

咖啡店创业计划书，

产品名称	咖啡店创业计划书，
公司名称	北京摩高林投资顾问有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区建外SOHO西区18号楼12层
联系电话	18911212529

产品详情

咖啡店创业计划书

企业使命：我们致力于打造中国的咖啡连锁以品牌，让咖啡成为中国人的日常饮品。产品与服务：我们的产品是以咖啡为主，以果汁和各种小点心为辅。同时以为顾客提供优良的、舒适的环境为我们的服务目标。

产品和服务描述：

产品介绍：

咖啡为主，结合精美小食、水吧饮料等来满足消费者的需求。

- 1.咖啡：以纯品咖啡为主打，推出精致花式咖啡，如：蓝山咖啡、[曼特宁咖啡](#)、卡布奇诺爱尔兰咖啡等；
- 2.时尚水吧饮品：如：木瓜牛奶，香蕉牛奶，港式奶茶等；
- 3.根据不同的季节制定一些冷饮、热饮、点心、沙拉等（食品菜单，详见附件一）。

服务描述：

为客人提供优良的环境和服务，让消费者在这里展现一种品位、体验一种文化、寄托一种情感，使咖啡吧成为商务休闲、朋友聚会之地。这些业务与投资场所业主的产业没有冲突。反而可以与投资场所业主的客源优势互补。由于目前社会和生活节奏的加快人们常常处于一种非常忙碌的状态，我们公司不仅仅是要为顾客提供咖啡和点心，更致力于为顾客提供一个舒适和放松的环境，是大家能够在快节奏的生活中可以慢下来细细品味我们的饮品，放松身心。

[市场分析](#)

2003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。

市场细分与目标市场选择

目前咖啡的市场主要分为低档和中市场,低档咖啡主要包括速溶咖啡等一系列的咖啡,而中档市场主要是例如星巴克等连锁咖啡店,市场主要是上岛咖啡,爱琴海咖啡等咖啡店。我们要做的是在今后的几年之内将我们的咖啡店扩大成为中国人自己的连锁咖啡店,所以我们的定位为中当人群内。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元的选择比率高,达到39.0%;其次是认为每瓶咖啡的价格在51-100元适合的比率为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元之间是适合的;认为每瓶咖啡价格定在51-100元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。

购买者行为分析

我们都明白咖啡是作为一种休闲娱乐的调剂品,而在现在社会喝咖啡更是作为一种在工作、生活之余放松的选择。能够而且也愿意去咖啡厅喝咖啡的主要是一些公司职员、学生,同时咖啡厅也成为人们约会和交谈的重要场所,所以人们有时候购买咖啡不仅仅是饮用的需要更是希望通过这种渠道提供一个场所。一般人们选择去咖啡店消费的应该是一些经常外出的的人群,而不是现在的所谓“宅”家一族,这些人一般会选择速溶咖啡等方便的饮品而不会选择外出喝咖啡。对于中档咖啡的消费者而言,他们会对价格比较敏感,但是却不会像抵挡市场消费者一样过于计较,只要在一定的价格区间内她们都可以接受。但是却必须针对他们的心里需求来满足他们的要求。