

心理学咖啡馆商业计划书

篇一：咖啡店商业计划书

商业

计划书

--来自星星的 coffee

策划人：

目录

一、 咖啡厅概况 （一） 营业时间 （二） 营业地点
（三） 经营模式 （四） 目标群体 （五） 主营业务 二、
市场分析

（一） 调查问卷设计及分析数据结果 （二） 市场状况
分析及市场定位

1、 消费者需求分析 2、 竞争的优劣分析 三、 店面设
计

（一） 咖啡馆的形象设计原则 （二） 橱窗设计

（三） 咖啡馆灯光效果 （四） 声音

（五） 店内设计 四、 运营方案 （一） 产品特色

1、 咖啡 2、 蛋糕 3、 星座曲奇 4、 奶冻系列

（二） 十二星座咖啡简介 五、 费用预算

（一） 初期财务预算 （二） 投入—产出分析 六、 营
销策略分析 （一） 营销方案 （二） 具体营销方法 附录：
价目表

一、咖啡厅概况

随着经济的高速发展及中西方文化的相互渗透。咖啡作为一种休闲饮品，收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，咖啡类饮品日趋成为一种潮流。根据市场调查分析，在大学周围开办第一家这种具有针对性的主题咖啡厅已经得到同学们的认可，主题咖啡厅成为如今一种潜在需求。

（一）营业时间：

周一到周五：12:00-24:00；

双休日及公众假期：11:00-次日 2:00. （二）营业地点：

咖啡店计划设于燕大小吃街，该铺面积约一百平方米，预计咖啡店最多可同时容纳 30 多名客人。（三）经营模式：

出租场地，个体承包，雇佣全职人员和一些学生兼职，盈亏自负。（四）目标群体：

咖啡店顾客对象为周边学生以及学校的部分拥有年轻心态想亲近学生生活的教师。

（五）主营业务 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，供上课学生零时购买，提供饮品糕点的派送，提供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承办类活动。

周五主题吧将于每周五晚上举办，主要为主题特色类活动，如舞会，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。为满足消费者需求，主题吧的主题将面向所有消费者征求。承办类活动主要包括生日会，欢送会等。 二、市场分析

众所周知，我们现如今的校园咖啡厅尚属于萌芽阶段，附带主题文化的咖啡厅就更稀少了。现我们团队推出星座主题咖啡厅。我们相信这样的营销理念能够配合年轻人追求新奇，发扬个性，讲究效率的特性。 （一）调查问卷设计及分析数据结果

针对咖啡厅以学生这样的市场定位，设计一份调查问卷，从目标市场得到第一手资料，之后加以分析。问卷需要涉及是否有喝咖啡的习惯，对我们的星座咖啡厅的感兴趣程度，对就饮环境有什么特殊需求、希望我们提供何种服务，价格感受等问题。 （二）市场状况分析 1. 消费者需求分析

（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：

① 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，主要为辅导员信息下达、学校社团活动海报、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，这样我们的星座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。通过星座分析选择相应的咖啡种类，可以自助亦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！ ② 教师消费群体

由于学校周边特殊情况，学生、老师很多的空余时间。我们可以吸引他们来到我们的星座咖啡厅消费。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，了解星座知识，分析学生性格以

及学校琐事。 ③ 其他客户群

社会消费群体如朋友拜访、父母探望、高校交流等，也构成了流动的

消费群体。咖啡厅为他们提供了一个良好的交流、学习、消遣娱乐的场所。 （2） 根据消费者的个人或者群体偏好，我们把消费者分为了以下几类： ① 环境特别需求者

虽然学生的消费不像白领阶段那样包含对西方文化的消费，但对咖啡厅的特别环境还有有一定需求的。大部分人将咖啡厅作为与朋友、同学，客户商谈、交流、沟通的一个场所。此外，还有部分人将此作为思考、独处或者处理个人工作的场所。 ② 追求时尚者

由于大学生是追求时尚的年轻消费群体，他们追求品味，张扬个性，

又不受限于固定的模式和框架，消费能力从总体上来说比较有限，但群体规模大，更可考虑情侣组合推荐，每年情人节尤为明显。我们这样富有星座主题文化的咖啡厅，对追求时尚一族是一个理想的会友社交场所。 ③ 特殊活动爱好者

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。同时我们打算将无线网络覆盖我们的营业场所，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。

S(优势)：(1) 地理上更接近消费群体，节省了顾客的时间成本，方便了消费者；

(2) 情感上校园咖啡厅更容易为消费者所接受，甚至有些消费者本能

地排斥校外商业信息浓厚的咖啡厅；

(3) 易于结队消费，人群集中，容易产生示范消费效应；

(4) 星座主题，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) 实力上不及校外咖啡厅雄厚，实际管理经验不足；

(2) 消费群体单一，且消费时间集中，同时寒暑假的特殊存在，都增

加了管理和运营成本；

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;

(2)年轻人居多,一旦形成他们的消费习惯或者消费偏好,则容易形

成较高的顾客忠诚度;

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等类似场所容易导致顾客分流。

三、店面设计

(一)咖啡馆形象设计原则

进行店铺设计的前提条件是掌握时代潮流。个性越突出,越易相人注目。首先是店名,要让人觉得耳目一新,容易记住,最近大火的电视剧《来自星星的你》符合星星这一主题,咖啡店的主题咖啡是星座系列,取名为来自星星的咖啡,符合时代的潮流,更能吸引学生的目光。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。我们的咖啡馆采用金属材料门面,这会显得明亮、轻快,富有时代感。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。根据不同月份不同星座,我们每个月用代表不同星座的旗帜

来衬托招牌，手法奇特也是成功的关键之一。 其次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馆的经营特色。其次要符合主要顾客的“口味”。根据我们咖啡屋店面的大小为 100 平方米，主要客源是学生和老师，其中学生占绝大多数，外观时尚是必须的。 （二）橱窗设计

精美的室外装饰是美化咖啡馆和装饰店铺、吸引顾客的一种手段。橱窗设计要追求主题突出，格调高雅，具备立体感和艺术的感染力。我们的咖啡馆里使用 12 星座的杯子造型来配合咖啡品牌的陈设，使整个橱窗的艺术装饰的烘托下，显得一目了然。

（三）咖啡馆灯光效果

咖啡馆的灯光用途首先是引导顾客进入，在适宜的光亮下品尝咖啡。因此，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。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，我们以属于浅色系的米色作为墙壁的主打色。墙壁、天花板、灯、陈列咖啡和饮料组成了咖啡馆内部环境。比如在暗淡颜色的背景上配以明快的色调，可以使人更加注意到陈列的咖啡；还可以在中间色

调的背景上摆放冷色或暖色的饮料，也会起到良好的衬托效果。如果采用彩色灯光照射，灯光色彩与咖啡本身色彩有良好的搭配，可以充分显示咖啡的特点，并吸引顾客注意。（四）声音

流行一直与我们相随，在娱乐圈日新月异的今天，出现很多好听的歌曲。我们可以用适当的音响会刺激顾客的注意力，也可以加入点歌服务，将顾客的注意力吸引过来。

（五）室内设计

篇二：咖啡店创业计划书

With U 咖啡店创业计划书

一、企业类型：

小型咖啡店

公司名称：With U 咖啡店

现在咖啡在中国甚至世界各地都变成了“宠儿”，人们越来越爱喝咖啡。“咖啡文化”充满生活中的每时每刻，无论在家里、办公室还是各种社交场合，人们都在品着咖啡咖啡。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，我们甚至还可以在在里面学习，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。

二、创业优势：

而且现在社会的竞争越来越大，人们的压力越来越大，每天都很繁忙，大家都希望在繁忙之后找一个舒适、优雅、安静的环境来放松自己，咖啡厅是一个非常好的选择，特别是室内的环境和气氛非常适合人们休息、放松和交谈。伴随着经济的发展和潮流趋势，咖啡店越来越受大家的青睐，特别是对于年轻的朋友们。就经济情况而言，我们的大部分消费者都是年轻人，经济情况都不能接受太高的消费，所以一些高级场所和大型的咖啡厅不适合他们，而我们将会变成他们的首选。

而且目前就现在消费群体和趋势而言，这方面目前市场竞争较少，投资也不是很高。

三、选址：

咖啡店发展很重要的一个因素就是选址，如果地址不太好，环境不太好，那么咖啡店就倒闭了一半，我们的小型咖啡店主要应开在临近比较多公司和学校的地方，这样交通便利，消费群体也在周围，非常方便。

四、装修：

除了地址外，最能决定咖啡店的运营情况的重要因素之一就是装修。

1. 店内面积：50—70。

2. 店内装潢：

咖啡厅是一个温馨舒服的地方，人们常常约上几个好

朋友做一块聊聊天喝点东西，为了让顾客们之间的谈话不会被别人听见和打扰，所以店内采用卡座式，将店内分成许多小隔间，用门帘和木板隔开，为了让顾客更有安全感和隐私感，坐在里面不会感觉很拘束，可以随心所欲。

(1) 模拟风景：大海、沙漠、森林、草原.....

(2) 意境式：西式涂鸦、中国风山水、中外宫廷.....

(3) 复古式。

小的卡座只放一张小桌子，两张靠背椅。中型卡座放一张长点的方桌，两旁放置小沙发。大型的卡座放圆桌，围着圆桌放置一些带靠背的高脚凳。咖啡店的招牌颜色用偏冷色系，制作尽可能的简单，这样看起来不负责且带有个性。店门采用木质门，能够让整个店看上去有一股神秘文艺气息，店内灯光采用暗黄上，加上悠扬空灵的音乐，钢琴曲或者舒缓的古典音乐。

五、店内成员：

雇 2—3 人，2 名兼职人员，员工统一着装，对待顾客要有礼貌，不能与顾客发生争执。上班期间不能浓妆艳抹，不能佩戴夸张的饰品，举止行为要端庄，

能够用标准的普通话进行交流。

六、目标客户：

咖啡馆的客户没有限制，从小孩到老人都可以，但是主要的客户还是一些学生和单位的白领或者家庭主妇。

七、产品：

1. 咖啡，世界上的咖啡种类很多，不可能把所有的种类都引进来，就选一些有特色的，符合大众口味的咖啡。比如：

蓝山咖啡，蓝山咖啡是比较受大众欢迎的咖啡，香醇、苦中略带甘甜，柔润顺口，稍带一丝丝的酸味，刺激味觉感官，是咖啡中的极品。

摩卡咖啡，芳香迷人，拥有独特的酸味和柑橘的清香气息，它的独特让许多尝过的人都为之流连。

巴西咖啡，较浓的酸味配合咖啡的甘苦，中间夹带淡淡的青草芳香，其余味令人舒活畅快。

拿铁咖啡，意大利浓缩咖啡加入高浓度的热牛奶和泡沫鲜奶，保留淡淡的咖啡香气，散发浓郁的奶香，是许多女生的最爱。

卡布奇诺，意大利浓缩咖啡混入泡沫鲜奶和巧克力粉，迷人的香气，优雅的装饰，是时下最流行的花式咖啡。

现在世界上最为流行的是意大利特浓咖啡、卡布奇诺以及拿铁牛奶咖啡。

2. 简餐：

(1) 欧式：

意大利肉酱面、奶油培根意大利面、松子青酱鸡肉面、海鲜墨鱼面、焗肉酱干层面、海鲜焗饭、西班牙海鲜饭、红

酒炖牛肉饭；

蒜味香煎牛小排、香煎菲力佐香草奶油、德国猪脚、法式小羊排、迷迭香烤鸡腿；

(2) 亚式：

和风照烧饭、黑胡椒牛肉饭、梅菜扣肉饭、洋葱猪排饭、蜜汁排骨饭；日式炸猪排餐、香煎鲑鱼餐、红烧狮子头餐、香烤鸡腿餐、糖醋鱼餐；炸汁豆腐、红烧牛腩煲、八宝辣酱、酱烧茄子；

3. 甜点：

冰沙、冰淇淋、松饼、华夫饼、蛋糕、蛋挞、饼干、布丁、果冻；

八、竞争：

这个行业现在已达到成熟的阶段，但是也正在继续发展着，人们的生活水平逐渐提高，对于精神生活的要求也越来越高。很多年轻人都喜欢咖啡厅优雅个性的环境和口味各异的咖啡，所以咖啡厅会是一个很好的发展趋势。

基于对多家咖啡厅的了解，会是市场上同行中的一个亮点，但自己对产品不是很熟悉，所以需要专业的师傅对店内的成员进行培养。

九、投资：

门面费（租金）：700—1000/月。50 平方米左右。

店内的装潢：4 万左右。包括橱柜、桌子、凳子、店内

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/208060072055006046>