

咖啡创业策划书 大学生咖啡馆创业策划书 (优质5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

咖啡创业策划书篇一

时尚青年相约走进幽雅怡然的咖啡馆，既是品味咖啡的浓香，更是享受时尚赋予的独特感觉。然而现在，乡村的生活城市化进程越来越快，在乡村小镇开家咖啡馆的时机成熟了。

现如今，农民生活水平日益提高，他们也开始向往享受生活。所以，我想在有发展潜力的乡镇开一间规模不算太大，但温馨时尚的咖啡馆。

咖啡馆是一个比较讲求品味、注重怡静幽雅和温馨浪漫气氛的地方，也是青年人谈情说爱和消费休闲的'重要场所，因此，选址一定要讲究。可在小镇临街但较幽静的地方，或在一面临街，另一方面临河的地方，既要突出乡村特色，又要注重环境协调，给人一种美的享受。

大约10000元左右即可。5000元用于装修，5000元用于流动资金，主要用于进咖啡、酒水、烟等。

随着市场经济的不断发展，乡村人民的生活水平越来越高，生活城市化特点十分出，不少地方的乡村已建起了高楼大厦，街道、小区已经显出城市的风貌。沿海一些经济发达地方，现在乡村小镇的建设与居民生活已与城市差别甚微。

从另一方面看，我国对农村发展的投入也越来越大。加快农村的小镇建设，早已在发展规划议事日程之中，以小镇为中心的农村建设发展速度也越来越快。

农村小镇的加快建设与生活城市化，给咖啡馆商机提供了良好的发展基础与可观的后续发展空间。

从顾客群的方面分析，现在农村青年普遍向往过城市化的生活，也能够带着女朋友或是伙伴走进幽雅时尚的咖啡馆，像城里人那样享受温馨与浪漫。

乡村青年是乡村小镇咖啡馆的主要消费群。乡村青年人数众多，可以给乡村小镇咖啡馆生意带来足够的消费人群，而且，现在的乡村青年生活很赶时髦，谈情说爱已不像上辈人那样走田埂、钻林子、坐山坡，而是想学学城里人，在咖啡馆里约会，享受人生最美好的时光。赶时髦的渴望与向往是乡村小镇咖啡馆生意兴隆的基础。可以说，乡村小镇咖啡馆，生意潜力很大，有待开发。

2至3人。其中咖啡、水酒调配师1人，兼职收银与负责咖啡馆的管理工作。女服务员2人，生意淡时可1人，兼职卫生工作。

经营上要瞄准市场，注重时尚化，灵活多样。如代客人订做生日蛋糕、代客人送花等等。要经常推出特色项目，如周末、情人节、中秋节等等，都要搞活动。同时，要加大宣传，将城里青年人吸引过来。因为城里人过腻了都市生活，到乡下品味乡村露天咖啡馆的乡村风情与乡村韵味，感觉将比城里咖啡馆更加别致。

咖啡创业策划书篇二

广州和佛山生活节拍急忙，当代人的生活压力雄伟，越来越多人更关注私人强健。据医学研究陈说指出，咖啡豆含有大

批对人体有益的强健成份。咖啡因对人体并没有想像中的危急;反之,咖啡中一些的成分对于人体有很多的保健功效。自信喝咖啡的人会越来越多,并会有年老化的趋向。咖啡店除宣扬咖啡之功用外,还以阅读、音乐、怀旧为咖啡店的主题。

成效□alicepapa咖啡店除希望宣扬咖啡之功效,我们更希望从中获利。计划咖啡店将在半年内转亏为盈。预计3年左右发出总投资本钱,并慢慢着手获利,在两年后每月除税纯利抵达两万元,并在四年后能开设另一所主题咖啡店。成为本区域以商务休闲为主、分身情调消费的带领性品牌咖啡店,时髦消费场所。开店工期条件:1个半月。本钱条件:项目总投资约为30万元公民币。

现今广州佛山一带的咖啡店重要是以连锁式经营,市场重要被星巴克、上岛咖啡等垄断。但由于这些咖啡店并没有特别主题,很难配合讲求特式的年青人。所以我们以为开设自助式主题咖啡店能抵达年青人的需要,且有很多发展空间。另外:据网上的青少年饮食习气探访,接近八成的受访者都有帮衬咖啡店的习气:而且半数受访者均匀每月帮衬三至四次。有近四成的受访者大都帮衬品牌咖啡店。而且环境和食精神素是他们帮衬的重要源由。探访还发现,教育水准、家庭月支出和饮用咖啡的频次展现显著的正相关。这意味着咖啡这种东方传入的饮料在中国海洋是一种标志优势阶级的生活方式。咖啡消费市场发展迅速,已经成为都会消费一大潮流,创业。市场前期培育已经终止。而且人们的咖啡消费档次越来越高,纯粹速溶咖啡已远远不能餍足消费者条件了,消费者着手认知咖啡的品牌、气概和分明如何享用咖啡带来的乐趣。特色咖啡无疑是方今整个咖啡产业的支流,发展相当迅速。

咖啡店的地址条件是环境精美,或有成型的商圈。借助人家的商圈,以此来抵达本身的经营获利。喝咖啡属于文娱休闲的交流活动,典型的区域重要有购物大旨、电影院、高档社区、写字楼、高校等。联合alicepapa是商务、休闲咖啡专卖

店的特性，将咖啡店地址定在广州大学城里。且近期广佛地铁开明，大学城地铁交通荣华，也可能吸收更多的外区顾客。

在装修风格方面：**alicepapa**咖啡店为温暖浪漫的气概：同一装修气概，面积大约在70平米，为顾客提供优良的供职：给顾客最好的享用□**alicepapa**装修气概虽然简单，但要有家的滋味，以至比家还温暖，还抓紧。墙全部是书架，下面将摆满了各种书籍，成为一个小型图书馆，来宾唾手可得，拿起一本来读，且我们设有报纸架。每天均提供当日报纸让顾客阅读，为来咖啡馆用早餐的顾客提供了便利□**alicepapa**咖啡店将设立特色黑板墙，供来宾实行即兴之作，可能有绘画、文字，将成为来宾的情感渲泄地□**alicepapa**还将设立一个小投影，用来播放电影，让来宾感触就像在家里一样紧张自在。墙壁上除挂上各种咖啡的资料外，也挂上我们所设计的咖啡的相片。假如有条件：我们将在店内放置一架钢琴：营建更好的气氛：也可为顾客提供一个展示自我的平台。

广州近来出现一种以物易物的主题咖啡店，顾客可带上平居不消的物品到店内与人实行商酌换取，各取所需。如今，人们生活太枯燥，他们须要一个能唤起他们感情的位置，他们可能在这里探求旧物纪念，始末物品生意业务结识友人。我们也打算鉴戒开展这种特色供职，吸收更多的顾客。为了包容更多的顾客，我们将购入八张的长方形四人木制餐桌，自信这比圆桌对比更减省空间。另外，我们会购置十六张布制沙发和十多张靠背椅，看看计划书。希望顾客能在一个舒适的环境下享用我们的咖啡。

在水吧和支付食物柜台布置上，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，以摆放以玻璃瓶盛著的咖啡豆作修饰。我们将把蛋糕及质料放在购入的橱窗雪柜内，曲奇则放在暖炉内，网上创业计划书。柜台更设有职业位置供店员在顾客前制造自选水果蛋糕。厨房设有两个焗炉、一个大型雪柜、洗手盘和一般厨房器械，如刀

子、器皿等。咖啡店设有男、女洗手间各一，以明净为主。

咖啡屋面向的消费集体重要是大学城各高校的师生：学生家长，瞻仰人士，小资情调的消费者及局部学生情侣，年龄介于十五至三十岁的青、中年为主。他们没有家庭经济承当，又易于接收新颖和特别事物，专售卖特色咖啡及蛋糕的咖啡店最适合他们不过。另外，番邦游客也是本咖啡店的顾客对象。

平居由早上七点半至清晨十二点半；星期六、日及大众假期由上午八点至清晨二点，由于学生们大多在八点左右着手上课，所以我们肯定平居在早上八点着手营业以提供早餐而星期六日及大众假期则由上午八点着手营业。止息时间方面，咖啡店一带的店铺多在早晨十一点止息，所以我们选拔平居在清晨十二点半止息；而星期六、日及大众假期则于清晨一点半止息，让顾客可能在逛街后在咖啡店聊聊天或歇歇才回家。

除售卖保守咖啡外，还提供特色咖啡、茶类、饮料、酒水。除此以外，顾客可享用美味的奶茶、蛋糕及曲奇饼，增添喝咖啡的乐趣。咖啡类：蓝山，摩卡，意大利，哥伦比亚，卡布其诺等等。酒类：红酒，香槟，洋酒、各式啤酒。奶茶：各种口味奶茶，如草莓，青苹果等。饰品店创业计划书。

下午茶：绿茶，红茶，几种花草茶。甜点：各式精致甜点，如曲奇，面包，蛋糕等。还有多种口味的刨冰和冰沙。

1、蛋糕diy□我们为来宾提供亲手设计制造本身喜欢的蛋糕的机遇：我们将提供已经烘烤好的蛋糕以及奶油：水果等原料：来宾可能凭本身的喜好来设计蛋糕样子并亲手制造。

2、星座咖啡：不同星座的人，都有不异性格，所以适合喝不同的咖啡。例如：水瓶座的人喜接待向挑拨和变化，我不知道创业计划书封面下载。摩卡可可咖啡最适合他们不过。

3、水果咖啡：在咖啡里加入了水果香味油的水果咖啡，令带

有小许甜蜜味的咖啡增添淡淡的水果幽香。水果咖啡的水果味包括蓝莓、草莓、芒果、椰子、瑰异果、樱桃、青苹果、荔枝、椰果、香蕉、菠萝、蜜瓜、香橙和蜜桃。4、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等保守蛋糕名目，最适合在喝咖啡时吃。5、自选水果蛋糕：越来越多人注重饮食强健，我们将推出了自选强健水果蛋糕。顾客可能自在选拔喜欢的希奇水果配上低脂、低胆固醇的蛋白蛋糕，更可再自在选拔忌廉、朱古力酱或芝士酱等酱料。我不知道服装店计划书。我们的员工会当场制成顾客条件的蛋糕，肖似是做三武功一样。希望他们在喝咖啡的同时亦能享用强健味的水果。

我们计划向出名的、品格有保证的咖啡公司订购咖啡豆、磨豆器及咖啡机，且将购入多批外卖及堂食咖啡杯，以配合不同种类的咖啡。除咖啡杯外，我们将购置五十套餐具，当中包括餐碟、刀、叉、汤匙和烟灰缸。另外，我们会向粮油食品公司按期订购糖、面粉、鸡蛋、油等质料。推销计划：推销之前编完详细的推销计划或需货单。其编制必需设立在了解市场需求和商品货源景况的根蒂上。联合商品库存静态，分别提出合座品名，规格，质量，数量，进货日期，末了同一均衡后肯定推销种类和数量。验收管理：推销后的验收也是管理的重要环节，有了它可能防止家产失掉，大概节略和没落事故的发作。记载员必需操作把持好验收这一关，照实详细地作好记载：并和推销员作好验货职业。了解需购物品的手腕：制造职业手册，设立缺货立案薄，即对顾客须要但没有的商品实行立案，并以此作为进货的依据之一。并根据市场部所提供客户意观念析进而始末迷信的市场预测来确定市场对于量，质，种类，代价等方面的需求：从而推销适销对路的商品更好地进步经济效益。咖啡屋推销将以经济效益为尺度运用迷信的决策解析手腕：实行分析对比：杀青推销活动效益最优：为咖啡屋提供有益的精神保证。推销手腕：

(2) 订货点推销 订货点推销法是始末查阅库存卡上各种酒水的

结存量:对抵达或接近订货点存储量的酒水实行推销的手腕。
订货点存储量=酒水日须要量-订货点存储量+酒水日需求量
发货天数九、员工雇用我们计划在停业前一个半月在各高校校
刊登载雇用启事□syb创业计划书范本。雇用常驻店务员两名
和若干兼职员，并于停业前两星期向员工提供培训。同时，
还须要陈设布置一些店铺留守人员。严苛人员的雇用与培训
程序:雇用分为初试和复试:培训终止后最终确定人选。职业
人员所应完全的素质:优越的沟通能力:处理急切景况的能力:
对咖啡文明的理解:对于咖啡有肯定的专业常识。

兼职供职人员需轮班职业，重要职业是迎接来宾，引客入座，
招呼来宾;供给酒水食品，为来宾提供热情优良供职。店务员
重要负责售卖及其他杂务如算帐台面，做好卫生职业;按规则
封闭单据、记载款项，保存好以做核对。我负责新产品、新
活动研发，市场推论和推销职业，重要职业是:

(1)助理咖啡屋完成销售经营宗旨，督导员工职业。

(2)对来宾对餐厅供职和食品的评价及时实行研究，调整相应
对策，以便为来宾提供优越的消费环境。

(3)推论销售，根据市场景况与不同时期的须要，制定销售计
划，有特色的食品及时令饮品的推论计划。

(4)与各店员之间设立优越的沟通关连，相互协作，配合，保
证营业职业顺遂实行。

(5)负责各种鼓吹海报的设计，绘画，为各种促销活动出谋划
策。

(6)及时收罗客户探访表并加以统计

(7)始末有益鼓吹与相关大众设立优越关连，树立咖啡屋优越
情景。

(8) 处理好与竞争对手的关连。

(9) 设立来宾档案，大学生自主创业。对常客及会员条件较周详的资料，弄清来宾的喜欢，习气等，保证来宾中意。

(10) 与外单位广博联系，与外单位或私人缔结消费优惠等合约。

(11) 配合季候实行促销鼓吹计划，在各个时期规划与制定各种相应的促销鼓吹措施，如在节日时举办各种应节活动，在旺季经营举办角逐，服装。有奖促销，代价促销等，在相应季候为推出的时令食品实行鼓吹。

(12) 要及时更新广告鼓吹品及店内的音乐。

(13) 负责制定推销清单和应付购物品的近期销售景况实行充实了解，熟习待购货物近期的市场需求并较凿凿地预测一段时间内(一般为半个月)的需求量，详细应付购物品的待购数量实行预测记载，我不知道创业计划书封面内容。作出代价预算:并将所需款项向爸爸汇报以取得推销经费。

(14) 负责外出推销，包括实行市场探访:选拔合适的供给商，与供给商实行谈价，缔结买卖合同并负责货品在运输进程中的安详。爸爸负责行政、会计出纳。

1、发信息稿:

报发信息稿，希望藉此鼓吹alicepapa咖啡店，先容咖啡店各特色咖啡和蛋糕，并列明咖啡店的地址及电话号码，以便查询。

2、登载杂志专栏:我们更会联络当地各滞销的年青人杂志，条件他们在其杂志饮食专栏上先容本咖啡店。并随先容印上优惠券，以优惠读者，达鼓吹之效。

3、派发鼓吹

单张alicepapa咖啡店将印製鼓吹单张，范文。当中加入优惠券以吸收顾客，并在高校里派发作间接鼓吹。针对高档小区内的居民，可在相近购物场所的停车场内，向有车族派送精华广告单页，单页也可做成优惠券形式。

4、停业时代鼓吹优惠：为鼓吹alicepapa咖啡店，我们计划在停业首月，凡惠顾咖啡一杯，可获曲奇，多买多送。

5、提供学生优惠：本店将与相近学校学生聚合营，学生凡惠顾本店而能出示有用学生証者，均享有九折优惠，以吸收学生。

6、鼓吹横额：我们会自制鼓吹横额，鼓吹本店最新特色食品，并挂于店铺橱窗上，以达注目鼓吹的效果。

7、按期活动沙龙派对活动、学生派对、读书活动、放映最新电影、留学生俱乐部等等。联系本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，有益于擢升档次，吸收学生和年老人消费。听说开服装店计。普通当天诞辰的同砚到咖啡屋消费都将取得收费糕点一份。在旺季季节举办hrequestyhour:设计相关的游戏，如猜咖啡:每个消费者都可能参与咖啡品味，普通猜出咖啡种类的，赠送小礼品一份。

8、设立会员卡制度：卡上印制会员的名字，像银行卡一样。会员卡的优惠率并不高，如8.8折。但一方面，这可能给消费者受尊重感，另一方面，也便于供职员对于消费者的称号。特别是假如消费者和他人完全，而供职员又能当众称他(她)为*师长教师、小姐，他们会觉得很有面子。

9、店内鼓吹：在桌上放一些鼓吹品，形式是关于咖啡的常识、故事等，一方面可能擢升档次，衬着气氛，也增加消费者对本店的品牌反感。假如顾客感意思，可能向他们先容各种咖

啡的称号、来历等相关常识。也可能让其瞻仰或参与到某种咖啡的制造进程。

咖啡创业策划书篇三

咖啡店越来越成为白领及成功人士必不可少的休闲饮品，无论是谈生意还是朋友见面聊天，咖啡店都是不错的选取，因此，对于创业者来说，能够开一家咖啡店也是不错的选取。现在，就来看看以下三篇关于咖啡屋创业项目策划书的文章吧！

第一部分：背景

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、现代生活联系在一齐。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理解。

第二部分：项目介绍

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，那里虽然装修简单，但个性有家的味道，甚至比家还温馨，还放松。南面墙全部是书架，上方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，上方落满了各种杂志，靠窗的地方只摆放着方桌，每桌能够坐4-6人。但是，那里的空气、光线、声音更让人迷恋、难舍，感觉就像在家里一样简单自由。

第三部分：创业优势

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，此刻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期望，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就应具备的素质。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我的潜力、增长经验，以及学以致用；最大的诱人之处是透过成功创业，能够实现自我的理想，证明自我的价值。

一份完整的咖啡店创业计划书

第四部分：预算

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。协议资料包括房屋地址、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，这种净水器每一天能生产12l纯净水，每一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，咖啡机选取的是电控半自动咖啡机，咖啡机的报价此刻就应在人民币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。款制冰机每一天的制冰量是12kg□价格稍高550元，质量较好，所以能够用很多年，这么算来也是比较合算的。

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

共计：

第五部分：发展计划

1、营业额计划

2、采购计划

依据拟订的商品计划，实际展开采购作业时，为使采购资金得到有效运用以及商品构成达成平衡，务必针对设定的商品资料排定采购计划。透过营业额计划、商品计划与采购计划的确立，我们不难了解，一家咖啡店为了营业目标的达成，同时有效地完成商品构成与灵活地运用采购资金，各项基本的计划是不可或缺的。当一家咖啡店设定了营业计划、商品计划及采购计划之后，即可依照设定的采购金额进行商品的采购。经过进货手续检验、标价之后，即可写在菜单上。之

后务必思考的事情，就是如何有效地将这些商品销售出去。

3、人员计划

为了到达设定的经营目标，经营者务必对人员的任用与工作的分派有一个明确的计划。有效利用人力资源，开展人员培训，都是我们务必思考的。

4、经费计划

经营经费的分派是管理的重点工作。通常能够将咖啡店经营经费分为人事类费用(薪资、伙食费、奖金等)、设备类费用(修缮费、折旧、租金等)、维持类费用(水电费、消耗品费、事务费、杂费等)和营业类费用(广告宣传费、包装费、营业税等)。还能够依其性质划分成固定费用与变动费用。我们要针对过去的实际业绩设定可能增加的经费幅度。

5、财务计划

财务计划中的损益计划最能反映全店的经营成果。咖啡店经营者在营运资金的收支上要进行控制，以便做到经营资金合理的调派与运用。

总之，以上所列的六项基本计划(营业额、商品采购、销售促进、人员、经费、财务)是咖啡店管理不可或缺的。当然，有一些咖啡店为求管理上更深入，也能够配合工作实际需要制订一些其他辅助性计划。

一份完整的咖啡店创业计划书

第六部分：市场分析

20xx-20xx年中国咖啡市场经历了高速增长阶段，在此期间咖啡市场总体销售的复合增长率到达了17%;高速增长的市场

为咖啡生产企业带来了广阔的市场空间，国外咖啡生产企业如雀巢、卡夫[ucc等企业纷纷加大了在中国的投资力度，为争取未来中国咖啡市场的领先地位打下了良好的基础。

咖啡饮料主要是指速溶咖啡和灌装即饮咖啡两大类咖啡饮品；在速溶咖啡方面[20xx-20xx年间中国速溶咖啡市场规模年均增长率到达16%，显示出还处于成长阶段的中国速溶咖啡市场的高增长性和投资空间；在灌装即饮咖啡方面[20xx-20xx年间中国灌装即饮咖啡市场年均增长率也同样到达15%；未来几年，中国咖啡饮料的前景仍将被看好。

现今咖啡店主要是以连锁式经营，市场主要被几个集团垄断。但由于几个集团的咖啡店并没有个性主题，很难配合讲求特式的年青人。我们亦有思考到其他饮品店的市场竞争状况，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年青人。故我们认为开设自助式主题咖啡店能到达年青人的需要，尚有很多发展空间。有数据证明，中国的咖啡消费量正逐年上升，而有望成为世界重要的咖啡消费国。

第七部分：营销策略

1、同行业竞争分析

知己知彼，百战百胜。咖啡店经营者应随时关注竞争者的经营动态及其产品构成状况，并进行深入的比较与分析，借以占据经营上的有利地位，保证采取比竞争对手更有效的销售策略。

咖啡店经营者绝不能忽视市场情报，必须要随时掌握最新的相关资料与信息。针对咖啡店地址的特点与顾客特征，不断地提高产品与服务的质量，提高顾客来店的频率，进而提高咖啡店的业绩。

2、销售促进计划

咖啡店基本的特点是定点营业。但是目前市场竞争日益激烈，为使业绩得到有力发展，咖啡店已经不能被动地等顾客上门光顾，而是务必主动地吸引顾客来店。因此销售促进活动的实施与宣传效果的诉求，同样不可或缺。一般，小型咖啡店无法比照大型咖啡店投入巨额的广告促销费用，所以要做到“花小钱做大广告”。海报、传单、邮寄信函等促销手段都能够使用。

3、日常运营计划

如何拟订经营计划?对咖啡店来说，在整个营运过程中最关切的问题，可能就是每一天的营业额了。每家咖啡店往往都定有营业目标，更详细者甚至还定了区位、商品的目标，以作为衡量每一天营业状况的基准。

在拟订日常运营计划时，必须要依据设定的经营方针和营业额的预测、目标库存量的推算、损耗额的预估、采购预定额的估算，以及预定毛利的推算等，完成整体的运营计划。由于整个计划过程务必以数据为依据，所以数据库资料的建立，是进行销售计划拟订时必备的条件。即使是小型的咖啡屋也应以数据为基础，这样才有客观的衡量标准，而不是单凭印象、感觉和观察等。

一份完整的咖啡店创业计划书

第八部分：成长与发展

咖啡店目标消费群体多是大学生为主，选址在商业区、大学校区与路口交汇处，房租价格适中，装修要求较高，以致整体投资成本加大。大学生创业最重要的是心态，准确定位的基础上要对发展前景有信心，不能着急，盲目调整经营策略。经营咖啡店是个完美的愿望，但要有充足的心理准备，才能一步步走向成功，因此要想有一个简单的心态。

一、背景：

现代生活节奏急速，人们的生活压力庞大，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象中有健康的危害；反之，咖啡中一些成份对于人体有很多的保健功效。（见附录）我们相信喝咖啡的人会越来越多，并会有年轻化的趋势。又见于近期主题食店的流行，故决定开设一间主题咖啡店，售卖多款特色咖啡及蛋糕，并定名为“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。

二、目标：

星座咖啡店除希望宣扬咖啡之功效，我们更希望从中获利。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一万元，并在四年后能开设另一所主题咖啡店。

三、市场分析：

现今沧州地区的咖啡店主要是以连锁式经营，市场主要被两个集团垄断。但由于两个集团的咖啡店并没有特别主题，很配合讲求特式的年青人。我们亦有考虑到其它饮品店（如冷饮店、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，尚有很大发展空间。

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三十的青少年。访问结果表示，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三至四次。有近四成的受访者多数光顾上岛咖啡店，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如以星座为主题，他

们有兴趣光顾这类咖啡店.

四、年青人喝咖啡的文化:

从前,咖啡给人的感觉是成年人的专利。随着美国年青人喝咖啡的流行普及化,崇尚美国文化的青年也仿效喝咖啡的潮流。中国台湾食品更是近期年青人流行食品,日台的喝咖啡文化以逐渐成为现代青年人的饮食文化。

五、地点:

星座咖啡店计划设于沧州市新华路华北商厦的二楼,该铺面积约三百平米,租金每月四千,预计咖啡店最多可同时容纳三十多名客人。区内没有同类型具特色的咖啡店竞争,邻近购物中心林立,是沧州年青人及游客的集中地,是沧州人流密度最高的地方。

六、经营模式:

我们决定以合资模式经营星座咖啡店,融资方面,我们所以加盟商共筹资三十五万,预算开业所需资金共五十万,现计划向银行咨询有关借贷细则。

七、顾客:

咖啡店顾客对象为年轻人,年龄介乎十五至三十岁。这些顾客多是到

沧州购物的消费者,他们没有家庭经济负担,又易于接受新颖和特别事物,专售卖特色咖啡及蛋糕的咖啡店最适合他们不过。另外,外地游客更是本咖啡店的顾客对象。

八、营业时间:

平日由上午九时至凌晨十二时;星期六、日及公众假期由上午

八时至凌晨一时

九、产品特色：

星座咖啡店除售卖传统咖啡外，更提供星座咖啡及水果咖啡。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：

咖啡：

甲、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、摩卡咖啡和柠檬黄咖啡。

乙、星座咖啡：

不同星座的人，都有不同性格，所以适合喝不同的咖啡。例如：水瓶座的人喜欢迎向挑战和变化，摩卡可可咖啡最适合他们不过。星座和其相对咖啡如下：

水瓶座（1.20~2.18）：摩卡可可咖啡

双鱼座（2.19~3.20）：法式牛奶咖啡

白羊座（3.21~4.19）：特浓咖啡

咖啡店越来越成为白领及成功人士必不可少的休闲饮品，无论是谈生意还是朋友见面聊天，咖啡店都是不错的选取，因此，对于创业者来说，能够开一家咖啡店也是不错的选取。

主题咖啡厅创业计划书

一、公司基本状况

(一)项目名称：往昔之音咖啡厅

(二)经营范围：咖啡、西餐、茗茶、各类小点心等

(三)行业类型：餐饮业

(四)项目投资：约200万元

(五)场地设置：上海浦东新区

(六)消费对象：中高层消费者

(七)经营面积：约200平方米

(八)项目概况：为顾客营造一个放松、舒适、浪漫环境而且带给方便(主要带给咖啡、茗茶、各类小点心等)，还带给在校大学生兼职，以满足礼貌大都市人们追求精神需要带给优质服务。

(九)经营宗旨：往昔之音咖啡厅旨在为所有顾客带给一个放松、舒适、浪漫环境而且物美价廉、时尚休闲等，令顾客满意的服务。

二、产品/服务介绍

1、往昔之音咖啡厅不仅仅带给中外各式经典咖啡，如摩卡、蓝山、牙买加极品咖啡、冰冻奶油块咖啡、花式咖啡、白咖啡、老怡保白咖啡、玛琪雅朵等，还有各种茶点，如各式中国名茶、各种奶茶、保健茶、果汁、点心等。我们的咖啡绝不是速溶的，而是当场手磨，口感好，品味佳。咖啡屋只求服务，本着“以最低的价格带给最好的服务”的宗旨，以四个“一流”（一流的服务、一流的环境、一流的品种、一流的信誉）为目标，力使浪漫咖啡厅成为所有白领人士或情侣的休憩之地。门旁挺立着碧绿的翠竹，屋内挂着精致的作品，柜台

前摆设有存放各种报刊的书架。室内宽敞明亮，座位舒适，环境幽雅。坐在窗前，你能够周围的秀丽风光，领略开发区的漂亮景色。在门前还准备了一些雨伞，对那些出门在外没有带伞的顾客带给方便。

2、核心竞争力或技术优势

我们的往昔之音咖啡厅虽不像其他的竞争者那样有庞大的资金系统，但好在我们的地理位置较好，到目前为止，还极少竞争者。但是，我们有坚实的核心观念。他们是：

(1) 可信赖的产品品质：坚持选用最好的(相对于大众市场而言最好的)的咖啡豆。

(2) 高度的环保意识：采用更多的环保型设备和包装材料，大力倡导并严格要求能源的节约利用。

(3) 良好的员工福利：对于固定员工而言，为员工带给最优越的健康福利计划，并大面积推行员工持股。

(4) 和谐共处的社区精神：为顾客营造温馨、自由的消费环境，鼓励店面工作人员和顾客的交流，让顾客无论是独处还是小聚都能怡然自得融入，其中慢慢的把我们往昔之音咖啡厅变为顾客住宅和工作地点之外的生活中必不可少的“第三地”。

(5) 独树一帜的文化品位：有选取地参与一些温情、励志的电影和图书的推广和发行。

我们往昔之音咖啡厅的优势在于采用了对面技术来为顾客服务，我们在顾客第一次来到咖啡屋时就为顾客建档，下次来时，我们能够为其带给他所熟悉和满意的服务。有时，不用他们自我开口，就已经把他们所需的产品送至他们身边。

三、行业/市场分析

据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国际特许经营协会、国际咖啡协会、中国连锁经营协会、中国饮料工业协会、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国咖啡店连锁行业背景、市场前景、竞争状况以及店铺选址等方面进行了详尽地分析，对今后我国咖啡店连锁产业的发展做出了精确的预测。

目前中国咖啡饮料这个细分的蓝海市场上，除上海、广州、深圳等少数地区以外，其他的咖啡市场尚待开发。去年娃哈哈推出的“呦呦奶咖”表现平平，星巴克在超市的瓶装咖啡销量也不尽如人意。但是，分析推断，未来5年咖啡饮料的发展就应比较快，持续在30%左右。几大日系饮料品牌纷纷加强咖啡市场攻势。其中麒麟利用品牌延伸，推出了午后咖啡和麒麟咖啡系列。此外，可口可乐目前在日本热销的“乔治亚”咖啡也有可能被引入中国市场。可口可乐大中华区总裁戴嘉舜日前表示，公司一向在关注中国咖啡市场，但出于市场竞争原因，不能透露在华推出咖啡饮料的具体时光。除了市场潜力巨大，咖啡饮料的高利润也是吸引企业进入的一大原因。摩根大通一份有关食品行业调查报告显示，全球品牌包装食品饮料市场中，咖啡和茶叶利润最高，利润率在20%左右。

四、业务现状

目前，上海浦东新区的咖啡市场并不激烈，个性是在居民小区周围，还没有相应的竞争者和竞争压力。而且，位置个性有利，既靠近商业街，有靠近居民小区，客流量和消费潜力都能够满足。

五、财务分析

(一) 投资估算：

2、流动资金及原材料备用金 20万元

3、成本控制(每月): 租金20xx0元, 材料进货费用50000元, 人员工资大约60000元, 按不一样的级别不一样的工资, 不可预支薪水的10%。小计每月成本约: 80000元, 其他开支约□20xx0元。月均营业额: 300000元。

5、投资回收期: 投资回收期□20xx000/840000≈3年

六、融资计划

向银行贷款注册资本的50%, 然后剩余的由三个股东分摊。期限为两年。其间如有一股东退出, 此股东变卖只能持有15%的股份。

七、风险控制

各行各业都有其自身的风险性, 而作为餐饮业的咖啡厅, 在与消费者消费过程中也存在着必须的风险, 比如食物中毒、火灾等。那么在风险面前如何控制呢? 首先, 对食品进行检测, 保证食品的质量与安全; 第二, 严格做好防火灾系统等。还有转移风险, 对咖啡厅进行投保, 即使发生什么意外, 能够把风险降到最低。

八、公司经营战略

我们咖啡的发展方向是能够使周围大多数明白、了解我们的商品, 并且还进来消费。为此我们会做到:

优质的咖啡, 在咖啡馆里, 咖啡的构成本力必须要很强, 不管是哪一种咖啡, 假如在价格的制定上偏高, 或是有咖啡品质欠佳、组成不够齐全, 或是咖啡的存货量不够多等现象, 就立刻会影响销售, 自然更不容易增加固定顾客了。在咖啡馆的经营上, 不但要面临地域内各咖啡馆的竞争, 更要应对各种商店的竞争, 所以“咖啡的美丽”便成为了商店成功的基础。

商品作为整体战略，对于咖啡馆而言，也是需要经常重视的。诸如经营计划、咖啡采购、咖啡开发、存量管理，乃至后勤的商品业务等综合全部的商品相关活动，都是与咖啡馆商品力的强化有相当密切的关系。

卓越的服务，最直接的，就是咖啡馆的服务人员在等客时，要有优雅的姿势，且注意服装、化装等仪表；接待顾客之际，要有适当的表情、态度几合宜的应对。所有服务员都要具备丰富的咖啡知识，适时的为顾客做说明，同时还要具备商谈潜力。还有，店铺内部的装潢设施、有魅力且具美感的吧台陈设，以及店铺的照明等，都要有效的运用，并进一步加强广告媒体的宣传效果，并带给各种服务设施。我们的目标是在这一带养成我们店的忠实消费者。

咖啡创业策划书篇四

1. 市场背景

喝咖啡是一种流行，同时喝咖啡也成了一种文化，一种情调和一种生活方式。随着咖啡文化的流行，校园也成为了咖啡文化入驻的重要场所。咖啡厅已正在成为人们与人沟通和自我享受的一个重要场所，它的价值在于它能提供给消费者高层次的精神享受。咖啡不仅仅是一种饮料，而是一种氛围文化和生活追求。经济和社会的发展必然映射到校园中来，咖啡文化消费在校园市场大有可为。

2. 市场状况

目前高校周边分布有众多咖啡厅，纷纷瞄准了高校市场。以武大为例，珞狮路一条街咖啡厅密集程度之高，是武汉其他地方不常见的，所以现在咖啡消费市场的竞争是非常激烈的。校外咖啡厅都有把高校老师和学生作为自己潜在顾客的考虑和行动，但是并不是有明确的细分和定位——他们不仅仅为

高校师生提供咖啡。经营一家定位高校市场的校园咖啡厅，如何在激烈的竞争中胜出，需要综合考虑各种有利和不利的因素，发挥自己的优势，为顾客创造差异化价值，才能在校内市场切下一块自己的蛋糕。

3. 校园咖啡厅特点

高校是人口极为密集的场所，同时整体上知识文化素质比较高，接受了较多西方思想和生活方式，易于接受新事物。他们有强烈的追求较高品位的生活方式的欲望，有一部分群体消费水平较高，有较多的可支配收入购买非生活必需品。在校园里面经营一家咖啡店，一方面可以丰富教师与学生的生活，另一方面对于经营者而言，潜力巨大，大有可为。

- 1、地理上更接近受众，节省顾客时间成本，方便消费者。
2. 情感上校园咖啡厅更容易为消费者接受，甚至有些消费者本能的排斥校外商业气息浓厚的咖啡厅。
3. 易于结伴消费，人群集中，易产生示范和模仿消费效应。
- 4、实力上不及校外咖啡厅雄厚，管理经验不足，影响力较弱。
- 5、消费群体单一，且消费时间也相对集中，增加了管理成本和运营费用。
- 6、目前校园市场是一个未被开发的处女地，消费群体集中，消费潜力巨大。
- 7、年轻人人居多，一旦形成习惯和消费偏好，易形成顾客忠诚。
- 8、一旦成功，容易导致跟进的竞争者。
- 9、校外众多的咖啡厅容易分流顾客。

消费者群体分析：群体构成分析校园市场潜在顾客年龄收入，消费习惯较为单一，为有针对性的高效营销提供了可能性。按照职业主要可以分为学生和教师两个大的群体。其中高校中，学生的数量最大，教职工次之。学生中又以本科生最多。

学生消费群体：按照学历分为本科生和研究生，本科生按照年级分为入巢，守巢，离巢三个阶段。

本科：

1、入巢：主要是大一年级。初来乍到，处于对学校环境和周边环境的熟悉阶段，对一切都十分好奇，有充足的课外时间，对校内外乃至整个武汉市的饮食有较浓厚的兴趣。另外因为通过社团活动等和高年级的师兄师姐的接触中，渐渐建立起对学校环境和社会环境的大致认知。大一入巢期虽然不会有较频繁的咖啡消费行为，但是是建立良好形象的关键时期(新生对新接触到的事务总是充满好奇，易于接受并且先入为主很容易建立良好的第一印象而且可以长期维持)，事实上，入巢期的新生之中一部分的先行者开始体验，对其他的入巢者起着示范和引导的作用。

2、守巢：主要是大二和大三年级。经过大一的迷惘和适应期之后，心态逐渐和学校的环境合拍，消费行为由大一的大学生活必需品的消费(手机，电子词典，衣服等)转为非生活必需品的体验性和情感性的消费。一部分人寻找兼职工作，可支配收入增加，同时相当一部分守巢期的消费群体开始恋爱，情感需要表达，品咖啡是一种很好的寄托和途径。针对情侣市场大有可为。

3、离巢：大四可归入离巢期。因为就业和考研的压力，可支配的剩余时间减少，针对离巢期的消费群体可以采取情感营销的方式，营造一种浓浓的归属感，得到消费者的情感认同。

硕博士

这是一个不同于本科生的消费群体，一方面他们学历较高，可支配收入也较多一些，消费习惯趋于理性，思想更为成熟，另一方面他们并非专业的上班族，有充足的时间和更高层次的生活追求，易于成为忠诚的咖啡消费者。另一类是mba和其他群体，这一类群体有丰富的社会阅历，也有一定的经济收入，成熟稳重，追求生活品位，是咖啡的巨大潜在消费群体。

教师消费群体

2、其他教师：相对于年轻教师而言，收入较高，有子女和家庭，可支配收入更多。是潜在的咖啡消费者。

其他顾客群

社会消费群体，因为为了感受武大氛围，或者节庆，事件(樱花节，年会，朋友拜访等)暂留武大，构成了流动的消费群体。

b□消费能力和消费习惯分析：

1、在所调查的本科生总体中，每月生活费主要集中在400到500之间，占37.1%，其次是400以下和500至700，分别占26.2%和 21.9%，这三者占据了总体的85.2%，构成了本科生消费群体月生活费的主体。可见，在武汉市物价水平的大环境下，学生消费群体可支配收入不显得特别紧张，同时也并不宽裕。

2、在对咖啡和西餐的消费偏好的调查中，可以发现，大约四分之一的目标消费群体态度是喜欢，大约一半的群体态度为一般，没有特别偏好，这两者占据了总体的大部分，不喜欢的顾客只占15%左右。

3、在对咖啡和西餐消费频率的调查中，可以发现，有四分之一强的目标顾客选择会经常去，三分之一的顾客选择偶尔去，而选择不会去，没有此需求的潜在顾客也占到了四分之一强，和上面的比较之后，我们发现，有一部分潜在消费者(约10%)对咖啡和西餐怀有好感，但是需求的意识处于沉睡状态，经过宣传和市场开发，这部分消费者有望成为咖啡和西餐的忠实消费者。

咖啡创业策划书篇五

咖啡是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。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。

——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。

3.1 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：

部门： 行政人事部。主管单位□f7咖啡店。

部门工作目标：负责文档宣传、内勤事务、行政公关等方面工作确保上级各项方针政策顺利实施，使店内各项重大活动和安排高效有序进行，总结起草店内重要文件报告，协调好各项公关接待事宜，搞好内勤事务管理工作，充分发挥出参谋、组织和协调的作用，维护店内上下的规范和高效运作。为本店招募、选拔、培养高素质人才；制定薪酬福利政策、绩效考核政策及其它激励政策挖掘员工潜力，激励其创造力；充分发挥人力资源管理在提升企业核心竞争力和建立学习型组织等方面的重要用。

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。

部门权限：负责监督和检查有关部门对上级各项方针政策的贯彻执行情况，参与组织和协调全店生产经营工作，统筹店内重大活动及会议安排，起草重要报告和文件，做好文件的传递、落实与内外宣传，统一公司办公用品管理，并负责对消防、保卫、宿舍管理等方面的管理工作。制定人力资源规划、政策和制度;向店长提呈人事任免意见、薪酬福利方案、绩效考核方案及其它激励政策，监督、指导集团各部门、事业部执行相关人力资源管理制度。

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；

奖励制度：根据员工考核总分进行奖励(半年实行一次奖励)。

员工守则与店规

人事记录：员工到职前须填写人事表格，提供正确个人资料和近照。在职期间如有任何变更应尽快呈报行政人事部。

员工证：员工在当值时须佩带员工证。如有遗失，应立即报告，打埋补领手续，离职时须将员工证交还。

工作责任：员工必须忠诚，工作勤奋，对上级服从，对同事尊重及热心帮助，尽心尽力负起分内工作责任。

服务态度：对顾客经常保持礼貌及微笑的面容，客气应对，不可与顾客发生争执。如发生事故，应立即通知上级领导处理。

仪容：须经常保持仪容清洁整齐，指甲应经常修剪。从事店堂服务的男员工不许留胡须和长发；女员工上班时必须把头发盘入头巾内。

操守行为：员工严禁在店堂内粗言秽语、吸烟、饮食、随地吐痰及谈论与经营无关的一切事宜。并且严禁在点内聚赌、盗窃、吸毒、酗酒、营私舞弊、亏空公款、打架、恶意破坏设备及公物等非法行为，如违反，除辞退外，严重者将送交警方。

拾遗：如有拾遗，无论大小贵贱，员工均应马上交由主管登记，以备失主随时领回。绝对不能意存贪念或据为己有，一经发现将以纪律处分。

携物出店：员工进出店时，除预先经有关部门主管发证明文件核准外，不得携带任何店财物离店，若有犯罪着作盗窃行为处理。

防火和火警：员工必须严格遵守公司颁布的防火告示，注意防火安全。如遇上火警，应保持镇定，传呼同事协助及通知上级报警，关闭现场电源及煤气阀门，并迅速协助客人撤离火警现场。

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

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

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: 采购业务主管根据当月的库存拟定采购清单上报, 在接到批示的采购清单后, 由采购业务主管负责对待购物品的数量和价格作出预算, 并将预算款单递交财政部申请购物经费, 并由记录员记录在当月收支单上, 供月末核查, 采购经费将交给采购员外出采购货物, 货物采购完成后, 由本部门对货物进行验收盘点并详细记录。

采购部的管辖范围

- (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2000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。

现金流量预测表

收入: 6月 7月 8月

咖啡平均价格(元/杯) 40 40 40

咖啡销售量(杯) 1500 1705 1860

销售收入(元) 60000 68200 74400

资本金(元) 18000 20460 22320

总结(元) 78000 88660 96720

a□(元) 263380

支出: 6月 7月 8月

税(元) 1000 1000 1000

员工工资(元) 800 800 800

电话费(元) 300 280 260

差旅费(元) 300 260 220

其他费用(元) 200 200 200

合计(元) 2600 2540 2480

b□(元) 7620

总现金流量 $c=a+b$ (元) 271000

三个月累计现金流量 d(元) 271000

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, 为咖啡冷饮屋建造良好的公众形象。

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。