

# 最新护士长个人简介上墙 门诊护士长个人简介述职报告(通用5篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

## 咖啡厅大学生创业计划书篇一

现如今，人们的生活水平越来越高，咖啡作为一种休闲饮品，受到越来越多人的青睐。特别是在大学校园内，随着大学生们消费水平的提高，咖啡类饮品已经日趋成为一种潮流。根据近期的一份问卷调查，在江宁大学城开办一家咖啡厅已经得到同学们的高度认可，由此可见，咖啡厅成为如今校园内的一种潜在需求。只要用心经营，相信一定会有不错的营业额！

双休日及公众假期：8:00-次日24:00.

### （二）营业的地点：

爱沫咖啡厅计划设于文鼎广场附近，该店占地面积约两百五十平方米，预计咖啡店最多可同时容纳一百四十多名客人。

### （三）经营的模式以及管理要求：

学校出租场地，并且提供初期创业资金，为期三个月。同时，指派相关的老师给予一定的指导。采用个体承包，雇佣全职人员和一些勤工俭学或是想要做兼职的学生（如学生甲、乙、丙、丁等等），经营之前，对这些学生进行为期一个月的相关培训。考核通过后，在具体分配任务。在经营期间，如发现人员经营或者管理存在问题，则由老师及时做出调整，要

求其整改或者直接撤换相关人员。

#### （四）目标群体的初步定位：

咖啡店顾客对象为江宁区各大高校学子以及部分拥有年轻心态想亲近学生生活的教师。

学生易于接受新颖和特别事物，新开的场所咖啡厅及提供的咖啡果冻等最适合他们不过，因此，只要价钱定位合理，相信他们还是乐意光顾的。另外，附近大学城的学生、教师也是本咖啡店的顾客对象，在此可以结交各大高校的美女帅哥。热闹年轻的氛围必定也能吸引老师的前来。

这里可以为环境特别需求者提供良好的环境，追求时尚的或者喜爱社交的朋友必来这里。并且，在各大高校考试周时，为会员免费提供学习场所。

#### （五）主营的业务：

##### 1、日常经营

日间经营：以销售饮品为主，还包括提供外卖窗口，供上课或出去旅行、游玩的学生购买，并且提供饮品糕点的派送，以及中午教师和学生休息。

夜间经营：以为广大学生提供安静舒适温馨的自主学习环境为目标，争取做到使消费者在学习的同时，也可享受人性化的服务。

##### 2、特色经营

特色经营主要包括周五主题吧和周

##### 六、周日承办类活动：

周五主题吧暂定于每周五晚上举办，主要为主题特色类活动，如舞会、英语角、特色主题交流会（如热点话题交流会等）。每周活动主题将提前一周于店内交流黑板上公示，活动主题将交流进行。此外，为满足消费者需求，主题吧的主题将面向所有消费者征求。

周

六、周日承办类活动主要包括生日会，朋友交流会、欢送会等等。根据同学们的需求，不定期的举行。为不影响其他消费者，承办类活动需提前一个星期左右预定，预定成功后将公布于交流黑板。

## 消费者需求分析

即便是同一种或者同一类产品，亦或者相似的市场也存在着多层次、多样化的消费需求。而这种差异的存在，究其原因在于消费者的个人或者群体的偏好、收入状况、文化背景、年龄、风俗习惯等。其中每一个元素都有可能导致其需求变化的产生。

（1）根据不同消费者的年龄，收入情况及文化背景，我们将目标消费群体划分如下：

### a.学生消费群体□ a.大一新生：

大一新生，来到新的学校开始新的生活，可是信息来源渠道狭窄，主要为班导的信息下达、学生会、社团活动海报宣传、学长、学姐的推荐。很显然极度缺乏一个能认识更多新朋友，知道更多校内外信息的平台，这样我们的爱沫咖啡厅就有诞生的价值了。大一新生相对而言有较充足的课余时间，从而有望成为我们的主要消费群体□ b.大二学生：

此阶段的学生经过大一的迷茫期后，对大学生活已经有了自

己的认识和见解。可想而知，他们的消费行为由大一时期的物质层面的需求出现了更高层次的精神层面的需求。有需求就有市场，而且还是一块极具开发价值的市场。一般来说，大二学生一部分人寻找兼职，增加了可支配收入，一部分人开始了恋爱生活，需要一个温馨浪漫的氛围。由此可见，针对情侣市场大有可为。通过日常分析选择相应的咖啡种类，可以自助也可以有我们提供制作服务，如果自助相信还可以促进情侣之间的感情，同时也节约了咖啡厅的劳动力，何乐而不为呢？消费者满意是我们不懈的追求□ b.教师消费群体 a. 年轻老师：

由于江宁大学城各高校区分布的特殊情况，部分教师在乘坐校车到达授课校区后会有很多的空余时间。可以吸引他们来到我们的爱沫咖啡厅消费。年轻教师对新鲜事物的接受能力比较强，所以也会是咖啡厅的主要消费群体。在这样一种惬意的氛围下，了解学生之间的话题，分析讨论学生性格以及学校的某些琐事等，想必也是一种之乐事□ b.其他老师：

相对而言，这类老师对新事物的接受能力较弱，没有更多的时间和兴趣到咖啡厅来消费，可视为流动客户。因此，示范效应对他们的影响力比较大。我们可以树立良好的形象，赢得他们的赞赏，从而吸引更多的消费者。

### c.其他客户群

4 有交流活动主题文化的咖啡厅，对追求时尚一族是一个理想的会友社交场所。

### 2) 环境特别需求者

高校是一个知识分子集聚的地方，而且也是文化中心。他们较愿意进行文化等的交流与沟通，咖啡厅因其环境优雅一般会成为他们进行此类活动的首选场所。此外诸如文化交流等主题活动将也吸引此类消费者。同时我们打算在提供有线网

络的同时将无线网络覆盖我们的营业场所，以便吸引更多为便捷上网前来消费的人群，无疑这样的服务也是一个卖点。

## 2. 竞争的优劣分析

竞争优劣分析方面主要运用swot分析法□swot分析法是针对企业的内部环境要素，描写它们在竞争中的存在状态，用“优势”、“弱势”、“机会”、“威胁”四种状态界定，综合反映企业的竞争实力与竞争状态。

：（1）从地理上来说更接近消费群体，节省了顾客的时间成本，方便了

消费者；

（3）易于结队消费，人群集中，容易产生示范消费效应；

（4）交流活动主题，结合自助环节，对年轻时尚一族具有很强的吸引

力；

w(弱势)：（1）从实力上来说不及校外咖啡厅雄厚，同时实际管理经验不足；

o(机会)：（1）目前校园市场是一个未被开发的处女地，消费群体集中，消费潜力大；

t(威胁)：（1）一旦成功，容易导致模仿的竞争者；

（2）校外众多的诸如奶茶店□ktv等类似场所容易导致顾客分流。

（一）形象设计原则

设计理念：掌握时代潮流。个性越突出，越易相人注目。

首先考虑到店门大小和咖啡馆主题，从外观和风格上要反映出咖啡厅的经营特色。其次要符合主要顾客的“口味”。再者店面的装潢要充分考虑与原建筑风格及周围店面是否协调，装饰要简洁，宁可“不足”，不能“过分”，不宜采用过多的线条分割和色彩渲染，免去任何过多的装饰，不要让用户感到“太累”。最后店面的色彩要统一谐调，不宜采用任何生硬的强烈的对比。

5 根据我们咖啡厅店面的大小约为250平方米，主要客源是江宁区各大高校的师生，其中学生占绝大多数，外观时尚是必须的。

## （二）招牌设计

具有高度概括力和强烈吸引力的咖啡馆招牌，对顾客的视觉刺激和心理的影响是很重要的。为了反应时代新潮流的变化，我们的咖啡厅采用金属材料和钢化玻璃门面，这会显得十分洁净、明亮，富有新时代色彩。随着季节的变化，还可以在门面上安置各种类型的遮阳蓬架，这会使门面清新、活泼，并沟通了咖啡馆内外的功能联系，无形中扩展了营业面积。

## （三）灯光效果

灯光的总亮度要低于周围，以显示咖啡馆的特性，使咖啡馆形成优雅的休闲环境，这样才能使顾客循灯光进入温馨的咖啡馆。如果光线过于暗淡，会使咖啡馆显出一种沉闷的感觉，不利于顾客品尝咖啡。要采用稍显明亮的，明亮度适度。其次，光线用来吸引顾客对咖啡的注意力。因此，灯暗的吧台，咖啡可能显得古老而神秘的吸引力。咖啡制品本来就是以褐色为主，深色的、颜色较暗的咖啡，都会吸收较多的光，所以若使用较柔和的日光灯照射，整个咖啡馆的气氛就会舒适起来。灯饰有纯为照明或兼作装饰用，在装置的时候，我们

以紫色作为墙壁的主打色，这种颜色给人的视觉冲击力更大一些。

#### （四）色彩与声音

我们可以适时的播放一些他们的音乐，这样定会收到意想不到的效果！

#### （五）室内设计

##### a.座椅摆放

为了迎合浪漫，我们设计的座椅是紫色沙发式。两沙发之间摆放有一张小桌子，桌面置有紫色桌垫。桌上摆放有两盏台灯、一束鲜花，营造出一种祥和宁静的氛围。

##### b.水吧布置：

6 除要放置咖啡机外，水吧设有咖啡杯柜、雪柜和磨豆器，更将加设玻璃吊柜，以摆放以玻璃瓶盛着的咖啡豆作装饰。

##### c.领取食物柜台：

我们将把件装饮料放在新购入的橱窗雪柜内，点心则放在暖炉内，柜台更设有工作位置供店员在顾客前制作自选点心□ d. 厨房布置：

厨房设有两个焗炉、两个大型雪柜、洗手盘和一般厨房用具，如刀子、器皿等□ e.收银处：

我们将购入一台价值五千元的收款机，此收款机可以打印食物券和储钱。收银台设置在吧台两侧并且高于吧台□ f.图书架：

我们设有图书架，提供各类书籍、指导资料以便让学生阅读、

参考□ g.洗手间:

这样做好处在于,镜子可以反射灯光,使咖啡更显亮、更醒目、更具有光泽。咖啡厅用整面墙作镜子,除了上述好处外,还给人一种空间增大了的假象。

附录:咖啡厅平面图

### (一) 产品特色:

本店除售卖传统咖啡外,也提供水果咖啡。除此以外,顾客可享受美味的奶冻、蛋糕及星座曲奇饼,增添喝咖啡的乐趣。咖啡和食品资料如下:

#### 1. 咖啡: (1) 传统咖啡:

传统咖啡最适合热爱咖啡人士,当中包括美式咖啡、蓝山咖啡、特浓咖啡、维也纳咖啡、意大利泡沫咖啡、牛奶泡沫咖啡、摩卡咖啡、梅兰锡咖啡、俄罗斯咖啡、土耳其咖啡、肉桂牛奶泡沫咖啡和柠檬黄咖啡。

#### (2) 水果咖啡:

在咖啡里加入了水果香味油的水果咖啡,令带有小许苦涩味的咖啡增添了淡淡的水果清香。水果咖啡的水果味包括蓝莓、草莓、芒果、椰子、奇异果、樱桃、青苹果、荔枝、椰果、香蕉、菠萝、蜜瓜、香橙和蜜桃。

#### 2. 蛋糕:

##### (1) 传统美味蛋糕:

黑森林蛋糕、咖啡蛋糕、摩卡蛋糕、香草蛋糕、椰子蛋糕、纽约芝士蛋糕、意大利芝士蛋糕、蓝莓芝士蛋糕、草莓芝士



蛋糕和咖啡芝士蛋糕是本店传统蛋糕款式，最适合在喝咖啡时吃。（2）自选水果蛋糕：

现在越来越多人注重饮食健康，我们特别推出了自选健康水果蛋糕。顾客可以自由选择喜欢的新鲜水果配上低脂、低胆固醇的蛋白蛋糕，更可再自由选择忌廉、朱古力酱或芝士酱等酱料。我们的员工会即场制成顾客要求的蛋糕，好像是做三文治一样。希望他们在喝咖啡的同时亦能享受健康味的水果。3. 奶冻系列：

奶冻系列包括有咖啡奶冻、摩卡奶冻、巧克力奶冻、芝士忌廉奶冻、香草奶冻、草莓奶冻、樱桃冻、蓝莓奶冻、芒果奶冻、椰子奶冻和奇异果奶冻。希望让顾客有更多的选择，可以在店内享受更多食物。

## （二）餐牌：

咖啡品牌系列（价格表单位：杯 / 元）：

热 冷

小杯 大杯 小杯 大杯

摩卡可可咖啡

10 15 12 17 法式牛奶咖啡

9 13 10 12 特浓咖啡

8 10- 调味咖啡

9 13 10 14 综合咖啡 9 13 10 14 黄金咖啡

10 14 11 13 马莎克兰咖啡

10 14 11 13 维也纳咖啡

10 14 11 13 意大利泡沫咖啡

10 14 11 13 梅兰锡咖啡 10 14 11 13

8 曼特宁咖啡

美式咖啡 柠檬黄咖啡 牛奶泡沫咖啡 摩卡咖啡 俄罗斯咖啡  
土耳其咖啡

肉桂牛奶泡沫咖啡

水果咖啡系列（价格表单位：杯 / 元）：

蛋糕系列（价格表单位：（10寸）份 / 元）：

自助鲜果蛋糕（忌廉、朱古力酱或芝士酱）

奶冻系列（价格表单位：杯 / 元）：

冷 小 大 13 16

8 8 8 8 8 13 13 13 15 15 16

8 8 8 8 8 8 8 8 8 8

### （一）初期财务预算

本咖啡厅为学校扶持企业，注册资金为50万元。

预算如下：店面租赁费：10万/年；店面装修费：8万；购置  
固定资产费：5万；办理相关手续费：1000元；管理及运营  
的其他费用：4万；余额为周转资金。

## （二）投入及产出的预估

考虑到各阶段的客流量差距（如学期开始时和学期末）和周末主题特色的活动的举办会造成营业额的很大差别，此处的预算是将其分配到日常的平均每日的收入费用中计算。

0:00—8:00: 预计每晚100人，每人收费10元，共1000元；预计有50人在此期间消费，每人15元，共计750元。

8:00—22:30（日常营业时间）：预计外卖窗口每日可卖出400杯饮品，平均每杯10元，共计4000元；中午教师及学生午后休息预计50人，每人消费10元，共计500元；每日其他时间进店消费为100人，每人平均消费10元，共计1000元。

共计每日收入 $1000+750+4000+500+1000=7250$ 元，水电费400，成本费20xx元，员工费1000元，房屋租赁费摊销及设备折旧费100元，每日利润3750元。

第一年利润1368750元。预计一年后收回成本。

## （一）营销理念

a□产品策略——消费者个性需求的满足 a□产品组合

本咖啡厅主要经营的产品有：咖啡、蛋糕、奇曲、奶冻等。我们实行比较宽的产品组合，实行差异化经营，可以满足不同特点的消费者的消费需求。

在当今社会，人们对商品的需求越来越多样化、个性化。特别是对于我们咖啡厅来说，主要的顾客是大学师生，他们对于产品的创新就更为关注。因此，我们根据这一特点，在适当的时期推出一些新产品，来吸引更多的消费者，同时提高咖啡厅的竞争实力，稳定老的顾客群，吸引新的顾客群。

## b□价格策略——消费者接受为底线

主要采取办卡消费和消费积分的方法。

## c□促销渠道——传统与现代相结合

10 息沟通的平台为咖啡厅宣传，例如，可以为咖啡厅开通校内，开设一个与学生沟通交流的平台，了解学生的想法，也可通过我校网址，星火论坛等，为咖啡厅积累人气。通过这些方式，不仅可以为咖啡厅带来经济效益，亦可以让咖啡厅成为南京工程学院建立良好校园文化的地方。

### （二）营销方法：

#### （1）在本校及整个江宁大学城各个高校区内发放宣传单

规格：设计立体彩页，一是便于放置，二是可以长期重复使用，节约投资成本。 内容：宣传咖啡厅服务理念和特殊，对咖啡厅的特色饮品和季节性新推饮品进行介绍。

（2）赠送优惠券：短时间内增加学生的关注度，在视觉和价位上激发学生的购买欲望，增加客流量。

（3）在开业当月，消费一律九折。

（4）办卡消费优惠多：一次性充值50元以上300元以下的消费者，办理普通会员卡。对于普通会员给予9折优惠。一次性充值300元以上的消费者，办理vip卡，对于vip会员给予8折优惠。

（5）消费积分：消费1元记为一单位积分。积分满300、500、1000分别给予10元、20元、50元返款。

### （三）主题活动的推广

a□咖啡店代言人的选拔活动 咖啡厅开业前，在江宁大学城各个高校区内举行代言人的选拔活动，有兴趣的师生均可报名参加，在进行才艺展示后，畅谈对咖啡文化的感悟，然后由全体师生投票选举产生一名代言人。目的是在咖啡店开业前打响其在江宁区的知名度。

## b□特色舞会

目的：

1、丰富校园生活，展示当代大学生的青春风采，加强隔壁兄弟院校间的联系，促进同学、老师彼此间的沟通交流，培养同学们的社交能力，使同学们在其余时可以放松心情，度过一个充实美好的狂欢之夜。

2、提供此活动可以提高咖啡厅的人气，是一种有效的宣传形式。

活动时间：每月的第一周的周五晚上：6:30—21:30（根据不同的舞会主题：如离情人节较近为情人节舞会，离圣诞节较近为圣诞节舞会设计不同风格，主要以温馨，简约，有活力为主题）

会场：需将三分之二的沙发和桌子搬出咖啡厅，在门口堆放整齐；

## c□英语角

活动时间：每月第二个星期的星期四下午

3:00—3:40 由嘉宾发表评论（嘉宾为本校或邻近学校外教、英语老师、留学生）

3:40—4:30 自由交流

活动要求：在英语角活动中，场内只能用英语交流，不小心说中文的同学要请与其交流的同学喝一杯本店的饮品或在大家面前唱一首英文歌曲。

会场：将三分之二的沙发和桌子搬出咖啡厅，在门口堆放整齐，需在墙上张贴有英文谚语的字条。

## d□沙龙

根据不同的同学感兴趣的热点话题，由不同的社团或班级承办各种各样的沙龙，使同学们可以在各个方面丰富自己，满足自己各方面的喜好喝兴趣。

### 1. 主要风险预测

1) 经营难度，初期经营经验缺乏。

2) 由于货物积压所造成的资金周转问题。 2. 应对策略

1) 以专业经营的角度去分析解决问题，相信通过我们细心经营不会出现经营上的问题。

2) 不定期进行促销会，在各个高校内做问卷调查，及时了解学生对咖啡口味的选择方向以及对咖啡厅存在的意见，从而及时的调整。

20xx年12月5日

## 咖啡厅大学生创业计划书篇二

咖啡屋也是必不可少的娱乐场所，在幽雅的气氛之中，喝着香浓浓的咖啡，体会着浪漫的大学生活，和同学们交流感情。大学生们常说一杯咖啡可以和反目成仇的人交个最好的朋友，也可以追到一个自己仰慕已久的女朋友。如果再在咖啡屋中

放上各种书籍，组织成一间咖啡，相信效果更好。为了让大家有这样的一个地方。所以，咖啡孕育而生。

咖啡锁定的顾客主要有两类一是学校的学生，二是白领阶层。在校的学生光临原因主要有两个，一是文化上的需要，二是环境。学校里的校园固然是好，但是它的硬件设施条件是有限的不能满足大多数同学的需要。例如：到了冬天的话，在室外冰天雪地的怎么会受得了，室内的空间是有限的。是有限的。白领阶层，他们的收入高，但是他们所面临的竞争与压力也相应的大一些，他们急切需要一个舒适的休闲环境来缓解工作上的压力。有一项调查显示，21%的在校大学十喜欢光临，20——30岁之间的上班族有46%的人喜欢到休闲。

我们是一个休闲的场所，主要目的是放松休闲所以我们的咖啡除了书以外，在食品上的要求是蛮简单的，像一些西式的甜点奶茶低酒精的饮品等。

我们的服务宗旨是：顾客是朋友，他是来休闲不是来消费的微笑式服务。

从竞争对手上看，我们的咖啡可是“危机四伏”。据我了解了到的情况看目前昭通市内还没有一家专业的咖啡，所以这是我的一个巨大的潜力市场。但是类似的经营却很多，我大体的分析了一下有这样的几个：

- 1、新知图书城里面有许多各式各样的书籍，这是它的一个优势（这个我是比不了的，这是人家的主营业务），里面弄了个，顾客可以把喜欢的书拿到里面看，收费每人两元。但是他的环境却是很差的，人员杂环境喧嚣。如果需要其他的消费则需要当令付费。一算下来花费还是蛮高的。而我们不仅环境优雅，还可以对顾客提供一些新鲜的食物在看书时一边享受美食一边获取知识。在书籍方面也不会比他们专业的差，在书籍的方面我们三个特点“新、特、奇”，部分的书籍将是市场难得一见的，争取让顾客一次就爱上我们的书籍和休

闲环境。

2、图书馆图书馆在一定的程度上也是我们的竞争对手。图书馆的优势在于书籍种类全数目多。但是图书馆侧重的是知识性而侧重的是休闲性，图书馆的开放时间有一定的限制而服务时间能够随顾客的要求而做出灵活的改动。图书馆的服务单一而我们的服务人性化。

3、其实这些书籍很单一不是武侠就是言情，书籍的知识含量低。而我们的书籍都是和生活相关对我们自身修养、品行等有关的知识理论性的，而且我们还会根据顾客的需求购进，也可以帮他们代购一些他们想要的书籍。

4、在昭通市内有几家咖啡吧是做的不错的，像：同志咖啡。环境好，但是它们的消费都是很高的。里面没有书籍只有杂志。而在我们的咖啡里，除了享受香浓的咖啡，阅读自己喜欢的书籍外，您还可以免费上网。消费合理。绝对的休闲生活。

当然，除了以上这些还是存在一些潜在的竞争者，但是在昭通还没有遇见。我相信我们能够依靠优质周到的服务、优雅的休闲环境来保持我们的顾客数目，从而保证咖啡发展壮大。

1、市场定位：提供免费书籍，并提供普通工薪层可以消费得起的茶和咖啡等饮料

2、社会价值：为喜欢读书的朋友提供一个安静舒适的环境，也为休闲的人提供一个好去处。

3、店铺选址：我把地址选在朱提步行街上，不仅因为这里人流量大、交通便利，而且周边的学校和办公单位也有许多，例如：昭通师专、卫校、电视台、环卫局等。这些可以充分的保证客源。



4、店内设备：硬件设备，包括电话两部（一部店内专用，另外一边提供给顾客使用），电脑三台（置于店内方便顾客查询资料、休闲娱乐、办公用），收银机一台（用于结账），书架桌椅茶几沙发工艺品等（用于营造舒适的休闲环境），一批刷卡或者投币的配置耳机的音乐播放器，书籍和音乐cd带与书商联系制定。制作食品的设备等。

5、短期目标：在以后经营的过程中发现不足处及时改正，把我们的经营方式更完善。让周边学校的学生知道有我这样的一个店，可以提供优质服务的休闲场所。

6、长期目标：短期目标实现后，就要进一步的提高我们店铺的整体形象，争取能在更短的时间里结合各方面的外在条件，把我们店铺越弄越大。让它的条件服务更优质。

7、战略优势：咖啡是一个新兴的产业，在许多方面还存在着这样或那样的问题。但是我们要有信心去做大做好它。目前在昭通还没有这样的店铺，所以，这是我的一大优势，我有的别人没有，别人没有的东西我有。

1、营业时间：下午2：00到晚上12：00。

2、招牌食品：根据本地人的喜好和口味，制作几款特殊的饮品和食品。例如：卡布奇诺冰激凌奶茶新鲜果汁等。

3、产品定位：新鲜食品，健康。

4、定价策略：学生消费模式。因为我的客源主要是学生和白领阶层的，其中学生还是主要客源，所以在价格方面会比较优惠。消费是按人计费，每杯咖啡15元。

5、经营策略：

（1）凡第一次消费的客人+10元发放贵宾卡，贵宾卡享受最

低消费10元，单点8折的优惠。

- (2) 店内咖啡免费续杯。
- (3) 生日到店内来的客人送神秘礼品一份。
- (4) 节假日party享受5折。

## 6、增值项目：

- (1) 亲身体验浪漫咖啡制作，品尝亲饮。
- (2) 根据社会话题，定期邀请相关的学者和专家来店内举办沙龙。
- (3) 消费20元上者，可免费提供上网。
- (4) 为顾客代订购杂志书籍。

7、广告策略：刚开业的时候电台和报纸宣传是必不可少的，但店铺以后的发展宣传就要靠自己的实力。还可以以店名组织一些活动增强知名度。学校内的活动是主要部分。

投资预算：初期投资15万。电脑1.2万，收银机2800元，装修费2.5万，食品设备费用1.5万，店铺内物品费用大概2万，书籍费和音乐架的费用大概6万，还有其他的零星费用等。

做任何的事都是有风险的，尤其是对于这样的一个新行业。风险更是不小。刚开始时，店铺是不打算盈利的，起码半年内是不会有这么大的声色的，在这半年的时间内目标是达到收支平衡，一年后开始取得真正的利润。如果真的不行的话，在利用店铺已有物资的基础上开发一些新的产品出来。

把我的咖啡做成昭通市里牌子响当当的休闲场所，建立起属

于自己店铺的风格。

## 咖啡厅大学生创业计划书篇三

初期规划费用主要指前期市场开发费用及相关的法律事务费用，其中包括因调查市场情况产生的所有相关费用。

如果是加盟知名品牌的咖啡店，加盟费往往是一笔不小的开支。

咖啡店店面来源主要有以下三种途径。

(1) 租赁建筑物。咖啡店与建筑物业主经过协商，以合同形式达成房屋租赁协议。协议内容包括房屋地址、面积、结构、使用年限、租赁费用、支付费用方法等。租赁的优点是投资少、回收期限短等，但是咖啡店在装修设计上受到原有结构的限制。

(2) 购买建筑物。咖啡店以一次性投资或分期付款形式购买建筑物，这种方式投资费用较大。

(3) 自建。这种方式投资时间长，投资费用高。

咖啡店布局、格调及采用何种材料和咖啡店效果图、平面图、施工图的设计费用，是一笔较高的费用。

具体费用包括以下几种。

(1) 外墙装饰费用。包括招牌、墙面、花池等装修、装饰费用。

(2) 店内装修费用。包括天花板、油漆、围墙等装修、装饰费用，木工、电工、水泥工等费用。

(3) 其他装修材料的费用。玻璃、地板、灯具、人工费用也应计算在内。

具体设备主要有以下种类。

(1) 沙发、桌、椅、货架、电视等办公室用品。

(2) 空调系统、音响系统、安全消防系统、通风设施。

(3) 吧台所用的烹饪设备、储存设备、洗涤设备、加工保温设备。

(4) 产品制造使用所需的吧台、咖啡杯、冲茶器、各种小碟等。

包括购买常用物品及低值易耗品，吧台用各种咖啡豆、奶、茶、水果、冰淇淋等的费用。

开业费用主要包括以下几种。

(1) 营业执照办理费、登记费、保险费；

(2) 营销广告费用；

(3) 雇佣培训员工费用及前期人工工资；

(4) 车费、餐费等。

## 九、周转金

开业初期，咖啡店要准备一定量的流动资金，主要用于咖啡店开业初期的正常运营。

# 咖啡厅大学生创业计划书篇四

当代人的生活压力日益增大，越来越多人更关注私人强健。咖啡豆含有大批对人体有益的强健成份。如果能在忙碌的闲暇品尝一杯自己亲手泡的咖啡，相信其所带来的满足感和幸福感都是不能比拟的。xx咖啡馆最大的特点便是可以根据自己的口味和偏好选择咖啡豆，亲自泡一杯专属于自己的咖啡。此外，我们还为顾客提供各种点心。xx咖啡馆以温馨轻松舒适的环境氛围为上班族缓解工作压力，以“自主、音乐、休闲、舒适”为咖啡馆的主题。

## 商业模式及收入来源

本咖啡馆分为咖啡加工制作区，甜点提供区，休闲饮食区。各区域精心设计、装饰，注意色彩搭配、配套设施选择、主题音乐和背景音乐等。营造出舒心、内涵、高雅和谐的就餐环境。

### 1、服务自助

本餐厅的第一大特色就是没有服务员，但会有两名应急指导人员，咖啡馆在入口处会提供一本简单易懂的操作指导书，顾客可以很容易根据指导书说明在三个区间自行操作。

### 2、点餐自助

自动咖啡柜中有每天更新的各种咖啡豆以及简介，顾客根据自己的需要选择咖啡豆，选择手机支付或投币支付的方式获得咖啡豆，然后进入加工制作区（加工制作区提供了多套所需设备），对咖啡豆进行研磨、烧煮（茶叶自己冲沏）。在甜点提供区顾客可以选择自己喜欢的甜点，支付后便可以取走食用。

收入来源：市场对象主要为白领及上班族，通过销售咖啡及

甜点获得利润。

## 项目满足及解决的问题

- 1、迎合了现代人追求高品质生活的需求。
- 2、自己动手，满足人们自我价值实现的心理，给人以满足、快乐、舒心。
- 3、强调研磨、煮沏咖啡的过程，让人们感受到就餐也是一件快乐、高兴的事情。
- 4、为上班族提供休憩的场所，缓解压力，享受生活。

## 行业状况业内发展潜力

随着时代的发展和人们生活理念的进一步改变，咖啡业在以一种迅猛的速度发展。人们越来越追求品质生活，餐饮市场日益增长，经营咖啡的企业相对饭店来说少之又少，成立一家这样的自主咖啡馆市场良好，前景广阔。这种新颖的模式满足人们的高品质生活需求，发展潜力无限。

## 竞争对手

- 1、上岛咖啡、星巴克等以经营咖啡饮品为主的企业
- 2、冷饮店、茶餐厅等其他饮品店

## 未来客户

潜在客户或消费者情况：咖啡馆顾客对象为年轻人，年龄介乎二十岁至三十岁。主要为相对高薪的上班族和白领，他们没有家庭经济负担，又易于接受新颖和特别事物，追求品质生活，讲究生活细节。

措施：将咖啡馆选址在繁华市区商业集中地带，人流量较大的地方，除了手工自制咖啡这一特点吸引客户外，本咖啡馆还将通过精致的装修营造温馨典雅的风格给顾客提供舒适轻松的环境。室外装饰是吸引顾客的手段，橱窗往往是咖啡馆的一张脸，因此将橱窗及门口广告牌设计的新颖别致是装修过程中的重要环节。

可行性及挑战：

选址于市中心繁华地带，该地段应该有许多商业用房，所以选择空间较大，但其租房价格相对较高。为保证咖啡馆的品质和舒适度，装修成本也很大，可以通过购买装饰品自行diy的方式节约一部分成本，不仅节约了费用而且有很大的创意发挥空间。此外，由于咖啡豆需要定期定量更新以保证饮品质量，甜品点心也需要糕点师保质保量制作，所以原料的采购储存方式也需要合理的解决。

资金来源情况

目前处于策划阶段，暂无投资人，运营期主要与管理者投资为主。

项目运营及团队架构

店长1名；

行政人事部：正、副部长各1名，档案管理员1名；

市场部：部长1名，成员3名；

采购部：部长1名，采购人员若干，记录员2名；

事务部：部长1名，馆内辅助指导人员2名；

食品部：部长1名，点心师傅若干。

## 项目swot分析

### 优势

- 2、装修典雅高贵，营造了舒适轻松的环境氛围；
- 3、服务独特，迎合市场需求；
- 4、所需工作人员少，后期人工成本花费低。

### 劣势

- 1、投入较大，维护成本较大；
- 2、咖啡制作过程较繁琐，客户可能会失去耐心；
- 3、团队人员缺乏实践经验。

### 机会

越来越多人渴望自己参与到饮品食物的制作过程当中，按照自己的口味制作适合自己的饮品，我们的自主咖啡馆便给高收入人群提供了这样的机会。

### 威胁

快节奏的生活方式让人无暇享受这种高品质饮食方式。

## 项目主要风险

### 风险：

- 1、费用风险：费用分配不合理、本钱的控制、项目总本钱的



控制生效；

2、人力风险：选人不当、关键人脱节、性格不同、团队意识不强；

3、管理风险：管理失当、企业规划失败、未能及时正确应对管理过程中出现的问题；

4、产品风险：用户不接受、不支持这种新型经营服务模式，顾客流量少。

应对措施：

1、汲取先进的生产管理经验，开发特色产品；

2、严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告；

3、加大宣传力度，与广告商合作，用新颖的形式宣传；

4、与原料供应商建立长期并保持长期有效的合作关系，保证原料资源的正常高质量供给。

资金需求

1、咖啡馆店面费用

2、装修设计费用

3、装修、装饰费用

具体费用包括以下几种。

(1) 外墙装饰费用。包括招牌、墙面、装饰费用。

(2) 店内装修费用。包括天花板、油漆、装饰费用，木工、等

费用。

(3)其他装修材料的费用。玻璃、地板、灯具、人工费用。

整体预算按标准装修费用为360元/平米，装修费用共 $360 \times 15 = 5400$ 元。

#### 4、设备设施购买费用

具体设备主要有以下种类。

(1)沙发、桌、椅、货架。共计2250元

(2)音响系统。共计450元

(3)吧台所用的烹饪设备、储存设备、洗涤设备、加工保温设备。共计600元

(4)产品制造使用所需的吧台、咖啡杯、冲茶器、各种小碟等。共计300元

(5)咖啡机，咖啡机选择的是电控半自动咖啡机，咖啡机的报价现在应该在人民币1200元。

(6)磨豆机，价格在330—480元之间。

#### 5、首次备货费用

#### 6、开业费用

开业费用主要包括以下几种。

(1)营业执照办理费、登记费、保险费;预计3000元

(2)营销广告费用;预计450元

## 7、周转金

开业初期，咖啡店要准备一定量的流动资金，主要用于咖啡店开业初期的正常运营。预计元

退出机制采用股份制，以便投资者进入或退出投资。

## 咖啡厅大学生创业计划书篇五

在中国，人们越来越爱喝咖啡。随之而来的“咖啡文化”充满生活的每个时刻。无论在家里、还是在办公室或各种社交场合，人们都在品着咖啡。咖啡逐渐与时尚、现代生活联系在一起。遍布各地的咖啡屋成为人们交谈、听音乐、休息的好地方，咖啡丰富着我们的生活，也缩短了你我之间的距离，咖啡逐渐发展为一种文化。随着咖啡这一有着悠久历史饮品的广为人知，咖啡正在被越来越多的中国人所接受。

咖啡店由西安外事学院在校学生自主创办，在学校正门右边街道一个显眼的位置，这里虽然装修简单，但特别有家的味道，甚至比家还温馨，还放松。南面墙全部是书架，上面横七竖八地摆满了各种书籍。吧台坐落在正中央，吧台后面的墙上挂着一个木质的酒架，码放着各式各样咖啡豆，北面除了大门外，余下的部分全部是明亮的玻璃飘窗，窗台很低，上面落满了各种杂志，靠窗的地方只摆放着方桌，每桌可以坐4—6人。但是，这里的空气、光线、声音更让人迷恋、难舍，感觉就像在家里一样轻松自由。

目前大学校园的这片市场还是空白，竞争压力小。而且前期投资也不是很高，现在国家鼓励大学生毕业后自主创业，有一系列的优惠政策以及贷款支持。再者大学生往往对未来充满希望，他们有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神，而这些都是一个创业者应该具备的素质。大学生在学校里学到了很多理论性的东西，有着较高层次的技术优势，现代大学生有创新精神，有对传统观念和传统行

业挑战的信心和欲望，而这种创新精神也往往造就了大学生创业的动力源泉，成为成功创业的精神基础。大学生创业的最大好处在于能提高自己的能力、增长经验，以及学以致用；最大的诱人之处是通过成功创业，可以实现自己的理想，证明自己的价值。

## 1、咖啡店店面费用

咖啡店店面是租赁建筑物。与建筑物业主经过协商，以合同形式达成房屋租赁协议。协议内容包括房屋地址、面积、结构、使用年限、租赁费用、支付费用方法等。租赁的优点是投资少、回收期限短。预算10—15平米店面，启动费用大约在9—12万元。

## 2、装修设计费用

## 3、装修、装饰费用

具体费用包括以下几种。

(1) 外墙装饰费用。包括招牌、墙面、装饰费用。

(2) 店内装修费用。包括天花板、油漆、装饰费用，木工、等费用。

(3) 其他装修材料的费用。玻璃、地板、灯具、人工费用也应计算在内。

整体预算按标准装修费用为360元/平米，装修费用共 $360 \times 15 = 5400$ 元。

## 4、设备设施购买费用

具体设备主要有以下种类。

(1) 沙发、桌、椅、货架。共计2250元

(2) 音响系统。共计450

(3) 吧台所用的烹饪设备、储存设备、洗涤设备、加工保温设备。共计600

(4) 产品制造使用所需的吧台、咖啡杯、冲茶器、各种小碟等。共计300

净水机，采用美的品牌，这种净水器每天能生产12l纯净水，每天销售咖啡及其他饮料100至200杯，价格大约在人民币1200元上下。

咖啡机，咖啡机选择的是电控半自动咖啡机，咖啡机的报价现在应该在人民币350元左右，加上另外的附件也不会超过1200元。

磨豆机，价格在330—480元之间。

冰砂机，价格大约是400元一台，有点要说明的是，最好是买两台，不然夏天也许会不够用。

制冰机，从制冰量上来说，一般是要留有富余。款制冰机每天的制冰量是12kg□价格稍高550元，质量较好，所以可以用很多年，这么算来也是比较合算的。

## 咖啡厅大学生创业计划书篇六

### 1、1项目背景

咖啡——世界三大饮料之一，一个西方的舶来品，在中国确是家喻户晓，有着极为深远的历时背景和现实意义。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。许多最新的研究报告显示，咖啡对人体并没有过去想像中有健康的危害；反之，咖啡中一些成份对于人体有很多的保健功效。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。

## 1、2目标规划

本项目以主题咖啡店为内容，宣扬咖啡文化。预计在两年后每月除税纯利达到50000元人民币，并预计在四年后能在市区另一所主题咖啡店。

## 1、3市场前景

现今咖啡店主要是以连锁式经营，市场主要被两个集团垄断。我们亦有考虑到其他饮品店（如饮品店、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的需求。开设自助式主题咖啡店尚有很多发展空间。

## 2、1客户分析

现在随着改革开放经济蓬勃的发展，大批的外商和白领长期处在高节奏、高效率的工作和生活中，西方文化的蔓延，造成了这个咖啡销量不断上升，咖啡文化成为都市白领的新宠。咖啡消费主要群体也主要是外商、白领、旅游者和居家百姓。

## 2、2竞争分析

其他饮品店，如饮品店、凉茶店和茶餐厅，他们的有中国气息比较浓厚，有的比较方便或是价钱较低分别适合不同人群。他们产品数量较多，发展历史久，资金充裕，被众多客人认可。

### 3、1业务模式

我们决定以合伙模式经营星座咖啡店，因为以合伙模式经营的申请手续较以有限公司模式经营的申请手续为简。融资方面，共四十万，预算开业所需资金共八十万，现计划向银行咨询有关借贷细则。由于合伙没有以公司模式经营的股东之有限责任，选择合伙模式经营较容易向银行贷款。我们并协议所有收入将平衡分配。

### 3、2营业时间

周一至周五由正午12:00至凌晨00:30；星期六、日及公众假期由上午11:00至凌晨02:00。休息时间方面，咖啡店一带的店铺多在晚上十一时休息，所以我们选择平日在凌晨十二时半休息；而星期六、日及公众假期则于凌晨二时休息，让顾客可以在逛街后在咖啡店小憩。

以合伙模式经营的申请手续较以有限公司模式经营的申请手续为简。融资方面，共四十万，预算开业所需资金共八十万，现计划向银行咨询有关借贷细则。

### 5、1营销策略

1、初始期：培育市场为主，加强宣传，建立良好形象。另一方面，鼓励一部分的“体验者”消费，起到引导和示范的作用，为以后进一步的营销做好做好准备。

2、发展期：维持已有市场，重点专攻情侣市场。重视客户关系管理，鼓励团队消费。同时，员工的招聘也可以从这部分群体中选拔。

3、维持期：情感营销为主，唤起这部分群体内心的情感共鸣。可以减少宣传，采取收割战略。

## 5、2定价策略：

和产品体系结合，产品体系应该以消费群体需求较大的品种为主。价格上保证以中高档为主，保留少量低档产品。

## 5、3宣传（促销）策略：

前期宣传：大规模，高强度，投入较大。后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期具体活动的策划和组织，通过活动时提醒顾客的消费意识。针对节假日，开展有针对性的促销策略。

随着我国经济的飞速发展，中国与世界的交流也日渐频繁。当然咖啡这一种代表着西方文化的饮品也日渐让普通市民认识并且普及，特别是在年轻人和上班一族中流行。外国人到中国旅游、经商、交流的人数也在迅速增长。所以咖啡屋的发展的空间可是相当的广阔的。我们相信，在未来五年：

- 1、在两年内达到盈亏平衡点，并形成有一定鲜明度的咖啡屋品牌，有一定数量的稳定客源。
- 2、在第三年开始盈利，并保持纯利润有9%的年增长率。
- 3、五年内在市内设立分店。