Задача предприятия — войти на рынок кофеен г. Челябинск. Основной упор в реализации продукции должен делаться на качество, вкус и быстроту обслуживания. Это именно то, что требуется покупателю в условиях остановочного комплекса и питания «на бегу».

Согласно анализу проходимости, основными клиентами могут быть мужчины и женщины молодого (18–30 лет) и среднего возраста (30–60 лет). Практически в два раза меньше юных людей возраста 10–18 лет, и совсем немногочисленна категория покупателей старше 60 лет.

Основной поток наблюдается в дневные и вечерние послерабочие часы. В эти промежутки времени разумно привлечь к обслуживанию покупателей в кофейне ещё одного работника.

Стратегия нашей кофейни — быстро, вкусно, качественно. Реализация этой стратегии осуществляется с помощью качественного сырья и готовых продуктов, работы с клиентами, обратной связи с покупателями и работы с персоналом кофейни.

Привлечение покупателей в кофейню осуществляется за счёт броского фасада помещения, наружной рекламы.

Финансовое обеспечение плана осуществляется в рамках изначально вложенных в открытие предприятия средств в размере 500 000 рублей, а также складывается из получаемой прибыли.