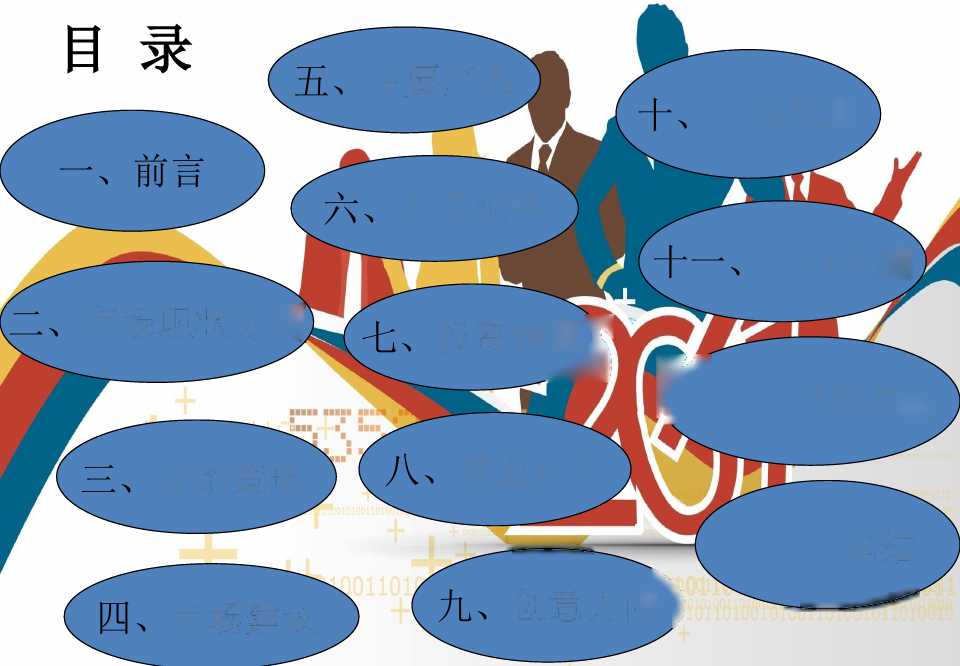


“风雨同粥”连锁粥馆



主要产品

市场风险

人员配备

应对措施

市场现状分析

效益预算

营销策略

市场建议

—— 十三，总结 创意方向0——1

投资预乡•

4二，过程控制



民以食为天，足见食之重要。说到饮食，人们的饮 食地点不外乎家庭和餐馆。如今，随着经济的发展，各类 餐饮店林立于市场中，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，才能能 在市场上大行其道，取得很好的效益。 ■

:、市场现状分析

(-)企业的目标和任务

“风雨同粥”粥馆将要进入芜湖市场，我们 的目标就是要在芜湖市场占据市场份额，把品牌 做大，让顾客对我们了解，把我们的品牌做到消 费者心里，以无声的品牌形象为我们的产品做宣 传。然而明确确定企业市场营销策划方案的重要



（二）市场环境

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。至今“ 粥"仍是全国甚为流传的食物之一。如北方的小米粥，玉 米粥；广东的艇仔粥及弟粥更是流传海外，风行东南亚。

其效用除一般饮食外，还可以作为预防疾病，治疗疾病， 养生美容。由于种种原因，如方式分散，品种单一，营销

方式不对，形成不了产业经营。我们正是看准机会，挖掘 整理，搜集选择了几百种实用粥谱，推出《风雨同粥》系 列产品满足市场需求C



（三）消费者分析

我们发现目前消费者群体呈现以下特点：

a .粥的卫生状况是消费者关注的重点；

1. 消费者对粥的了解还很浅显，对不同的粥的营养价值 认识还不够；
2. 消费者对粥的认识还局限于一般的状态，观念里的粥

品种单一，常见的白粥配咸菜、八宝粥、红豆粥、小米粥 、皮蛋粥等少量品种。 .

（四）竞争者分析

私人餐馆

2、

已经岀现的连锁粥店

