感吸引了一大批顾客。开业几个月以来，这家咖啡馆似乎在这一地区更受欢迎了，不仅成为该地方的旅游景点，更获得了“三角咖啡屋”的昵称。凭借独有的特质和外形□la miell咖啡馆将更为声名远扬。

平面图

立面图

剖面图

结构图

## 咖啡店工作计划篇四

一定位：

产品引领；文化感染；自由营地；休闲依赖；公共客厅

1、产品引领：

咖啡馆的产品是基础，没有好的产品一切无从谈起。要做到全市最好，饮品、简餐及糕点类要味道醇正，并创新开发独有的特色饮品及小食品，让顾客因此产生味觉留恋。

2、文化感染：同时具备图书馆、小型放映厅、音乐厅功能

定期举办以文化交流为主题的活动：如观影、读书会、歌友会、小企业年会、品酒、摄影、心理按摩、类学术讲座、创业指导、就业指导、原创艺术作品赏析、花房姑娘评选等。

（此类活动应该不定期举办，如此类活动举办的过多过密，容易影响咖啡馆的定位，让一般散客望而却步。）

3、自由营地：

理想主义支撑，咖啡馆要有自己存在的意义和价值，有所承载的目的，有其文化渗透的力量。生活观念，生活方式、生活追求自由传递、交流的场所。

5、公共客厅：做成写字楼的公共客厅及公共图书馆

## 二特色

经营理念独特：创业与多种文化传承为其基准

消费群体多样：自然客流与写字楼企业结合三市场分析

1、对自由交流、氛围的追求——需要一个这样的咖啡馆！

2、文化营地事实的缺失，和人们内心故有的追求——需要这样一个咖啡馆！

3、熙熙攘攘、忙忙碌碌的写字楼工作人员也需要这样一个忙里偷闲的咖啡馆！

4、聊城市第一个也是唯一一个在写字楼里纯正的咖啡馆！

## 四 投资估算

一次性固定资产投资：万人民币

其中：房租（一年）万，装修30万（含部分设备），设备购置、人员一年薪资、广告宣传、其他杂项支出等，20风险准备金。房租：按照300平计算，每月租金大约万，一年房租万，； 装修：尽力控制在50万以内。

员工薪资：按6名员工计算，每人每月2000到3500，每年薪资大约20万。

2、建议采用股权式融资（借鉴其他城市类似咖啡），让每个股东发挥最大的社会能量，为咖啡馆出谋划策，招人引智。

投资总额大概150万人民币，每股2万人民币。

发起人所占资源股25%。

发起人另购股份10%，出资20万人民币。

其余65%的股份公开募集，每股2万人民币，投资最低限额1万人民币，所占股份比例；

最高单个股东限额30万，所占股份比例15%。

所有投资者，均以人民币为投资方式，不接受设备及实物等投资形式。所有投资者，一经投资，不允许撤资，可以转让，转让时，优先考虑已有股东。

投资截止时间为总投资额150万全部到位，届时在各位股东之间公示。若考虑连锁，已有股东有优先投资权力。

## 五营销策略

### 创造顾客，留住顾客，吸引顾客

2、留住顾客，以特色留住顾客，并让老顾客再口口相传，创造新顾客。同时也可以举办些小活动吸引顾客，比如：

a□专业级摄影师拍摄“我与咖啡馆的时光”照片赠送，为需要的顾客免费拍一张咖啡馆留念，或平常约会，或节日欢庆，或生日派对等，照片上会有咖啡馆logo和地址，让大家因为这张照片而定格美好瞬间。

b□实行会员值日服务生体验日活动，增强会员对咖啡馆服务工作的热情，以及培养会员的归属感，体验日免费做几个小时服务生，可累积“服务生体验日”感言，制作视频或者微博发送，让大家体验咖啡馆的人文情怀。

c□外地会员可委托咖啡馆工作人员帮忙预定酒店，还可提供

有偿接送服务。（结合物业）

d☐咖啡馆还会针对各种层级的会员，做系列相应的优惠活动

### 3、吸引顾客

创造顾客和留住顾客属于有的放矢的一种必要做法，而吸引顾客属于对自然客流的一种吸引。

a☐考虑咖啡馆设在写字楼，可以吸引一些商务休闲性质的约谈人群，另外通过举办多种活动吸引各类圈子人群。

b☐咖啡馆的名字和装修风格，一定要让人产生舒适、驻足、回味的效果，激发人们想要去看一看的心理。

c☐咖啡馆的街边海报，会时时更新，以内容吸引大家的关注和好奇☐d☐咖啡馆要制作一些别致的宣传单，定期做一些定向的宣传，比如在写字楼出入口，学校门口，居民小区门口等，吸引目标人群。

### 六管理团队

发起人为咖啡馆店长。

店长之下聘请专业经理1名，厨师2名，收银员1名，服务生2名（视情况可适量增加或减少）

店长负责协调和管理店内各项事务。具体为督促各个员工努力认真工作，安排部署咖啡馆的一些主题性活动，监督执行咖啡馆的一些人文关怀细节，以及对外联络、公关、宣传等工作。

经理负责咖啡馆日常经营活动，包括物资采买，新品开发，员工考勤，薪资核算，财务报表上报等。经理必须每个季度

讲财务状况以书面的形式向各位股东进行汇报，并及时收集各位股东的意见和建议，改进工作方式和方法。

店长及员工的薪资水平参照行业标准执行。在未盈利期间，店长只领取基础工资每月3000人民币。其他雇佣人员工资照常。

奖金根据盈利比例进行适量调整。

其他细节：

咖啡馆日常管理制度：员工招聘制度；员工培训制度；薪酬及激励制度；采购制度；成本控制制度；广告宣传制度。

## 咖啡店工作计划篇五

2. 怎样降低本工序的物耗

3. 怎样降低本工序的报废及质量合格率 4. 怎样培养本工序的凝聚力（团队精神）

第一点:1. 设定本工序目标，以目标为中心，将目标分成到各个可行的项目。把细分的项目分配到各员工的工作岗位，以明确目标形成压力转化为动力，让各员工所知道自己所做哪些工作，需负那些责任。为提工作效率，对本工序生产现场的机械设备，定期进行所规定的内容点检. 保养工作。生产操作中做到“人等机，切勿机等人”，倡导生产过程中得人生安全。当发生异常现象，及时通知所各方负责人，及时修复设备。否则达不到所定的目标. 为提高工作现场的工作效率，防止一些不可发生的因素，每天要下力气去执行现场的6s□不然会走上陡坡，妨碍生产的正常运行，减低了效率。

2. 绝大多数员工都是有惰性的，只有在竞争的压力下才可能努力工作，充分挖掘自身潜力。对落后的员工同情、迁就

是“妇人之仁”，只会鼓励落后、打击先进形成松垮的风气，最终会既耽误了全体员工的前程也耽误了企业的利益。竞争淘汰应形成一种制度，定期奖励先进，淘汰落后，这就象赶羊群，只需赶头羊、打尾羊，中间的羊群，不用管就跑得很快。竞争的制度建立起来，员工就有了主动性，变“要我干”“要我学”为“我要干”“我要学”。

3. 工作要有标准，标准要有检查，员工要有考核，考核后要有奖惩。这样制度和任务才得以落实。就好像热炉子，一碰就会烫伤，人自然不会碰。执法不在严厉，在严格。奖惩都要及时，要对员工产生足够的刺激，时间长了就形成了条件反射，形成了习惯。

4. 注重员工思想，应当多于员工交流，对他们提出的意见和看法进行可行性分析，可以适当满足他们的愿望，从而调动员工的积极性！这也就是佛所说的：你要什么，我给你什么。这样，才有人天天来供奉佛，敬仰佛。

第二点：根据物料使用标准进行使用，

1、 根据生产计划和材料消耗定额编制材料采购计划

总之要想控制要从源头（即进料）开始抓，过程进行有效控制，制定有效的动作标准，设计出有效的“防呆”措施，比如机器、手工操作的误差所带来的不良。

3、 对一些生产过程的 细节小事做起。比较常用的到的 东西来进行管控。比如：手套（点数人员跟包板人员每天一双，以旧换新）。胶纸. 标签不能浪费. 将成仓空调的湿度调到合适不超标. 下班做到人走灯灭机停.

4、 每天利用早会给员工讲解成本控制. 树立”\*\*是我家, 节约靠大家”的口号。使每位员工都知道成本物料的重要性。

第三点：本工序的质量目标，以包装的鱼骨图□sop为基准.。对现场过程进行控制。据目前有出现过的问题，作出一系列的措施。

此上面的问题都是非常严重，领班必须对操作的现场监督。对操作现场的员工（点数.包板.贴标签.装箱）使用连环，起相互监督。操作现场必须以包装流程进行操作。

第四点：要提升本工序的凝聚力，就先要明白一个团队是不能依靠个人力量所的成功，是需要一种团队凝聚力。正有所歌词叫“团结就是力量”。只要拥有了一支有很强向心力`凝聚力`战斗力的团队，是没有打不赢的仗。要提升就要做到以下的：

1：以班组的目标任务为导向，使班组的员工（团队成员）明确自己所在班组的目标/行动计划，为了能够激发成员们的激情，树立起阶段性的路碑，使员工对目标看的见.摸的着.让员工明白一个团队的成功与失败带来的正负面影响。来增强成员们的责任和使命感。

2：为员工提供学习机会。只有通过不断学习，才能创造更多的奇迹。

3. 听取员工的见解。不需要每个员工异常聪明，过度聪明的反而会自我膨胀。但需要具有强烈责任心。

4. 鼓励员工的创造力。注重人才的培养，人才培养不能只重视知识技能，还需考虑品德，情感，志趣等方面的东西。

5. 增强自己的才能。充分发挥自己的作用，以身作则，对员工起榜样带头作用。明确各员工的所扮演团队成员的角色其责任。充分发挥各员工各自作用。

6. 充分发挥管理者的激励作用。在工作过程中，运用各种激

励理论对工作的员工进行适当的激励，鼓励激发员工们的积极、主动性，发挥团队成员的创造力。

7. 灵活授权，及时决策。通过灵活授权，显示管理者对员工的信任，给员工学习与成长的空间。有利于发挥其员工的积极与创造性；有利于及时决策。

8. 充分发挥自己的沟通与协调。员工之间会由于价值观，性格，处世方法等方面的差异而产生各种冲突，人际关系陷入紧张。甚可能出现敌视，强烈情绪以及向领导者挑战的情形。在出现此现象，自己就要充分沟通，引领团队调整心态和准确定位角色，把个人目标与工作结合，明确自己要做的事，以及清楚地做。其次要做到团队成员与工作环境之间与其它部门之间的沟通和协调。

团队凝聚力是无形的力量，就要将团队里的每个成员紧密地联系在一起看不见的纽带。人是社会中的人，良好的人际关系是高效团队的润滑剂。因此，必须采取有效措施增强团队成员之间的融合度和亲和力，形成高昂的团队士气。团队是开放的，在不同阶段都会有新成员加入，高团队凝聚力会让团队成员在短期内树立起团队意识，形成对团队的认同感和归属感，缩短新成员与团队的磨合期，在正常运作期间，促使团队的工作绩效大幅提高。

## 咖啡店工作计划篇六

1每日到岗后先到加工间领取当日所订好的原料，将每日所必需的冷菜加工出来，有些需要特殊加工的原料必须由领班以上人员完成。原料加工过程一定牢记生熟分开，避免交叉污染。

2原料加工好，可以入冰箱，也可以放在货架上用干净的纱布盖上以免污染。

3开餐前，将备好的成品及时发放到餐厅并准备好接零点的工作，协助服务员走好餐。

4走餐完毕做好岗上卫生，并将晚上所缺的原料填补齐备，开餐前将没有的冷菜下单给前台服务员（开餐前一定与服务员对一下菜单）。晚餐前将所需的冷盘交给服务员，并做好接零点的准备。

5开餐结束，将岗位卫生打扫干净（下午5：00点之前将明天所缺原料订单交加工间），写好交接班日记。

## 咖啡店工作计划篇七

引导语：在工作之余，品上一杯咖啡，既是提神，又让自身得以放松，一举两得。咖啡店，在国内也风行起来。那么，想要开咖啡店，就要准备好创业计划书，万事俱备，才能更好的开展创业计划。

### 咖啡厅创业计划书一

#### 运营模式

#### 产品和服务

##### 1、产品和服务描述

出售咖啡、茶类、酒水、简餐等商品，并为客人提供优良的环境和服务，让消费者在这里展现一种品位、体验一种文化、寄托一种情感，使咖啡吧成为商务休闲、情侣聚会的好场所。这些业务与投资场所业主的产业没有冲突。反而可以与投资场所业主的客源优势互补。

##### 2、竞争比较

同行竞争格局对我们有利，能更好的提升我们的知名度。相对而言，我们管理水平、产品和服务质量，都占有相当。

### 3、资源、技术

咖啡店是要求规模和档次的行业，也是一个对产品和服务要求严格的行业，毕竟其带有高消费色彩，消费者必然在意自己消费价值的充分体现。要达到这些，对投资者的资源、技术有很高的要求。投资者选择加盟合作方式，一方面获得了充分的资源、先进的设备和技术，一方面也避免了不少经营风险。

#### 市场分析

##### 1、市场需求

- (1) 稳定的老客户资源。
- (2) 写字楼与宾馆客源。
- (3) 购物娱乐场所。
- (4) 成熟居民小区
- (5) 外企及本地区众多的it类企业、公司等新兴产业。
- (6) 如本区域各种学校众多，当中的教职工和学生情侣也是潜在客源。

##### 2、行业发展趋势

- (1) 咖啡消费市场发展迅速，已经成为城市消费一大潮流，市场前期培育已经结束。雀巢、麦斯威尔、哥伦比亚等国际咖啡公司纷纷在中国设立分公司或工厂，根据一项在12个内陆

城市的调查，32%的城市居民喝咖啡。过去一年内喝过速溶咖啡的人口比例在30%以上的地区除了上海之外，还有昆明、厦门、杭州和天津。

(2)咖啡消费品位越来越高，文化的魅力就是市场的魅力。单纯速溶咖啡已远远不能满足要求了，消费者开始认知咖啡的品牌、风格和知道如何享受咖啡带来的乐趣。

(3)教育水准、家庭月收入 and 饮用咖啡的频率相关。意味着咖啡这种西方传入的饮料在中国大陆是一种象征优势阶层的生活方式。

(4)与强势品牌店的间接竞争。目前各大城市中星巴克，以及来自台湾的老树咖啡、两岸咖啡等等都在平分秋色。

(5)直接竞争对手。小型咖啡厅受众人群相对较小，方圆1公里以内没有其他咖啡厅是必要因素。

(6)营销规划。利用加盟店品牌和资源优势，迅速建立比利时皇家的知名度、美誉度，稳固住老客源。

## 推广计划

(1)宣传。针对高档小区内的居民，可在附近购物场所的停车场内，向有车族派送精美广告单页(dm)和小礼品，单页也可做成优惠券形式。

(2)事件营销。学生派对、读书活动。联系加盟区域几个重要高校的学生会组织，举行一些沙龙派对、读书活动，照样有利于提升品位，吸引学生和年轻人消费；时机成熟的时候，也可以举办一个以“咖啡和生活”为主题的征文活动。

(3)服务营销。建立会员卡制度。卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高，如折。一方面，这可以给消费者受尊重

感，另一方面，也便于服务员对于消费者的称呼。特别是如果消费者和别人在一起，而服务员又能当众称他(她)为\*先生、小姐，他们会觉得很受尊重；在桌上放一些宣传品，内容是关于咖啡的知识、故事等，一方面可以提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。为多位一起来的消费者配备专门的讲解人员。如果他们感兴趣，可以向他们介绍各种咖啡的名称、来历等相关知识。也可以让其参与咖啡的制作过程。

## 咖啡厅创业计划书二

### 一、 企业概况

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