

奶茶营销方案策划 5 篇

(实用版)

编制人：_____

审核人：_____

审批人：_____

编制单位：_____

编制时间：____年____月____日

序言

下载提示：该文档是本店铺精心编制而成的，希望大家下载后，能够帮助大家解决实际问题。文档下载后可定制修改，请根据实际需要进行调整和使用，谢谢！

并且，本店铺为大家提供各种类型的实用资料，如工作总结、工作报告、工作计划、心得体会、讲话致辞、教育教学、书信文档、述职报告、作文大全、其他资料等等，想了解不同资料格式和写法，敬请关注！

Download tips: This document is carefully compiled by this editor. I hope that after you download it, it can help you solve practical problems. The document can be customized and modified after downloading, please adjust and use it according to actual needs, thank you!

Moreover, our store provides various types of practical materials for everyone, such as work summaries, work reports, work plans, reflections, speeches, education and teaching, letter documents, job reports, essay summaries, and other materials. If you want to learn about different data formats and writing methods, please stay tuned!

奶茶营销方案策划 5 篇

好的活动方案可以使我们加快进度流程，活动方案制定好，能确保一场活动的顺利开展，以下是多客本店铺精心为您推荐奶茶营销方案策划 5 篇，供大家参考。

奶茶营销方案策划篇 1

一、市场概况

近年来，珍珠奶茶的出现像一只俊秀的新军，短短几年内便以一种锐不可当的气势风靡中国。其市场发展潜力巨大，利润空间巨大。

据国际权威调研机构 ac- 尼尔森调研数据显示，消费者对奶茶产品的认可度非常高，从台湾流传到大陆已有 10 年之久，消费群体已非常成熟。目前，现调奶茶铺的数量仍然直线攀升并规模连锁化。

小饮品、大市场，投资小、门槛低、见效快，奶茶行业以其旺盛的生命力 20 多年来长期占据个人创业榜首位。时至商机无限的 20XX 年，珍珠奶茶的时尚引力、繁多口味、独特口感、健康特色注定使它继续站稳快消行业的脚步、引领饮料行业消费的主流。

就当今奶茶市场现状而言，珍珠奶茶行业接近饱和，市场上有各种各样的品牌，其中以地下铁，港饮之都最受消费者欢迎。而西苑诸多奶茶店主要是低端消费为主，顾客主要为在校学生。相对于地下铁、港饮之都，销售量明显低于前者，口碑没有前者的好。

二、经营策略

1、原料

原材料严格把好质量关，选取原汁原味的天然资源，保证了口味的正宗与地道；把握恰当的奶、茶、水的比例，正是解决了选材与配比比例的问题。

2、商品种类

覆盖范围广：珍珠奶茶口味多样，有椰果奶茶、草莓奶茶、香芋奶茶、青苹果奶茶、乌龙奶茶、抹茶奶茶、鸳鸯奶茶、柠檬奶茶等等众多系列，迎合每个人的口味，广受欢迎。此外，除奶茶外，还兼有果汁销售。

3、市场定位

物美价廉、即买即走的奶茶饮品。

4、价格

在价格策略上，产品的价格低于或等于同行的价格，处于被动状态，定价紧跟同行业。

5、渠道

多采用加盟店的渠道方式。而且奶茶店加盟一直是以连锁经营的方式出现。主要的渠道模式是：总公司——加盟店——消费者。

6、消费者

紧贴目标消费群体。由于西苑奶茶店的目标消费者多数是高校学生，所以其门店多分布在各大高校附近，利用各高校间的紧密联系，口耳相传而不断赢得更多的知名度。

三、促销策略

提高促销力度，加强目标顾客与企业的联系。奶茶店应该抓住奶

茶市场空间较广，有利可图的不错良机，迅速扩大服务范围，增强市场占有率，由小做大，最终牢牢占据学校奶茶市场，为了实现这一目标而设计的行动方案是：

1、尽最大努力提高服务质量，改善服务态度。

2、不断加强对学生的宣传力度，增强学生对奶茶店的顾客忠诚度。

3、不断创新，完善和增加奶茶品种，适应广大学生需求。

4、海纳百川，在店内增设意见簿，学生有意见或建议可直接提出或书写。

5、适时推出促销策略。

(1) 促销资讯公开化，网络化。高校学生是奶茶店的目标顾客，针对年轻人经常上网的习惯，利用信息技术，建立针对各高校的信息沟通平台，在此平台上提供论坛区域让学生针对企业的产品和服务提出意见和建议、及时在网络平台发放最新促销资讯。

(2) 人员促销。必要时，可以到各高校附近派发促销传单，这是最直接的宣传手段。

(3) 提高重点消费者的忠诚度与重点培养消费者的满意度建立加盟店，实行积分促销。积分促销一般设置价值一般的奖品，消费者通过多次购买或多次参加某项活动来增加积分以获得奖品或累积到一定分数可以得到一杯奶茶；

(4) 提供商业赞助。多参与学校的大型活动的赞助，以开发饮料市场的主要目标市场，提高在目标市场的知名度。比如赞助学校运动

会、赞助一次公关演讲比赛等；

(5) 折扣。定期给顾客一些优惠，这样消费者的购买欲望才能得到最大的激发。如：五一、十一黄金周的时候给一些价格的折扣；

(6) 广告促

奶茶营销方案策划篇 2

一、背景分析

国际经济学家预测未来五年最具前途的九大行业，快餐业和休闲业占据二个席位；休闲餐饮是 21 世纪餐饮业的发展方向，其市场前景，行业利润远远超过传统餐饮；民以食为天，百业餐饮为王！餐饮业是一个永远充满活力的行业。西式快餐将是 21 世纪最热门的行业之一。

西式快餐中最为火爆的还是奶茶店，在境外餐饮业中占据的比例是：美国 35%、欧洲 30%、日本 20%、香港 10%，而在中国，即使在广州、深圳、上海这一比例也仅为 5%，所以奶茶市场还有很大的开发潜力。新的社会环境下，大学生就业形势已日渐严峻，为此，国家为鼓励大学生创业出台了一系列的优惠政策，大大减小了投资风险。奶茶店行业投入少，见效快，收入稳定，风险小，无技术难读。对于刚踏入社会创业的大学生来说，这是一个很好的选择。

二、外部环境分析

(一) 竞争者分析

1、产品竞争者：七杯茶(工大东门店)奶熊奶茶店(五食堂附近)和 90° 炭烧咖啡(二食堂附近)。

2、竞争者 4p 分析：

三、顾客分析

(一) 谁是我们现有的和潜在的顾客？

1、人口统计特征：性别、年龄、收入、职业等。

现有的顾客：主要是工大的学生为主。

潜在的顾客：工大附近小区的居民，所以得加大宣传力度。

2、地理特征：地段，流动人口数。

现有的顾客：五食堂附近寝室的学生和附近其他店的店员。

潜在顾客：五食堂是出学校的重要的餐饮地带，所以其他要在五食堂吃饭的所有工大同学是我们的重要潜在顾客。

3、心理与行为特征：意愿、兴趣和生活方式等。

现有的顾客：喜欢喝奶茶的学生和附近居民。

潜在顾客：经好友介绍或者被店子名气吸引过来的顾客。

4、影响购买决策者：主要是个人意愿以及周边朋友的看法。

(二) 顾客对我们奶茶的购买：

1、顾客的购买批量：主要是现场购买，从而获得一定的优惠。

2、主要顾客与一般顾客的区别：主要顾客是经常来光顾店内生意并且会带好友过来的，一般客户流动性比较大，来的不频繁，对待主要客户，我们得采取一系列优惠措施从而与他们保持良好的关系，建立深厚的信任感，对待一般客户，我们得用我们的服务，把他们发展成我们的主要客户。

(三) 我们的顾客在哪里购买我们的奶茶？

在店内直接购买或者网购。

(四) 我们的顾客什么时候购买的奶茶?

1、季节差异：基本没有季节差异。

2、促销活动的影响：增加知名度，提高销量。

(五) 我们的顾客为什么要购买我们的奶茶?

1、我们和竞争者奶茶带来的利益：奶茶是很受欢迎的一种饮品，快速、美味让它成为大众喜爱的饮品。

2、在购买时，消费者的支付方式：在店内购买时，直接付款，网上购买时，采用网上支付。

3、消费者希望与我们或竞争者保持一种紧密联系吗？或者他们只喜欢一手交钱一手交货？

(六) 为什么潜在客户还没有购买我们的奶茶?

1、潜在顾客哪些需求我们奶茶没有满足？

知名度小、较远地方的客户我们采用的是达到一定价格才会送上门，所以位置离我们远的可能没办法送货上门。

2、竞争产品有哪些特点、利益或者优势，使得潜在顾客选择使用他们？

3、在哪些方面阻碍了顾客选择我们的产品？

因为我们店的地理位置较好，所以租金较贵，所以我们的价格相对来说较贵一些，这可能阻碍了一部分顾客选择我们的奶茶。

4、有多大可能性可以使潜在顾客购买我们的产品？

我们可以提高知名度，做好宣传，以及通过口碑相传，让老顾客

带朋友过来，让潜在顾客选择我们的产品还是有很大的可能性的。

四、内部环境分析

(一)营销目标和业绩：

- 1、打开市场，提高我们店在这一块的知名度。
- 2、完成每天固定的销售额。
- 3、与客户保持良好的联系。

(二)我们的营销战略在销售额、盈利能力和沟通等目标上的表现如何？

我们的营销战略主要是前期听过宣传，提高知名度，吸引顾客来我们店参观和消费，后期我们通过老客户的口碑相传来巩固我们的地位，也通过他们带来更多的新客户。这种战略有利于我们的销售额，能很好的实现盈利，与客户的沟通和交流更是必不可少。

(三)与业内竞争者相比较如何？

首先，优势：我们新店开张，一系列的优惠活动会吸引大批客户，其次，我们通过自己的人际关系，可以有效的帮忙宣传，并且节省一笔宣传费。

劣势：刚成立的店，客户对我们持有很多怀疑态度，并且有些客户习惯在以前的店消费，很难改变他们的习惯。

(四)店内现有与未来资源

1、公司现有的资源状况如何？

财务：除掉之前的所有费用，还有 3250 元可以用来买原料。

资本：店内现有的各种设备。

人员：一个店长，三个店员。

经验：之前在其他店认真的学习过管理和经营的经验。

与供应商和客户的关系：保持一个长久和紧密的合作关系。

2、这些资源在近期会怎样变化？会让店变得更好还是更差？

财务规模会越来越大，人员也会越来越多，经验会越来越足。但是设备会越来越旧，所以对设备的爱惜和维护是我们应该注意的。

(一) 营销目标

1、详细的可测量的结果：计划在半年内回本，共 30000 元，加上每个月我们的人工费，每人 1000，所以每个月我们至少需要 9000 做的业绩，平均一下，每天至少 300 的营业额。

2、完成的时间：计划在半年内完成。

3、负责执行的单位和个人：由我们组的几个人一起完成和执行。

4、与 swot 的关系：利用 swot 矩阵，制定合理的销售。

五、营销战略与战术

(一) 目标市场(工大以及工大周边地区)

人口统计特征：人流量大。

地理特征：在大学周围，人流量大，而且固定。

心理特征：物美价廉。

基本需求和利益需求：主要是做主食或者饭后消遣。

购买与惠顾特征：购买量较大，忠诚客户较容易获得。

消费特征：消费水平普遍不是很大。

对选择这一目标市场的论证：虽然整体消费水平不是很大，但是

(二) 营销组合策略

1、营销组合策略(针对目标市场)

(1) 产品

产品的主要特性与利益：我们奶茶包装较特别，味道好，所以定价相对来说会高一些。

与竞争产品的不同之处：第一、我们推出了很多款竞争者没有的套餐。第二、我们有一个店面，可以让消费者进店里消费，并且还有其他多种水果或饮料。产品的各个层次和包装：不同价格的产品在味道、包装上面均不一样。

(2) 价格

产品的单位成本：一盒奶茶成本在 3 元到 4 元不等，根据不同的产品成本不同。定价目标：平均每盒奶茶赚 5 元钱左右，所以，奶茶定价在 8 到 22 元之间。

(3) 促

(三) 主要顾客和竞争者的反应

1、顾客与竞争者对营销组合策略可能会有什么反应？

顾客可能会对我们的促销策略感兴趣，从而加大购买力度，竞争者肯定会采取类似的竞争策略来和我们保持竞争。

2、营销组合策略怎样使我们在满足市场需求的同时获得竞争优势？

首先，我们得用我们产品的特色来征服顾客，其次，不断增加我

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/538063056125006117>