# 最新教师节商业活动策划案(八篇)

来源：网络 作者：春暖花香 更新时间：2024-09-05

*无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。教师节商业活动策划案篇一一、组织开展系列活动...*

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看一看吧。

**教师节商业活动策划案篇一**

一、组织开展系列活动

(一)各区县妇儿工委办公室按照《中国妇女发展纲要(2024-2024年)》、《中国儿童发展纲要(2024-2024年)》要求，协调推动有关部门加大《母乳代用品销售管理措施》和《女职工劳动保护特别规定》的实施力度，落实支持母乳喂养的相关政策，主动推行母乳喂养，努力提高母乳喂养率。母乳喂养周期间，各区县卫生计生局、妇儿工委办公室、工会、妇联等部门要联合开展形式多样的宣传活动，营造爱婴爱母社会氛围。

(二)各区县卫生计生行政部门要加强爱婴医院日常监管，不断提高母乳喂养率，降低剖宫产率，将爱婴医院管理作为医疗质量管理的重要内容。各爱婴医院要严格落实《爱婴医院标准(2024版)》，不遗余力的宣传爱婴医院惠民利民措施，通过孕妇学校、母乳喂养咨询门诊和热线电话等途径向孕产妇传播母乳喂养知识和技能，及时解决产妇在母乳喂养过程中遇到的问题，在母乳喂养周开展相应宣传活动。

(三)各区县工会女职工组织要主动组织开展母乳喂养进单位宣传活动，推动用人单位落实《女职工劳动保护特别规定》，保证女职工98天生育产假，为哺乳期女职工每个工作日安排1小时哺乳时间，设置哺乳室，发挥好“妈咪宝贝屋”的作用，为孕期、哺乳期女职工提供私密、卫生、舒适的休息哺乳场所，保护妇女儿童健康权益。

(四)各区县妇联要认真组织开展母乳喂养进万家宣传活动，以新婚夫妇、孕产妇和哺乳期妇女家庭为重点，举办形式多样的公益讲座和亲子活动，为家庭成员及母婴照护者传授母乳喂养、科学育儿知识和技能，进一步强化家庭对母乳喂养的支持和参与，引导父母创造优良的家庭养育环境。

二、相关要求

(一)请各区县自行到世界母乳喂养周中文网站()下载2024年宣传海报和画布。

(二)请各区县工会组织做好哺乳室在线登记工作，逐级通知各有关单位登录联合国儿童基金会网站()填写基本信息。

(三)各区县、各单位要认真总结活动开展情况，主要包括活动组织、活动效果、典范特色活动(每个活 动提交2张jpg格式照片，以“日期-地点-活动名称”形式命名)、意见建议等。请于2024年8月25日前，以区县各部门为单位，将活动总结(含视频、照片和宣传画等)以电子邮件形式发至相应部门联系人邮箱(见文件)。

xx市卫生和计划生育委员会 xx市人民政府妇女儿童工作委员会办公室

xx市总工会 xx市妇女联合会

2024年7月30日

**教师节商业活动策划案篇二**

低价风暴全民疯抢（亲，你买了吗？）

11月9日—11月11日

活动一全场5折终极狂欢（11月11日）

11日11日10时起，全场5折销售，低价风暴，席卷全城！

（注：务必使全场参与活动，以达到集群效应。）

活动二购物有礼幸运随行（11月9日—11月11日）

凡活动期间在xxxx购物的顾客，单张水单金额满11元，均可参加抽奖活动。

一等奖1名品牌智能手机一台价值1111元

二等奖2名xx超市购物卡一张价值111元

三等奖6名真空保温杯一个价值60元

四等奖20名心相印卷纸一提价值30元

参与奖20xx名精美礼品一份价值2元

（注：抽奖为即开即对型刮刮卡，礼品以实物呈现。）

活动三一个人的节日双倍的甜蜜（11月11日）

购物满11元+1元赠2个棒棒糖（2元/个，200份）

购物满111元+11元赠2盒巧克力（25元/盒，40份）

（甜蜜有限，礼品送完为止。）

1、抽奖刮刮卡预计成本xx元，奖品成本xx元，总计xx元。

2、双倍甜蜜活动，活动预计成本xxx元。

3、海报及广告宣传费用xxx元。

此次活动预计总体费用xxx元。

（注：活动xx元可由商家分摊，活动前期将分摊费用与商家谈判敲定，方便活动顺利开展。）

1、广告投放，采用报纸提前3—5天投放2期。

2、大型外立面广告宣传及超市dm单相结合，做到醒目，吸引顾客。

3、采取超市播音加场外促销宣传等方式，加大宣传力度。

4、采取地贴、吊旗和宣传指示牌，加上喜庆的音乐营造良好的活动氛围。

**教师节商业活动策划案篇三**

业氛围偏冷，商户入驻经营热情不高。据调查，一期商街的65家店铺中，目前出租率仅为52.3%，有近一半的店铺闲置待租;已入驻的商户中有7家正在寻求转租、退租或改行。这种状况，不仅对一期店铺的继续招租、出租产生了不利影响，而且对二期店铺的预售、销售带来了潜在威胁。

因此，我们必须采取有效手段，炒热一期的商街气氛，大力提升其商业价值，增强业主和商户的投资信心，并以此拉动二期的店铺出售。鉴于营造一期商街气氛、迅速催生人气的任务迫在眉睫，本案将主要对一期商街如何突破商业现状和形成旺盛人气进行策划。

一、背景分析

一期商街位于濠河之畔，处于城市商业中心，与繁华的南大街北段仅一步之遥。这样具有“钻石级”市口的商业街，当前缘何一时难“热”?在我们拿出策划方案之前，首先必须对此进行研究分析，以便找准“病灶”对症下药。据考察和分析，一期商业步行街主要存在“先天”与“后天”两方面原因。

(一)、商街设计“先天不足”

1、大广场难搞大活动。步行街北广场扼××街、路交汇处，西邻五大酒店，原本属于最能吸引公众“眼球”、最宜举办大型活动的商业舞台，能给商街源源不断注入人气。由于当初仅从景观角度设计广场的“旱式喷泉”、“简易花坛”，而没有考虑广场的商业价值，如今的广场很难发挥聚集人流、吸纳大型活动的功能。广场热不起来，商街自然冷落。

2、“假山”成了“绊脚石”。步行街南入口处的“假山景观”，既无观赏价值，又横亘在道路中央，事实上成了阻碍游人进入内街的“绊脚石”。此外，南入口的台阶亦与商街道路平坦要求不相符，也没有考虑人性化的地面设计如残疾人、盲人通道等。

3、内外街连接通道商用功能缺失。××街通往内街的三个通道，从商业功能设计上看实属败笔。按照商业街区的布局要求，街区内主干道、副通道两侧均应为店面房，以便使街区形成鳞次栉比的商店群。这不仅能有效吸引顾客逛街购物，易于催生和聚集客流，而且能把土地资源利用率发挥到极致，如同上海豫园商街那样条条路上有店铺，每寸地皮生银子。遗憾的是，一期外街通向内街的三个通道，两条是没有任何店铺的“幽巷”，顾客在街口看不到商业气氛，甚至不知道里面还有内街;一期与二期之间的通道，同样因一期建筑南侧没有设计店面房，走在南大街的顾客看不出街口的商业氛围而止步于此。

4、××街一侧临街绿化带的设计过长，阻挡店门，不少顾客入店购物因此要绕一大圈，于是放弃了购买动机，导致临街店铺生意清淡。

(二)、商街策划“后天失调”

1、广场商业街处于核心商圈，在市场竞争特别强调个性化的今天，商街必须有自己的“灵魂”，即战略定位和商业主题。广场商业街最早定位是“××街”(很好)，后来又定位于(很好，只是推广很费力)，如今准备冠以“广场步行街”(老土，没有鲜明个性、目标顾客也不清晰)。由于没有精确、精准的市场定位，关于商业上“我是谁”、“我为谁服务”的问题没有首先解决好，其它问题也就难以解决了。

2、广场是一处很好的“市民广场”，但要吸引广大市民聚集到这里，还需要有浓郁的“广场文化”，例如象路、广场、步行街那样的广场雕塑。此外，还需要有体现人文关怀的指引牌、休闲椅、售报亭、公用电话亭、垃圾筒、商品广告牌、露天茶座等。目前，由于上述设施没有配套，广场的“磁场效应”不佳，所以商街难“热”。

3、打造商街，服务“缺位”。开发商开发一片商铺销售出去，再由物业管理公司去打理，这是开发商业房产的“老皇历”。事实上，经营广场商业街，“物业管理”代替不了“商业管理”，商业街由“冷”到“热”需要专业策划管理机构来“操盘”运作，此所谓“泛商业地产运作”。广场起步阶段缺少商业策划管理机构的全程介入，商铺的出租与经营全由业主与商户“婚姻自主”，双方又都缺乏成熟的理性，商街本身也没有搞启动和培育市场的形象“炒作”，这就无法形成火爆的商业氛围。此外，我们对业主购买店铺后的关注程度不够，没有从尽快启动商街运营和提升商业价值的角度予以指导和服务，例如，商街北口的66号(圆形)、68号(尖顶)两家首席店面房一直空关，这对内街商户的经营及整个商街的气氛便构成较大影响。

二、商街定位

1、街名：广场时尚丽人街

2、概念：广场————××街观光旅游的门户，国际品牌汇聚的商街，都市丽人寻梦的。

3、广告语：广场/时尚丽人街————与相约，与同行

4、商业门类：购物、休闲、餐饮、美容、娱乐

5、商品：主营国际国内服装、服饰、化妆品、珠宝、眼镜、手表、休闲食品、工艺品等。

6、顾客定位：都市中追求时尚的女性及国内外的旅游观光者。

7、经营理念：站在城市经营的高度打造一条闻名长三角的商业街。

三、招商策划

(一)、发布招商公告

我们计划于4月中旬在《××晚报》、电视台发布招商公告，突出介绍广场时尚丽人街的市口优势、市场定位和潜在的巨大商机，吸引商户预约登记承租店铺。

(二)、举办招商信息发布会

1、广场时尚丽人街的总体规划、市场定位、独特优势和前景展望;

2、×街可供商户购买或租赁的店铺资源状况，包括售价、租金、物管的优惠政策。

(三)、整合店铺资源

一期的店铺均已出售，投资者是否愿意委托我公司代理招商和出租?是否同意接受我公司提出的代理租金价格(或称返租报价)?举办招商信息发布会和对外发布招商公告之前，须由房屋销售公司与业主首先商定委托招商的意向、租金价格等问题。一旦确定了哪些店铺可供委托招商，我们便可以对外开展招商活动和引入商户、洽谈租金。

为了使一期商街尽快形成良好的商业氛围，我们应争取所有空关店铺纳入招商范围，并按照商街的市场定位有的放矢地展开招商。如果有的业主采取等待店铺升值的态度，宁可闲置也不愿出租，我们应当认真加以引导，动员其站在全局利益、长远利益的高度尽快出租，以便消除商街中的店面空关现象。

对目前正在寻求转租、退租的商户，我们应当积极宣传本公司为繁荣商街正在采取的举措，动员他们打消念头和恢复信心。如果商户仍然要转租、退租，由于业主与商户之间有约定，我们可在双方解除合同后再将该店铺纳入招商范围。

(四)、有关租金政策

1、内街店铺：租金600～700元/m2/年(经测算，内街店铺平均售价8500元，平均面积110m2，购房投资额约94万元，购房贷款利率按4.7%计算，年利息为4.4万元。

如该类店铺以600～700元/m2/年租金计算，年收益为6.6～7.7万元，剔除利息后的收益2.2～3.3万元。这样的租金对商户来说，在目前情况下尚有吸引力，易于接受。)

2、外街店铺：租金800-900元/m2/年(经测算，外街店铺平均售价12500元，平均面积200m2，购房投资约250万元，购房贷款利率按4.7%计算，年利息为儿75万元。

如该类店铺以800～900元/m2/年租金计算，年收益为16～18万元，剔除利息后的收益4.25～6.25万元。这样的租金对商户来说，目前情况下尚易于接受。)

(五)、商户入驻优惠措施

第三，凡商户入驻经营一年内，店铺物业管理费将按八折优惠收取;

第四，为降低入驻商户的经营成本，我们将协调工商、税务部门，给予广场商业街以集贸市场的税收优惠政策，同时在工商管理费的收取上适当减免。

四、商业氛围营造

(1)、商街指示识别系统布置(详见广告公司设计效果图)

(2)、设计制作广场、内街雕塑作品(参见步行街雕塑照片)，以增添广场的文化底韵，吸引游人前来休闲。

(3)、广场、内街将有序设立景观式落地广告灯箱、欧式休闲椅、公用电话亭、报刊出售亭、饮料及冰淇淋售卖亭等，广场上采用鲜花盆景搭建可移动立体景观花坛，增加视觉看点，扩大商街的休闲与服务功能。

(4)、邀请政府部门、社会团体前来举办广场主题活动，借力炒热广场、活跃气氛、吸引眼球。尤其要抓住“五一”前后活动频繁，联系总工会、文联、群艺馆、新华书店等单位举办广场活动，借助媒体推波助澜，巧妙宣传广场。

(5)、与市摄影家协会和新闻媒体联合举办《风韵》优秀摄影作品广场展示活动，用文化手段提升广场的时尚品位。

(6)、5月份起，争取举办几次《之夏》广场音乐欣赏会，用高雅艺术推高广场在市民心目中的地位，提升广场的“聚流”效应。

五、商街硬件改造建议

1、北广场实施改造，以适合举办大型活动。

2、一期南入口的假山拆除，地面实施人性化、商业化改造。

3、临××街一侧的店前花圃实施改造，便于顾客无阻碍进店。

4、内街的地面进行排水改造，防止夏季雨水倒灌进入店铺。

5、一期南侧花圃争取拆除，建造一排店面房，既可街口开店吸引顾客步入内街，又可创收。

上述方案，经董事长批准后组织实施。

**教师节商业活动策划案篇四**

为答谢新老客户一直以来对我酒店的大力支持，利用元旦新年的有利商机来回馈我们的新老客户，以刺激其继续消费，以达到我酒店营业额的稳定性增长，最终达到更好的赢利目的。

20xx年元月1日

中、西餐厅及客房

相约20xx，相聚丽晶

(一)西餐：

1、凡元旦当天在西餐消费的客户均可获赠奥运纪念卡一张（自行制作）。

2、元旦当日一次性消费满300元的客户，均可获赠西餐单人早餐券一张。

3、元旦当日一次性消费满600元的客户，可获赠优惠房券（凭此优惠券可获门市价6折优惠）一张。

(二)中餐：

1、凡元旦当天在中餐消费的客户均可获赠奥运纪念卡一张。

2、元旦当天在中餐大厅消费的客户，一次性消费满500元可获赠西餐早餐券一张。

3、包房一次性消费满1000元，获赠面值100元现金券（此现金券可在本酒店任营业区消费）一张。

4、元旦当日一次性消费满100元，即赠送贵宾卡一张。

5、元旦当日在中餐一次性消费满3000元，赠送标准客房一间一晚。

6、元旦当日在中餐一次性消费满100元，可获赠奥运会门票一张（票价详见奥运门票价格一览表，附后并待定中）。

(三)客房：

1、凡元旦当天在客房入住的客户均可获赠奥运纪念卡一张。

2、元旦当晚个人入住客房，一律按门市价8折优惠，并赠送果篮一个及早餐券一张。

3、元旦当晚一次性开房满8间者，送上海世博会门票一张。

1、总指挥：x总

2、总执行及总协调：x副总

3、布场（20xx12月28日完成）：市场营销部，各部门配合

4、策划宣传（20xx11月30日前完成）：市场营销部负责各类广告宣传、票券的设计及制作。

6、采购（20xx12月1日前完成）：财务部负责关于本次活动的物品采购，美工跟进。

注：世博会门票需财务部跟进落实，确保当日能顺利把门票送到客人手中。

1、海宝若干；

2、世博会纪念品若干；

3、世博会门票若干（须提前预订）；

4、“x”展架三个；

5、布标一条；

6、彩色宣传单

1、海宝若干约650元；

2、世博会纪念品若干约1000元；

3、世博会门票若干约3000元；

4、“x”展架三个约180元；

5、布标一条约70元；

6、彩色宣传单约550元。合计：5450元

**教师节商业活动策划案篇五**

1、负责：董事会成员、总经办、企划部

2、成员：各部门负责人

二、活动时间：

9月6日至9月30日

三、活动目的：

借助中国的传统节日\"中秋节\"国人的第二个长假\"国庆节\"营造商场第二个销售高峰，以及针对长假后 的冷淡市场有的放矢，减缓及减小销售下降趋势。

四、活动主题：

庆中秋，迎国庆，送大礼!

五、活动口号：略

六、场景布置：

(一)场外布置：

大门对联：万家团圆迎中秋，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节;

外墙悬挂巨幅：宽：高=10\_13m，宣传活动内容;

在门上方悬挂大红灯笼8个。

(二)场内布置：

1、分别在一、二、三、四楼电梯两端悬挂宣传指示牌。

2、在一楼大厅设立一个大月饼(由采购部洽谈);

4、在各楼层主通道、电梯口、月饼堆头上端悬挂相应的宫廷灯笼;宫廷灯笼300个。

5、在各楼层主通道悬挂中秋、国庆节吊旗(各一面);吊旗1000张。

6、楼梯护栏以金黄色绒布围边，同时加强对电梯口布置。

7、中厅中央吊一个大型(2、5米宽)的灯笼(用kt板制做)，在大灯笼下方吊方块字样\"中秋节快乐\"，在从再加上其它的装饰物。

七、宣传策略

1、dm海报宣传(具体操作明细见附表);

2、电视媒体宣传：

a、宣传内容：月饼上市、团购、大宗购月饼以及相关活动内容;

b、时间：9月20日26日;

c、费用收取：

d、宣传形式：动画图片加文字。

3、场外巨幅、展板宣传;

4、场内播音宣传;

八、活动策略：

活动一、购物满20留住快乐瞬间

活动时间： 9月1---9月30日

活动内容：一次性在本商场购物满20元以上可凭电脑小票在商场入口处靓新新娘婚纱摄影咨询处参与抽奖活动。

奖项设置：

一等奖：奖价值288元摄影套餐

二等奖：奖价值198元摄影套餐

三等奖：奖价值98元摄影套餐

详情请到靓新新娘婚纱摄影咨询处咨询。

此项活动奖品由靓新新娘婚纱摄影赞助

活动二、

老师，您辛苦了!

活动时间：9月10日

活动内容：

1、9月10日教师可凭购物小票(不限金额)和教师证在服务中心领取礼品一份。限量100份，送完即止!男教师送领带，女教师送化妆品(礼品由前台部发放)

礼品由百货部负责提供，男士领带40条;超市部日用区女用化妆品60份。

注：企划部在9月9日前将\"教师优惠卡\"设计打印好由财务盖好章交前台部执行。

活动三、办喜事，找\_\_

活动时间： 9月10---10月7日

活动内容：活动期间我购物广场为办喜事的消费者准备了大量的结婚用品，并设有大宗购物服务点(服务中心)，并均可享有返利或打折优惠。同时结婚用品在一楼堆头展销，包括：糖果、烟酒、饮料等。

**教师节商业活动策划案篇六**

通过元旦的策划活动，扩大酒店的知名度，加强与商务客户的感情联系，引导周边地区居民的餐饮消费，从而取得一定的经济效益和社会效益。

庆元旦，砸金蛋，欢欢喜喜拿大奖。

12月30日至1月5日

活动期间，餐饮一次性消费满xxx以上，在活动期内本人客房入住达二晚以上，在ktv一次消费满xxx元以上的客人结帐时可到收银台领取幸运金蛋卡，每天限提供50个金蛋，凭幸运金蛋卡可到大堂金蛋林中从工作人员手中领取幸运小锤，选择自己喜欢的几号金蛋，奋力砸下去，顿时金花四溅，幸运瞬间降临，给来酒店消费的客人带去节日的祝福与慰问。客人凭掉落的奖品卡片到商场领取相应的奖品。

活动宣传安排：

1、公众号推送活动文章

2、悬挂宣传横幅、条幅

3、张贴海报

奖品说明：

特等奖2名：奖品价值1000元左右（由供应商赞助）；

一等奖4名：奖品价值500元左右（由供应商赞助）；

二等奖8名：酒店标准客房1间或餐饮消费券1张（价值200元）；

三等奖30名：酒店自助餐券一张或消费券一张（价值50元）；

幸运奖：酒店商务小礼品（毛绒玩偶一个）（价值15元左右）。

**教师节商业活动策划案篇七**

1、促销活动主题：百斯德利欢乐畅饮大行动。

2、促销活动目的：在促销期间直接提升销量，获取利润回报。

3、促销活动时间：8月中旬——9月中旬。

4、促销活动场地：暂定3——5家酒店。由x提供名单，并与吴雪弟一起选定，报公司确定。

5、促销活动细则：

促销方式：扎飞标，中奖品。

终端布置：在卖场的氛围营造上，在终端的大堂、走廊、门外张贴“百斯德利”啤酒的pop海报，在吧台悬挂吊旗。

活动告知：电视广告片加打活动告知性游扉。

终端店堂pop活动公告。

消费者落座后，点菜前发放活动宣传卡。

服务员口头告知、促销。

活动流程及规则：客人落座后，由促销人员向每桌客人发放一张

“活动宣传卡”。(内容文字及设计见后。)

通过服务员向客人推荐“百斯德利”啤酒，讲解活动内容及规程。

凡消费“百斯德利”啤酒每2瓶，可获扎飞标中奖品机会1次。100%中奖率。奖品直接在飞标上显示，扎中什么得什么。多喝多扎，但必须以每2瓶为单位。

飞标设置在酒店大堂或吧台处。由促销员负责扎飞标、奖品的管理、发放。

奖品管理控制：由促销员直接负责奖品的保管、发放、领取。发放的数量每天根据所在酒店的啤酒销量进行核对，并根据营业预测领取第二天所需奖品。领取时，数量按预测量的1.5倍申领。

根据活动进程中奖品的库存情况，通过飞标奖品的更换，进行调配。

奖品调配：如出现部分奖品空缺，首先由促销员电话联系通知补充，同时可劝说消费者更换其它奖品。

奖品设置：“百斯德利”一次性打火机。

“百斯德利”扑克牌。

“百斯德利”钥匙扣。

“百斯德利”开瓶器。

“百斯德利”烟缸。

“百斯德利”啤酒一瓶。

“百斯德利”广告伞。

限价的促销酒店凉菜一份。(每天每店限1—2份)

飞标设置：在飞标上直接用不干胶贴上奖品的名称，视活动进展更换。价值较高者，奖比率降低。

广告宣传：

xx电视台1套、2套每晚各2次，白天各2次。

版本为“百斯德利”啤酒形象广告15秒。用“游扉”加打活动场地的告知。

活动宣传卡设计：

正面：“百斯德利”欢乐畅饮大行动

为祝贺全国知名品牌“百斯德利”酿酒来到xx，即日起特别推出“百斯德利”欢乐畅饮大行动。凡在本店消费“百斯德利”啤酒每2瓶者，均通过扎飞标游戏获得精美的“百斯德利”特别礼品。100%有礼，多喝多中多欢畅。

背面：“百斯德利”啤酒、白酒、红酒的图片。

活动预算：

促销品费用：每店按销售预测利润的30%计，作为促销品的费用投入。控制在每瓶平均1.5元以内。

广告宣传费用：4500元/月(每晚黄金时段播出2次，白天时段播出2次;15秒啤酒形象广告版本，加打活动公告游扉为期一月。)

广告投放排期：活动开始前2天—活动开始后8天，每晚黄金段播出4次，(要求赠送白天2次)。播出第11天—第30天，每晚黄金段播出1次，赠播不变。

(广告投放价格按报价计，有待根据最后确定价格计算。)

附：备用方式：在无条件或不允许扎飞标的酒店，进行抽奖箱抽奖。

凡消费“百斯德利”啤酒每2瓶者，可获抽奖机会1次。100%中奖，按抽中奖票的票面奖品当场发放。

**教师节商业活动策划案篇八**

1、本店发属于餐饮服务行业，名称为“x下午茶”，是个人独资企业。主要为人们提供蛋糕、面包、冰淇淋已及饮料等甜品。

2、本店打算开在社区贸易街，开创期是一家中档蛋糕店，未来打算逐步发展成为像x、x那样的蛋糕连锁店。

3、本店需创业资金9.5万元。

由于地理位置处于贸易街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在贸易街站稳脚跟，1年收回本钱。长期目标则是逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的蛋糕连锁公司，在众多蛋糕品牌中闯出一片天地，并成蛋糕市场的着名品牌。

1、客源：本店的目标顾客有：到贸易街购物娱乐的一般消费者，约占50%；四周学校的学生、商店工作职员、小区居民，约占50%。客源数目充足，消费水平中低档。

2、竞争对手：根据调查结果得知国内品牌蛋糕店有很多，仅福州连锁蛋糕店就有很多如安德鲁森、朝阳坊、红叶、安琦尔。因此竞争是很大的。

1、先是到四周几家蛋糕店“刺探情报”，摸清不同种类和尺寸蛋糕的本钱价蛋糕店创业计划书范文。了解各类蛋糕店的经营理念以及经营的“小花招”。

2、开业金筹齐后，开始在各大蛋糕店“挖角”。不能“明目张胆”地挖，要趁店里人少时，偷偷跑过往和店里师傅商量。或者招聘糕点师傅，开蛋糕店师傅很重要，所以要慎重考虑。

3、据了解发现一套消费定率：“顾客永远没有的价钱。今天你能降低几元钱，明天可能就有同行竞争者以更低的价钱与你争夺订单。”从中体会到产品市场一定的竞争策略：“降价促销并不是长期的经营策略，唯有以的材料制作出品质的蛋糕，才能吸引顾客，将顾客留住”。

4、蛋糕店主要是面向大众，因此价格不会太高，属中低价位。

5、可印一些广告传单，以优惠券的形式发放，以达到广告宣传的效果。

6、蛋糕店可以专门开辟休闲区域，设置很多造型别致的座椅。顾客可买上一些点心，坐在蛋糕店里慢慢品尝，蛋糕店的休闲功能得到进一步强化。

7、经过多方调查，出于竞争等方面的需要，不少蛋糕店推出一些与蛋糕并没有太多关联的休闲食品，藉以形成新的利润增长点。在经营的品种上，不少店主有一些推陈出新的举措：比如在炎炎夏季，会合时令地推出眼下非常流行的冰粥和刨冰，以及奶茶，果汁类的饮料深受顾客青睐。

8、建立会员卡制度。卡上印制会员的名字。会员卡的优惠率并不高，如9.5折。一方面，这可以给消费者受尊重感，另一方面，也便于服务员对于消费者的称呼。特别是假如消费者和别人在一起，而服务员又能当众称他(她)为x先生、小姐，他们会觉得很受尊重。

9、在桌上放一些宣传品、杂志，内容是关于糕点饮料的知识、故事等，一方面可以提升品位，烘托气氛，也增加消费者对品牌好感。

10、无论是从店面装修、店员形象，还是蛋糕制作上，都要给顾客健康、卫生的感觉。蛋糕店一定要严格执行国家《食品卫生法》，这是立足之本。

11、食品行业有特别的岗位劳动技能要求：从业职员必须持有“健康证”。

启动资产：大约需9.5万元

设备投资：1.房租5000元。2.门面装修约20xx元（包括店面装修和灯箱）。3.货架和卖台投进约1500元。4.员工（2名）同一服装需500元。5.机器设备的投资：8万元（包括制作蛋糕的全套用具）首期进货款：面粉、奶油等原材料，约6000元。

月销售额（均匀）：21000元。占有关内行人士评估，如此一家小型蛋糕店的经营在走上正轨以后，每月销售额可达21000元。

每月支出：14033元。房租：选址在居民较密集的小区、社区贸易街、及靠近小孩子的地段（如幼儿园或者游乐场四周），约5000元。

货品本钱：30%左右，约5000元。职员工资：10平方米的小店需要蛋糕师傅1名，服务员1名，工资共计20xx元。

水电等杂费：700元设备折旧费：按5年计算，每月1333元月利润：6967元左右按此估算，一年左右即可收回投资。

由于蛋糕店不是所在街道或者小区的第一家店，顾客很难改变一贯的口味，所以就得花费更大的。财力物力和“花招”来招揽顾客。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找