



新手创新创业
开店指南系列

开家赚钱的咖啡奶茶店

咖啡奶茶店经营管理从入门到精通

新手创新创业项目组 编写

一本书囊括开家咖啡奶茶店必备的11个模块内容，通过实体店+互联网的方式展现给读者



开家咖啡奶茶店
投资小
见效快

全国百佳图书出版单位



化学工业出版社

新手创新创业
开店指南系列

开家赚钱的咖啡奶茶店

咖啡奶茶店经营管理从入门到精通

新手创新创业项目组 编写



化学工业出版社

·北京·

开家咖啡奶茶店，投资小，见效快！

创业开咖啡奶茶店是一个不错的选择，咖啡奶茶店是一种适合年轻人投资经营的小型精品店，投资回报率较高。

《开家赚钱的咖啡奶茶店——咖啡奶茶店经营管理从入门到精通》一书就是在咖啡奶茶店投资小、见效快特点的基础上，把开家咖啡奶茶店的方方面面系统整理出来给新手创业者提供参考，帮助新手分析解决在经营前后遇到的各类问题，让他们迅速从入门到精通，在短期内拥有一家属于自己的风格独特的咖啡馆或奶茶店。

图书在版编目（CIP）数据

开家赚钱的咖啡奶茶店：咖啡奶茶店经营管理从入门到精通 / 新手创新创业项目组编写. —北京：化学工业出版社，2019. 1

（新手创新创业开店指南系列）

ISBN 978-7-122-33124-3

I. ①开… II. ①新… III. ①咖啡馆-经营管理
②饮料-专业商店-经营管理 IV. ①F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字（2018）第230405号

责任编辑：陈 蕾
责任校对：王 静

装帧设计：尹琳琳

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）
印 装：天津画中画印刷有限公司

710mm×1000mm 1/16 印张14³/₄ 字数245千字 2019年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询：010-64518888 售后服务：010-64518899

网 址：<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：58.00元

版权所有 违者必究



前言

Preface

随着经济的发展，投身创业的人越来越多。创业是许多朝九晚五的上班族的梦想，也是许多尚未投身职场的大学毕业生、准毕业生的就业路径之一。

创业是创业者对自己拥有的资源或通过努力对能够拥有的资源进行优化整合，从而创造出更大经济或社会价值的过程，是一个人发现了一个商机并加以实际行动转化为具体的社会形态，获得利益，实现价值的方式。

俗话说，男怕入错行，尤其是新毕业的大中专学生，在创业前期一定要考察市场，结合自己所在地区的情况来选择一个最合适的创业项目，这样，才能在未来的发展中日益壮大。

如果想创业，首先应该在自己熟悉的行业进行创业。俗话说，隔行如隔山，如果选择自己不熟悉的或者从来没有做过的行业，风险很大，失败的可能性也很大。创业本身就是以收益为主要目的，如果对一个行业熟悉，遇到问题就能自己解决，能够控制成本，并能很好地预测未来的市场行情走势。选择熟悉的行业创业，可以有效规避风险，节省时间，有利于横向发展。其次，选择创业项目时，必须根据自己的资金、优势、地理位置、人脉关系、兴趣爱好，进行综合分析，如选择有前景、行业市场空间大、竞争对手较少、市场需求量大的行业，要考虑尽可能合理的投资、利润和回报。

创业项目选对了，接下来就是如何经营，如何起步做生意了。如果您是创业新手，第一次开店做生意，那就一定要好好用心了。有人说：创业是件很痛苦的事儿，并且会让创业者不得安宁。而得安宁的唯一办法就是掌握正确的开店技巧，快速进入市场运营，拥有红火不间断的好生意。

基于此，“新手创新创业项目组”挑选了市场上门槛不高、容易上手、市

场成熟度比较高的行业，组织编写了“新手创业开店赚钱系列”，具体包括《开家赚钱的花店——花店经营管理从入门到精通》《开家赚钱的餐馆——餐馆经营管理从入门到精通》《开家赚钱的咖啡奶茶店——咖啡奶茶店经营管理从入门到精通》《开家赚钱的便利店——便利店经营管理从入门到精通》《开家赚钱的宠物美容店——宠物店经营管理从入门到精通》，本系列图书去理论化，图文并茂，模块化编写，通过实体店+互联网的方式展现给读者，抛砖引玉，给读者做个参考。

创业开咖啡奶茶店是一个不错的选择，咖啡奶茶店是一种适合年轻人投资经营的小型精品店，投资小、见效快。《开家赚钱的咖啡奶茶店——咖啡奶茶店经营管理从入门到精通》一书就是在咖啡奶茶店投资小、见效快特点的基础上，把开家咖啡奶茶店的方方面面系统整理出来给新手创业者提供参考，帮助新手分析解决在经营前后遇到的各类问题，让他们迅速从入门到精通，在短期内拥有一家属于自己的风格独特的咖啡馆或奶茶店。具体包括以下几大模块内容：

- ◇开店筹备
- ◇门店定位
- ◇门店选址
- ◇门店装修
- ◇原料采购
- ◇设备购置
- ◇奶茶制作
- ◇日常管理
- ◇服务管理
- ◇促销推广
- ◇外卖服务

本书在编辑整理过程中，获得了许多创业培训机构培训导师、职业院校老师和行业一线从业人员的帮助与支持，其中参与编写和提供资料的王玲、王高翔、文伟坚、刘少文、陈世群、李超明、李景吉、李景安、匡五寿、吴日荣、何志阳、张燕、张杰、张众宽、张立冬、郭华伟、郭梅、秦广、黄河、董超、姚根兴、靳玉良、鲁海波、鞠晴江、杨婧，最后全书由匡仲潇统稿、审核完成。在此对他们一并表示感谢！

编者

目录

Contents

第一章 开店筹备

导语：俗话说得好，万事开头难。一家店要想顺利开张，也不是件容易的事情。要想开好一家店，前期需要准备的东西很多，没有计划好就匆匆开店的风险是很大的。只有充分重视前期的准备工作，才能真正为以后的开店事业铺平道路。

一、展开市场调查	3
相关链接：奶茶店市场需求调查问卷	4
二、进行商圈分析	6
相关链接：不同商圈的奶茶店有什么区别	10
三、确定经营项目	11
相关链接：奶茶店主要的经营类型	12
四、选择开店模式	12
相关链接：如何处理合伙分红争议	16
相关链接：识别特许加盟陷阱	22
相关链接：奶茶连锁店品牌介绍	25
五、筹集开店资金	28
相关链接：开奶茶店的资金预算	31
相关链接：成功申请创业贷款的技巧	34
六、办理相关证件	35

第二章 门店定位

导语：奶茶店的定位不同，关系到的消费群就不同，带来的利益也不尽相同，所以如何给自己的奶茶店定位是非常重要的，这种定位关系到以后的发展路线。未雨绸缪是一种先行者的姿态，只有先行筹划，才能更轻松地胜利。

一、影响门店定位的因素	43
二、门店定位包含的内容	45
相关链接：奶茶店定位的误区	46
三、门店定位的策略	47
四、门店的市场定位	52
五、门店的产品定位	54
相关链接：基于大学校园环境下的咖啡奶茶店市场定位分析	56

第三章——门店选址

导语：中国人经商最讲究“天时、地利、人和”，对于奶茶店的经营者来说，店铺位置的好坏是能否盈利的关键。一个好的店址会让生意如日中天；反之，一个不理想的店址会使得奶茶店生意惨淡，无法经营。

一、门店选址的重要性	65
二、门店选址的原则	66
三、门店选址的技巧	67
相关链接：适合开奶茶店的地方	68
四、门店选址的策略	69
相关链接：奶茶店的几个绝佳选址地点	70
五、门店选址的误区	72
相关链接：奶茶店选址禁忌	74
六、门店选址前的调查分析	74
相关链接：××校园奶茶店选址可行性分析研究	76
七、门店选址应考虑的因素	79
相关链接：奶茶店选址如何“傍大牌”	82

第四章——门店装修

导语：一个干净、整洁、装修别具一格的门店往往能够受到顾客的欢迎。想要让奶茶店有更多回头客，就必须在装修风格上和饮品上下功夫。装修得好是成功的第一步，饮品味道好，服务又周到，这样的奶茶店就会一传十传百，客源就会源源不绝。

一、店铺起名	87
相关链接：店铺起名的原则	88
二、店面Logo设计	89
三、门店设计原则	91
四、门店装修流程	92
五、门店空间布局	93
相关链接：奶茶店的功能布局	94
六、门店外观设计	95
七、门店内部设计	95
相关链接：奶茶店装修风格	96
八、门店灯光设计	98
相关链接：灯光能决定奶茶店的生意吗？	100
九、门店装修技巧	102

第五章 — 原料采购

导语：对于咖啡奶茶店来说，原料是万万不能少的，那些被顾客买走的一杯杯奶茶，如果缺少了原料，就无法被制作出来。如果原料的品质得不到保证，奶茶的品质也就无从谈起。所以对于咖啡奶茶店来说，原料的采购也是很重要的。

一、常用的原料	107
二、红茶的挑选	110
相关链接：国际红茶等级划分	113
三、植脂末的挑选	114
四、采购渠道的选择	115
五、采购过程的控制	116
相关链接：如何做合格的奶茶原料采购员	118
六、采购验收控制	119
相关链接：奶茶店采购注意事项	120
七、原料压仓的控制	121
相关链接：不同档次奶茶店的采购清单	122
八、原料的储存	124
相关链接：常见奶茶原料的储存方法	125

第六章—设备购置

导语：巧妇难为无米之炊，设备对于奶茶店的重要性是绝对的，购置好的设备才能让奶茶店得以正常运转。对于以奶茶为主的一般饮品店，可把设备归为基础型、季节型、产品型、高端型四类。

一、基础型设备	129
二、季节型设备	133
三、产品型设备	134
四、高端型设备	136
五、常用工具	136
六、设备购买技巧	138
七、操作台设备摆放	139

第七章—奶茶制作

导语：消费者在购买奶茶的时候有时会遇到这样的问题：明明是同一款奶茶，口味却有差异，这主要是因为奶茶制作技术的不同。每一位投资奶茶店的投资人都希望奶茶店盈利，赚取丰厚的收益。其实只要有过硬的技术，就能制作出好的奶茶。

一、奶茶的分类	143
二、港式奶茶	144
三、港式奶茶的制作	145
相关链接：关于港式奶茶的制作秘密	149
四、台式奶茶	151
相关链接：台式奶茶与港式奶茶的区别	152
五、台式奶茶的制作	153

第八章 日常管理

导语：虽说奶茶店的市场前景可观，消费者对奶茶店的需求量大，有些奶茶店的生意也很火爆，但是开一家奶茶店，想要自己的奶茶店能够获得可观的利润收益以及长足的优势发展，店主必须在奶茶店的经营和管理上下工夫才行。

- | | |
|-----------------------|-----|
| 一、员工管理 | 159 |
| 二、店铺环境管理 | 161 |
| 三、店铺经营管理 | 162 |
| 四、店铺经营法则 | 164 |
| 相关链接：多家竞争如何让你的奶茶店脱颖而出 | 165 |
| 五、产品定价策略 | 166 |
| 六、店铺成本控制 | 167 |
| 相关链接：如何提升门店的利润空间 | 169 |
| 七、菜单设计要求 | 170 |

第九章 服务管理

导语：对于顾客来说，选择哪家饭店或者饮品店已经不仅仅是由它的菜品或者饮品的味道决定的，更重要的是由其服务决定的。服务态度好了，顾客自然就愿意去；服务态度不好，自然是留不住顾客的。

- | | |
|---------------------|-----|
| 一、细分顾客 | 175 |
| 二、服务顾客的原则 | 176 |
| 三、热情接待顾客 | 177 |
| 相关链接：微笑服务的魅力 | 177 |
| 相关链接：如何体现服务的高度热情 | 180 |
| 四、提供优质服务 | 180 |
| 五、把握进门5分钟 | 182 |
| 相关链接：门店服务禁忌 | 183 |
| 六、提升服务质量 | 184 |
| 相关链接：感谢顾客的方式 | 186 |
| 七、提高顾客满意度 | 187 |
| 相关链接：当顾客说奶茶不好喝，怎么办？ | 189 |
| 八、处理顾客投诉 | 190 |

第十章——促销推广



导语：促销的目的不仅仅是为了拉动销售量，更重要的是让品牌得到曝光，从而进一步扩大品牌的影响力，实现持久发展。在奶茶行业，促销不仅可以增加顾客的消费欲望，形成火爆的购买现场，而且可以获取更大的消费人群。

- | | |
|--------------------|-----|
| 一、促销的技巧 | 195 |
| 二、常见的促销方式 | 197 |
| 三、开业促销宣传 | 199 |
| 相关链接：奶茶店开业如何做好促销造势 | 201 |
| 四、开业促销活动 | 202 |
| 五、通过微信宣传 | 204 |
| 相关链接：奶茶店微信推广的方式 | 204 |
| 六、微信公众号营销 | 205 |
| 七、制作小程序推广店铺 | 206 |

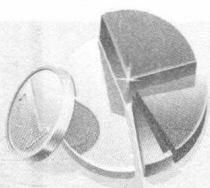
第十一章——外卖服务

导语：随着外卖软件带动外卖行业的发展，外卖成了奶茶经营者们又一项可以选择的销售方式。一些深谙经营之道的奶茶店早就乘上外卖热潮的东风，依靠互联网的力量，实现了日均交易额连月翻番的营收业绩。

- | | |
|----------------------|-----|
| 一、外卖服务的重要性 | 211 |
| 二、注重外卖服务细节 | 211 |
| 三、外卖服务注意事项 | 213 |
| 相关链接：外卖服务实践 | 214 |
| 四、提升外卖客单量 | 215 |
| 五、入驻外卖平台 | 216 |
| 相关链接：三大外卖平台对比 | 219 |
| 六、提升外卖平台销售额 | 220 |
| 相关链接：奶茶店的外卖订单如何保证好评率 | 225 |
| 七、外卖平台促销策略 | 225 |



第一章 开店筹备



开家赚钱的咖啡奶茶店

——咖啡奶茶店经营管理从入门到精通



第一章 开店筹备

导语

俗话说得好，万事开头难。一家店要想顺利开张，也不是件容易的事情。要想开好一家店，前期需要准备的东西很多，没有计划好就匆匆开店的风险是很大的。只有充分重视前期的准备工作，才能真正为以后的开店事业铺平道路。

一、展开市场调查

对于新手来说，没有开过店面，一般都是不会做市场调查，无从下手。但是市场调查是开店之前需要做的一项非常重要的准备工作。

1. 调查的目的

随着市场的竞争越来越激烈，消费者对产品质量的要求越来越高，近些年来，奶茶越来越受到广大消费者特别是年轻人群的追捧，不同形式和风格的奶茶让人眼花缭乱，快捷便利的路边奶茶店也遍地开花。创业者应通过对消费者的调查了解，从而了解奶茶的发展状况、消费者需求、市场占有率及存在的问题，这样便于对自己门店做出一个准确的市场定位，帮助开店后更顺利的经营盈利。

2. 调查的内容

调查的内容应包括如图 1-1 所示的方面。



图 1-1 调查的内容

3. 调查的方式

创业者在做调查时，可采取观察法或访问法等方式。

① 观察法，即调查人员亲临顾客购物现场，直接观察和记录顾客的种类，购买动机和特点，消费方式和习惯，商家的价格与服务水平，经营策略和手段等，这样取得的一手资料更真实可靠。要注意的是你的调查行为不要被经营者发现。

② 访问法，即事先拟定调查项目，通过面谈、信访、电话、问卷等方式向被调查者提出询问，以获取所需要的调查资料。这种调查简单易行，有时也不见得很正规，在与人聊天闲谈时，就可以把你的调查内容穿插进去，在不知不觉中进行着市场调查。



相关链接

奶茶店市场需求调查问卷

尊敬的女士/先生：

你们好！感谢你们在百忙之中抽出时间参与本次问卷调查，此次问卷调查是为了更好地满足消费者需求而展开的（以匿名的方式展开）。对于此次调查结果，我们会严格保密，烦请您如实填写。答案没有对错之分，您的参与对我们研究非常重要，衷心感谢您的合作，祝您生活愉快！

1. 您的性别

- A. 男 B. 女

2. 您的年龄

- A. 10岁及以下 B. 11 ~ 20岁 C. 21 ~ 30岁 D. 30岁以上

3. 您的职业

- A. 学生 B. 公司职员 C. 奶茶店同行 D. 其他

4. 您平时喝奶茶的频率

- A. 每天一杯或一周五杯以上 B. 每周3 ~ 5杯，经常喝
 C. 每周一两杯 D. 一个月一两杯
 E. 基本不喝

5. 在选择奶茶时，您比较看重哪些因素？（最多选择3项）

- A. 品牌 B. 口味 C. 价格 D. 卫生

- E. 包装 ○F. 店内环境 ○G. 其他_____
6. 您怎么看待奶茶对健康的影响?
- A. 健康 ○B. 一般 ○C. 不健康 ○D. 无所谓
7. 您一般选择哪种享受奶茶的方式?
- A. 光顾奶茶店, 在店里享用 ○B. 奶茶店外带 ○C. 叫外卖
8. 您能接受的奶茶价格是
- A. 3元以下 ○B. 3 ~ 5元 ○C. 5 ~ 10元 ○D. 10元以上
9. 您在什么时候会喝奶茶?
- A. 逛街时 ○B. 运动时
○C. 工作或学习时 ○D. 休息时
○E. 就餐时 ○F. 其他_____
10. 您喝奶茶的目的是
- A. 解渴 ○B. 娱乐
○C. 消除疲劳或消暑降温 ○D. 其他
11. 您会尝试新口味的奶茶产品是什么原因?
- A. 价格合理 ○B. 好奇心理 ○C. 新鲜口感 ○D. 店内装潢
○E. 朋友介绍 ○F. 其他_____
12. 对于奶茶的消费, 您更注重哪些方面?
- A. 包装 ○B. 价格 ○C. 口感 ○D. 情调
○E. 品牌 ○F. 其他
13. 您喜欢什么口味的奶茶?
- A. 原味 ○B. 香芋味 ○C. 巧克力味 ○D. 草莓味
○E. 麦香味 ○F. 香橙味 ○G. 其他_____
14. 以下饮品您最喜欢哪种?
- A. 奶茶 ○B. 牛奶 ○C. 咖啡 ○D. 果汁
○E. 奶昔或奶绿 ○F. 沙冰或刨冰 ○G. 茶/茶饮料 ○H. 碳酸饮料
○I. 双皮奶或烧仙草 ○J. 冰激凌 ○K. 其他_____
15. 您希望加入什么来提高奶茶口感?
- A. 珍珠 ○B. 布丁 ○C. 果肉 ○D. 其他
16. 您认为哪种优惠活动能吸引您?
- A. 价格折扣 ○B. 购买即赠礼物
○C. 团购优惠 ○D. 其他

17. 您认为对奶茶店来说什么是最重要的？（最多选择4项）

- A. 环境好，有休息区
- B. 奶茶口味多，其他产品多
- C. 奶茶口味好
- D. 服务态度好，有外卖
- E. 价格便宜
- F. 有留言板、涂鸦区
- G. 路途近、方便
- H. 促销活动多
- I. 外包装漂亮、吸管有个性
- J. 放些激情或抒情音乐
- K. 其他_____

18. 对于奶茶店，您期待还有什么服务？

- A. 环境好，有休息区
- B. 奶茶口味多，其他产品多
- C. 奶茶口味好
- D. 服务态度好，有外卖
- E. 价格便宜
- F. 有留言板、涂鸦区
- G. 路途近、方便
- H. 促销活动多
- I. 外包装漂亮、吸管有个性
- J. 放些激情或抒情音乐
- K. 其他_____

二、进行商圈分析

商圈是指店铺以其所在地点为中心，沿着一定的方向和距离扩展，那些优先选择到该店来消费的顾客所分布的地区范围，换而言之就是奶茶店顾客所在的地理范围。

1. 商圈范围

不同的店由于经营商品、交通因素、地理位置、经营规模等方面的不同，其商圈规模、商圈形态存在很大差别。即使是同一个店，在不同时间也可以会因为不同因素的影响，而导致商圈的变化，比如原商圈内出现了竞争，吸引了一部分顾客，商圈规模时大时小，商圈形态表现为各种不规则的多角形。为便于分析，通常是以商店设定地点为圆心，以周围一定距离为半径所划定的范围作为商圈设定考虑的因素。

但是对一家店而言，其商圈范围除了周围的地区外，对于交通网分布的情形也必须列入考虑，顾客利用各种工具即可很容易来店的地区也应该被纳入商圈。