## “麦叔”****余量食品及惜食模式推广调查报告****

**4蜜雪冰城惜食模式推广方案**

结合上述调查，我们小组认为蜜雪冰城对惜食模式的需求较强，同时商家的意愿也比较强烈。因此本部分将从蜜雪冰城特殊性入手，针对性地设计方案，并分析方案的合理性。

**4.1蜜雪冰城特殊性**

在3.3章节，我们详细介绍了调查蜜雪冰城的过程和结果，也分析了惜食模式的可行性。本章节将简要总结提炼蜜雪冰城自身的特殊性，分析在蜜雪冰城推广惜食模式的注意事项。

相比于便利店以及烘焙店，蜜雪冰城具有临期食品规模巨大的特点。同时，超高的人气也带来了源源不断的需求。据统计，蜜雪每日售卖饮品近千杯。同时，为了避免过度剩余，也为了方便店员清洁，蜜雪冰城会提前两个小时开始逐步下线商品，开始清洁，这既让商家被迫减少物料储备，降低了销售额，又让部分晚课的同学们不能享用到自己喜欢的商品（例如冰淇淋在九点后就难以购买）。因此，惜食模式对商家和消费者来说都是利大于弊的。

同时，蜜雪冰城的各类商品确实有明显区别，如果像传统惜食模式的烘焙店一样直接归作一类，势必会影响学生的需求；而区分过细，也将增大店员的工作量。（参见3.1便利店章节）因此必须要合理分类，在其中找到一个平衡点。

最后，直接使用惜食平台可能涉及商业行为，商家更倾向于使用微信群这种私人行为。因此如何保证管理的快捷方便，如何宣传微信群，也是方案设计中的关键要点。

**4.2运营方案**

本部分将简要介绍运营方案。

* 蜜雪冰城将商品分为三大类：果茶、奶茶、冰淇淋；每类确定一个统一打折价格。
* 10点店员清点剩余原料数目，直接制作成各类商品保存（蜜雪冰城有冰柜、台桌等区域可以临时存放商品）。店员确定好商品数目及打折价格，发送到微信群。
* 学生在微信群向店员发送转账并备注预定商品类型，店员根据商品数目以转账先后为序接受。以接收转账作为消费凭证。
* 学生在11点关门前到店，向店员出示消费凭证，随机取回商品。

**4.3宣传方案**

本部分将简要介绍宣传方案，分为线下宣传和线上宣传两部分。

线下宣传计划依托蜜雪冰城自身强大的客流量，在前门口或前台位置放置海报。线上宣传部分计划依托北大树洞和可持续校园实践公众号进行宣传。

下面是宣传海报。