# 餐饮营销方案方案(模板15篇)

来源：网络 作者：心上花开 更新时间：2024-02-25

*方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。餐饮营销方案方案篇一美满良缘由天赐满意婚宴在\_\_二、总体思路充...*

方案可以帮助我们规划未来的发展方向，明确目标的具体内容和实现路径。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是我给大家收集整理的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

**餐饮营销方案方案篇一**

美满良缘由天赐满意婚宴在\_\_

二、总体思路

充分发挥饭店自身优势以及超前创新的活动安排，通过一系列的宣传策划，利用\_月的黄金季节组织富有实效的“办婚宴，到\_\_”为主题的营销活动，使\_\_饭店真正成为新人婚宴的理想殿堂。

三、活动时间

\_\_\_\_年\_\_月至\_\_\_\_年\_\_月

四、活动内容

1、满十席以上免费提供婚庆音响设施。

2、满十席以上免费提供大堂迎宾牌两块。

3、满十席以上免费提供创意绢花拱门一道。

4、满十席以上免费提供大堂外喜庆横幅一条。

5、满十五席以上免费提供宴会大厅喜庆背景喷绘(含新人姓名)。

6、满十五席以上免费提供豪华婚房一间/夜(含次日精美双早)。

7、满十五席以上免费提供主桌精美台花(鲜花)一份。

8、预定婚宴688元/席以上(含688元/席)达十席之多者婚宴当天将可获赠多层婚庆蛋糕一份。

五、婚宴套餐标准

1、百年好合宴688/桌(10人)

2、金玉良缘宴788/桌(10人)

3、珠联璧合宴888/桌(10人)

4、龙凤呈祥宴988/桌(10人)

5、佳偶天成宴1088/桌(10人)

六、宣传推广

1、把此次活动内容配以图片说明制作成宣传折页

—报纸夹放

—闹市区人员发放

—与婚纱影楼或婚庆公司以互惠方式合作，并将宣传折页放置在其店内。

—放置在饭店各营业点。

2、电梯间pop/大堂pop

把本次活动内容做成宣传海报，挂置在饭店电梯间内，以便于客人了解和推广。

七、部门分工

1、营销部负责此次活动的对外联系宣传与制作。

2、餐饮部前厅负责具体的操作与服务及场景布置等事宜。

3、餐饮厨房负责此次活动菜品与菜价的核定工作。

4、总办负责组织员工在闹市区发放宣传折页。

5、房务部负责婚房的准备工作。

6、其他各部门熟知此活动内容，配合饭店做好本活动的宣传推广。

八、费用预算

1、绢花拱门：2。35米\_米=\_\_\_元(可长期使用)

2、普通喷绘喷绘：\_元/平方米\_\_平方米=\_\_\_元(姓名处粘贴，整体可重复利用)

3、桌花：35元/份\_份=35元

4、婚房：豪华单人间\_\_\_元/间夜

5、蛋糕：180元/份

7、宣传折页：\_/张\_\_张=\_\_\_元

8、报纸夹放费：\_元/张\_\_\_张=\_\_\_元

9、电梯间pop：\_\_\_元/幅\_幅=\_\_\_元

九、附宣传折页样(略)

十、备注

**餐饮营销方案方案篇二**

中秋佳节历来是餐厅酒店做促销的\'大好时节，也是刺激消费者，拉动消费的最好时机，此次活动一是为了获得更好的利润，另一方面也是为了加强餐厅外在形象，加深餐厅在消费者心目中的印象。

“中秋同欢喜，好礼送不停”

针对高中低不同的人群进行不同的中秋促销活动，有效的照应不同的人群。

9月12日——9月21日

打折;赠送;抽奖

1、促销期间凡在本店用餐，百元以上均可享受九折优惠。并随桌赠送中秋特别加菜。

2、促销期间凡在本店指定系列套餐，即可获得相应中秋礼盒。3、活动期间，凡在本店用餐，均可以参加中秋灯迷有奖竞猜活动。同时可以得到快照一张。

1、人流量集中的地方，火车站，公交车站等，做户外广告。

2、报纸、当地电视台也要进行宣传。

3、并进行传单发放。

人员调动、酒店布置等都要事前做好分配安排，并起动应急措施，同时要做好相关记录总结，为促销评估做准备。

**餐饮营销方案方案篇三**

企划20xx年度工作总体指导思想是：以“打造\*\*市餐饮第一服务品牌”为中心，建立、完善、规范企划部的内部管理机制，加强团队文化的建设，为完成公司制定的各项年度工作目标提供企划思路，实现公司的跨越式发展。

1、在20xx年，通过多种媒体形式的整合进行餐饮宣传，要在推广手段上做到创新、高效，逐渐占领\*\*餐饮第一品牌，推进\*\*餐饮餐饮的品牌以外，推动并稳固\*\*餐饮十年知名度的\*\*餐饮品牌。

2、20xx年企划力争用最少的拓展费用做最大的市场宣传；

1、 国内外重要节日促销：包括元旦、春节、元宵节、情人节、妇女节、母亲节、劳动节、儿童节、端午节、谢师宴、重阳节、圣诞节等，做综合性促销，如元宵节，推出猜灯谜、有奖征联活动等。（实际建议根据\*\*餐饮餐饮的自身需求有选择性地推出系列性活动）。

2、 11周年庆促销活动：建议以综合性宣传推广方式进行，促销力度应相对较大。各种宣传须到位，如运用led电子屏、条幅、短信、dm、、楼宇视频广告、车载广告等各种媒体综合性宣传手段。

3、 例行性促销：可根据餐饮其他部门需求临时制定，主要是针对餐饮季节性菜单更新，新品上市等需求加以运作。如淡季推出“大型抽奖活动”、“餐饮菜品品鉴活动”“每季度积分兑换活动”等。

4、 竞争性促销，主要针对竞争对手餐饮所做的促销，以推出优质服务、特价、买赠为主。

5、促销方案的制定要创新，但不能脱离实际情况，哗众取宠，要因地制宜、易于操作，对后期做评估，具体计划提前一个月做出。

6、结合“\*\*餐饮vip会员”及“积分会员”与商家联盟以及团购网站进行促销活动，不断吸引招募新会员。

1、 宣传包括主题宣传活动（如春节拜年、3〃15消费者日、消费者座淡会、等）和例行性宣传（不间段的媒体广告宣传。如广告、淡季的形象广告）。

2、 公益活动。包括主题公益活动（如重阳节、植树等）和例行性公益活动（如助学、扶贫、帮困等），一年至少1次大型公益活动，费用1万元左右。

3、 加强与媒体合作，开展各种形式的活动和合作。

1、 规范各种明示牌的内容和悬挂。

2、 增加企业介绍和各种提示性的文字宣传。

3、 节假日主题促销活动做文字介绍。

4、 每期dm内刊介绍生活小常识。（如用车常识、车辆维护常识、季节性饮

食食谱及禁忌、消防常识、菜谱等）

此方案由良将品牌设计负责。

\*\*餐饮餐饮节日营销策划案

1、“三八妇女节”

一、活动时间：3月8日

二、活动内容：

(1)3月8日，当天在\*\*餐饮总店消费的女性顾客每桌均可免费赠送一壶美容养颜饮料。（核桃花生汁、玉米汁）

(2)3月8日，当天生日的女性顾客，凭有效身份证，在\*\*餐饮总店消费均可获得酒店为你准备的生日礼物。（精美小礼品）

(3)3月8日，当天在\*\*餐饮总店消费的女士团体，消费满500元以上，可享受8折优惠。

(4)3月8日，当天在\*\*餐饮总店消费满1000元以上的顾客，可吃多少送多少哦！

(5)凡当日消费的女性客户可享受抽奖活动一次,中奖率100%.（小礼品类）

(6)凡当日消费的女性客人可在餐厅享受9折，并免费赠送精品水果盘一份。

(7)3月8日出生的女性，可凭证件享受全单8折的惊爆特价。

——自20xx年3月3日起至20xx年3月8日，凡来\*\*餐饮总店消费的女性顾客，皆赠送特制——xxxx一份。（“木瓜汤”“芦荟养颜粥”等养颜方面的菜肴）

注：每桌客人内只要有女性即可参加此活动，所赠送的xxxxx是以每桌为单位，而非以人数为单位赠送。男同胞的美容也非常重要的哦！

联盟合作商家赞助：

做女人真好---进店有机会享受以下商家提供的各项免费服务哦！ 波波美容.女子会所- 送微乐能量养生房---健康美丽新主张！

艾美舍spa女子会所-送spa体验-- 相信专业、决心美丽！

菲力斯特健身俱乐部---送健身全免次卡--第一家综合性健身俱乐部！ 彪哥ktv---送298元的晚场大包厢一间---让我们去飙歌吧！

法国红酒---免费品尝红酒、买一送一 ----品红酒就是品味生活！

2、消费者权益日 3月15日

目的：提升\*\*餐饮餐饮品牌良好口碑。在\*\*本地的3.15正面报道新闻。

宣传方式：请职能部门与媒体聚餐，软文报道，联络感情，正面宣传 宣传内容:餐具消毒工序,服务操作卫生网络媒体进行软文报道、以及\*\*晚报报道及口碑提升。

**餐饮营销方案方案篇四**

市场营销部是负责对外处理公共关系和销售业务得职能部，是酒店提高声誉，树立良好公众形象得一个重要窗口，它对总经理室进行经营决策，制订营销方案起到参谋和助手得作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。

针对营销部得工作职能，我们制订啦市场营销部xx年工作思路，现在向大家作一个汇报：

今年重点工作之一建立完善得客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力得客户等进行分类建档，详细记录客户得所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位得折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户得业务联系，为啦巩固老客户和发展新客户，除啦日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户得生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们得祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户得感情交流，听取客户意见。

今年营销部将配合酒店整体新得营销体制，重新制订完善xx年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表得工资待遇，激发、调动营销人员得积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话得二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时啦解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

强调团队精神，将部门经理及营销代表得工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极得工作团体。

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，最大限度满足宾客得精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，啦解客户得需求，及时调整营销方案。

经常组织部门有关人员收集，啦解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业得信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时得信息，以便制定营销决策和灵活得推销方案。

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客得需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位得关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作得支持和合作。

x年，营销部将在酒店领导得正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部得新形象、新境界。

**餐饮营销方案方案篇五**

御龙塘烤全鱼位于临海银泰城4f，主打产品“烤全鱼”采用杭城沿袭数百年的古法秘方，根据江南人民对味觉细腻的考究，推出的烤鱼外焦里嫩，十分酥脆爽口，完全满足了人们对舌尖的欲望，可以说御龙塘正在引领一场味蕾革命!但是，如此好的产品，在当今商业竞争如此激烈的`年代，也已经不是酒香不怕巷子深了，好东西也需要好的宣传，才能让更多人有口福!御龙塘经过多方考虑，最终选择了进行微信推广，结合御龙塘的实际情况，做出了以下方案，也正是通过这个方案，让这家烤鱼店短时间迅速爆红于网络。所用的几款微信推广神器，也被业内所津津乐道!其实这个微信推广流程也十分简单，总的来说，分为3步骤。

开通微信话费卡!微商会赠送1.2万元微信话费给御龙塘餐厅，商圈周边的人群，只需要领取名片大小一样的话费卡，就可以扫描领取微信话费!堪称第二个滴滴打车!在中国，“送钱”永远是的宣传吸引客户的方式您说是吧?短短3天时间内，每天吸引粉丝800~1000名，微信公众平台粉丝数量迅速突破3000个，而且都是本地真实的活跃粉丝!

当有了足够多数量的本地精准微信粉丝之后，就可以定期通过微信免费推送信息的形式，向粉丝推送御龙塘的微官网(微官网就是企业在微信上展示自己品牌形象及产品的平台，市场上一套微官网数千元，目前与微商会合作的客户我们都免费赠送!)

静候客户光顾，门庭若市!财源滚滚来!每天都有很多客

**餐饮营销方案方案篇六**

餐饮淡季营销管理的方案是什么呢?春节过后，餐饮业将迎来一年中最漫长的经营淡季，基本上要延续到4月份，在这期间还是需要盈利的，但如何应对节后“门前冷落鞍马稀”的营销重担，早已沉沉地压在了酒楼老板的心坎上。

餐饮淡季营销管理的要注意以下几点：

别在春节旺季里看着天天顾客爆满就沾沾自喜，可能大年一过你就天天唱空城计。由于中国传统习俗的使然，一临近春节，全社会的消费力在短期内有一个喷发行情，大大小小的酒楼几乎家家爆满，而这很难说是因为你的营销工作做得多么出色。真正考验营销的成效，还在于到了淡季是不是一落千丈，一年里是不是能持续、稳定地经营，在顾客中是不是享有较高的满意度和美誉度，在同行企业中是不是属于领先方阵的。

成功酒楼营销的目标都是非常明确的，策略都是很清晰的，且都是按计划有步骤地推进实施。有一点非常关键，那就是如何做好旺季与淡季营销策略的转换。

“旺季取利，淡季取势”，这应该是酒楼营销的核心思想。取利，就是要夺取最大的销量，获取最大的收益;取势，则是获取制高点，争取有价值的东西，包括经营人气、顾客口碑、品牌知名度，等等，从而建立长期的战略优势。这“势”和“利”的关系是截然不可分开的，没有淡季的“势”作为铺垫，就很难获得旺季的“利”;而没有旺季的“利”，也无法支撑酒楼在淡季里去取得所需要的“势”。往往淡季营销工作做得好的酒楼，到旺季不用再投入太大的营销成本也能获利颇丰，这就是水到渠成。

淡季里，营销工作重点可归纳为三个方面：

1、老客户的维护;

2、新客源的开发;

3、品牌形象的塑造。

要做好这三方面的工作，适度的营销成本是必不可少的，而不是一味地没有策略性地压低经营成本。这个阶段应相对轻视收益率，而更重视上座率和顾客的满意度，终而实现旺季取利以及全年的收益目标。

方面作出正确的判断和分析，然后把有限的营销资源投入到最有效的目标市场。

对于中、高档酒楼来说，春节旺季的时候最主要的顾客群体是官方(包括政府和军队)、商务以及其他社会团体的集团消费，这期间很多酒楼对一般的散客都无暇顾及，有所怠慢。但是春节过后一段时期，餐饮市场的客源结构就会发生变化。由于节前集中的突击消费，节后集团消费的热情会降低，消费的频次也明显降低。相应家庭消费和散客消费的份额就有所抬头。而节日期间淹没在众多团年宴、庆功宴之中的婚寿宴、百日宴等，在淡季里会显得比较突出，成为很多酒楼的支柱收入来源之一。而另一块市场，比如象会展、旅游团队等，在春节期间几乎停顿，但在节后也会成为餐饮市场不可忽略的部份。

针对这些市场变化，酒楼应根据自身的定位调整营销的手段，做到有的放矢、简单有效。比如，中档酒楼可推出较为实惠的家庭套餐、白领午餐，以吸引家庭和白领上班族的消费;推出“平价酒水超市”，以此降低客人的酒水消费成本，且有效克服客人自带酒水的矛盾;策划更加细致、周到的婚寿宴、百日宴营销预案，以更多的优惠赠送项目以吸引预定婚寿宴、百日宴的消费，等等。当然，对中、高档酒楼来说集团消费仍然是主流，那针对这部份客源也应该有相应的营销举措，切不可顾此失彼了。

在春节后的餐饮淡季里，也有一些小的消费热点，比如3.8妇女节，很多单位就会组织女性员工聚餐庆祝，很多女性消费者也会跟朋友相约一起享受美食。各地也会有一些各不相同的展会商机，短期内会掀起一股不小的餐饮消费热潮。酒楼应及早制定营销预案，有条不紊地开展营销促进工作，力争在这些淡季中的小高潮有不错的斩获。

旺季的时候，你的广告往往会被淹没在广告的海洋中。而在淡季，适度的营销活动再配合适度的广告宣传，会使得你的酒楼在整个行业中显得比较醒目，品牌宣传的效果会更好，营销活动的效果也会更好。

淡季里的营销工作应该两手抓，一手抓市场，即所谓的“砍柴”;另一手练内功，即所谓“磨刀”。前面主要阐述的是抓市场的一些策略，关于练内功，我有如下一些建议：

1、总结旺季营销工作的得与失，不断改进营销的思路和方法;

2、对已经制定的后续的营销工作计划重新检讨，进行修正和完善;

4、淘汰不合格的营销人员，招募新的营销人员，并进行全面的强化培训;

5、检讨酒楼过去在品牌展示方面的不足，充实品牌内涵，努力打造高品位的品牌形象。 春节后餐饮业淡季形势严峻，因此要做好营销管理的方案，这样才让自己的企业赢取更多的利益。

**餐饮营销方案二：**

**餐饮营销方案方案篇七**

1、是从商品上，通过“美味早餐””绿色浓情”系列主题性活动为顾客在购物中当个好参谋，引导消费，提高本店的价格和质量形象。

2、是从细节服务上，某超市在本市开有三间连锁店，直接对手是一家拥有11间连锁店的本地民营超市。所以可以通过“商品外买”来扩大消费群体，寻找潜在消费者。

借助9、10教师节和仲秋节，把本次活动定位于“感情促销”，为消费者创造需求，以此宣传企业文化，寻找企业经营的差异化，最终提升顾客的忠诚度。

第一阶段9月8日——9月10日

第二阶段9月24日---9月29日

中心主题：中秋满眼，健康味道在蔓延!

主题一：

绿色浓情

1、选取卖场内部分或全部带有“绿色食品标志”的商品作为特价目标性商品进行集中促销。

2、对蔬菜区和水果区联合当地国家有关卫生部门进行现场检疫并做以相关认证标记、

主题二:

放心好礼寄相思!

(1)活动地点：

超市中心展厅

(2)活动方式：

a、首先是超市企划部在前期促销宣传中，要对参加展销和现场制做的供应或生产者对商品质量的承诺做以平面广告宣传。

b、对所有参加制作月饼的工作人员必须进行严格卫生要求。

c、现场设有三个小型制作台，让购物体验制作乐趣，对参与制作的顾客给予物质鼓励(奖品由厂家提供)

(1)专为此次主题性促销活动的特价牌1000个

(2)当地三家报纸，平面广告50万份

(3)店内pop海报5万份

报纸广告5万元;

店内各式pop五万元;

相关部门的协调费用5000元;

“外买车”费用3000元;

其他费用5000元;合计共163000元

月饼销售预计将比去年同期增加20%

其他商品预计将比去年同期销售额增加50%;

**餐饮营销方案方案篇八**

时间：4月28日——5月3日(x店)

1、广告语：“游王府，吃川菜，送清爽”。

4月28日——5月3日黄金周期间，凡持当日游览xx花园门票的宾客来店用餐，每桌可获赠清凉甜爽水果一份(或酸梅汁一杯)。

2、触摸“五一”幸运摸奖活动

4月29日——5月1日放假期间，在xx店用餐者以桌为单位，均可凭结账单参加抽奖活动，凡抽出写有“五一”字样的客人将获得xx花园门票一张；凡抽出写有“五一x店”字样的客人将可获得三轮车什刹海胡同游览券一张。

3、“xx饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

4月28日——5月3日活动期间，xx店每日限20只xx饭店蔬香樟茶鸭特价销售，原价96元/每只，特价60元/每只。活动期间还有两款特价菜以供宾客选择：上汤扒双鲍118元/份(原价198元)、葱烧赤参48元/份(原价88元)。

另外，为回报消费者，4月28日—5月3日活动期间，xx店特推出“精品川菜、百姓价格”的三款套餐：亲子三人套餐188元、快乐六人套餐588元、全家福套餐(10人量)880元。

4、订“益智斋”餐厅送花园游

4月29日——5月3日活动期间，凡在“益智斋”用餐的宾客可免费游览xx花园。让宾客充分体会到“x里的川菜，川菜中的经典”意境。

五一的餐饮节日商机是很明显的，有很多的婚宴、寿宴、家庭宴请等都会选择在这一时间段举办：

一是处在小长假期间，亲朋好友难得聚会；

二是正处于春暖话开时节，踏春、旅游需求旺盛，旅游的流动消费也会给餐饮市场带来不小的.空间!而做好具体的市场环境分析也是极为重要的：

**餐饮营销方案方案篇九**

“淡季”这段时间，大多数餐饮店的营业额都会有不同程度的下滑，但是，要认清淡季餐饮的特征，推出有针对性的促销，就会“淡季不淡”。特价菜是最简单直接有效，虽然消费旺季已过，名贵的菜可以只有等着春节再吃，但人总是要吃饭的，普通实惠的菜也会吸引部分顾客。每日数款特价菜，不仅可以笼络人心，还能保增长，减少几道菜式的利润，通过其他出品来弥补。不少餐馆的促销活动本身就是亏本生意，但通过拉拢人气，带动其它消费，做足量的文章，让酒店保本维持着，以顺利度过淡季。

二、策划美食节，带旺人气

人为地造节又是食肆应付淡季有力的一招，前段时间，各大餐馆的店庆、美食节相当频繁，这都是拉抬人气的好办法，如“法国胜日门”在淡季推出主题“轮船上美食节”，东方宾馆举行“加拿大海鲜美食节”、澳门街举办“滋味羊节”即是如此，更有甚者，餐厅还推出“三人行，免费一人”的优惠活动。“买二送一”变相推广，自是比直接打折高明得多，这些不同主题的活动，让餐馆赚足了人气。举办美食节的目的，旨在吸引客流，提升营业额，往往是噱头，以某一核心食材原料，通过各种烹饪手法的运用，将其整体解构，并以一席“全羊宴”、“全牛宴”等方式呈现，如此让食客大饱口福，食肆名利双收，两全齐美。还有，物以稀为贵，再平常的食材，只要限量供应，总会有人欣赏。根据消费者的心态，有些酒楼在城中走偏锋，对一些特殊食材只限量供应10份，售完即止，逾期不候，将消费者的胃口吊起来。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**餐饮营销方案方案篇十**

套票包含以下服务：

（1）、餐饮：600元/桌，（含服务费、仅限1、2、17楼餐厅）

（2）、客房：208元/间。天

（3）、娱乐：12：30—17：30赠送包房5小时：17：30—02：00赠送包房3小时，并可消费价值128元的商品。

全套服务价格888元。

1、自大年三十至正月十五每天推出20间特惠标准间188元/间。天

2、凡是入住特惠标准间者，均获得精美春节礼品一份。

1、大年三十推出“如意”年夜饭：

588元/桌、688元/桌、888元/桌

提前预定年夜饭，赠送礼品一份。

2、春节期间宴会厅推出春节套餐：

良朋相聚宴：699元/桌

金玉满堂宴：799元/桌

富贵吉祥宴：899元/桌

（1）三楼歌舞厅配有一流的音响设备及专业的dj技师，能容纳50—100人，是同学聚会、生日party、小型舞会的最好去处。春节期间包场5折优惠。

（2）名烟专柜汇聚国内外上百种畅销名烟，品种齐全、价格适中，是节庆礼品的首选。

（3）茶艺吧礼品茶七折优惠，可提供代存茶品服务。

套餐360元（包括餐饮：200元、客房208元）无服务费，客房含双份早餐。

提前一周预定者，可免费在临沂广播电台点歌一首

提前三天预定者，可获赠精美巧克力一盒

餐饮企业春节营销方案7

1、主景点布置:

大厅外:考虑到酒店大堂比较小，不能摆大气的`装饰，今年准备在大厅外空地做一个三米高的城堡及风车装饰(木工制作)，在酒店大门处放一个春老人，增加春节气氛。(包括周边装饰一起费用预算xx00元).

大堂:大堂准备摆两个景点:一是总台前做一个长城雪景图(木工制作，费用预算1000元)；二是在客梯前空地做一个哈里波特和魔法屋(用泡木雕，费用预算500元).

二楼楼梯口:放一颗精美的春树。(费用预算200元)

咖啡厅:以气球和装饰灯，喷绘为主体装饰物.(500元)

大厅内外柱子:以灯和喷绘做主体装饰物(800元)

2、其他:

四楼多功能厅晚会场地及走廊，三楼电梯口，二十一楼电梯口，二楼大厅及包房，客房走廊以及其他各营业区尽量用去年的存品，估计仍须采购物品9000元.

3、礼品:主要是春节当晚在各营业区及晚会现场所发的礼品和在客房常客，商务客人所送的礼品，预计礼品费用xx00元.

以上共计预算费用xx000元.

1、狂欢夜自助大餐

时间：20xx年2月18日、29日18：00――20：00

地点：四楼多功能厅，二楼大厅

规模：四楼260人/场，二楼160人/场

内容：大型自助餐，综合性文艺节目，大型抽奖活动。(奖品以赞助为主)

气氛布置：热烈、明亮、欢快

票价：比去年提高，今年以提高票价，控制人数为原则.

二楼:------元/张儿童票半价(无套票)

四楼:------元/张儿童票半价

套票:------元/张(两大一小)

节目安排：由娱乐部负责，中间穿插抽奖活动，市场营销部负责节目审核和总协调。动力部在二楼安装电视同步播放器，同时播放四楼晚会节目及抽奖活动，四楼抽奖对二楼同时有效.

2、烛光晚宴：

时间：20xx年12月28日、29日19：00――22：00

地点：21楼旋转餐厅

规模：80――100人

内容：烛光晚宴、家庭套餐。适合家庭、情侣。

气氛布置：全场烛光，放轻音乐，强调安静祥和，浪漫温馨气氛。

票价：xxxxxxxxxxxx元/张儿童票半价xxxxxxxxxxxxxx元/张(两大一小)

(以上演员及主持人费用由娱乐部另呈领导批示)

地点：四楼歌舞厅

规模：所有包房

内容：1、包房价格上涨

小包房：晚场580元/场(送啤酒4瓶，大果盘一份，大碟两份，.清茶免费)，晚晚场380元/场(清茶免费)。

中包房：晚场1280元/场(送啤酒12瓶，大果盘二份，大碟八份，清茶免费)，晚晚场580元/场(清茶免费)。

大包房：晚场xx80元/场(送啤酒24瓶，大果盘三份，大碟十二份，清茶免费)晚晚场880元/场(清茶免费)。

四:客房礼品放送:春节当晚给常客，重要商务客人以及外宾送春礼物.用传统的春老人袜装好送到房间，给客人惊喜。

1、给各营业区发春小姐服装，由春小姐为客人服务，给小朋友发礼品。

2、安排两名春天使迎宾.

3、整个酒店安排两名春老人和小丑发礼品。

4、酒店提供照相留影服务。(自助餐客人)

1、在电视台，交通频道及晚报作广告宣传(费用已含在全年广告费用预算中)

2、印制宣传单1000份(费用财务另呈领导批示)

3、印刷贺卡送客户(费用销售部另呈领导批示)

4、大堂广告，大厅外横幅，电梯广告宣传。

1、1月10日――12月3日拉赞助，12月5日到位摆置大厅。

2、1月xx日大堂及电梯广告到位.

3、2月1日具体布置方案制出，物品采购到位，开始装饰。

4、2月2日春票、贺卡、宣传单。

5、各部门2月2日开始卖春票，并各媒体上广告。

6、2月6日景点布置完毕。

7、2月8日送贺卡。

8、2月12日核定娱乐部节目。

9、2月xx日下发晚会备忘录。

10、2月16日下发服装。各部门相关工作及人员安排到位.

11、2月14、xx日作好晚会各项工作。

**餐饮营销方案方案篇十一**

为完成董事会下达的20\_\_年经营任务,经公司董事会会议研究决定,将20\_\_年经营指标分摊到各部门,为加强公司责任管理,圆满完成本年度任务,现就销售任务及提成方案做如下规划：

第一条适用范围：本办法适用于新滇记各个部门

第二条加薪目的.

1·通过目标逐级分解和考核，促进公司经营目标的实现;2·通过考核合理计酬，提高员工的主观能动性;3·通过经营任务考核及岗位考核促进上下级沟通和各部门间的相互协作;4·通过考核规范工作流程，提高公司的整体管理水平;5·通过评价员工的工作绩效、态度、能力和素质，帮助员工提升自身工作水平和综合素质水平，从而有效提升公司的整体绩效和整体员工素质。

第三条考核原则：1·以提高员工绩效为导向;2·定性考核与定量考核相结合;3·多角度考核4·公平、公正、公开原则。

一、全年经营基础任务204万元，平均每月完成17万元、每日平均完成5666元;

1、完成基础任务100%不奖不罚;

2、基础任务每完不成10%降工资100元，20%降200元以此类推;

二、毛利考核指标

3、基础任务分配

1、厨房占40%；2、销售部占25%；3、前厅占35%(厅面占10%;吧台占25%)

四、提成方式

五、提成分配

1、厨房分配40%(厨师长及副厨师长占45%;灶台师傅占30%;切配占20%;洗捡组占5%)

2、销售部分配30%(平均分配)

3、前厅分配35%(主管领班占10%;吧台占5%;服务人员占20%)

1、考核办法延用271考核，具体考核内容见各岗位考核表;

考核奖惩办法

1、通过考核85分以上者基础工资基础上给予200元优秀奖励;(注：考核期内如犯重大过失或被口头警告2次仍然不思悔改者一律取消奖励)

2、60分以上84分以下不奖不罚;给予口头警告

3、低于60分者基础工资降200元，并降职;公司出于人性化管理给予一次再考核机会，如再达不到80分以上一律给予辞退处理(此条适用于管理层)

2、计算方式日点击量乘以桌数等于日点击率；月点击率等于日点击率总和乘以当月天数

**餐饮营销方案方案篇十二**

为更好的做好酒店全员促销，充分调动员工的\'销售积极性，激励员工多劳多得，为酒店创收，提高酒店知名度，特制定绩效提成方案。

凡属酒店内部员工介绍客人至本酒店餐厅用餐(客人自己到酒店来预定不计入提成)，根据餐标提成。

(1)凡预定1888—2188元/桌标准方可给予20元/桌提成;

(2)凡预定2288—2688元/桌标准方可给予30元/桌提成;

(3)凡预定2888—3288元/桌标准方可给予40元/桌提成;

(4)会议用餐、团队用餐，餐标1888元/桌以上，提10元/桌。(注：不含营销部)。

(备注：以上提成桌数以实际消费桌数为准)。

(1)奖励方式：按送餐服务费50%提成奖励。

(2)分配方式：当班班组成员平均分配。

1、根据现有酒水，饮料、只针对商家提供可返瓶盖费(全额反馈)。

2、自制鲜榨汁进行销售价格10%的提成。

3、分配方式：员工︰领班为1︰1。

1、提成人员：茶坊服务员、吧员、收银员及管理人员。

2、销售以下高档茶水方可按以下价格提成：

(1)茶水价格：48元—68元，按5元/壶

68元—128元，按8元/壶

128元—以上，按10元/壶

(2)棋牌点餐提成按2元/单。

3、统计方式：由咖啡厅负责人进行实数统计，次日在上班之前，将统计报表交到财务部审核确定。

4、分配方式：员工︰领班为1︰1。

5、单独奖励每月销售明星。

1、试用期员工不参与分配;

2、所有提成奖励在次月15日由部门负责人统一领取发放。

3、凡是公司、酒店内部在各部门的接待均不算提成奖励范围内。

4、主管级(含)以上管理人员不参与部门提成，统一使用酒店管理人员绩效方案。

**餐饮营销方案方案篇十三**

随着夏季的到来，人们的生活节奏逐渐放缓，餐饮市场也迎来了发展的机遇。作为一名专业的餐饮营销方案策划师，我为您带来了一份暑假餐饮营销方案，以期让餐饮企业顺利度过炎炎夏日。

1、主题活动营销

暑期是消费高峰期，各类主题活动纷纷上线。我们针对消费者的需求和市场趋势，策划了一系列的主题活动，以刺激消费者的购买欲望和增加企业的知名度和人气。

针对年轻群体，我们推出了“点亮夏日，走进明星”的主题活动，引入微博明星达人到店，举办现场签售活动，让消费者在享受美食的同时感受到明星的温暖和亲切。

对于女性消费者，我们推出了“热情夏日，美丽心情”的主题活动，举办化妆品推广以及美甲体验等联合活动，让消费者在饱尝美食的同时还能拥有一份美好的心情。

2、爆品推荐优惠

在此期间，我们将针对店内的畅销产品进行特别推荐。利用社交媒体以及团购平台等方式，向用户推送优惠信息。同时，还可以通过抽奖等方式，让消费者在购买爆品的同时，增加刺激性和趣味性。

1、积极应对炎炎夏日

在夏日里，如何营造一个清凉舒适的用餐环境，成为一个重要的问题。我们在店内装修改造上，加入了大量清凉元素，如高科技风扇、雾化水幕等，让消费者在感受美食的同时感受到被清凉包围的\'舒适感。

2、创新的装修设计

运用现代科技，将店铺内部设计巧妙融合游戏元素。通过创新的设计，为店内增加互动性和娱乐性。例如，让消费者扫描二维码获得游戏机会，同时增加互动性和趣味性，从而提高店内的客流量和消费额。

1、完善的点餐系统

在暑期，人流量猛增，餐饮企业也必须积极改善客户体验。我们将使用最先进的点餐系统，进行长期的测试和优化，保证客户能够尽可能地享受更便捷和舒适的点餐过程。

2、多渠道的推广营销

我们将通过各种渠道来进行推广营销，以尽可能的覆盖人群。利用社交媒体、线上联合活动以及线下推介会等多种方式进行推广，扩展客户群，提升品牌知名度和美誉度。

总之，本方案，在活动策划、店内装修改造和系统营销等多方面加入了创意和科技，以期让餐饮企业在暑期顺利发展、提升品牌效益。相信我们的专业素养和深度洞察，一定能为打造暑期餐饮盛宴注入新的活力。

**餐饮营销方案方案篇十四**

活动营销是大部分餐馆惯用的营销手段，也是比较有效的营销方式。餐饮门店做活动营销一般分为这几个目的：提高收益、提高客流量、提高复购率和增加趣味性。不同的目的活动形式不同，分别给大家举几个例子。

提高收益的活动：满减或满送活动，消费满100减10块，满200减30元，这样消费者如果消费不够满减的金额，会额外点一些菜品用以凑单，从而提高了客单价和营收。有一次我在吃猪肚鸡时，为了凑够200元还额外点了份蔬菜，这种方式提升收益效果还是不错的。

提高客流量的活动：三人同行一人免单、指定群体打折等。这样的活动形式设定参与门槛，让符合条件的用户获得自重感，从而增加到店的动力。活动营销时，有时候限制的门槛越高，参与的人数相反越多。

提高复购率和增加趣味性的活动无外乎充值返现和搞些快闪活动之类的，让消费者玩起来。

事件营销的策划是比较难的，尤其是刷屏的事件即便是公关公司都很难保证效果，那适合餐饮老板做的简单事件营销是什么呢？这里举一个简单可行的例子。

做一份超大份单人餐，设置10分钟吃完当餐免单的活动。一般情况下，这份超大份单人餐价格在100~200元左右，不仅仅可以为店面带来收益，还能获得话题量。

对于这份超大霸王餐的分量要拿捏得到，保证有1%的概率是可以完成的，如果完全做不到，消费者就不会来参与了。要那种刚刚好，不多不少的量最合适。深圳有家汉堡店上这样的活动，每天有二三十人参加，大概两三人完成，很多人会发圈宣传，在品牌曝光上很有帮助。

豆腐西施的故事大家都听过，在资讯如此不发达的古代都能传播开来，试想下奔着去看豆腐西施的想法去买豆腐的人是不是很多？这就是颜值营销的一个例子。

颜值营销可以在菜品、装修、人员的颜值上想办法。高颜值精致的菜品能够吸引到消费者前来打卡，有个词叫成图率。如果你的菜品够精致，是能够让消费者主动拍照发朋友圈的。装修的颜值就需要做vi设计了，需要一个品牌设计系统工作来配合，就需要花钱了。

**餐饮营销方案方案篇十五**

为更好的`做好酒店全员促销，充分调动员工的销售积极性，激励员工多劳多得，为酒店创收，提高酒店知名度，特制定绩效提成方案。

凡属酒店内部员工介绍客人至本酒店餐厅用餐(客人自己到酒店来预定不计入提成)，根据餐标提成。

(1)凡预定1888—2188元/桌标准方可给予20元/桌提成；

(2)凡预定2288—2688元/桌标准方可给予30元/桌提成；

(3)凡预定2888—3288元/桌标准方可给予40元/桌提成；

(4)会议用餐、团队用餐，餐标1888元/桌以上，提10元/桌。(注：不含营销部)。

(1)奖励方式：按送餐服务费50%提成奖励。

(2)分配方式：当班班组成员平均分配。

1、根据现有酒水，饮料、只针对商家提供可返瓶盖费(全额反馈)。

2、自制鲜榨汁进行销售价格10%的提成。

3、分配方式：员工︰领班为1︰1。

1、提成人员：茶坊服务员、吧员、收银员及管理人员。

2、销售以下高档茶水方可按以下价格提成：

(1)茶水价格：48元—68元，按5元/壶

68元—128元，按8元/壶

128元—以上，按10元/壶

(2)棋牌点餐提成按2元/单。

3、统计方式：由咖啡厅负责人进行实数统计，次日在上班之前，将统计报表交到财务部审核确定。

4、分配方式：员工︰领班为1︰1。

5、单独奖励每月销售明星。

1、试用期员工不参与分配；

2、所有提成奖励在次月15日由部门负责人统一领取发放。

3、凡是公司、酒店内部在各部门的接待均不算提成奖励范围内。

4、主管级(含)以上管理人员不参与部门提成，统一使用酒店管理人员绩效方案。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn