

咖啡店的创业计划书范文（11 篇）

咖啡店的创业计划书范文（精选 11 篇）

咖啡店的创业计划书范文 篇 1

一、确定经营内容和目标消费群体，选址、选址、再选址。

1、 选址是咖啡店投资中至关重要的一件事。如果你已经决定做咖啡店的投资，那么，紧跟其后的另一项工作就是踏破铁鞋去寻找最佳经营位置，通常我们会要求投资人选址，选址，再选址。因为接近那些支持你生意的顾客至关重要，他们是你生存的基础。在你选址的时候，数数那里的顾客，和附近商家聊聊，了解一下那里的情况，什么时间客流较大，来此消费的都是些什么人。

2、 要确定咖啡店的经营形式，是纯咖啡馆，还是咖啡+简餐（酒水）的咖啡吧。如果是含简餐或酒水的咖啡吧，建议标准营业面积在 80~140 平米为宜。

二、给店面起名、设计店面标志、店面形象设计方案（装修方案）

1、吧台设计、厨房设备及机器定位上有考量的基础。

2、座位数、经济规模（坪数）。

3、形态：是纯咖啡馆或简餐咖啡复合餐厅。

4、 价位：平价、中价位或高价位，要有明确的价格带设定。

5、 服务方式：自助、半自助或全服务。

6、 主客群预设：上班族、家庭…。

7、 确定装修方案

三、准备为设备投资，搜集各种规格的设备资料。

1、 咖啡机

2、 磨粉机

3、 滴滤咖啡机

4、 水处理设备

5、 奶缸

6、 温度计

7、 压粉器

8、 其他：勺、量杯、计时器、香料瓶、奶油发泡器、摩卡泵、清扫刷、咖啡杯。

9、 耗材包括：奶制品、香味糖浆(果露)、纸制品、吸管等

四、在工商、卫生、消防、税务部门登记、注册。

五、计算启动资金。

1、 了解房租承受能力，物料成本比率，其它成本分析，投资报酬率与预想的差距，投资额设上限，装修费用。

2、 硬件：你需要购买厨房设备、磨咖啡豆滴机器、供客人

使用滴用具，为喝咖啡而提供的背景音乐所需的音响系列(可好可坏)、家私家具(某个角度代表一个咖啡厅滴文化氛围) a、咖啡机(双头)：28000～80000 元 b、磨粉机：5000～6500 元 c、滴滤咖啡机：800～8000 元不等 d、水处理设备(过滤掉水中的杂质和怪味，保证咖啡的味道)：200～800 元 e、奶缸：用来热奶或做奶沫。32 盎司奶缸所盛牛奶和奶沫，可供制作两叁杯咖啡。 f、温度计：测奶温，可保证制作的饮料味道和质量上保持一致。 g、压粉器：用来将咖啡粉压实，在煮咖啡时使用。 h、其他：勺、量杯、计时器、香料瓶、奶油发泡器、摩卡泵、清扫刷、咖啡杯。 i、耗材包括：奶制品、香味糖浆(果露)、纸制品、吸管等

3、 员工成本：准备请多少服务员、领班、厨房相关人员(取决你的咖啡厅需要经营多少项目)

4、 产品进货成本：根据你和供应商滴关系，你能拿到什么样的政策，成本亦不同

5、 推广成本：是否需要推广，准备借用什么资源去推六、购买咖啡机设备：咖啡机、研磨机等。

六、设计咖啡单。

七、寻找咖啡供货商、奶制品供货商、调味品等食品的供货商，其他非咖啡饮料、纸制品、器具等的货源。

八、制定营销计划，聘用员工、准备培训材料。

1、员工制服、薪资条件、公司登记、食材厂商找寻、价格确定、杯盘选择、第一次进货量

2、研发新产品

3、.完善的店务管理计划

4、策划行销活动计划

九、备好库存，准备开业。

常见情况处理：客人们会告诉您咖啡太苦、饭太硬、装修很漂亮但冷气太冷、烟味太重、厕所太脏、服务人员很美可是不亲切、可不可以外送等；再来是：吧台手要请假、厨师要轮休、外场服务人员忘记开单跳单，而您已经累得半死时闭店还要回来收钱、明天谁休假您又要代班、月初缴房租、月中发薪水、给货款、又要订货、兼开发新产品……开一家咖啡馆很容易，只要有经费预算就可以，但经营咖啡馆很难，要成功需要许多条件(说成功太严肃，存活下来或达损益平衡)，因为咖啡馆开支项目多、报酬率不高，稍有几项支出不慎就很难维持损益平衡，资金不充裕者，更要小心。

咖啡店的创业计划书范文 篇2

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择，因此，对于创业者来说，能够开一家咖啡店也是不错的选择。

一、公司基本情况

(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、浪漫环境而且提供方便(主要提供咖啡、茗茶、各类小点心等)，还提供在校大学生兼职，以满足文明大都市人们追求精神需要提供优质服务。

(九)经营宗旨：往昔之音咖啡厅旨在为所有顾客提供一个放松、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提供中外各式经典咖啡，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

格提供最好的服务”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，你可以周围的秀丽风光，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提供方便。

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，为员工提供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：有选择地参与一些温情、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，我们可以为其提供他所熟悉和满意的服务。有时，不用他们自己开口，就已经把他们所需的产品送至他们身边。

三、行业/市场分析

随着人们的生活水平在不断提高，咖啡这种西式饮品正在被越来越多的国人所接受，随之而来的咖啡文化正充满生活的每个时刻。咖啡不再仅仅是一种饮料，它逐渐与时尚、品味紧紧联系在一起，体现出高品质的现代生活；或是交友谈心，或是商务会谈，或是休闲怡情，尽在一杯音乐弥漫的咖啡中。如今，在国内的许多大城市，咖啡馆已经不少见，许多年轻人成了咖啡的热情拥护者，咖啡消费在中国城市里，平均每人每年的咖啡消费量是 4 杯，即使是在北京、上海这样的大城市，每人每年的消费量也仅有 20 杯。而在日本和英国，平均每人每天就要喝一杯咖啡。日本和英国都是世界著名的茶文化国家，目前已经发展成了巨大的咖啡市场。拥有强大茶文化的中国具有广阔的咖啡消费潜力，正在成为世界上最大的咖啡消费市场。在国内许多大中城市咖啡专业场所

数量每年在以 30%左右的速度增长。正因为中国咖啡市场处于起步阶段，中国咖啡消费增速惊人，这意味着一个巨大的机遇已经降临，意味着有更多的机会，更大的利润回报空间。未来几年中国有望成为全世界最具潜力的咖啡消费大国。总体来说，由于中国市场巨大，咖啡消费增长前景看好，中国在世界咖啡业扩大需求的总战略中占据重要地位。本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、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。

咖啡店的创业计划书范文 篇 3

一、 项目战略

(一) 创业环境

在各类人群较集中的南大街附近开一家具有特色的咖啡厅，提供各个档次的咖啡和糕点，让学生、普通工作者、白领等都能找到合适自己消费水平的咖啡；提供优雅独立的包间，让情侣或谈业务的人有自己的私人空间。

(二) 自身的优劣势

1、优势：

(1) 自己家从小经商，从小懂得怎样经营商店，不畏惧陌生人，可以较好的与他人交流。也接受了多年的基础教育，有相对完善的基础知识和人格。

(2) 大学生是最具创新精神的人群之一。我们大学生往往对未来充满希望，有着年轻的血液、蓬勃的朝气，以及“初生牛犊不怕虎”的精神。

(3) “政策优势”是我们的优势之一，有政策的倾斜与支持，比如贷款优惠，减免税收，法律保护等等，是我们大学生顺利创业的一大保障。

(4) 我家店附近经营过一家咖啡厅，对经营模式，以及各种人群的需求有一定的了解。同时自己很喜欢和咖啡，会品咖啡。

(5) 在校四年，在许多专业有些志同道合的朋友，可以组成创业团队。每个人都会有自身的优势，这样就在创业团队组建是可以产生协同优势。因为有一定的感情基础，所以相对来说，团队的稳定性更好。

2、劣势：

(1) 急于求成、缺乏市场意识及商业管理经验的缺乏，虽然掌握了一定的书本知识，但终究缺乏必要的实践能力和经营管理经验。此外，对市场营销等缺乏足够的认识，很难一下子胜任企业

经理人的角色。

(2)综合素质较弱。首先，缺乏管理、法律和风险投资知识。虽然在学校看过一些管理方面的知识，但对于人事管理、资金财务管理、物资管理、生产管理和市场营销管理、经济法、税务、知识产权法等知识相对较为缺乏。

二、市场分析

(一)咖啡行业现状分析

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。

(二)市场调研

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。

咖啡店的创业计划书范文 篇 4

我很喜欢咖啡，从 20__年开始接触咖啡，从速溶喝到意式，从意式喝到单品。中间经历了很多，也学习了很多。而有创业做咖啡馆的想法，要从 20__年说起。

20__年我辞职了，受够了每天 9106 的工作，决定创业。因此把创业的核心业务瞄向了我一直喜欢的咖啡行业。

在创业之前，也有了一番规划，准备去咖啡馆进行打工学习，主要学习的内容包含几个方面：

- 1、开店、闭店整套的流程
- 2、各类饮品、餐品的制作及规范
- 3、销售及销售话术、收银
- 4、盘点、对账
- 5、客流量观察及客户群体观察

以上这几点，是在初期就已经确定好要重点留意、学习的内容。

确认了学什么，之后就是选择什么样的店去学习。

我调研了北京的大型连锁店，这里包含 **Costa**、星巴克等大牌国际连锁店。也调研了各种调性的私人咖啡馆。最后综合了一下，选择了 **Costa** 作为我工作学习的地方。

为什么选择 Costa ？

1、个人开店，主要以半自动意式机为主，Costa 使用半自动咖啡机，星巴克等连锁品牌使用全自动机

2、个人主观，一开始就不喜欢星巴克这品牌，个人的调性更喜欢私人咖啡馆或 **costa** 这种

3、星巴克的品牌营销及整体销售策略一直是独领风骚，因此我更想知道一直万年老二的 **Costa** 是怎么做的，为什么一直不如星巴克。

学习一年的感悟

开咖啡馆很多人觉得就是一间店，一杯咖啡，一本书。与熟悉的客人聊天，给他做一杯咖啡。这就是咖啡馆老板的生活。

但现实很残酷。这一年的时间让我完全懂得了一间咖啡馆的运营，不是阳春白雪的事儿。它更加现实，也更加残酷。

从打杂到咖啡师

这一过程持续了将近 2 个月。这 2 个月，你只能打扫卫生，从基础做起。与星巴克不同的是，**Costa** 有堂食杯，杯子很高、很大。多年不干这些活儿的，初次干还真有点心理紧张。

在大堂，主要负责收拾各种堂食的盘子、杯子和垃圾。

擦桌子、扫地。补充纸巾、糖包。收拾垃圾桶、刷碗。甚至还要帮助出品岗的同事补充物料。

说白了就是，打杂的体力活。

第二个月，店长问我更想做什么，我答：“咖啡师”。自此，开始了我的咖啡师之旅。

大型连锁店的好处就是，所有出品有严格的要求，并且有师傅带。上来先做咖啡是不可能的，需要背配方。热饮、冰饮的每个杯型的配方都不太相同，因此综合算下来有 50 多种饮品需要背熟。而遇上特殊节日，还会单独推出节日饮品并且每年的节日饮品都不相同。也会增加记忆的难度。

我所在的店，是一家老店，周围都是写字楼，包括松下、甲骨文这样国际知名的外企公司。因此是有不错的咖啡消费基础的。这也使得店内的出品数量比较大。

每天的饮品销售量大概就要 300 多杯。而外带与堂食出品要求是不同的，因此每个班次下来，几乎是脑袋懵懵，手也会有无力感。

即便如此，每月 26、7 万的流水，依旧会出现连续亏损的情况。这个现实，让我第一次对咖啡馆的经营有了新的认识，让我内心里有了一丝犹豫。

为了开店做了哪些准备？

为了开自己的店，在上班学习之余，还在做自己的计划。包括几个部分：

1、市场调研

调研分几个方向，有数据才有真相，这些是实践的基础，具有很大的参考价值：

消费者群体观察：根据你想服务的对象，寻找你的服务对象可能出现的地方，进行观察，记录。

开店相关手续：营业执照、食品卫生、消防等手续的办理流程及需要的资料。

成本调研：主要是房租价格、设计装修、设备等价格调研

进货渠道：能找到进货渠道，了解批量进货的渠道以及物料价格

2、经营模式

对自己想开的店进行规划，是要开一家风格鲜明的门店，还是一家半开放的工作室。又或者是一家网店？

3、预算

创业，尤其是大部分草根创业者，可能都是拿着自己工作多年的积蓄或者跟父母借来的钱进行。因此，做预算是很有必要的。所有的一切，都应该围绕你的预算来进行。

预算主要包含：房租（按经营 2 年的时间计算）、设备、装修、物料、损耗、煤气水电物业费、备用金

4、开店位置

开店位置，需要综合自己的预算、经营模式来确定。比如你总预算只有 40 万，那么写字楼底商、商业街就跟你无缘了。千万不要跟自己的预算与定位拧巴。否则出师未捷身先死！

4、菜单

菜单，就是你即将开店要售卖的产品列表。通过这些产品的设计，可以帮助你核算成本。以及帮助你计算销售价格，可以提前预估出盈利需要达到的营业额，这有助于帮你决策是否要开店，或者是否要把店开在这里。

为什么最后放弃？

总体来说，中国的咖啡市场，南方的环境整体好于北京。上海是最好的地方之一。但之所以选择在北京开店，原因很简单。我在北京生活，无法抛离家庭，因此不可能跑去别的地方。

另外一点，多年的资源或者说人际关系都在北京，如果在当地都没法成功开店，还能指望异地作战能够成功吗？

当然，最重要的，作为一个草根创业者，资金有限，通过这一波猛如虎的操作，最后发现，自己开不起。

为什么开不起？这是当时简单拉的单子

一个 60 m²的小店，就已经需要 80 万的资金，对于我这种存款只有 30 万的人来说，明显没法干。

而我的原则有两个：

1、不贷款

2、不借钱

所以，很自然的这次开店计划破产了。现在我也庆幸当时没有头脑发热的 **All in** 。但是开店这件事儿，一直没有放下，只是用更多的时间去沉淀自己，整合资源，准备好能准备的一切，提高最后的成功率。

送给创业同胞的几句话

1、不要盲目乐观，不要盲目冲动

2、紧扣预算，计划先行。所有超纲的事儿不要做，或者砍半做。

3、坚决不要 **All in** ；坚决不要借钱、贷款。

4、如果一件事儿太大，考虑是否可以将一件大事儿拆分成 **N** 多个小事儿，从小事儿做起是不是更容易一些？

创业是一个需要砥砺前行的事儿，但是在努力拼搏时，还是需要筹划，灵活机动。祝愿所有在创业道路上的朋友们，一切顺利。

咖啡店的创业计划书范文 篇 5

咖啡屋位于大学城的广外，与北校区的云山咖啡屋有着一脉相承的关系，但都作为广外大的一道风景。与北校区所不一样的是南校区有着更广阔的市场。在格调方面，云山水榭咖啡屋仍为

温馨浪漫的风格，为顾客供给优质的服务，给顾客最好的享受。咖啡屋面向的消费群体主要是本校的学生及教职工人员，同时也面向大学城各高校的师生，学生家长及参观人士

咖啡屋内食品初期定位于中等价格水平，因为研究到大学城内多为大一新生，消费意识不强，所以我们在价格方面会研究得较全面，多推出大众价格的饮品；当大学城逐渐完善，学生层增多时，逐渐将咖啡屋的格调提升到中高层次，增加高格调的消费产品，同时保证价位的平衡，在不降低咖啡屋格调的前提下尽量满足各种档次的消费需求

咖啡屋将划分一部分区域进行书吧式服务，在那里供给一些比较时尚的或畅销的书籍，但对在这部分区域进行最低消费的设置，以保证成本的回收

管理理念。

尊重餐饮业人员的独立人格。

下管一级：上级对下级进行规划管理，下级应服从上级的工作指导，尽力完成上级发放的任务

互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也能够向上级提出自我的意见或见解

营造团体氛围：既要上下属感受到咖啡屋纪律的严明，也要关怀员工，让员工感受到来自团体的温暖，有利于加强凝聚力，

提高工作进取性

公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干
部门设置与职责。

店长：

店长负责综合协调和管理店内各部门工作，督促员工工作，同时理解学校的监督，做好咖啡屋与学校的交流工作。工作资料：督促各部长及员工的工作，鼓舞员工的工作热情，听取员工的意见。综合决策各种工作的运行。代表咖啡屋与学校进行交流，向上反映员工的意见及要求，向下传递学校所要求的工作

行政人事部

主要职责：

人员到职与离职的相关办理

各类人事资料的汇总，建档及管理，员工档案资料管理

员工请假，调休假作业，出勤状况，稽查，统计作业

员工考勤，督导并薪资核算

对本店各项工作的纪律检查

做好每次会议的会议记录

做好咖啡屋每次招待知名人士的经验记录，以便下次招待借

鉴

协调本部门与其他部门的联系

人员分配：本部设正，副部长各 1 名，档案管理员 1 名

薪酬制度：记时工资制。

不一样类型的工作人员时间上的薪酬不一样；采用此制度比较灵活，能够准确地记录各个工作人员的工作时间，准确地计算出职工的工资

工作轮班组织：固定单班制

在一开始的人员招聘中，我们首先会搞清楚每个应聘者的空闲时间段（包括每个星期中哪一天及这一天中的哪个时间段有空）然后根据时间段确定一个星期中每一天的工作人员。

咖啡店的创业计划书范文 篇 6

1、咖啡行业历史背景及现状分析

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。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。 20__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。

2、企业说明——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。

18-25 岁消费者认为每瓶咖啡产品最合适的价格

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、部门设置与职责

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：

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。

咖啡店的创业计划书范文 篇 7

一、创业理由

由于现在人生活节奏越来越快，竞争越来越激烈。人们的精神压力也越来越大，每天不多的闲暇时光里，能有一个安静舒适的位置，坐下来喝一杯饮料，和朋友聊聊天，放松一下自己，已经成为越来越多的人们的选择。

而在这样的情况下，咖啡厅无疑正是一个不错的选择，有需求就有消费。咖啡厅的格调，咖啡的味道，以及咖啡店里配上的轻扬音乐。都使咖啡厅能够很大程度上的缓解人们的压力，给人们带来舒适的感觉。而年轻点学生一族，无疑也以喜欢这种浪漫的气氛。

但是高档咖啡厅消费过高，并且也不适合大多数人短时间的闲暇享受，并且不能很好地满足一些客人迅速外带的需求。所以小型咖啡厅更能满足大多数人对于咖啡厅的需求。

二、地址选择

咖啡厅的选址，应该在学校，公司，企业较集中的地方附近。选址不宜在太过张扬的闹市，而里闹市不远的一些不偏僻的街道，就可以满足需求，在减少房租成本的同时，并不会影响客流量。

三、店面装修

小型咖啡厅的装修应该采用卡座形式，和大多数冷饮店一样，但是又需要一些不同。来咖啡厅消费的群体，多数需要一个相对安静的环境，可以和朋友聊天说话而不受其他客人的影响，所以应该装成一个个隔间用木板，帘子隔开。座位要舒适，整体色调不要太暖，不能让客人感觉到热闹。要让客人达到放松的效果，不管是身体还是心理。

卡座可分为 3 大类，单人卡座，情侣卡座和多人卡座。单人

卡座方便一些单独来的客人找到自己的空间，情侣卡座则适合大多青年情侣的需求，而多人卡座可以则可以给客人提供集体消费，放松，以及讨论的空间。

整体光线不应太强烈，也应该避免阳光过于强烈的地方。

总体大小控制在 100 平米左右，太小了容易给顾客压迫感，太大了容易造成空间的浪费，也不利于节省成本。

四、员工选择

小型咖啡厅雇人不需要太多，4 人 3 班次再加一个店长即可，不适合用临时人员，但是可以有 1-2 个长期兼职，兼职以学生为主，主要负责周末的工作，既有利于周末员工的休息，减轻员工压力，也能给在校大学生提供岗位，同时兼职员工也能减少运营成本。但是兼职员工选择需要谨慎，一定要长期。不然可能增加员工培训成本，起到相反的作用。

员工着装需要统一，态度要好，面带笑容。女员工不应画太浓的妆。需要要求标准普通话交流。

五、主要客户

咖啡厅消费群体不固定，同时消费群体也足够广，每一个阶层的人都有可能成为咖啡厅的潜在顾客，但主要还是以学生和青年白领为主。

六、店内产品

咖啡厅的产品应该包含饮料，和一些精致的现烤食品。

饮料的选择，有咖啡和鲜榨果汁。不易有太多的种类，给顾客一个专一的感觉。而且

应有冷热两种选择。咖啡的种类应包含卡布奇诺，拿铁，摩卡，浓咖啡等现下流行的咖啡种类。还需要有一个自己的招牌咖啡，增加自己咖啡店的名气，也给一些没有特定咖啡消费指向的顾客一个容易接受的选择。同时有外带和店内消费两种选择，店内消费使用精致的咖啡杯，不同种类咖啡使用不同的餐杯，外带则应该采用统一的带有小店 logo 的外带纸杯，提高咖啡店的知名度。

而食品类则包含现烤松饼，现烤小蛋糕，巧克力蛋糕等精致的食物。不易有主食，小型咖啡厅主营目的为为客人提够一个闲暇的休息时光，用来放松，和交流。不应是自己成为吃饭果腹的地方。虽然损失了客人吃饭的消费，但是可以让更多的客人产生认同感，带来更多的饭后客户，以及全天不限时的营业时间。同时避免客人对咖啡店产生杂乱，不专业的厌恶感。

同时店内应有 wifi 提供客户工作或者娱乐。

咖啡店的创业计划书范文 篇 8

一、项目战略

第一章：计划摘要

- 1、店名：时尚 **DIY**咖啡屋
- 2、产品范围：**DIY**、蛋糕、巧克力、奶茶、卡布奇诺
- 3、市场范围：白领人士，年轻人市场
- 4、营销策略：写字楼、高校周边商家加盟
- 5、经营方式：顾客 **DIY**制作，员工指导模式
- 6、市场现状：竞争优势明显，市场前景广
- 7、组织管理模式：店长责任制
- 8、财务计划：前期投入 2 万，一年成本 2 万
- 9、资金需求量 4 万元每年

第二章：咖啡屋创业计划书项目介绍

一、宗旨：时尚 **DIY**甜品是针对年轻人个性追求应运而生的新型自制式商店，目的在盈利同时也满足白领人士及年轻人市场的需求。

二、店面简介：

店面是类似于 **KFC**同时又与冰激凌站点相同的新型店面。是一个全面的一站式自制屋。

三、店面战略：

参与市场竞争，同时注重环境卫生，选择相对安静同时有一定人流量的地址。以价优物美，随心自制为原则，为顾客提供优质服务。

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/677030062064006061>