บทที่ 4

โครงการต่าง ๆตามแนวทางยุทธศาสตร์

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ภาพ 9 แสดงภาพตราสินค้าของบลูเมาท์เทนคอฟฟี่

เมล็ดกาแฟแต่ละเบลนด์ ของแฟรนไชส์กาแฟสดบลูเมาท์เทนคอฟฟี่

เบลนด์กาแฟ คือ ชนิด ของเมล็ดกาแฟที่มีส่วนผสมของสายพันธ์กาแฟอราบิกา และโรบัสตา ที่แตกต่างกัน นำมาผ่านกระบวนการคั่วในระดับต่างกัน เพื่อให้เกิดรสชาติกาแฟ ทั้งความเข้มและความหอมของกาแฟที่แตกต่างกัน ตามรสนิยมการบริโภคกาแฟของแต่ละบุคคล ดังนั้น ความละเอียดอ่อนในการเลือกเมล็ดกาแฟแต่ละเบลนด์ ให้ถูกต้องตามรสนิยมความชอบของแต่ละคน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เราสามารถชงกาแฟได้ถูกใจลูกค้ามากที่สุด นี่คือจุดขายที่บลูเมาท์เทน คอฟฟี ยึดมั่นและให้ความสำคัญเสมอมาสำหรับลูกค้าร้านกาแฟของเราทุกราย

1. **เบลนด์ เอสเปรสโซ เป็นเบลนด์เข้ม** จะมีสัดส่วนของโรบัสตามากกว่าเบลนด์อื่นๆ คั่วเข้ม เมล็ดกาแฟมีลักษณะดำ มัน เบลนด์นี้ใช้สำหรับชงกาแฟเย็น เข้มข้น เนื่องจากเผื่อการละลายน้ำแข็ง และการผสมกับนมข้น นมสดไว้แล้ว จะทำให้ได้รสชาติกาแฟเข้ม ถูกใจคอกาแฟ โดยไม่มีกลิ่นไหม้ของกาแฟมารบกวน

2. **เบลนด์พรีเมียม เอสเปรสโซ** เป็นเบลนด์เข้ม แต่คั่วลดระดับลงมาจากเบลนด์เอสเปรสโซ ใช้สำหรับชงกาแฟร้อน เข้มข้น แต่ยังมีเสน่ห์ความหอมของกาแฟ และไม่ขมจนเกินไป เหมาะสำหรับคอกาแฟ

3. **เบลนด์บลูเมาท์เทน** เป็นกาแฟเบลนด์กลางๆ มีความหอมมาก เนื่องจากมีสัดส่วนของ อราบิกามากขึ้น คั่วระดับกลางๆ ให้รสชาติกาแฟกลมกล่อม ชงได้ทั้งกาแฟร้อน และ

กาแฟเย็น เหมาะกับการนำมาผสมผสานกับชอคโกแลตเป็นกาแฟมอคคา หรือเติมวิปปิ้งครีม เป็นคาปูชิโน เป็นเบลนด์กาแฟที่มักถูกใจสาวๆ หรือนักศึกษา วัยรุ่นที่ไม่ชอบกาแฟรสเข้ม ขมจนเกินไป

4. **เบลนด์กาแฟอราบิกา 100%** เป็นเบลนด์อ่อน เหมาะสำหรับชงกาแฟร้อนจะได้สเน่ห์ความหอมของกาแฟมากๆ ชาวต่างชาติจะชอบดื่มกาแฟชนิดนี้มาก

นี่คือรายละเอียดและข้อมูลของกาแฟแต่ละชนิด เราได้คัดเลือกเอากาแฟเบลนด์ที่เหมาะสมกับรสนิยมของคนส่วนใหญ่มาให้กับแฟรนไชส์ของเรา การเลือกเบลนด์กาแฟที่เหมาะสมกับลูกค้าจะเป็นการสร้างจุดเด่นและจุดขายสำหรับเจ้าของร้านกาแฟสด

การใช้ Flavored Coffee Syrup

โดยธรรมชาติของกาแฟนั้น จะมีความเข้ม และหนัก อยู่ในตัว ซึ่งคนส่วนมากจะไม่คุ้นและเป็นเรื่องยากที่จะดื่ม ดังนี้การที่จะทำให้รสชาติกาแฟนุ่มละมุนขึ้น เราต้องแก้ที่ตัวสาเหตุ นั่นคือ ที่ตัวกาแฟโดยตรงนั่นเอง ฉะนั้น การใช้ Flavored Coffee Syrup ก็เพื่อให้กาแฟมีรสชาตินุ่มละมุนขึ้น จึงควรมุ่งใช้โดยตรงกับตัว Espresso ที่จะชงกาแฟถ้วยนั้นๆ เพราะ Flavored Coffee Syrup จะไปทำให้น้ำกาแฟ Espresso เบาขึ้น นุ่มขึ้น และมีความเป็น Coffee Beverage มากกว่ารสชาติของกาแฟธรรมดา ดังนี้ เมื่อทราบจุดประสงค์การใช้ Flavored Coffee Syrup แล้ว การใช้ Flavored Coffee Syrup ที่เหมาะสม จึงควรใส่ Flavored Coffee Syrup ที่ส่วนล่างของถ้วยกาแฟ (ก้นถ้วย) ก่อนจะใส่ Espresso ลงในถ้วยนั้น และหากจะให้ดี ก็ควรจะคนกาแฟ Espresso ผสมกับ Flavored Coffee Syrup และนมร้อน สักเล็กน้อย ก่อนที่จะปิดหน้าด้วยฟองนม เมื่อทำได้ดังนี้จะทำให้กาแฟถ้วยพิเศษนี้มีความหอมของกาแฟ และFlavored รวมทั้งจะได้กาแฟที่มีรสชาติที่เบานุ่มละมุนขึ้น สร้างความประทับใจให้กับผู้ที่ได้ลิ้มลอง และหลงใหลในกาแฟถ้วยวิเศษนี้

ESPRESSO

Espresso คือ กาแฟที่ชงด้วยการผ่านเครื่อง Espresso Machine โดยมีขั้นตอน ขับน้ำร้อนแรงดันสูงผ่านเมล็ดกาแฟที่บดละเอียด ใช้เวลา 1 ชอต ประมาณ 18-20 วินาที การทำกาแฟ Espresso โดยผ่านเครื่องทำ Espresso นี้ จะทำให้ผิวหน้าของกาแฟเป็นฟองครีมสีทอง ควรเสิร์ฟดื่มทันทีเมื่อเสร็จจากเครื่อง

สูตรแนะนำ

CLASSIC ESPRESSO เป็นการเพิ่มความหอมหวานให้กับ Espresso แล้วดื่มรวดเดียวหมดแก้ว

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปวนิลา หรือ บิงโกซีรัปคาราเมล

เอสเปรสโซ 1 ชอต

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยซีรัปวนิลา หรือ บิงโกซีรัปคาราเมล เติมเอสเปรสโซ 1ชอต คนให้เข้ากัน ยกเสริฟทันที

ESPRESSO MACCHIATO มาคีอาโต้ แปลความหมายว่า “ทำเครื่องหมาย” ดังนั้นจึงหมายถึงเอสเปรสโซ ที่ถูกทำเครื่องหมายด้วยฟองนม

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปคาราเมล 2 ช้อนชา หรือ ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

ฟองนม

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปคาราเมล เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน ใช้ช้อนตักฟองนมแล้ววางบนเอสเปรสโซ แล้วยกเสริฟทันที

ESPRESSO CON PANNA ปันย่า ในภาษาอิตาลี หมายถึง ครีม

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปวนิลา 2 ช้อนชา / ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

วิปครีม

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปวนิลา เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน ใช้ช้อนตักวิปครีม วางลงบนเอสเปรสโซแล้วยกเสริฟทันที

CLASSIC CAPPUCCINO

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปคาราเมล 3 ช้อนชา / ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมร้อน และ ฟองนม

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปคาราเมล เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน ใช้ช้อนกั้นฟองนม ขณะรินนมร้อนลงในถ้วย จำนวนครึ่งถ้วย ปิดหน้าส่วนที่เหลือของถ้วย ด้วยฟองนมเหมือนหมวก แล้วยกเสริฟ

HAZELNUT CAPPUCCINO

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปเฮเซลนัท 3 ช้อนชา / ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมร้อน

วิปครีม

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปเฮเซลนัท เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน เติมนมร้อน จนถึงครึ่งถ้วยกาแฟ ปิดหน้าด้วยวิปครีมจนถึงปากถ้วยแล้วยกเสริฟ

VANILLA MILK CAPPUCCINO

ส่วนผสม

บิงโกซีรัป วนิลา 2 ช้อนชา / ตามชอบ

บิงโกซีรัป มิลค์ 2 ช้อนชา / ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมร้อน

วิปครีม

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปวนิลา และบิงโกซีรัปมิลค์ เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน เติมนมร้อน จนถึงครึ่งถ้วยกาแฟ ปิดหน้าด้วยวิปครีมจนถึงปากถ้วย แล้วยกเสริฟ

CLASSIC LATTE

กาแฟลาเต้ คือ กาแฟที่มีส่วนผสมของนมมากกว่าคาปูชิโน ความเข้มข้นของกาแฟจึงน้อยกว่าคาปูชิโน แต่ใช้ความเบา ละมุนมาทดแทน

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปมิลค์ 3 ช้อนชา / ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมร้อน และ ฟองนม

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปมิลค์ เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน เติมนมร้อน (ใช้ช้อนกั้นฟองนมขณะรินนมร้อน) จนเกือบถึงปากถ้วย ตักฟองนมปิดหน้า แล้วยกเสริฟ

VANILLA NUT LATTE

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปวนิลา 2 ช้อนชา / ตามชอบ

ซีรัปเฮเซลนัท 2 ช้อนชา / ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมร้อน และ ฟองนม

ถั่ว / เมล็ดมะม่วงหิมพาต์บด สำหรับตกแต่ง

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปวนิลา และบิงโกซีรัปเฮเซลนัท เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน เติมนมร้อน (ใช้ช้อนกั้นฟองนมขณะรินนมร้อน) จนเกือบถึงปากถ้วย ตักฟองนมปิดหน้า โรยถั่วบด แล้วยกเสิร์ฟ

HONEY NUT LATTE

ส่วนผสม

น้ำผึ้ง 2 ช้อนชา / ตามชอบ

บิงโกซีรัปเฮเซลนัท 2 ช้อนชา / ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมร้อน และ ฟองนม

ถั่วบด / เมล็ดมะม่วงหิมพานต์บด สำหรับตกแต่ง

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยน้ำผึ้ง และบิงโกซีรัปเฮเซลนัท เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน เติมนมร้อนเกือบถึงปากถ้วย ผสมให้เข้ากัน ปิดหน้าด้วยฟองนม โรยถั่วบด แต่งหน้า

CLASSIC MOCHA

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปมอคค่า 3 ช้อนชา / ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมร้อน

วิปครีม

ผงโกโก้ สำหรับตกแต่ง

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปมอคค่า เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน เติมนมร้อน ประมาณ 2ใน3 ของถ้วย ปิดหน้าด้วยวิปครีม จนถึงปากถ้วย แต่งหน้าด้วยผงโกโก้ แล้วยกเสิร์ฟ

CARAMEL MOCHA

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปมอคค่า 2 ช้อนชา / ตามชอบ

บิงโกซีรัปคาราเมล 2 ช้อนชา / ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมร้อน

วิปครีม

ถั่วบด / เมล็ดมะม่วงหิมพานต์บด สำหรับตกแต่ง

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปมอคค่า และ บิงโกซีรัปคาราเมล เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน เติมนมร้อน ประมาณ 2ใน3 ส่วน ของถ้วย ปิดหน้าด้วยวิปครีม จนถึงปากถ้วย แต่งหน้าด้วยถั่วบด แล้วยกเสิร์ฟ

HAZELNUT MOCHA

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปมอคค่า 2 ช้อนชา / ตามชอบ

บิงโกซีรัปเฮเซลนัท 2 ช้อนชา / ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมร้อน

วิปครีม

ถั่วบด สำหรับตกแต่งหน้า

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปมอคค่า และบิงโกซีรัปเฮเซลนัท เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน เติมนมร้อน ประมาณ 2ใน3 ส่วนของถ้วย ปิดหน้าด้วยวิปครีม แต่งหน้าด้วยผงถั่วบด แล้วยกเสิร์ฟ

DAIRY MOCHA

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปมอคค่า 2 ช้อนชา / ตามชอบ

บิงโกซีรัปมิลค์ 2 ช้อนชา / ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมร้อน

วิปครีม

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปมอคค่า และบิงโกซีรัปมิลค์ เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน เติมนมร้อน ประมาณ 2ใน3 ส่วนของถ้วย ปิดหน้าด้วยวิปครีม แล้วยกเสิร์ฟ

VANILLA MOCHA

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปมอคค่า 2 ช้อนชา / ตามชอบ

บิงโกซีรัปวนิลา 2 ช้อนชา / ตามชอบ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมร้อน

วิปครีม

ถั่วบด สำหรับตกแต่งหน้า

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปมอคค่า และบิงโกซีรัปวนิลา เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน เติมนมร้อน ประมาณ 2ใน3 ส่วนของถ้วย ปิดหน้าด้วยวิปครีม แต่งหน้าด้วยผงถั่วบด แล้วยกเสิร์ฟ

CINNAMON MOCHA

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปมอคค่า 2 ช้อนชา / ตามชอบ

ผงอบเชย 1ส่วน 4 ช้อนชา

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมร้อน

วิปครีม

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปมอคค่า ใส่ผงอบเชย เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน เติมนมร้อน ประมาณ 2ใน3 ส่วนของถ้วย ปิดหน้าด้วยวิปครีม แต่งหน้าด้วยผงอบเชย เล็กน้อย แล้วยกเสริฟ

CLASSIC IRIS

กาแฟไอริช คือ กาแฟในกลุ่ม แอลกอฮอล เหมาะกับกลุ่มผู้ชื่นชอบความหอม ในเครื่องดื่มกาแฟที่มีแอลกอฮอลผสม

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปคาราเมล 2 ช้อนชา / ตามชอบ

เหล้าประเภทวิสกี้ หรือเหล้ารัม 2 ช้อนชา

เอสเปรสโซ 1 ชอต

วิปครีม

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟด้วยบิงโกซีรัปคาราเมล ใส่วิสกี้ หรือเหล้ารัม เติมเอสเปรสโซ 1 ชอต (ไม่ต้องคนให้เข้ากัน) ปิดหน้าด้วยวิปครีม จนถึงปากถ้วย (หมายเหตุ) กาแฟชนิดนี้ไม่ต้องคน เพราะต้องการให้ส่วนผสมทั้งหมด ถูกกรองผ่านความละมุนของวิปครีม

ICEA NUT MOCHA

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปมอคค่า 2 ช้อนโต๊ะ

บิงโกซีรัปเฮเซลนัท 2 ช้อนโต๊ะ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมเย็น

น้ำแข็ง

วิปครีม

วิธีทำ

ผสม บิงโกซีรัปทั้งหมด และเอสเปรสโซ 1 ชอต คนให้เข้ากัน เติมนมเย็น ลงไปจนได้ปริมาณ 2ใน3 ส่วนของถ้วย เติมน้ำแข็ง ให้เกือบเต็มแก้ว ปิดหน้าด้วย วิปครีม และเสริฟ

COFFEE SHAKE

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปมิลค์ 3 ช้อนโต๊ะ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นมเย็น 1 ถ้วย

ไอศกรีม 1 ลูก (ตามชอบ)

วิปครีม

วิธีทำ

นำบิงโกซีรัปมิลค์ เอสเปรสโซ นม และไอศครีม ใส่ในเครื่องปั่นผลไม้ ปั่นจนเข้ากันดี เทใส่แก้วทรงสูง ปิดหน้าด้วยวิปครีม พร้อมเสริฟ

MOCHA FRAPPE

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปมอคค่า 3 ช้อนโต๊ะ

บิงโกซีรัปมิลค์ 2 ช้อนโต๊ะ

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นม 5 ช้อนโต๊ะ

น้ำแข็ง 1 ถ้วย

วิปครีม

วิธีทำ

ใส่ บิงโกซีรัป เอสเปรสโซ นม น้ำแข็ง ในเครื่องปั่นผลไม้ ปั่นจนเข้ากันดี รินใส่แก้วทรงสูง ปิดหน้าด้วยวิปครีม พร้อมเสริฟ

HOT MILK

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปวนิลาหรือมอคค่า 3 ช้อนชา

นม พาสเจอร์ไรส์

วิธีทำ

รองก้นถ้วยด้วยบิงโกซีรัปวนิลา เติมนมลงไป คนให้เข้ากัน อุ่นในไมโครเวฟเสร็จแล้วเสริฟ

PAST TIME COFFEE

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปมิลค์ 3 ช้อนชา

เอสเปรสโซ 1 ชอต

นม

วิธีทำ

รองก้นถ้วยกาแฟ ด้วยบิงโกไซรัปมิลค์ ใส่เอสเปรสโซ 1 ชอต ใส่นมจนเกือบถึงปากถ้วย คนให้เข้ากัน พร้อมเสริฟ

การทำวิปครีม แต่งกลิ่นรส

ส่วนผสม

บิงโกซีรัปคาราเมล หรือวนิลา หรือมิลค์

นม สำหรับทำวิปครีม

วิธีทำ

หากเป็นเครื่องทำวิปครีม ขนาด 500 cc. ใส่บิงโกซีรัปประมาณ 30-50 cc. ตามชอบ ใส่นมวิปครีมตามสัดส่วนที่เหลือ ปิดฝาเขย่าขวดจนเข้ากัน ใส่แก๊สสำหรับทำวิปครีมเขย่าอีกครั้ง พร้อมใช้ได้ วิปครีมนี้ จะมีรสหอมหวาน ไม่เลี่ยนแบบเดิม สำหรับใช้แต่งหน้าเครื่องดื่ม ชนิดต่าง ๆ

น้ำผลไม้นำเข้า ตรา HOBURY

น้ำผลไม้เข้มข้น ตรา HOBURY กีวี องุ่น แอ๊บเปิ้ล ขนาด 1 ลิตร ได้รสชาติของน้ำผลไม้แท้ๆ เข้มข้นมากมีทั้งเนื้อทั้งน้ำ อร่อยมากๆ (ไม่ใช่น้ำหวานใสๆ ที่มีแต่กลิ่นหรือหัวเชื้อ) เหมาะกับเมนู อิตาเลียนโซดา หรือ สมูทตี้ น้ำปั่น ใช้แทนกีวี องุ่น แอ๊บเปิ้ล สดได้เลย เปิดแล้วเก็บไว้ได้นาน

ภาพ 10 แสดงเมนูเครื่องดื่มของแฟรนไชส์กาแฟสดบลูเมาท์เทนคอฟฟี่

ด้านราคา (Price)

กลยุทธ์ราคา (Price Strategy) เป็นการกำหนดว่าเราจะตั้งราคาแบบใด กลยุทธ์ราคาสูง หรือราคาต่ำ สิ่งที่จะต้องตระหนักคือ ราคาทีได้กำหนดไว้นั้นเหมาะสมในการแข่งขัน หรือสอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้านั้นหรือไม่กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategy) ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคามีประเด็นสำคัญที่จะต้องพิจารณาดังนี้

1. ตั้งราคาตามตลาด (On going price) หรือตั้งราคาตามความพอใจ (Leading price)

1.1 ตั้งราคาตามตามตลาด (On going price) เหมาะสำหรับสินค้าที่สร้างความแตกต่างได้ยากจึงไม่สามารถจะตั้งราคาให้แตก ต่างจากตลาดคู่แข่งขันได้ นั่นคือ การตั้งราคาตามคู่แข่งขัน

1.2 ตั้งราคาตามความพอใจ (Leading price) เป็นการตั้งราคาตามความพอใจโดยไม่คำนึงถึงคู่แข่งขัน เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างในตราสินค้า สินค้าที่มีเอกลักษณ์ส่วนตัวมีภาพพจน์ที่ดี จะตั้งราคาเท่าไรก็ไม่มีใครเปรียบเทียบ

2. สินค้าจะออกเป็นแบบราคาสูง (Premium price) เมื่อแน่ใจในคุณภาพที่เหนือกว่าและการยอมรับในราคาของลูกค้าหรือราคามาตรฐาน (Standard) เมื่อใช้การตั้งราคาโดยพิจารณาจากราคาของคู่แข่งขัน หรือตราสินค้าเพื่อการแข่งขัน (Fighting brand) เป็นสินค้าด้อยคุณภาพกว่าคู่แข่งขันเล็กน้อย จะลงตลาดล่าง

3. การตั้งราคาเท่ากันหมด (One pricing) คือสินค้าหลายอย่างที่มีราคาติดอยู่บนกล่อง หมายถึง ไม่ว่าจะขายอยู่ที่ใดฤดูหนาวหรือฤดูร้อนราคาก็เท่ากันหมด หรือราคาแตกต่างกัน (Discriminate price) ข้อดี คือสามารถเรียกราคาได้หลายราคา แต่ข้อเสียก็คือ เราต้องหาเหตุผลในการตั้งราคาหลายอย่าง เพื่อให้คนยอมรับได้

4. การขยายสายผลิตภัณฑ์ (Line extension) ในกรณีนี้การนำเสนอสินค้าเริ่มต้นด้วยราคาหนึ่ง แล้วมีกลยุทธ์เผยแพร่ความนิยมไปยังตลาดบน หรือตลาดล่าง

5. การขยับซื้อสูงขึ้น (Trading up) เป็นการปรับราคาสูงขึ้นทำให้ได้กำไรมากขึ้น จึงพยายามขายให้ปริมาณมากขึ้นหรือการขยับซื้อต่ำลง (Trading down) เป็นการผลิตสินค้าที่มีราคาแพงให้มีคุณภาพกว่าสินค้าที่ราคาถูกเล็กน้อยแต่ ตั้งราคาสูงกว่า เพื่อให้คนซื้อสิ้นที่รองลงมา

6. การใช้กลยุทธ์ด้านขนาด (Size) คือไม่ทำขนาดเท่ากับผู้ผลิตรายอื่น ๆ

ในส่วนของกลยุทธ์ด้านราคานั้น ทางบลูเมาท์เทนคอฟฟี่ นั้นคำนึงถึงการกำหนดราคาให้ถูกต้องเหมาะสมที่สุด เพื่อที่จะใช้ผลักดันผลิตภัณฑ์ให้ออกไปสู่ตลาดเป้าหมาย ซึ่งทางบลูเมาท์

เทนคอฟฟี่ ได้กำหนดราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพสินค้า จึงใช้หลักกลยุทธ์ตั้งราคาตามตลาด โดยราคาเครื่องดื่มจะอยู่ที่แก้วละ 30-60 บาท ขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าและทำเลที่ตั้งของร้าน

ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ทำเล หรือ แหล่งที่ตั้งของธุรกิจ ทำเลคือหัวใจของธุรกิจร้านกาแฟสดเลยก็ว่าได้ การเลือกทำเลที่ตั้งร้านกาแฟสด โดยหลักการเลือกทำเลที่ตั้งของทางบลูเมาท์เทนมีดังนี้

1. เลือกแหล่งที่เป็นชุมชนขนาดกลางไปจนถึงขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้า มหาวิทยาลัย โรงเรียน โรงพยาบาล หรือแหล่งที่มีผู้คนจำนวนมาก

2. ดูว่าที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายว่าเป็นคนกลุ่มใด (เลือกศักยภาพในการซื้อหรืออำนาจในการจ่ายเงินของกลุ่มลูกค้านั่นเอง)

3. เลือกจุดหรือบริเวณที่ตั้งของร้าน โดยดูทิศทางคนเดินผ่าน คนมองเห็นได้ง่าย พื้นที่ตั้งสะอาด อากาศถ่ายเทได้ดี

4. วิเคราะห์ความเหมาะสมในการทำธุรกิจร้านกาแฟสด สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการคัดเลือกทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟสด ไม่ควรเลือกทำเลที่แออัดด้วยมลพิษมากจนเกินไป หรือทำเลที่คับแคบจนแทบกระดิกตัวไม่ได้หรือทำเลที่สกปรก ใกล้แหล่งขยะหรือแหล่งที่ผู้คนไม่ค่อยเดินกัน บริเวณที่ฝุ่นมาก ซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของร้านกาแฟสดของเราเสียไปได้ง่าย

ที่สุดของความสำเร็จสำหรับร้านกาแฟสด การสร้างความสำเร็จในธุรกิจ คุณต้องมีจุดดีและจุดเด่น ๆ ที่ไม่เหมือนใคร แต่โดยสรุปแล้ว ไม่ว่าจะสร้างจุดเด่นในลักษณะใดก็ตาม หัวใจหลักของความสำเร็จในการทำธุรกิจร้านกาแฟสด สรุปสั้น ๆ มีอยู่ 2 อันดับความสำคัญด้วยกันดังนี้

1. ความสำคัญอันดับแรกที่สุด ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจหลัก คือ รสชาติของกาแฟ รสชาติต้องอร่อยจริง ๆ ดื่มทุกครั้งต้องอร่อยทุกครั้งรสชาติไม่มีผิดเพี้ยนไปจากมาตรฐาน ลูกค้าทุกคนดื่มกาแฟของคุณแล้วติดใจในความอร่อย ถ้าเมนูอื่น ๆ ก็อร่อยไม่น้อยไปกว่ากาแฟ ก็ยิ่งเป็นการเพิ่มค่าร้านของคุณเป็นอย่างดี ถ้ากาแฟและเมนูอื่น ๆ ก็ไม่อร่อยเลย ทำเลก็ไม่ดี เจ้าของก็ไม่ได้ให้ความสนใจในธุรกิจ จุดนี้คือจุดตายของร้านกาแฟทั่วไปที่ทำแล้วไม่ประสบผลสำเร็จ ถึงแม้จะลงทุนจำนวนมากมาย แต่ถ้าทำรสชาติของกาแฟให้อร่อยไม่ได้ก็จอดตรงนั้น

2. ทำเลดี ซึ่งมีความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา คุณลองนึกภาพดู ถ้ากาแฟรสอร่อยมาก ๆ บวกกับทำเลดีเยี่ยม ถือว่าชัยชนะมาเยี่ยมคุณเรียบร้อยแล้ว ในส่วนเรื่องอื่น ๆ เป็นเพียงปัจจัยรอง แต่ปัจจัยที่สำคัญหลักจะอยู่ที่ ข้อ 1 และ 2

ภารกิจหลักและหน้าที่ที่สำคัญที่สุดของร้านกาแฟคือ การเติมความอร่อยมาก ๆ ของรสชาติกาแฟและเมนูประกอบอื่น ๆ ให้กับลูกค้าของคุณทุก ๆ คน ที่เข้ามาใช้บริการดื่มกาแฟที่ร้าน

จงทำให้ร้านของคุณมีเสน่ห์ในทุก ๆ ด้าน เพื่อมัดใจลูกค้าทุก ๆ คน แล้วเงินจะหลั่งไหลเข้ากระเป๋าของคุณอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันร้านกาแฟสดเป็นธุรกิจหลักและธุรกิจเสริมที่ไปได้ดีกับธุรกิจต่าง ๆ มากมาย ดังนี้

1. ร้านเบเกอรี่
2. ร้านอาหาร
3. ร้านอินเตอร์เน็ทคาเฟ่
4. ร้านสปา ร้านทำผม
5. ร้านหนังสือ
6. คาร์แคร์
7. ร้านประดับยนต์
8. ร้านเช่า ขาย วีซีดี
9. มินิมาร์ท
10. ร้านขายยา
11. โรงพยาบาล
12. มหาวิทยาลัย
13. หน่วยงานราชการ

จะเห็นได้ว่า ธุรกิจกาแฟสดไปได้ดี ในทุก ๆที่ ที่มีคนผ่านเข้าออก ไปมา จำนวนมาก และธุรกิจที่ลูกคาต้องนั่งรอเป็นเวลานาน ๆ สามารถสร้างรายได้ง่าย ๆ ให้กับเจ้าของกิจการที่มีหน้าร้านเป็นของตนเองอยู่แล้ว หรือลูกค้าที่ต้องการเช่าพื้นที่หน้าร้านต่าง ๆ เหล่านี้ จะสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ง่าย ใช้พื้นที่ไม่มาก ไม่ต้องลงทุนมากมาย แต่เห็นรายได้แน่นอน ถ้าเลือกทำเลที่ตั้งร้านกาแฟได้ดี ก็เท่ากับมีชัยหรือสำเร็จไปกว่าครึ่งแล้ว ดังนั้นการเลือกทำเลที่ตั้งจึงมองข้ามไม่ได้ กรณีที่ไม่มีความรู้หรือความเชี่ยวชาญในการคัดเลือกทำเล ควรปรึกษาผู้ที่เชี่ยวชาญในการคัดเลือกทำเล ถ้าเป็นการให้คะแนนเต็ม 100 คะแนน ทำเลนำไปแล้วไม่น้อยกว่า 50 คะแนน ส่วนที่เหลือคือคุณภาพของสินค้า การบริหารและการจัดการต่าง ๆ แต่ก็มีบางกรณีที่ทำเลแทบไม่ได้คะแนนเลย แต่ก็ขายดีเป็นเทน้ำเทท่า เป็นเพราะอะไรต้องมาวิเคราะห์ดู ว่าเขามีกลยุทธ์หรือเทคนิคพิเศษมีอะไรดี ๆ เด่น ๆ ที่ไม่ธรรมดา ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายหรือเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของเขาเองที่สร้างขึ้นมา สมาชิกร้านกาแฟสดทุกท่านต้องพยายามหาจุดเด่น ของตัวเอง ซึ่งอาจจะสร้างขึ้นมา ให้เป็นแบบร้านกาแฟธรรมดาที่ไม่ธรรมดาให้ได้ แล้วคุณจะชนะตลอดไป ต้องหมั่นพัฒนาตัวเอง พัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง สร้างเสน่ห์ให้กับธุรกิจ เพิ่มศักยภาพให้กับร้านกาแฟสดวันนี้ด้วยทำเลที่

เหมาะสม นอกจากความสำเร็จที่ขึ้นกับทำเลแล้ว เจ้าของร้านกาแฟสดต้องควบคุมคุณภาพด้านต่าง ๆ ให้ดีเยี่ยมอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของสินค้า การบริการลูกค้า การบริหารจัดการด้านต่าง ๆ เพราะร้านกาแฟสดถึงจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กก็จริง แต่ก็ต้องบริหารจัดการให้เป็นและถูกต้อง ธุรกิจมีการเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาต้องตามให้ทัน การพัฒนาร้านกาแฟต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการพัฒนาลูกค้า ต้องขยันเพิ่มลูกค้าใหม่ ๆ เข้าร้านกาแฟให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันก็ต้องรักษาฐานลูกค้าที่มีอยู่เดิมให้กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง นี่คือกลยุทธ์แห่งความสำเร็จของทุกๆธุรกิจ ซึ่งรวมถึงร้านกาแฟสดด้วย

ถึงแม้ทำเลจะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจร้านกาแฟสด แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดและสำคัญเหนือกว่าทำเล คือ รสชาติของกาแฟและเมนูอื่น ๆ ที่ขาย เมนูหลักคือกาแฟ รสชาติต้องอร่อยประทับใจคนดื่มจริง ๆ และคงความอร่อยอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ไม่ใช่วันจันทร์อร่อย แต่พอมาดื่มกาแฟวันพุธกลับไม่มีรสความอร่อยหลงเหลืออยู่เลย ต้องพยายามรักษาความอร่อยของกาแฟเมนูหลักอย่างสุดชีวิต ประเภทผิดพลาดไม่ได้ เพราะความอร่อยของสินค้าที่เราขายจะนำพาเงินจำนวนมากมาให้เราอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นถึงทำเลจะดีเยี่ยมขนาดใด ถ้ารสชาติของกาแฟไม่ได้เรื่องหรือไม่มีความอร่อยเลย ก็ยากที่จะประสบผลสำเร็จ ทำเลดี ๆ นั้นหายากและไม่สามารถสร้างขึ้นมาเองได้ตามความต้องการของเจ้าของกิจการ แต่รสชาติความอร่อยของกาแฟและเมนูอื่นๆเราสามารถสร้างขึ้นด้วยมือของเราได้ ไม่ต้องเช่าหาที่ใด ไม่ต้องประมูลให้เสียเงิน แต่เกิดจากการพัฒนา การบริหารและการจัดการของร้านกาแฟ ขอให้จำหัวใจหลัก ๆ ที่จะทำให้ร้านกาแฟประสบผลสำเร็จแบบยั่งยืนและถาวรได้ดังนี้

1. อันดับแรกที่สุด กาแฟและเมนูอื่น ๆ ต้องอร่อยถูกใจทุกคนจริง ๆ ถ้าทำให้อร่อยได้ไม่ครบทุกเมนู แต่อย่างน้อยเมนูหลักอย่างกาแฟ ต้องอร่อยมาเป็นที่หนึ่ง ส่วนเมนูอื่น ๆ เป็นส่วนประกอบรอง ถ้าทำให้อร่อยได้ทุกเมนูก็ยิ่งเป็นการดีมาก เป็นการเพิ่มมนต์เสน่ห์ให้กับร้านโดยอัตโนมัติ

2. ทำเลดี มีคนผ่านจำนวนมากในแต่ละวันหรือเป็นแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ ถ้าบวกด้วยกาแฟรสชาติอร่อยมาก ๆ จะทำให้ธุรกิจของคุณรุ่งเรืองแบบยั่งยืนได้ในส่วนอื่น ๆ เช่น การตกแต่งร้าน การโปรโมทร้าน ฯลฯ เป็นส่วนประกอบรอง ๆ คุณสามารถบริหารและจัดการได้อย่างง่าย ๆ เมื่อเลือกทำเลได้ดีแล้ว รสชาติของกาแฟต้องมาตรฐาน โดนใจลูกค้า รวมถึงคุณภาพการบริการลูกค้าก็ต้องเป็นหนึ่งไปด้วย ถ้าทุก ๆ อย่างสัมพันธ์กัน ธุรกิจก็จะไปได้ดีอย่างต่อเนื่องตลอดไป

ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)

การส่งเสริมการขายด้านลดราคา

ทางบลูเมาท์เทนคอฟฟี่จะทำการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เป็นช่วงเวลา เช่น การลดราคา 10% ทุกวันจันทร์ หรือการเพิ่มปริมาณสินค้าโดยขายราคาเท่าเดิม เช่น เครื่องดื่มปกติขนาด 16 ออนซ์เพิ่มปริมาณเป็น 22 ออนซ์แต่ไม่เพิ่มราคา เป็นต้น ยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการลดราคานี้ จะมีต้นทุนจากกำไรที่ลดลง การตัดสินใจใช้กลยุทธ์นี้จึงควรต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ และควรคำนึงถึงผลกระทบต่อชื่อเสียงของตราสินค้าด้วย

การส่งเสริมการขายโดยการใช้คูปอง

คูปอง เป็นอีกวิธีการหนึ่งในการลดราคา โดยมีเทคนิคการแจกคูปองหลายอย่างดังนี้

1. การแจกคูปองในหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารเพื่อให้ผู้บริโภคไปใช้ซื้อสินค้า โดยการแจกคูปองลดราคา 20 บาทเมื่อซื้อเครื่องดื่ม หรือสินค้า 200 บาทขึ้นไปทางหน้าหนังสือพิมพ์ฉบับวันศุกร์เช้า เพื่อกระตุ้นยอดซื้อวันสุดสัปดาห์

2. การตัดคูปองจากส่วนหนึ่งของใบโฆษณา โดยมีจากแจกคูปองโฆษณา ซื้อสินค้าเป็นชุดราคาพิเศษ เป็นต้น

วัตถุประสงค์หลักของการใช้การส่งเสริมการขายโดยใช้คูปอง คือ การกระตุ้นให้ลูกค้าใช้คูปองให้มากที่สุด แต่ปัญหาที่พบอย่างหนึ่งของการใช้คูปอง คือ ลูกค้าใช้คูปองทำการซื้อสินค้าหรือบริการที่เขาตั้งใจจะซื้ออยู่แล้ว หรือร้านค้าปลีกไม่มีสินค้าเพียงพอที่จะจำหน่ายเมื่อลูกค้านำคูปองมาใช้ ก็เกิดความไม่พอใจได้ โดยส่วนใหญ่แล้ววิธีนี้เป็นวิธีที่เหมาะสมสำหรับสินค้าใหม่หรือสินค้าเก่าที่ยอดขายลดลงเท่านั้น

การส่งเสริมการขายโดยการให้ของแถม

เป็นวิธีที่มีใช้กันมาก โดยลูกค้าจะได้รับของแถมเมื่อซื้อเครื่องดื่ม และสินค้าของบลูเมาท์เทนคอฟฟี่ครบ 100 บาทรับฟรี คุกกี้มูลค่า 15 บาท

การส่งเสริมการขายสำหรับลูกค้าประจำ

เป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าประจำมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการบ่อย ๆ โดยทางบลูเมาท์เทนจะมีการทำบัตรสมาชิกแล้วให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก และมีการจัดทำบัตรสะสมแต้ม เป็นต้น

การส่งเสริมการขาย ณ จุดวางสินค้า

ทางร้านมีการจัดวางสินค้า ณ จุดวางสินค้า เนื่องจากมีผลการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคในร้านค้าปลีกออกมาว่า ยอดขายจะเพิ่มขึ้นถ้าลูกค้าสามารถเห็นสินค้า ณ จุดวางสินค้า การจัดวางสินค้าที่น่าสนใจ ให้ข้อมูลเหมาะสม และวางในตำแหน่งที่สังเกตได้ง่าย จะช่วยให้ลูกค้าซื้อสินค้ามากขึ้น

การส่งเสริมการขายโดยการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้

เมื่อมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ว่าจะเป็นเบเกอรี่ หรือ เครื่องดื่มทางบลูเมาท์เทนคอฟฟี่ จะใช้วิธีนี้ให้ลูกค้าได้ทดลองชิมสินค้าดูก่อน ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ซึ่งวิธีนี้ก็อาจสามารถดึงลูกค้าจากคู่แข่ง ให้หันมาทดลองของใหม่ของทางเราโดยที่ไม่ต้องเสียเงินซื้อ เพราะบางครั้งลูกค้ามีความคิดว่าของที่ใช้อยู่ก็ดีที่สุดอยู่แล้ว ทำไมต้องไปเสียเงินซื้อสินค้าอื่นมาทดลอง

การส่งเสริมการขายโดยการโฆษณา

จัดทำสปอตโฆษณาทางวิทยุ เพื่อออกอากาศทางสถานีวิทยุ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น FM.103.5 MHz. , FM.105.5 MHz. , FM.106.5 MHz. , FM.91.5 MHz เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการขาย ควรยึดหลักที่ว่า ทำสิ่งที่ง่าย ๆ ที่ไม่ให้ลูกค้ารู้สึกยุ่งยากในการที่จะเข้าร่วมกิจกรรมที่เราวางไว้

ด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

1. การจัดงานแถลงข่าว (Press Conference) เป็นกิจกรรมที่เหมาะกับการจัดขึ้น เพื่อบอกให้กลุ่มเป้าหมายทราบว่าทาง บลูเมาท์เทนคอฟฟี่ มีกิจกรรมพิเศษในโอกาสพิเศษต่าง ๆ อะไรบ้าง และเป็นการแนะนำตัวกับสื่อมวลชนด้วย

2. การส่งภาพข่าวให้สำนักข่าว (Photo Release) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของทางบริษัทบลูเมาท์เทนคอฟฟี่จะต้องจัดส่งรูปภาพการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทในโอกาสพิเศษ พร้อมข้อความประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ความคืบหน้า ที่ทางบริษัทจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้น ได้เผยแพร่สู่ประชาชนทั่วไปเพื่อสร้างการจดจำต่อบริษัท

3. การสัมภาษณ์พิเศษผู้บริหาร (Exclusive Interview) ซึ่งผู้บริหารต้องมีการเตรียมตัวและมีความพร้อมในเชิงข้อมูลข่าวสารของทางบริษัทอย่างชัดเจน การสัมภาษณ์ออกรายการโทรทัศน์ ทำให้ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถส่งข้อมูลข่าวสารถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นกว่าการโฆษณา ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงความเป็นมาของบริษัท หรือกิจกรรมที่ดำเนินการ อีกทั้งยังสามารถสร้างภาพลักษณ์อันดีต่อผู้บริโภค ด้วยวิธีการบอกกล่าวชี้แจงให้ได้ทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก เข้าใจ แก่ผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ได้รับความสนับสนุนร่วมมือ การบอกต่อ ตลอดจนการได้รับความไว้วางใจจนเกิดการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

4. จัดทำคอลัมน์พิเศษ (Scoop) บรรยากาศการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของบลูเมาท์เทนคอฟฟี่ ความยาวไม่เกิน 2 นาที สร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ทราบข้อมูลข่าวสาร และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของบริษัท ทำให้ได้เห็นตราสัญลักษณ์ของบลูเมาท์เทนคอฟฟี่อย่างต่อเนื่อง ออกอากาศในช่วงที่เหมาะสมทางช่องต่าง ๆ เช่นนำไปออกอากาศในรายการที่เข้าถึง

กลุ่มเป้าหมาย (tie-in) เช่น รายการ “ครัวอินดี้” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 5 ออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 10:25 น. , รายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ในช่วงสุดยอดร้านโปรด สุดยอดร้านคาร์เนชั่น ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 5 ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 20.15 น. , รายการ “วีไอพี” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 22.30 น.

5. นิตยสาร (Magazines) นิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่รวมเนื้อหาสาระประเภทต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน ที่มีความน่าสนใจหลาย ๆ เรื่อง แต่เป็นเรื่องประเภทเดียวกัน ทำให้สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ โดยจัดให้มีการสัมภาษณ์ผู้บริหาร เล่าถึงความเป็นมาของบริษัท และกิจกรรมที่จัดเพื่อผู้บริโภค เพื่อสร้างความน่าสนใจแก่ผู้ที่สนใจ โดยเลือกนิตยสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้

6. แผ่นพับ (Brochures) โดยจะจัดทำเพื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ในส่วนของข้อมูลกิจกรรมการส่งเสริมการจัดจำหน่ายในช่วงระยะเวลานั้น ๆ โดยแจกแผ่นพับบริเวณใกล้เคียงในรัศมี 1 – 2 กม.

7. สื่อโฆษณากับยานพาหนะ (Transit) คือ ดำเนินการติดตั้งป้ายโฆษณาที่ป้ายรถเมล์ ในบริเวณชานชลา สถานขนส่ง ท่าอากาศยาน สถานีระหว่างทาง รวมถึงการพิมพ์ข้อความบนตั๋วโดยสาร กระเป๋าเดินทาง การนำภาพยนตร์โฆษณาไปเปิดในรถ เช่น การติดป้ายประชาสัมพันธ์กิจกรรมการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ในรถไฟฟ้าหรือรถไฟใต้ดิน หรือการเปิดภาพยนตร์โฆษณาในรถไฟฟ้า เป็นต้น

8. โปสเตอร์ (Poster) แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการจัดจำหน่ายต่าง ๆ โดยใช้ติดภายในร้าน บริเวณใกล้เคียงร้าน และตามสถานที่ต่าง ๆ

9. กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) มุ่งเน้นเป็นพิเศษ ในการสร้างความสนใจและทำให้ผู้บริโภคทั่วไปได้รู้จักบลูเมาท์เทนคอฟฟี่มากขึ้น เป็นช่องทางที่จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างทางบริษัทกับผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความเหนียวแน่นมากยิ่งขึ้น ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สามารถได้สัมผัสกับสภาพแวดล้อม สถานที่ บรรยากาศภายในร้าน โดยชื่อของบลูเมาท์เทนคอฟฟี่จะถูกสื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้และจดจำผ่านอายตนะทั้งห้า คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส จากประสบการณ์ตรงของตนเองที่ไม่สามารถถ่ายทอดได้ด้วยวิธีอื่น ๆ การดำเนินกิจกรรมให้เกิดประโยชน์สูงสุดไม่ใช่เพียงแค่ความเหมาะสม หรือสอดคล้องกับรสนิยมหรือความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น แต่ยังจะต้องเป็นกิจกรรมที่โดดเด่น และน่าสนใจเพื่อผลในการประชาสัมพันธ์ สามารถดึงดูดสื่อมวลชนให้นำเสนอข่าวเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึง

กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด กิจกรรมดังกล่าว เช่น การจัดกิจกรรมวัน Coffee Happy Time การจัดอบรมการชงกาแฟโดยผู้เชี่ยวชาญของบริษัท การจัดกิจกรรมการแข่งขันชงกาแฟ เป็นต้น

ด้านการบริหารจัดการร้าน (Process)

การบริหารจัดการร้านกาแฟ ถือเป็นอีกหนึ่งหัวใจที่ขาดไม่ได้อีกหนึ่งอย่าง ในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟ การเปิดร้านกาแฟขนาดเล็ก จะมีความคล่องตัวในการบริหารสูงกว่าร้านกาแฟขนาดใหญ่แนะนำว่าให้ผู้ที่สนใจทำธุรกิจนี้ ควรเรียนรู้ภาคปฏิบัติด้วยตนเองก่อน เพื่อความเข้าใจในงานบริการ ร้านกาแฟ เพื่อป้องกันการตัดสินใจไม่ผิดพลาด ร้านกาแฟขนาดเล็ก ที่ใช้บุคลากรเพียง 1 - 2 คน อาจจะทำให้ผู้ลงทุนมองว่าสามารถใช้ใครก็ได้มาเป็นพนักงาน อีกทั้งยังละเลยความสำคัญคิดว่าไม่จำเป็นต้องมาดูแลมากมายนัก ปล่อยให้พนักงานขายตามระบบที่วางไว้ การคิดแบบนี้อาจจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้ในอนาคต จากความไม่ใส่ใจเพียงเล็กน้อย รวมทั้งการเชื่อใจบริษัทแฟรนไชส์แม่มากเกินไป ทำให้ธุรกิจร้านกาแฟของคุณไม่ประสบความสำเร็จได้ ต้องปรับความเข้าใจเสียใหม่ว่า ถึงแม้จะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก แต่การบริหารร้านกาแฟ การมีสินค้าดี การจัดการตกแต่งหน้าร้านสวยงาม การบริการเยี่ยม ยังไม่เพียงพอถ้าหากขาดพนักงานที่มีความซื่อสัตย์ พนักงานที่มีมิตรไมตรี การเสียพนักงานมือชงที่ดีไปสัก คนหนึ่ง(บาริสต้า) อาจจะส่งผลกระทบกับธุรกิจได้ และในทางตรงกันข้ามหากได้พนักงานทุจริตก็ อาจทำให้ธุรกิจแย่ได้เช่นเดียวกัน

การเช็คเรื่องการทุจริต อันดับแรกคือ ที่นิยมใช้ในร้านกาแฟขนาดเล็กการนับแก้ว คือ สังเกตและนับจำนวนแก้วที่ใช้ไปต่อวัน คือ ยอดขาย ถ้าเป็นร้านขนาดเล็กเป็นเคาน์เตอร์ หรือคีออสท์ไม่แนะนำให้ใช้แก้วแบบเซรามิก เพราะว่าใช้แล้วก็ล้างได้ ปกติร้านขนาดเล็กไม่มีเครื่องคิดเงิน เพราะต้นทุนเครื่องคิดเงินก็ค่อนข้างแพง ดังนั้นต้องอาศัยการนับแก้ว อีกอย่างหนึ่งก็คือ การเช็คปริมาณกาแฟบดเช่น จะคำนวณว่า กาแฟบด 1 กก. ชงได้ 70 -90 แก้ว ลองประมาณจากตรงนี้เพื่อช่วยบริหารจัดการได้เช่นกัน

ส่วนรูปลักษณ์หน้าตาของร้าน การให้บริการ จะช่วยเพิ่มลูกค้าให้เดินเข้ามาหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับลูกค้ามากกว่า ในทำเลที่เร่งรีบ บางครั้งหน้าร้านแถบจะไม่มีที่นั่ง แค่ซื้อแล้วยืนรอ รับสินค้า การบริการต้องเร็วที่สุด ชงให้อร่อย เพื่อรีบที่จะเข้าไปทำงาน แต่บางทำเลลูกค้าต้องการเข้ามานั่งทำงาน ใช้อินเทอร์เน็ต หรือ พบปะสังสรรค์ ร้านก็ต้องเน้นบรรยากาศ มีแอร์ มีที่นั่งสบาย มีบริการอื่น ๆ รองรับ เช่น เบเกอรี่ หรือ สินค้าอื่น ๆ รองรับความต้องการของลูกค้า

ด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการ (People)

บาริสต้า หรือคนชงกาแฟ เป็นบุคคลที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในร้าน บาริสต้าที่ดีต้องมีทักษะในการ "ทายใจ" ลูกค้า โดยประเมินจากบุคลิกลักษณะภายนอก และช่วงเวลา เช่น ลูกค้าเป็นชายวัยกลางคน แต่งกายด้วยชุดทำงาน ผูกเนคไท ใบหน้ามีเหงื่อซึมออกตามไรผม เดินเข้าร้านมาในเวลาบ่ายของวันที่อากาศร้อนอบอ้าว หลังจากที่บาริสต้ากล่าวคำทักทายลูกค้าแล้ว เครื่องดื่มที่บาริสต้าจะแนะนำควรเป็นประเภทใด หากคุณคือลูกค้าคนนั้นคุณจะต้องการเครื่องดื่มประเภทใด ประเภทร้อนหรือเย็น นอกจากนั้นแล้วบาริสต้ายังต้องสามารถสร้างบรรยากาศที่ดีให้เกิดขึ้นภายในร้านและให้บริการลูกค้าได้อย่างน่าประทับใจ แต่เหนือสิ่งอื่นใดคุณสมบัติที่ทำให้บาริสต้าสามารถสะกดใจลูกค้าไว้ได้คือ สามารถปรุงกาแฟได้รสชาติเยี่ยมถูกใจลูกค้ามากที่สุด

การบริการลูกค้า (Customer Service) ถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับทุกธุรกิจ เพราะเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขัน การบริการลูกค้าที่มีคุณภาพยังช่วยผูกใจลูกค้าไว้ได้ในระยะยาว และเพิ่มคุณค่าให้กับกิจการอีกด้วย การบริการลูกค้าอย่างไร้ทิศทางจะขาดการวางแผนที่ดี ย่อมทำให้กิจการถดถอยลงไปเรื่อย ๆ และยากที่จะรักษาลูกค้าเอาไว้ได้ในยุคที่ลูกค้ามีทางเลือกมากมายแทบจะไม่จำกัด อย่างเช่นปัจจุบัน

สิ่งล่อใจ (Incentives) การใช้สิ่งล่อใจมาสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้เกิดแก่บุคลากรของบริษัท จัดเป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น การชักจูงให้เจ้าหน้าที่มาทำงานอย่างสม่ำเสมอ ไม่มาสาย โดยยกย่องพนักงานที่ไม่ขาดงาน ไม่มาสายให้เป็นที่รับรู้ มีการประกาศเกียรติคุณ หรือการจัดสรรรางวัลในการคัดเลือกพนักงานหรือบุคคลดีเด่นประจำเดือน ประจำปี หรือการจัดท่องเที่ยวประจำปี มีสวัสดิการการตรวจสุขภาพ ประกันสังคม และโบนัส สิ่งล่อใจอาจเป็นวัตถุ เป็นสัญลักษณ์ หรือเป็นคำพูดที่ทำให้บุคคลพึงพอใจก็ได้

แสวงหาความคิดดี ๆ ในการปรับปรุงการบริการลูกค้าจากพนักงาน ในขณะที่ลูกค้าจะเป็นเสมือนกรรมการที่บอกว่า บริการตรงไหนควรได้คะแนนเท่าไร แต่พนักงานที่ให้บริการจะเป็นเสมือนผู้เล่นที่จะบอกได้ว่า เหตุใดบริการจึงได้คะแนนเท่านั้น และควรจะทำอย่างไรเพื่อให้ได้คะแนนเพิ่มขึ้น ดังนั้น กิจการต้องไม่ลืมว่าพนักงานคือแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่จะนำไปสู่การปรับปรุงบริการ หมั่นกระตุ้นให้พนักงานระดมสมองเพื่อนำมาซึ่งความคิดสร้างสรรค์ในการพนักงานจะเป็นคนรู้ดีว่าปัญหาสำคัญ ๆ ในการบริการคืออะไร และปัญหาเกิด ณ จุดไหนบ่อย ๆ พร้อมกับเสนอแนะวิธีการแก้ไขจากประสบการณ์ที่เผชิญกับปัญหาเหล่านั้นด้วยตนเอง ที่สำคัญผู้บริหารควรจะผูกเรื่องรางวัลและผลตอบแทนเข้ากับความคิดดี ๆ จากพนักงานด้วย หากความคิดใดที่นำไปปฏิบัติแล้วได้ผล ก็ต้องไม่ลืมที่จะบอกว่าความคิดนั้นมาจากใคร เพราะจะสร้างความภาคภูมิใจ นำมาซึ่งความคิดและความร่วมมือดี ๆ จากพนักงานอีกมากในอนาคต

คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานด่านหน้าอย่างเข้มข้น ความเป็นเลิศของงานบริการลูกค้า เป็นผลมาจากการพิถีพิถันในกระบวนการคัดเลือกพนักงานที่ให้บริการ และการฝึกอบรมที่เข้มข้น การคัดเลือกพนักงานบริการนั้น ต้องแน่ใจว่าเครื่องมือในการกลั่นกรองผู้สมัครดีพอที่จะตรวจสอบความสามารถในการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะในการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และการแก้ปัญหาต่าง ๆ ในงานบริการ ควรระลึกไว้เสมอว่า พนักงานที่ขาดความสามารถในการให้บริการนั้นไม่เพียงแต่สร้างปัญหาให้ลูกค้า แต่ยังเป็นปัญหากับพนักงานอื่น ๆ พลอยทำให้พนักงานอื่นต้องทำงานหนักเพื่อคอยสางปัญหาให้ลูกค้าด้วย พนักงานบริการ ต้องได้รับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ ให้รับทราบข้อมูลพื้นฐาน เช่น กลยุทธ์และเป้าหมายการบริการ รายละเอียดของสินค้าและบริการ เทคนิคในการสร้างความพอใจและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า

อดทนและต้องไม่รู้สึกพอใจกับคุณภาพการบริการ การบริการลูกค้าเป็นงานที่ไม่มีวันสิ้นสุด ตราบใดที่สภาพแวดล้อมและลูกค้าเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เมื่อนั้นก็ยังคงมีช่องว่างในงานบริการที่สามารถจะปรับปรุงให้ดีขึ้นได้เสมอ ผู้บริหารจึงไม่ควรจะพอใจกับคุณภาพงานบริการที่เป็นอยู่ แต่จะต้องคอยหาช่องทางการปรับปรุงตลอดเวลา ต้องระลึกไว้ว่า ทุกครั้งที่ติดต่อกับลูกค้ามีโอกาสที่จะสร้างความพอใจที่เพิ่มขึ้นให้ลูกค้าได้อีกเสมอ ความรู้สึกนี้ต้องเกิดกับพนักงานทุกคนตั้งแต่ระดับบนสุดจนถึงล่างสุด เพื่อการบริการลูกค้าที่จะคงความเป็นเลิศไว้ได้ตลอดไป ที่สำคัญ เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทุกวันนี้ ทำให้การบริการลูกค้าเปลี่ยนโฉมไปจากอดีตอย่างมากมาย มีการนำเอาเทคนิคและเครื่องมือใหม่ ๆ เข้ามาเรียนรู้ลูกค้าและอำนวยความสะดวกให้ลูกค้ามากขึ้นทุกวัน หากเจ้าของกิจการพอใจอยู่กับคุณภาพบริการของตัวเองโดยไม่สนใจกับการเปลี่ยนแปลง ในที่สุด ก็จะถูกคู่แข่งวิ่งแซงหน้าไปอย่างแน่นอน

ด้านการตกแต่งภายในและภายนอก (Physical Environment)

งบประมาณการลงทุนคร่าว ๆ ในการออกแบบตกแต่งร้าน

1. ชนิดขนาดเล็ก ค่าออกแบบและตกแต่งประมาณ 25,000-50,000 บาท
2. ชนิดขนาดกลาง ค่าออกแบบและตกแต่งประมาณ 150,000-500,000 บาท
3. ชนิดขนาดใหญ่ ค่าออกแบบและตกแต่งประมาณ 500,000 บาทขึ้นไป

ปัจจัยในการพิจารณาค่าใช้จ่ายในการออกแบบ

1. กลุ่มลูกค้า และ ทำเล เช็คว่าลูกค้ากลุ่มไหน คือ เรารู้ว่าเราขายใคร คนกลุ่มไหน เราสามารถรู้พฤติกรรม ความต้องการได้ไม่ยาก และปรับเข้าหาลูกค้า เพราะกลุ่มลูกค้าก็จะเป็นตัวกำหนดราคาสินค้าของเราได้ ทำเลก็มีผลต่อการออกแบบ คือต้องให้สอดคล้องกับย่านนั้น ๆ หรือมีเอกลักษณ์ที่ไม่ขัดแย้งกับกลุ่มลูกค้า

2. ขนาดของร้าน และ งบประมาณ เมื่อเราได้กำหนดขนาดความชัดเจนของร้าน แล้วกับงบประมาณที่ตั้งไว้อย่างชัดเจน

3. สินค้าในงานมีอะไรบ้าง เช่น มีกาแฟกี่ประเภท อะไรบ้าง มีอะไรเข้ามาร่วมด้วย เช่น ขนมปังปิ้ง – นม ฯลฯ

เมื่อเราได้ข้อมูลหรือ Concept แล้ว ก็มาดูเรื่อง Style หรือรูปแบบที่ชอบและสนใจ สีสันรายละเอียดต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นข้อมูลในการออกแบบวัสดุ อุปกรณ์ในการตกแต่ง

ตัวผันแปรของค่าใช้จ่ายในการออกแบบ

วัสดุในการตกแต่งก็เป็นปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่าย เพราะราคาสูง ต่ำ ขึ้นอยู่กับวัสดุด้วย ถ้าจะให้ดูสวยงามก็เลือกใช้แบบดีหน่อย ค่าใช้จ่ายก็สูงขึ้นรวมถึงความแข็งแรงด้วย วัสดุจึงเป็นตัวแปรค่าใช้จ่ายในการออกแบบของท่านด้วยรายละเอียดต่าง ๆ ในการออกแบบ เช่น รายละเอียดในการใช้งาน คือ ความต้องการของเจ้าของร้าน ที่อยากให้ร้านสามารถทำโน่น-นี่อะไรได้มาก ๆ เพิ่ม Function การใช้งานก็จะเป็นตัวแปรที่จะเพิ่มค่าใช้จ่ายในการออกแบบเมื่อเราได้ข้อมูล หรือ คอนเซปต์ แล้วก็มาดูเรื่องสไตล์ หรือรูปแบบที่สนใจ สีสันรายละเอียดต่าง ๆ เหล่านี้ จะเป็นข้อมูลในการออกแบบ วัสดุ อุปกรณ์ในการตกแต่ง

สไตล์ในการตกแต่งร้านกาแฟ

ไม่ได้มีข้อจำกัดตายตัวว่าจะเป็นสไตล์ไหน เพราะมีมากมายหลากหลายขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง และกลุ่มเป้าหมายในย่านนั้น แต่หลักที่ทางบลูเมาท์เทนคอฟฟี่นำมาใช้นั้นส่วนใหญ่ เป็นแบบที่ร้านกาแฟส่วนมากจะนิยมกัน ซึ่งจะยกตัวอย่างให้เห็นกัน 2 สไตล์

1. สไตล์แนวธรรมชาติ บรรยากาศสบาย ๆ (Country) วัสดุที่ใช้ตกแต่งส่วนใหญ่จะเป็นวัสดุจาก ธรรมชาติไม้ หิน ทราย หรือ แม้แต่โทนสีที่ใช้ก็ใกล้เคียงกับธรรมชาติ เหมือนจำลองธรรมชาติเข้ามาไว้ในร้าน บรรยากาศจะสบาย ๆ สไตล์นี้จึงเหมาะกับร้านที่อยู่ตามท้องถิ่น – ชานเมือง มากกว่าในเมือง แต่ก็สามารถอยู่ในเมืองได้ ก็ต้องออกแบบให้สอดคล้องกับสถานที่นั้น ๆ

2. แนวสมัยใหม่ ๆ (Modern) งานแนวนี้ ปัจจุบันจะเห็นมาก เพราะสามารถปรับใช้ให้กลมกลืนกับงานทั่วไปได้ วัสดุที่ใช้ก็มีมากมายหลากหลาย ทั้งไม้ ทั้งโลหะ ฯลฯ มีลูกเล่นมาก สไตล์นี้จะเน้นความเรียบง่าย การตัดทอนงานให้ดูลงตัว โดยใช้สีเป็นตัวหลักดังนี้

2.1 สีอ่อน สว่างสดใส ดูเบา ๆ สบาย ๆ

2.2 สีเข้ม ให้มีน้ำหนัก จุดเน้น จุดรอง

ดังนั้นสไตล์ในการออกแบบจึงไม่มีข้อสรุปตายตัว ขึ้นกับความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการ

ส่วนดีในการออกแบบ

เป็นการสร้างเอกลักษณ์ของร้าน ให้คนจดจำได้ง่าย รวมถึงเป็นการสร้าง บรรยากาศ ให้ลูกค้ารู้สึกดีและยังเป็นตัวเพิ่มยอดขายได้อีกด้วย และคงจะถูกใจคอกาแฟหลาย ๆ ท่าน

ปัญหาในการออกแบบ

1. ความไม่แน่นอนของสถานที่ ปัญหาที่เกิดขึ้นหน้างาน งบประมาณที่จำกัด
2. ความหลากหลายของลูกค้าที่ยังไม่มีข้อสรุป
3. ระยะเวลาที่รวดเร็วชนิดเร่งด่วนเป็นตัวปิดกั้นความคิดในการออกแบบ

แนวทางการแก้ไข

ควรจะมีการสรุปสถานที่ที่ชัดเจน สรุปความคิดของลูกค้าที่หลากหลาย โดยการชี้แจงให้เห็นภาพรวมถึงการ เปรียบเทียบให้เห็นภาพที่ชัดเจนต้องจัดระบบ ความคิดวางแผนเป็นขั้นตอนเป็นเรื่อง ๆ รวมถึงเวลาที่พบเหมาะ ในการหาข้อมูลเสริมในการ ออกแบบ ถ้าอยากได้แบบดี สวยก็ใช้เวลาเพิ่มขึ้น เหล่านี้เป็นการอธิบายให้เจ้าของ ร้านทราบ และร่วมกันแก้ไขหาข้อสรุปต่อไป

ด้านการมีส่วนร่วม (Participation)

การนำเอาสื่ออินเตอร์เน็ต และ Social Media มาใช้ในการดำเนินการสื่อสารการตลาด โดยอย่างแรกที่ต้องทำ ก็คือ การทำเว็บไซต์ซึ่งเปรียบเสมือนหน้าบ้านของเราให้ดูแล้วน่าสนใจทำให้คนเข้ามาแล้วได้เห็น ภาพสถานที่ บรรยากาศ และรายละเอียดผลิตภัณฑ์ Social Media จะช่วยให้ บลูเมาท์เทนคอฟฟี่ เป็นที่รู้จักเร็วขึ้น และยังดึงดูดความสนใจให้เข้ามาในหน้าเว็ปไซต์หลัก ส่วน Social Media ที่เลือกใช้เป็นหลัก ก็จะมีทั้ง Website, Facebook, Twitter และ Blog

หลักในการใช้ Social Media ก็คือ จะสร้างเรื่องราวขึ้นมาเพื่อให้คนรู้จัก และพูดถึงทำให้มีการ forward ต่อในเรื่องต่าง ๆ ของทางบริษัท หรือการให้คำแนะนำในการเลือกแฟรนไชส์ด้วยในยุคปัจจุบันนี้การจัดทำ Website ในแง่ของธุรกิจบน Social Media เป็นสิ่งสำคัญ เพราะเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยตรง กลุ่มเป้าหมายจะฟังเพื่อนบนโลก Social Media ซึ่งก็คือการสร้างเรื่องราวให้คนพูดถึง การใช้ Facebook และ Twitter เป็นการแจ้งข่าวคราวความเคลื่อนไหวและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้สมาชิกเข้ามาพูดคุยกัน เข้ามาร่วมกิจกรรมต่าง ๆ กัน และความเป็นกันเองของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ของบริษัทในการพูดคุยกันใน Social Media และสามารถตอบคำถามต่าง ๆ ในกระทู้ของผู้ที่สนใจได้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ รวมถึงการให้ดารา นักแสดงผู้มีชื่อเสียงต่าง ๆ ร่วมเป็นสมาชิกใน Social network หรือเป็นส่วนหนึ่งในการแนะนำบริษัท โดยอาจจะต้องให้ส่วนลดหรือเชิญดารานักแสดงที่มีความสามารถมาพูดคุยเกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้บริการของทางบริษัท เป็นต้น

ตารางแผนการดำเนินงาน (Action Plan)

ตาราง 2 แสดงแผนการดำเนินงาน

DATE	ACTIVITY	PLACE	MEDIA	REMARK
1 มกราคม 2555	จัดแถลงข่าวเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมต่างๆของทางบริษัท	งานมหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	IMPACT เมืองทองธานี	ผู้บริหารร่วมแถลงข่าว
1 มกราคม 2555 เป็นต้นไป	- ทำเว็บไซด์ใส่ข้อมูลรูปภาพสถานที่ บรรยากาศ และรายละเอียดผลิตภัณฑ์ - Facebook และ Twitter เป็นการแจ้งข่าวคราวความเคลื่อนไหวและกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดให้สมาชิกเข้ามาพูดคุยเข้ามาร่วมกิจกรรมต่างๆกัน	Social Media	- Website - Facebook - Twitter	ฝ่ายการสื่อสารตลาด
1 มกราคม 2555 – 31 ธันวาคม 2555	ลดราคาผลิตภัณฑ์ 10% ทุกวันจันทร์	ทุกสาขาทั่วประเทศ	- โปสเตอร์ - แผ่นพับ - โบรชัวร์	ผู้จัดการร้าน

ตาราง 2 (ต่อ)

DATE	ACTIVITY	PLACE	MEDIA	REMARK
1 กุมภาพันธ์ 2555 – 30 เมษายน 2555	แจกคูปองลดราคา 20 บาท เมื่อซื้อสินค้าครบ 200 บาทลงในหนังสือพิมพ์	หนังสือพิมพ์	หนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับทุกวันศุกร์	ฝ่ายการสื่อสารตลาด
1 พฤษภาคม 2555 - 31 กรกฎาคม 2555	ซื้อเครื่องดื่มครบ 100 บาทรับคุกกี้มูลค่า 15 บาทฟรี	ทุกสาขาทั่วประเทศ	- โปสเตอร์ - แผ่นพับ - โบรชัวร์	ผู้จัดการร้าน
1 สิงหาคม 2555 – 30 กันยายน 2555	จัดทำสปอตโฆษณาทางวิทยุ	สถานีวิทยุ	- FM.103.5 MHz. - FM.105.5 MHz. - FM.106.5 MHz.	ฝ่ายการสื่อสารตลาด
1 ตุลาคม 2555 – 31 ธันวาคม 2555	จัดทำคอลัมน์พิเศษ (Scoop) บรรยากาศการจัดกิจกรรมต่างๆ ของบลูเมาท์เทนคอฟฟี่ ความยาวไม่เกิน 2 นาที	สถานีโทรทัศน์	- รายการ “ครัวอินดี้” ช่อง 5 วันพุธ เวลา 10:25 น. - รายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ในช่วงสุดยอดร้านโปรด สุดยอดร้านคาร์เนชั่น ช่อง 5 เวลา 20.15 น. - รายการ “วีไอพี” ช่อง 9 เวลา 22.30 น.	ฝ่ายการสื่อสารตลาด