

营养早餐创业计划书三篇

篇一：营养早餐店创业方案策划书

营养早餐方案调查策划

队名 XXX

班级 XXX

组员：

20XX年 XX月

目录

一.....可行性分析

二.....选址分析

三.....调查策划

四.....战略策划

五.....产品策划

六.....定价策略

七.....开业及宣传

八.....后期维护

九.....总结

可行性分析

1、早餐的现状

随着人们生活节奏的变快，早餐本应在我们的生活中得到重视的事情，却越来越被人们忽视，特别是在我们学生中也出现了一些不合理、不健康的早餐现象。根据营养学家的调查发现，目前还有很多人没有养成吃早餐的习惯或是吃早餐过于随意。而其中这些人不吃或者随便吃早餐的原因几乎都是没时间。

不少人早餐习惯吃馒头、油炸食品、豆浆。也有人吃些蛋类、肉类、奶类。虽然上述食品富含碳水化合物及蛋白质、脂肪，但均为酸性食物，酸性食物在饮食中超量，容易导致血液偏酸性，引起体内生理上酸碱平衡的失调，还会出现缺钙症很多上班族早晨起来，喝一大杯牛奶，煎一个鸡蛋，吃一些肉片，拿上一个水果便匆匆冲出了家门，感觉起来这样的早餐营养还不错。但营养专家指出，如此搭配，蛋白质、脂肪摄入量是够的，但却忽略了碳水化合物的摄入。

营养学家指出，科学的早餐应该是结构均衡的早餐，其蛋白质、脂肪、碳水化合物的量应该是一个合理的结构。而其中，碳水化合物是基础，这一点很多人都认识不到。

随着现代人们生活水平的提高和生活节奏的加快，早餐的消费量在逐步攀升，大众消费意识强，缺乏规模化生产、产品单一、无特色、

无卖相、不讲究口感及营养、服务态度差、缺乏品牌保障、缺乏有效管理等现状，已经远远不能满足百姓生活需求。

2、市场现状

目前市场上的中国传统的早餐店存在所能提供得到早餐大多种类单一，营养搭配不和谐，而且大多早餐店用餐环境差等问题。

一些洋早餐店的基本情况是种类依然单一，而且价格普遍过高，大家基本无法接受，只有很少一部分人在吃早餐时选择。

3、对早餐的认识

目前就早餐现状基本情况是老年人大多吃传统的中国早餐...粥,豆浆,之类的; 中年人,尤其是有家庭孩子的,以超市的面包牛奶为主; 青年人和上班族很多没有吃早餐的习惯,而在校大学生则吃食堂早餐和超市里德面包零食之类的东西。

4、市场前景

20XX年在落后的墨西哥有 3 万家营养早餐吧! 创造了一年 5 亿美金的营业额，震撼了全世界。相对于西式快餐提供的高热量、高脂肪、高胆固醇的酸性饮食，我们以微量营养素搭配生鲜食材的高营养、低热量碱性饮食。将是一个具有独占市场与领导地位的健康饮食方式。

目前在台湾五年不到已有超过 1100 家营养早餐店，台湾的目

标是要把早餐店进驻到每一个小区。专家预计营养快餐行业将成为中国的黄金产业，据统计中国现有年消费额达 40000 亿元的市场空间，并以平均每年 16% 以上的增长率不断增长。在中国庞大市场的商机下，我们引进了在台湾成功的经验导入中国市场，以中国人口比例和人民经济能力不断提升并对健康也愈来愈重视，中国未来的市场一定远远大于台湾数十倍以上。

近年来，西式快餐在我国飞速发展，据最新调查显示，城市人口中有五分之三的人爱吃西式快餐。麦当劳、肯德基已经家喻户晓，但营养早餐却迟迟没有出现…… 开一家麦当劳、肯德基的基本费用都在 500 万元以上。

截止到 20XX 年 3 月，全球范围已超过五万家此类功能性营养早餐店。目前我国温州福建地区已有 100 多家，深圳 30 多家，上海近 20 家，营养早餐店，其他城市也迅速拓展当中。

吃好早餐的重要性越来越得到人们的重视，对早餐的要求越来越来，顾客不在简简单单满足于吃饱，更要求吃好、吃出营养、吃出健康、吃出个性。与传统早餐店相比早餐店无论是服务、环境、还是种类都全面超越，不管是有怀旧情节的人群，还是追求个性、新潮年轻人，同时还是对质量有高要求却时间紧迫的白领我们都可以满足其不同的需求。

营养早餐拥有空白的市场，广阔的前景，在加上近年来养生、长寿等观念越来越得到人们的接受和重视，加上政府等对早餐工程等的宣传，吃“好”早餐必定会得到越来越得到人们的认可和欢迎。而营养早餐具有低投入，对铺面要求较小，高客流，利润高，回收开，风险低等特点，无需真正的大厨，所以我们认为开一家营养早餐店可以获得成功。

选址分析

古人云：天时不如地利，充分强调了地利的重要性。尤其是开早餐店这一类的餐厅，地理位置的优劣更加显得重要。人们把地理位置好视为餐厅赚钱的第一要素，这是有道理的传统的商业规律是“一步差三市”，足以说明选址的好坏直接影响餐厅的盈亏。

1、我们在经过调查分析后认为选择店址重要性主要体现在以下几点：

1)、地址选择是一项长期性投资

餐厅不论是租赁的，还是购买的，一旦被确定下来，就需要大量的资金投入。当外部环境发生变化时，餐厅的地址不能像人、财、物等其他经营要素一样可以做相应的调整，它具有长期性、固定性特点。因此，对餐厅地址的选择要做深入的调查和周密的考虑，妥善规划。

2)、地址选择是对市场定位的选择

地址在某种程度上决定了餐厅客流量的多少、顾客购买力的大小、顾客的消费结构、餐厅对潜在顾客的吸引程度以及竞争力的强弱等。选址适当，餐厅便占有了“地利”的优势，能吸大量顾客，生意自然就会兴旺。

3)、地址选择反映了服务理念

地址选择要以便利顾客为首要原则。从节省顾客的购买时间、节省其交通费用的角度出发，最大限度地满足顾客的需要。否则就会失去顾客的信赖和支持，餐厅也就失去了存在的基础。

4)、地址是制订经营战略及目标的重要依据

餐厅经营战略及目标的确定，首先要考虑所在区域的社会环境、地理环境、人口、交通状况及市政规划等因素。依据这些因素明确目标市场，按目标顾客的构成及需求特点，确定经营战略及目标，制定包括广告宣传、服务措施在内的各项促销策略。事实表明，经营方向、产品构成和服务水平基本相同的餐厅，会因为选址的不同，而使经济效益出现明显的差异。不理睬餐厅周围的市场环境及竞争状况，任意或仅凭直观经验来选择餐厅地址，是难以经受考验并获得成功的。

2、所以餐厅选址应考虑的因素主要涉及地理、经济、市场三个

基于以上的分析，我们在经过实地的调查和分析后，我们决定在北辰大道与北辰南路的交叉点这个路口开设店面，而原因主要有以下几点：

1)、这个路口交通便利，无论是步行还是开车都要经过这里，而且公交车站距离这里也只有几十米的路程，客流量很大，路面广大，停车很方便，所以无论是步行，坐公交车还是自己开车都能很方便的在这里就餐。

2)、这里是密集的住宅区，附近小区众多，人口密集，凤凰城，北辰小区，金实小区都距离这个路口只有十几到几十米的距离，还有其他校区也都距离不远，居民们过来都很便利，而且附近还是金实幼儿园，云大附中北辰校区等学校，学生客流也很多，而麦德龙大型超市就在对面的路口，前来购物的客流也很方便能过来。

3)、这里已经属于新兴但以成熟的住宅小区区域，各项基础设施建设基本都已经建设完毕，路面房屋等规划都以完善，很长的一段时间内格局不会有所改变，所以在这里开餐厅也不用担心会经常的修路拆迁等等工程建设。

4)、这片地区由于是住宅区，所以餐饮店很多，但是早餐店基本都是传统的面点店，所以同类型的竞争几乎没有，而且由于附近有众多不同服务不同风味的餐饮店，随意这一片区也是公认的饮食地带，

慕名而来的客流数量也相当大。

5)、这一片区是新兴的住宅小区区域，所以来这附近投资开店的人数众多，这一片区经济发展速度迅速，前景也很好，距离这片区域的商业中心财富广场也很近，但地价却比财富广场要低好多，所以实际上店面在这里比在财富广场更加实惠。

6)、这里基础设施完善，绿化面积广大，这个路口的绿化很好，树木众多，即使有大量车辆经过也不会导致大量灰尘的出现，而且旁边还有电信局，移动大厅，农行，交行等，前来办事的人都要经过这里。

基于以上的所有分析，所以我们最终决定选择在北辰小区凤凰城开店。

调查策划

1、昆明北辰小区凤凰城具体情况分析

1)、小区地理位置分析：

北辰小区（包括凤凰城和财富广场）是北市区最繁华地段之一的新区，与她毗邻的有江东丽景园、江东鸣翠园、江东商业街、金兰水榭、水印人家、鑫源小区、金实小区、云锡新区、春怡小区、江东花城、金安小区也紧靠这地段，还有菠萝村、任旗营、小庄三个规模较大的新村。这个片区基础设施完善，公共建筑齐全，电影院，

超市，商场，学校的一应俱全，住宅建设成型，形成规模，道路路网格局形成。同时昆明市区的交通主干道北京路及其延长线与主干道北辰大道交叉而过，交通便利。

2)、小区人口结构分析

在这一地段附近居住和流动人口约 28 万，大约每 5.1 平米就有一个人，并且附近还不断有新的小区在建设，人口每年都在增加。其中小区中居住大部分居民都是白领工薪阶层，年轻人占大多数，同时还有许多外国人在这附近的小区定居，傍晚在财富广场上散步时都能时不时看见一些外国人小孩在玩滑板。

3)、小区消费水平分析

这一片区是昆明市住宅区去最有活力的新区，由于环境好，基础设施完善，交通便利，所以小区房价处于昆明市总体房价的上层到最上层阶段，居住的居民普遍消费水平都较高，即使和市中心相比较也不逊色，随着物价水平整体的上涨，消费水平也正在不断提高。

2、自我情况分析：

1)、产品结构：

中西融合。西式：各式鲜考面包，三明治，牛奶，沙拉等。中式：云南本地各式特色早餐，同时引入成都、福建、及其北方地区的特色早餐。同时可以开展外卖，为顾客不同的需求制作不同的早餐，

如瘦身早餐等。

2)、市场调查预测:

该地早餐种类相对单一，外来早餐相对较少且种类单一不齐全，位置相对分散，不能够全面满足顾客的要求。市面上专门经营早餐的店铺较少，且不够专业；同类店铺该地区还没出现，竞争相对不激烈。虽然近年来西式快餐店也推出了如油条，稀饭等各类早餐服务，不过它们价位相对较高，且味道和价格的原因不是人人都能接受，而且种类不够单一，所以吸引力有限。

3)、市场前景预测:

吃好早餐的重要性越来越得到人们的重视，对早餐的要求越来越来，顾客不在简简单单满足于吃饱，更要求吃好、吃出营养、吃出健康、吃出个性。与传统早餐店相比早餐店无论是服务、环境、还是种类都全面超越，不管是有怀旧情节的人群，还是追求个性、新潮年轻人，同时还是对质量有高要求却时间紧迫的白领我们都可以满足其不同的需求。且价格不高，应该可以被广大顾客接受。

3、调查方法

1)、调查方法:

问卷调查法（用于小区居民消费习惯调查）、实地调查法（用于对竞争对手的调查）、文案调查法（小区人口情况调查）

2)、为了调动小区居民的参与热情，本次问卷调查设定为有奖调查，奖品为开业期间提供的营养早餐套餐一份。

3)、具体调查过程分为：街口随机抽查和到居民家中访问调查。

4、调查目的：

1)、小区现存的竞争对手的数量和规模，还有其主要经营早餐的种类和价格，市场定位，顾客构成。评估市场竞争的激烈成度。

2)、小区潜在竞争对手的数量，评估其可能构成的危险。

3)、小区的人口数量，人口年龄结构，人口职业构成，收入水平，消费水平。

4)、小区居民对早餐的重视程度，对吃好早餐的重要性的认知度，以及肯为一次早餐所支付的额度。

5)、为吃一次早餐所愿意花费的时间，以及常吃早餐的种类以及理想的早餐种类够成。

6)、对早餐所含营养成分的要求，对现在的早餐是否满意。

7)、通常早餐的地点和原因，对吃早餐的地方环境等因素的具体要求。

4、调查时间进度：

1)、计划花费 1 星期的时间完成对竞争对手进行调查即完成调查目的 1 和 2。

2)、花费三至四天的时间完成对小区人口结构等环境的调查即调查目的完成调查目的 3, 为选址提供足够的数据支持。

3)、完成上面两个步骤后花费一星期的时间统计分析, 然后基本确定早餐店的位置。

4)、接下来计划花费 1 至 2 星期的时间采用调查问卷的方式到街头和居民家中进行调查, 即完成调查目的 4、5、6、7。

5)、完成这个步骤计划花费 1 到 2 星期的对所调查问卷进行统计、分析、整理, 然后确定主要的经营早餐的主要种类, 早餐店的形象设计和专修方案等具体问题。

5、调查经费预算:

整个调查过程达一个半月, 经费主要用于雇佣调查人员和调查表的制作:

预计调查表 500 份单价 0.2 元共计 100 元

预计调查费用单价 2 元共计 1000 元

6、调查表

编号 ()

您好!感谢你百忙之中抽出时间参与我们的调查。本次调查的目的就是对小区居民吃早餐的习惯和营养搭配做些了解, 以便本店能更好的为小区居民服务。本次调查形式为有奖调查, 凡参与本次调查的

朋友均可以参与免费抽奖，奖品为本店开业期间提供的营养早餐套餐一份。再次感谢你参与的与。

1、基本信息

您的年龄____

您的性别____

您的职业____

您的月收入____

手机号码（便于通知你获奖信息）

你每月为健康的花费金额____

2、早餐部分

您通常吃早餐吗？

是否

不吃早餐的原因？

没时间不想吃没必要不饿

你通常在什么场合吃早餐？

早餐店家中路上办公室

您吃早餐一般占用多长时间？

5 分钟以内 5-10 分钟 11-20 分钟 21 分钟以上

你希望吃早餐占用的时间是？

5 分钟以内 10 分钟以内 20 分钟以内 20 分钟以上

你最常吃的早餐是：

牛奶面包鸡蛋粥花卷馒头包子油条豆浆饼干麦片水果青菜肉类面条
米粉

您愿意为早餐花费的金额：

3 元以下 3—5 元 5—10 元 10 元以上

您觉得自己早餐营养合理吗？

合理不合理

你认为自己早餐缺乏：

蛋白质维生素矿物质碳水化合物脂肪

你有无早餐额外补充营养？

有无

补充什么：

蛋白质维生素矿物质其它无

您觉得早餐对你的健康影响大吗？

大不大不知道

你理想的早餐应当是（选 5 种）：

牛奶面包鸡蛋粥花卷馒头包子油条豆浆饼干麦片水果青菜肉类面条
米粉

衷心感谢你的参与，谢谢！

七、实地调查情况记录表：

编号（）

店名__

经营的早餐种类__

经营早餐具体情况：

店名	价格

战略策划

1、环境分析（SWOT

1)、面临的机会与压力分析

面临的主要机会：

第一，本小区人口多，多以白领阶层为主，消费水平相对较高。

第二，竞争对手主要为一些传统的早餐店和洋快餐店，他们所提供的早餐类别相对单一，且洋快餐价格相对较高。而且就餐环境相对较差。

面临的主要威胁：

第一，竞争对手多。

第二，当地的传统的早餐店因为经营时间长，因此会有一些忠实的顾客。

2)、自身的优势与弱势分析

自身的优势：

第一，所提供的早餐品种和类别齐全。

第二，相比洋快餐价格相对较低。

第三，就餐环境好，就餐者就餐时心情舒畅愉悦。

第四，以营养、健康、养生为主题和卖点易被顾客接受。

自身的弱势：

第一，初到这个小区没有固定顾客。

第二，无法保证产品被广大顾客快速接受。

2、目标的定位

1)、主要任务：

其一提供的产品品质优良；其二周到的服务；其三保证用餐环境清洁卫生；其四让顾客有物有所值的感受；同时努力为顾客服务，使我们的服务和产品得到小区居民的广泛接受和认可。

2)、主要目标：

为早餐店树立良好的口碑和形象，使早餐店的产品和服务享誉周边

几个小区，然后开设连锁分店。

3、市场细分和市场定位

首先把所有顾客分为：老年顾客，中年顾客，和青少年顾客三个类别。

根据不同类别的顾客不同的消费心理特点和不同的需求提供差异化的服务。

1)、中国乃至世界正逐步步入人口老龄化社会。因此，老年人这个消费群体变得越来越庞大，就现在来说老年人的消费还不明显，但老年人收入稳定，所以是一个具有很大消费潜力的群体。老年人特点是怀旧、刻板、在不了解情况的情况下不容易接受新鲜事物。老年人的钱难赚，既要物美，又要价廉，购买欲差，不好“伺候”；消费理性，但作为老年人，就必然受到周围其他中老年人的影响。主要表现为：富于理智，很少感情冲动，精打细算，坚持主见，不受外界影响，方便易行品牌忠诚度较高。

2)、中年顾客作为特殊的消费群体，心理已经相当成熟，个性表现比较稳定，他们不再像青年人那样爱冲动，爱感情用事，而是能够有条不紊、理智分析处理问题。具体表现为：购买的理智性胜于冲动性，购买的计划性多于盲目性，购买求实用，节俭心理较强，购买有主见，不受外界影响，购买随俗求稳，注重商品的便利。由于

中年人的工作、生活负担较重，工作劳累以后，希望减轻家务负担，故而十分欢迎具有便利性的商品。

3)、青少年这类顾客追求新鲜，他们的消费心理表现为：趋同心理、炫耀心理和猎奇心理，与此相对应，其消费行为表现为从众性、符号象征性和个性化。具体表现为，消费成人化，消费盲目化，消费攀比化，消费潮流化，追求时尚和新颖，表现自我和体现个性，容易冲动，注重情感。

产品策划

餐饮行内人说过一句话 餐饮行业，每年的倒闭几率高于 。如何躲过这 20%的几率，让无数餐饮老板伤透了心。连锁餐饮业应该如何打造自己的产品？这是困扰连锁餐饮管理人员的关键问题。

1、我们的早餐连锁店自然也是要想方设法规避这 20%的几率，经过各项资料的查找和全组人员的讨论后，我们总结出以下几点措施：

1)、产品定位要准确

连锁餐饮店的市场定位是企业存在的前提，它可以赢得消费者信赖并使他们成为企业的追随者。只有餐饮店的定位在消费者中形成信任感、信心和影响力时，企业的产品才能给消费者留下印象。

连锁餐饮店营销的最为重要的一步，是把哪一部分人群作为主要目标顾客。定位的变化带来的是策略的变化。用 50 岁人的方式思维就

永远无法吸引 20 岁的顾客。有了目标顾客定位，就能使餐饮店的产品或服务在内容、提供方式和基础设施三个方面，与目标市场上的竞争对手有所区别。一时间百花齐放，各种特色的餐饮店都崭露头角，不同类型的顾客，也都有了不同的选择。作为连锁快餐店的管理者，不要妄想着一网打尽所有的鱼，有舍才有得。产品定位就是取舍的艺术。

2)、要有独家特色产品

大品牌是先让消费者记住品牌，然后慢慢熟悉特色；小品牌是先让消费者记住特色，然后慢慢记住品牌。无论哪个行业，都需要拥有竞争者无法模仿的技术和独特的服务方式，才能让顾客盈门。

3)、推出代表性产品

经常看到有些餐馆的招牌和菜单上，写着经营川菜、粤菜、湘菜等各种菜式，顾客无从判断哪种菜式是这个餐馆最拿手的。

因此，连锁餐饮店要明确自己有代表性的产品，要推出有代表性的产品，使之成为自己的招牌菜和形象产品，借以吸引顾客。待代表性产品成功后，然后再进一步向其他产品扩展。

4)、产品开发系列化

有了代表性产品，连锁餐饮店只是有了形象产品，但这还不够，还需要拥有跑量的产品。餐饮店跑量的产品，就是根据餐饮店的产品

定位，而推出的系列化产品。

在消费文化发达、个人消费的个性化越来越强的时代，不能再用陈腐的传统观念来看待问题，故步自封只能意味着离成功越来越远。

5)、不断要有新产品

总去同一家餐厅吃饭，再好吃的东西也很容易吃腻。一种产品每天保持同样口味固然很重要，但在用创新的产品来维系老顾客的同时，吸引新顾客也同样很重要。

人最大的特点是容易“喜新厌旧”，君不见，各行各业，饮料也罢、电影也罢、明星也罢、服装也罢，只有不断出新，以新对好，才能抓住消费者的心，长期留住他们。

加之消费者的消费层次还比较初级，对品牌缺乏忠诚度，还处于品牌消费的“感性阶段”，在竞争激烈的环境中，刻意求新、独树一帜是使自己的产品和品牌长盛不衰的主要办法。成功品牌要不断推出自己的新东西。只有常变常新，才是长久制胜之道，才是保持基业长青之道。连锁餐饮店要用新鲜的感觉使顾客成为长期而又忠诚的老顾客，可以采用不断开发出代表性产品、季节性产品、各种价位的产品或套餐等方法，来实现“以新服人”。

为了保持餐馆的新鲜度，不光是推出新产品一种方法，还有很多的方法可以创造新鲜感。例如，我们为“真功夫”就曾提出“菜量饭

量要刚好”的策略，因为中式餐饮如果吃得太饱，就会油腻，油腻之后对食物往往没有多少好感。只有让顾客吃到要饱又不太饱的程度，顾客就会对这个店的食物保持好感，下回还想来吃。

综上所述，连锁餐饮业的产品开发，有两个关键，一个是要“新、奇、特”，也就是说要有自己的特色；另外一个就是要“常变常新”，产品开发要注重系列化，并能不断创新，“流水不腐，户枢不蠹”，只有不断保持新鲜感，不断刺激消费者的眼球，消费者才能始终倾向于你。

2、具体措施

首先我们的早餐店明确的找到自身的定位——我们做而且只做早餐，要做最好的早餐店，向顾客提供最优质的早餐，客户只要一提起我们首先想到的就是优质的早餐，这是我们早餐店的定位，也是我们共同努力的终极目标。

其次，就是要做出我们的特色，我们的特色就是在我们的早餐店里技能吃到传统的中式早点，也能享受新颖的西式早餐，而且店内的装修也将分为完全不同的古香古色的中式早餐区和充满现代气息的西式早餐去，让客户能在一家店里享受 2 种到不同风格的早餐和就餐环境。

再次，除了传统的中式早餐和西式早餐外，我们将推出我们自己开

发的新式早餐，这种新式早餐就是将中式早餐与西式早餐结合起来，例如牛奶稀饭，油条面包这类我们已经设计好的，还有其他我们以后将设计推出的产品，我们将努力让顾客在吃早点的同时能有更新颖的味觉享受。

最后，我们的新产品会不断的保持开发，推出的新产品如果能受到顾客的好评，我们将继续开发该产品的后续产品，将受顾客欢迎的特色保持下来，同时给予顾客新的味觉享受，并且根据季节的不同开发不同的新产品，让客户一年四季都能够有新的体会。

虽然店面刚开始经营可能无法完全做到这些方面，但我们会不断地向着更完美的方向努力地。

定价策略

餐饮定价是餐饮市场营销过程中最敏感的因素，直接影响到顾客对餐饮产品的接受程度和需求的大小，早餐店作为餐饮店的一种同样如此。在餐饮市场营销组合的4Ps(产品,价格,渠道,促销)因素中,只有价格表现为收入因素,其他都表现为成本因素,但是在餐饮经营中,高价并不意味一定能带来更高的收入,低价也不一定使市场营销成果减少.

餐饮服务产品具有无形的特点，顾客衡量的标准往往受价格影响，一张普通的菜单其实包含着很多信息，其中不仅包含着提供的产品

的介绍，也包括顾客可以得到的服务水平与质量以及产品的价格。

餐馆企业要推广新产品，占领新市场，在建立销售渠道，开展促销活动等方面都需要花费相当的时间，但却可以在短时间内通过调整价格来适应市场的变化。当在需求高峰时，采取溢价，强调购买调价产品，顾客可提高自己的地位和声望；当需求下降时，企业为吸引额外顾客而采取不正当手段折扣定价，强调价廉物美，促使消费者购买。

通过以上的分析，最终我们的早餐店的定价方法为以下几点：

1、对于传统的早餐如面点，稀饭等，我们采取参照定价法，根据我们的实地调查，在我们选址开店的附近有多家传统早餐店，虽然各家风味俱不相同，但定价却都差不多，例如米线，面条，饵丝这类面点，基本都是采取小碗6元，大碗7元的定价，而稀饭则根据种类的不同，则有3元至8元的定价，例如白稀饭是3元，而皮蛋瘦肉粥则是8元。所以我们的传统早餐可以参照它们的定价，让价格处于大多数顾客习惯的价位，然后通过独特的风味，优质的服务与环境来吸引顾客。

2、对于西式早点，我们则可以采取本、量、利综合分析定价法，因为西式早点的种类较多，虽说基本都是牛奶面包的组合，但面包根据原料的不同在价格上都有很大的差异，而且一般选择西式早点的

顾客都是喜欢尝新的年轻一族或者居住在附近小区的外国人，对于西式早餐较高的定价他们都能够接受，根据实地调查这附近并没有同样的西式早点店与我们竞争，所以可以将利润适当的调高一点，将西式早点作为一种高档次的消费，以自身的独特性与高档性来吸引顾客。

3、对于一般的饮品，油炸制品，小食品等，则采取主要成本定价法，因为这类产品成本都很低廉，而人工费则相对较高，这种定价法可以适当的降低人工费，使定价可能更趋于合理，而且这类产品并不是作为主体产品进行经营，所以定价可以根据市场情况适当的进行调整。

开业及宣传

1、广告宣传

俗话说的好“酒香也怕巷子深”，广告宣传是吸引消费者的注意力的最好方法，作为一个新兴的品牌和服务在进入市场初期广告宣传是必不可少的。对于广告而言，引起消费者的注意是完成最后购买行为的第一个步骤。有吸引注意力的前提，才能为产品的销售铺好畅通的道路。广告的种类有很多，但大多成本较高，就早餐店而言大多无法承受而且也不必要，所以选择成本较低的广告方法。

同时在经营规程中，我店所售的所有早餐都会使用印有本店明显标

识的包装物进行包装。

2、开业宣传

早餐店所要面对的是整个小区的居民，所以在开业以前会印制开业宣传单页到小区内去发放。（宣传单页的主要内容为早餐店的特色早餐种类和一些宣传图片，还有与传统早餐相比营养早餐的一些优势和对身体的益处的文字介绍，同时在开业期间能获得的一些折扣和优惠。）

3、开业人气聚集

同时为了保证早餐店开业时的人气，所以在正式开业以前，在周末的时候会在小区人流量大的地方举办小型的早餐种类展示和免费试吃交流会，同时发放一些开业宣传材料、代金券、免费体验券和优惠券。

4、开业活动

为了提高开业期间的顾客人数，所以在开业期间将会推出一系列优惠活动：其一，只要开业期间规定的时间内到早餐店的顾客均享有免费试吃的体验资格；其二，在开业期间只要选购任意品种的早餐，总价格超过 15 元就可免费获赠热饮一杯；其三开业期间规定时间内，到店里的顾客只要年满 65 岁或未满 6 岁但大于 2 岁的顾客都可以免费获得特定的营养早餐一份；其四，开业期间购买任何学生购买任

意套餐均可享受 8.5 折优惠。（开业优惠活动为期俩天）

后期维护

正所谓创业容易，守业难。开业时因为有一系列优惠活动为依托所以生意会比较红火，但这并不能代表什么早餐店接下来生意会一直红火下去。因此开业紧紧是一个开始，一个企业或店铺的经营成功与否，关键要看是否拥有长期的经营能力和稳定的客户群。所以开业后的宣传和维护将会显得尤为重要。而在这其中培养和提高原有顾客的忠诚度和发展新的顾客就是最为主要的。为此我们早餐店将长期推出以下三个活动：其一，周末大放送；其二，周末/大优惠；其三，免费送餐上门；其四、实行会员制管理；其五，免费庆生。活动的原则是消费多多，优惠多多，礼品多多。具体内容如下：

1、周末大放送

只要是在周六、周日到营养早餐店的消费总金额达到 10~15 元，可获赠小杯饮品；消费总金额满 15~20 之间获赠中杯饮品；消费超过 20 元可获赠大杯饮品或两个小杯饮品。此活动饮品为豆浆、奶茶等，不限定品种，顾客给自由选择。（活动时间效果认定而定，此活动旨在吸引新的顾客）

2、周末大优惠

只要在周末或周日到早餐店一次性消费金额达 10 元以上，均可享受

9 折优惠。（此活动长期有效）

3、免费送餐上门

在任意早餐店营业时间内只要消费金额满 20 元，订餐地点在本小区内，本店将不收取任何送餐费，免费送餐上门。

4、会员制管理

只要在早餐店一次性消费金额达 10 元以上均可免费成为本店的会员，本店实行会员管理制。本店会员拥有消费金额可自动转化为积分（1 元 1 个积分）累计在会员卡上。积分分为兑换积分和消费累计积分。

会员根据积分的多少分为：普通会员，银卡会员（积分满 500），金卡会员（积分满 1000），钻石会员（积分满 2000）。普通会员可以累积积分，银卡会员可以享受普通会员的所有优惠外还可以在任何时候享受 9 折优惠；金卡会员在任何时候可以享受 8 折优惠；钻石会员在任何时候均可享受 7 折优惠，早周末大优惠活动期间更可以享受折上折优惠。只要成为银卡会员后，只要订餐地点在该小区内，均免收送餐费。（此环节所指积分为消费累计积分）

累计满 100 个积分的顾客可免费获得价值 15 元的营养早餐套餐一份；满 200 个积分的顾客可免费获赠价值 35 元的双人套餐一份；满 300 个积分的顾客可免费获赠价值 50 元的全家欢乐套餐一份；以此

类推。（此环节消耗的是兑换积分）

5、 免费庆生

在早餐店任意营业时间内，只要在该日过生日，并持有省份证或户口簿的顾客均可以免费或庆生套餐一份，其家人享受8折优惠。

总结

一家店成功的企业是不可能只靠一些活动和用一些小心思就可以的，归根到底一家成功的企业考的是让人放心的产品质量和满意、舒心的服务。所以其一，在早餐店在经营过程中会时时公开各种原料的来源，各种早餐的制作的工艺，且顾客只要在不影响正常经营的前提下都可以参观和监督。其二，在服务过程中本店员工会穿着统一的制服，为顾客提供微笑的服务，在正式上岗以前，员工必须经过统一的礼仪知识等培训。本店最大的宗旨就是让顾客买得放心，吃得舒心，吃后开心。

篇二：营养早餐创业计划书

一. 前言

民以食为天。足见食之重要。人们的饮食地点不外乎家庭和餐馆。

后一类细分如下：西餐：

1、高档餐厅：讲究品位和档次。价格高。适合高收入人士。

2、快餐店，如麦当劳，肯得基等。适合青少年消费。中餐：

1、酒店：以规模经营取胜。2、小酒店：以特色招牌菜取胜。

3、连锁快餐店：以连锁规模经营取胜。4、大排档：以价廉物美，

随意取胜

如果在激烈竞争的市场中寻得立足之地？“卖”点很重要。中国传统食品“粥”为主要产品的系列产品虽然知道的人多，但经营得好的不多。既是盲点，也是卖点。只要有好的产品和好的经营方式，就能在市场上大行其道。取得很好的效益。

“粥”字典解释：稀饭。一种用粮食或粮食加其他东西煮成的半流质食物。食粥是中国人一种传统的饮食习惯。已有数千年历史。是人们的主要饮食之一。特别是佛门弟子的主要食物。灾荒之年朝廷和官富之家搭“粥”棚赈灾说明了

“粥”对于生存的重要。随着时代变迁，人们不仅要吃好，还要吃巧。现代研究表明：食“粥”更有保健，美容食疗等功效。应用药

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/905130212144011341>