# 餐饮营销方案方案 营销方案餐饮营销方案(优质15篇)

来源：网络 作者：繁花落寂 更新时间：2024-03-31

*为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。以下是我给...*

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，常常需要提前准备一份具体、详细、针对性强的方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。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**

春节期间隆重推出“富贵吉祥”套票：888元/张，包括：

(1)餐饮：600元/桌，(含服务费、仅限1、2、17楼餐厅)

(2)客房：160元/间。天(含双早、含服务费)

二、客房：

1、自1月30日(年三十)至2月14日(正月十五)每天推出20间特惠房180元/间。天(含早、含服)

2、2月2日-8日，凡入住荣华客房者，均获得精美礼品一份。

三、餐饮：

1、春节特别推出“吉祥如意”年夜饭：

577元/桌、677元/桌、877元/桌

提前预定年夜饭，赠送“荣华富贵吉祥饺子”一份，同时惠赠“全家福”一张。

预定热线：\_\_\_

、二楼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

四：温馨服务、阳光娱乐：

(1)\_\_酒店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。

五、情人节：甜蜜情人节烛光套餐

“情人节烛光套餐”360元(包括餐饮：200元、客房160元)无服务费，客房含双份早餐。

提前一周预定者，可免费在广播电台点歌一首

提前三天预定者，可获赠精美巧克力一盒

餐饮营销方案1

一市场分析:随着20\_\_年的到来，市场经济的发展，国家政策的改变，酒店行业的竞争变得异常激烈，营销观念也从以原来的自我为中心的产品观念，生产观念和推销观念，逐渐发展成为以客户需求为主要要求的市场营销观念。餐饮业奋斗的最终目标可以概括为一句话:创造增加并保留住客源。

二营销方案推行时间:待定

三营销方案推行总体目标:根据当前酒店行业发展状况和国家政策调整，我们酒店也同时应该与时俱进的调整自己的营销策略，把原来餐饮以政府和公司消费为主的模式转变为以宴席接待为主体，扩大楚汉酒店在固镇周边乡镇的知名度，引导周边乡镇居民的餐饮消费，从而取得一定的经济效益和社会效益。

四营销方案具体实施细则:

1，酒店定位:

营主体侧重于散客消费为主体还是侧重于宴席接待为主题，前期不应贪大求高，应把成本降到最低从而限度的赚取人气。2，菜肴定价:

要针对本地及周边的消费情况及本地周边的同类酒店菜肴价格，适当降低一点，以期迅速打开市场。我们要制定最低保护价，团队价，散客价，会员价等明确的价格档次，以便各部门根据权限实施全员推广。

3，菜肴味道和分量:

既然我们是做酒店餐饮，当然要给别人吃东西，现在人们吃东西很讲究，酒店后厨厨师很重要。现在厨师做菜就跟写一篇文章一样，一篇好的文章首先要先感动自己，酒店要留住客人，首先就是要先感动客人的胃!我们厨师要做出自己的特色，自己的看家菜。另外出品菜肴的分量也是重中之重，我们前期不要过分追求利润，哪怕生意再好或再差我们都要让顾客感受到实惠，我们要让顾客从菜品和价格上感受到物有所值，俗话说“你给客人吃好，客人才会给你吃好”!4，每日特价菜:

虽然此方法比较普遍，但效果不错。每周一至周日每天都向客人推出一道特价菜，让前来消费的客人感受到实惠。

5,媒体、广告宣传:

b,在县区主要路口，居民区等繁华地段挂横幅宣传标语或张贴宣

传海报，在酒店楼前花园树立一个长期广告牌，晚上打亮灯光。c,在固镇《金点子》报刊或固镇电视台做广告宣传。

d,在固镇的公交车或出租车上贴关于酒店的宣传海报或标语，让乘客上车就能够看到“楚汉国际酒店”的字样，使其深入人心。6，改变营销策略(重点营销部):

区域划分，责任营销。改变营销的关键就是我们要做到“分”，“抢”，“创”，“维”四个字。

分:分管营销范围，划区域营销，工作细节化。有专人负责，专人跟踪，专人维护。

抢:抢别的酒店的客户资料，抢各企事业单位的用餐和会议信息。客户资料是我们酒店经营的命脉，详细的客户档案是酒店成功的关键。

创:创新营销方法及营销思路，做到人无我有，人有我精。

维:不花钱，永远挣不到钱。营销经理每月固定请自己的客户消费(吃饭，唱歌，足浴等)，而营销经理每月至少一次让你的客户来我们酒店消费，否则营销经理就是失职的。

7，餐饮部内部优惠政策:宴席接待散客接待

(1)宴席接待(婚宴、满月等):

a,凡在此方案推销期间，在楚汉国际大酒店餐饮部宴席消费满12桌以上的客户，酒店赠送其500元现金券(限下次消费使用)如是婚宴，酒店另为其同时免费提供婚车一辆供其当天上午使用。

b,凡在此方案推销期间，在楚汉国际大酒店餐饮部宴席消费满20桌

上的客户，酒店赠送其相同档次的菜肴1桌并送其500元现金券(限下次消费使用)如是婚宴，酒店另为其同时免费提供婚车一辆供其当天上午使用。

c,凡在此方案推销期间，在楚汉国际大酒店餐饮部宴席消费满30桌以上的客户，酒店赠送其相同档次的菜肴2桌并送其500元现金券(限下次消费使用)如是婚宴，酒店另为其同时免费提供婚车一辆供其当天上午使用并送婚房一间(单人间)。

(2)散客接待(零客、政府及公司人员):

a、凡到本店餐厅消费的单位或个人均送其精美餐前水果一份。b、为促进零客包厢消费，楚汉国际大酒店特推出每天一道特价菜(星期一至星期日)，菜品不重复，供客人消费，为其带来相应实惠。c、凡在此方案推销期间，在楚汉国际大酒店餐饮部包厢消费的协议单位，小包消费的客户餐饮部为其免费送其勇闯天涯啤酒2瓶、中包消费的客户餐饮部为其免费送其勇闯天涯啤酒4瓶、大包消费的客户餐饮部为其免费送其勇闯天涯啤酒6瓶。

b、凡在次方案推销期间，个人包厢一次性消费满600元(打折后)以上并且是现金结账的客人，酒店赠送其100元现金券(限下次消费使用)及ktv欢唱券1张。

d、凡在次方案推销期间，个人包厢一次性消费满800元(打折后)以上并且是现金结账的客人，酒店赠送其200元现金券(限下次消费使用)及ktv欢唱券2张。

e、平时可根据当日客情(如客人生日)及节日期间经部门主管同意后为前来消费的客人免费送上一道当日的特价菜或本店特色菜肴。

8,借力打力，利用各种机会，时间进行营销的策划点子，例如各个节假日可以根据各个节假日的特点制定不同形式的餐饮，优惠等活动主导带动消费。

**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。

一、目标

1、在这一年，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、年企划力争用最少的拓展费用做的市场宣传;

二、节日对应的促销活动类型推介

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、\_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。

三、宣传、公益活动计划

1、宣传包括主题宣传活动(如春节拜年、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。

四、广告位招租及dm内刊招商

1、针对\_餐饮各个分店、形成一个店内广告位招租。(主要针对商家联盟)

2、每季度内部dm报刊，进行广告招商。

五、加强餐饮的企业文化渲染

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)

**餐饮营销方案方案篇四**

9月15日—9月22日

不仅可以让消费者花少钱吃百样菜，还可以使消费者知道餐厅的特色。促进该餐厅的\'消费(增加人气)，获得更多的剩余价值(利润)。

要让消费者耳目一新。美其名曰“享受”也。

1、自助餐、点餐、新菜、特价菜等

餐饮连锁加盟招商代理领域权威诚信品牌:吃网餐饮加盟

2、打折消费:

3、赠送优惠券:凡消费满100元以上的消费者均能获得优惠券。

4、赠送饭菜:凡消费满200元以上的消费者均能获得一份的特色菜。

大店可订购300—500支；细店可订购100—200支；在母亲节当晚饭市由咨客派发。

以温馨的粉红色的汽球为主，有条件的再配以粉红色的薄纱。汽球用来布置大厅，及做成心形或拱形汽球柱放在店的正门口，薄纱用来布置上落楼梯的扶手。

可选一至两款菜式或海鲜在母亲节当晚饭市以优惠的价格推出。可以做两至三款母亲节爱心套餐，价格分店可根据自己的具体情况而定，菜式以健康，营养，并可护肤养颜为主。

大店可设定在母亲节当晚饭市消费388元以上，可获赠爱心蛋糕一个；细店可设定在母亲节当晚饭市消费288元以上，可获赠爱心蛋糕一个。当然消费价格分店亦可由自己定，以上价格仅供参考。

具体抽奖细那么分店自己定。

**餐饮营销方案方案篇五**

任何创业都是有风险的，相对于工作的按部就班领取报酬，创业带来的收益回报率较高较快，如果利用手头闲余的资金，发挥你创业的热情，让财富创造更多的财富，万事开头难，而万里长征如果没有勇气迈出第一步，那永远不知道天高有几许。同样，在创业过程中积累的经验也是一笔无形的财富。民与食为天，本次投资项目选择与民生息息相关的消费餐饮业为介入口，餐饮行业细分繁多，仅选择在两广久负盛名的柳州螺蛳粉为投资对象，我们的目标是：原创自主品牌的螺蛳粉，独此一味，打造柳州螺蛳粉精品。做为风险投资，本计划书从项目的产品服务、市场分析、营销模式、管理团队、财务预测、风险评估?等几大要素进行评价，做为整个项目投资的参考依据及行动纲领。

本项目的产品及服务范围：螺蛳粉、特色食品、餐饮饮料、甜品的经营及销售。

螺蛳粉简介：螺蛳粉源于柳州，位居柳州风味小吃之首。它由柳州特有的软滑爽口的干米粉，配上酸笋、木耳、花生、油炸腐竹、鲜嫩青菜等配菜以及浓郁适度久熬而成酸辣鲜香的螺蛳汤调制而成，造就了其具有高蛋白、低脂肪、营养丰富味道鲜、香、酸、辣、爽，吃后常使人大汗淋漓却又因清而不淡奇特鲜美的螺蛳汤，常使人欲罢不能，回味无穷，非常适合广大时尚青年的独到口味。现今作为柳州第一原创小吃，螺蛳粉已成为柳州独霸一市的特色小吃，在空气弥漫螺蛳香的柳州甚有：“不食螺蛳粉，枉为柳州人！”之说，柳州人嗜吃螺蛳粉，而在外漂泊的柳州游子更是以回到家乡后能吃上一碗味道纯正的螺蛳粉的方式来告慰其多年的乡思！

特色食品：鸭脚、螺丝（炒、煲）、油裹卤蛋、叉烧、牛腩、猪蹄等。餐饮饮料：王老吉、红茶、矿泉水、啤酒等。

甜品：龟苓膏、绿豆沙等。

桂林旅游游客比较多，尤其是两广、云、贵、川，都为喜酸辣省份。常平镇位于东莞市东部，毗邻香港，全镇面积108平方公里，下辖32个（居）委会，户籍人口6.9万，总人口50余万。90%均为外来人口。

常平交通便利，制造、商贸、物流业发达，属于服务业受欢迎的城市。“铁龙三路枢会常平”是对常平铁路交通优势的生动描述。常平镇产业基础扎实，近4700家工业企业形成了以生物制药、五金、模具、电子毛织、玩具、塑料制品为主的工业体系。常平镇历来是东莞东部的商贸物流中心。

常平是“中国最佳物流名镇”。

常平螺蛳粉店廖廖无几，市场尙未开发、饱和。特别是商业繁华地段、学校、及工业聚集区，饮食均以麦当劳、肯德基、真功夫等大众化为主，而一些特色饮食均是小打小闹，没有铺面，为露天营业。

本店采用店面直销为主、打包外送（1公里范围内）为补的营销方式。尽量延长营业时间。本店营业时间为：早6点-凌晨1点。

早上、中午以螺蛳粉为主，晚九点后以柳州特色食品鸭脚、鸭脖子、炒螺、煲螺为一个突破口，加大啤酒销量，让啤酒成为另一个利润的增长点。

本店采用店面直销为主、打包外送（1公里范围内）为补的营销方式。尽量延长营业时间。本店营业时间为：早6点-凌晨1点。

早上、中午以螺蛳粉为主，晚九点后以柳州特色食品鸭脚、鸭脖子、炒螺、煲螺为一个突破口，加大啤酒销量，让啤酒成为另一个利润的增长点。

以日销售规模为准：

300碗以下店员：3名

500碗以上店员：6名

股东（黄氏兄弟）

店长

（负责店面的管理、采购工作)

收银员1名（店长兼）

配粉员1名

（300碗-400碗2名）

（400碗以上3名）

送粉（清洁）员1名

（500碗以上2名）

外卖员1名

（时机成熟再配）

本投资项目由自筹资金投入，无银行借款，无借款利息。

本投资项目采用一方出资、另一方出管理的入股方式。其中店面正式

营业前所有的投入由黄廷旺100%出资，而黄廷厚以营业后的管理入股，双方各占50%的股份，合作以每3年为界。

本投资项目从开始投入后对日收入、支出明细进行造册登记，由黄廷旺负责。

本投资项目营业后，若有盈利，净利润先归还投资本金，剩余净利润按股东占的股份比例进行分配。若是亏损，在清算后，全部归黄廷旺承担。

依法办理相关证照手续，并按国家法律法规签署章程、合作协议。项目投资进度要可控，从开始到投入经营时间控制在3个月内。

（1）成本分析表

（2）盈亏分析表

（3）投资分析表

**餐饮营销方案方案篇六**

以端午节为契机，大势宣传餐饮新出品（粽）、瀛和铁板烧、大堂吧试营业等信息，挖掘市场销售潜力，电话联络或拜访团体客源，增加团体、家庭订购份额，通过“粽”文化的渲染，浓厚端午节气氛，提高餐饮食品牌知名度，对六月餐饮营业冲刺开启前奏。

做旺西餐（铁板烧、大堂吧），仅粽子销售额力争达到5万元。

粽香传情香飘万家

5月28日端午节（促销时段：5月25日d28日）

1、人人都过端午节，但知道端午节和粽子的来历没有几人。

2、思乡怀古，纪念屈原，也是一种爱国主义的传统教育。

3、金至尊粽子食品是来自历史发源地dd洞庭湖汨罗江畔的传统工艺，厨艺正统、风味独特、源远流长。

4、时下富贵客源以本地人居多，广东人最讲迷信、避邪、求吉祥，趋求精神保险者多，“至尊粽”有此功效：益智、驱邪、避邪、润五脏。

5、根据粽子的配料和成分，功效、吃法各有不同，老人润五脏，中青年扶正驱邪、儿童益智，因人而异、各取所需，购有所值，食有所益。包粽比赛，吸引参与。

6、通过电视广告“空中轰炸”，金至尊“龙船”出水激起百丈浪花（动画），引起百家瞩目，近悦远来。

1、印制宣传单、粽券各20xx份，单、券合一页，节省印刷费用，策划部设计制作。（价格1500元，5月23日到货）

2、制作大型龙船一个，放置西餐展台；配文字：粽行千里，香飘万家。

3、广告展架2个，宣传端午节来历、粽的特色、品种等，图文并茂。

4、设粽子展示柜、设现场销售点：冰柜储存粽子。

5、对所有粽子，密封压膜包装，印金至尊质检标签、更显高雅，设计礼品手提袋，待议）

6、宣传横幅：

（1）粽香千年，驱邪益智，香飘万家！

（2）快乐端午、健康美食dd相约金至尊！

（3）政府防流感指定饮品dd大堂吧免费享用！

7、宣传单派发方式两种：

a、跟报刊发售点联系，拿20xx份粽子宣传单夹在报纸中派发。

b、各部门前台派发。

8、演艺大厅led推介、主持人宣讲（端午节活动）。

9、短信宣传10000条、电视广告4天（播20次）

端午节家庭套餐（含粽子）：粽子种类及价格：

大堂吧酒水价目：铁板烧促销价目：

（均由西餐部拟定报总办、同时做餐牌）

1、粽券派发方式：拿4万元粽券分派各营业部门友情销售。（餐饮部出计划）

2、天虹商场设点销售（销售部安排）

3、大堂吧现场销售

凡订购20只以上，可享9折优惠

凡订购30只以上，可享8、8折优惠

凡订购50只以上，可享8、5折优惠

凡1人购粽券1套（6张），可免费现场吃粽子。

6只为1套/打，1人现场（买单）吃粽子一打以上，再吃不要钱。

（预订500元以上，可送货上门）

活动三大亮点：

1、下午现场包粽比赛dd5月25d28日，西餐部大堂吧促销粽子，同时组织客人举行“现场包粽比赛”，让客人体验包粽之乐趣，优胜者可享赠当晚入住客房特价（268元/当晚），或送粽子一串红酒一盅（预计10份）。

2、娱乐“千人粽子宴”dd 5月25d28日，各包房派发粽子，供客人品尝，节目部部编演《端午纪念屈原》的特别节目（员工饭堂加粽一个）。

广告印刷费用1500元、电视广告费用（含日本料理铁板烧宣传）4000元。

效益预测：只要营销到位，突破目标任务应该不成问题。

**餐饮营销方案方案篇七**

正是因为看到了餐饮企业实施会员制营销的巨大优势，很多餐饮企业在开展会员制营销。然而，实际的情况是很多餐饮企业实施的会员制营销仅仅停留在表面，90%的会员制是建立在特价优惠、打折、积分折扣等活动的基础上，这样的“会员制营销”严格说来只能算作是变相降价，只是一种很简单的促销手段而已，缺乏会员制营销的深度和内容的丰富性，无法与顾客建立长久的信任关系，不能真正的起到维持顾客忠诚度的效果，不是名副其实的会员制营销。

1、餐饮企业可以借助会员制建立长期稳定的消费市场；

2、会员制能够培养大批餐饮企业的品牌忠诚顾客；

3、实施会员制可以加强餐饮企业与会员顾客之间的互动交流；

4、餐饮企业可以通过了解会员顾客的相关反馈，发现和引导顾客的消费需求；

5、会员制能够提高餐饮的菜品创新开发能力和水平；

6、餐饮企业可以通过掌握会员的信息直接获得餐饮市场消费的第一手；

7、会员制策略能够维护老顾客、开发新客户、留住回头客。

餐饮企业对会员顾客的管理是餐饮企业实施会员制营销的最关键，具体包括餐饮企业会员资料库建立、会员数据分析及挖掘、分类及实时更新，积分发行会员卡及兑换会员积分，非同行企业、甚至是同行企业间实现会员交换、共享，会员二次营销等服务。

1、顾客的忠诚度不仅可以为餐饮企业带来高额利润，而且还可以降低餐饮企业的营销；

2、保持一个消费者的营销费用仅是吸引一个新消费者的1/5；

4、客户忠诚度下降5％，餐饮企业利润下降25％；

6、餐饮企业40％的新顾客来自会员顾客（老顾客）的推荐。

餐饮企业实施会员制营销，需要加强对会员制营销的认识和理解，特别是决策者要有会员制营销的认识，同时要先设计好较完善的会员管理体系，然后有效的、持续的实施和执行。

1、设计适合自己餐饮企业的会员制顾客管理体系；

2、开发会员顾客，并记录会员顾客的消费记录；

4、对会员营销活动的投入产出比进行分析，改进会员营销活动中存在的不足。

餐饮企业实施会员制的目的在于通过提高顾客忠诚的计划将产品、服务、利益、沟通、情感等因素进行整合，为会员顾客提供独一无二的具有较高认知价值的产品服务组合，从而与顾客建立起基于感情和信任的长久关系。然而很多餐饮企业的会员制营销仅停留在表面，90%的会员制是建立在特价优惠、打折、积分折扣等活动的基础上，这样的“会员制营销”严格说来只能算作是变相降价，只是一种很简单的促销手段而已，缺乏会员制营销的深度和内容的丰富性，无法与顾客建立长久的信任关系，不能真正的起到维持顾客忠诚度的效果，不是名副其实的会员制营销。故此，餐饮企业在实施会员制营销时还应注意以下几个方面：

5、会员制顾客营销也是一种差异化营销策略，要让会员顾客感受到自己同普通顾客的享受的价值差异，进而提升其忠诚度。

**餐饮营销方案方案篇八**

随着20xx年的到来，市场经济的发展，国家政策的改变，酒店行业的竞争变得异常激烈，营销观念也从以原来的自我为中心的产品观念，生产观念和推销观念，逐渐发展成为以客户需求为主要要求的市场营销观念。餐饮业奋斗的最终目标可以概括为一句话：创造增加并保留住客源。

一营销方案推行时间：待定

二营销方案推行总体目标：根据当前酒店行业发展状况和国家政策调整，我们酒店也同时应该与时俱进的调整自己的营销策略，把原来餐饮以政府和公司消费为主的模式转变为以宴席接待为主体，扩大xx酒店在固镇周边乡镇的知名度，引导周边乡镇居民的餐饮消费，从而取得一定的经济效益和社会效益。

三营销方案具体实施细则：

1，酒店定位：

经营好一家餐饮酒店，首先应优先考虑根据自身情况对自己提供的产品进行合理、科学的产品定位。也就是说我们打算做那个层次人群的生意，是高档消费还是大众消费或者低档温饱型消费，我们的经营主体侧重于散客消费为主体还是侧重于宴席接待为主题，前期不应贪大求高，应把成本降到最低从而限度的赚取人气。

2，菜肴定价：

要针对本地及周边的消费情况及本地周边的同类酒店菜肴价格，适当降低一点，以期迅速打开市场。我们要制定最低保护价，团队价，散客价，会员价等明确的价格档次，以便各部门根据权限实施全员推广。

3，菜肴味道和分量：

既然我们是做酒店餐饮，当然要给别人吃东西，现在人们吃东西很讲究，酒店后厨厨师很重要。现在厨师做菜就跟写一篇文章一样，一篇好的文章首先要先感动自己，酒店要留住客人，首先就是要先感动客人的胃！我们厨师要做出自己的特色，自己的看家菜。另外出品菜肴的分量也是重中之重，我们前期不要过分追求利润，哪怕生意再好或再差我们都要让顾客感受到实惠，我们要让顾客从菜品和价格上感受到物有所值，俗话说“你给客人吃好，客人才会给你吃好”！

4，每日特价菜：

虽然此方法比较普遍，但效果不错。每周一至周日每天都向客人推出一道特价菜，让前来消费的客人感受到实惠。

5，媒体、广告宣传：

a，印刷部分宣传单，组织部分员工分别到企事业单位，居民区，街道等进行宣传，散发宣传单。

b，在县区主要路口，居民区等繁华地段挂横幅宣传标语或张贴宣。

传海报，在酒店楼前花园树立一个长期广告牌，晚上打亮灯光。

c，在固镇《金点子》报刊或固镇电视台做广告宣传。

d，在固镇的公交车或出租车上贴关于酒店的宣传海报或标语，让乘客上车就能够看到“楚汉国际酒店”的字样，使其深入人心。

6，改变营销策略（重点营销部）

区域划分，责任营销。改变营销的关键就是我们要做到“分”，“抢”，“创”，“维”四个字。

分：分管营销范围，划区域营销，工作细节化。有专人负责，专人跟踪，专人维护。

抢：抢别的酒店的客户资料，抢各企事业单位的用餐和会议信息。客户资料是我们酒店经营的命脉，详细的客户档案是酒店成功的关键。

创：创新营销方法及营销思路，做到人无我有，人有我精。

维：不花钱，永远挣不到钱。营销经理每月固定请自己的客户消费（吃饭，唱歌，足浴等），而营销经理每月至少一次让你的客户来我们酒店消费，否则营销经理就是失职的。

**餐饮营销方案方案篇九**

我是餐饮营销顾问金叔，餐饮从业19年，专注餐饮营销策划。每天不同视角，为你分享餐饮营销策略，经营管理和实战案例，希望给你带来启发。餐厅经营的所有环节都值得用营销来做一遍。

从经营的角度来说，做任何营销的目的都是为了赚钱。开餐厅是一个技术活或者说是一个长期的行为，那么营销也是一个长期的行为，千万不要觉得今天生意不好，就感觉要做营销了。这是最可怕的，疫情之后就有很多餐厅，因为没有做营销，导致现在鸡飞蛋打。

营销的目的就是解决问题，提升营业额，还有提升餐厅的知名度和顾客的体验。根据餐厅经营所处的阶段来设计营销活动。

根据设计的活动和需求不同，目标也不一样，如果是增加营业额，那么你要确定平日的增长百分比，周增长的百分比。

另外在做活动的时候，还要考虑厨房和前厅的压力，如果为了做活动造成客户的体验下降，催菜，退菜，投诉，那就得不偿失。这也是为什么，我们经常提醒合作客户要提前把人员培训好，把人员备好。

活动设计里面包括了营销的方案，做一个活动，不要从销售的角度，而是要考虑顾客是否方便。当然宣传品，效果。如何用好渠道，都要设计的详细并且可落地。

每一项工作都应具体到人，要建立项目负责人，设定项目进度时间表，按照倒推进行每日检查调整进度。

记住营销方案的培训一定是针对所有员工，而不是某一部门的员工。平常员工的.培训只是通过早例会，晚例会，这是不够的。营销活动是全员参与。整个餐厅就是一台机器，每一个部件都要照顾到。一个营销活动要全店所有人员凝成一股绳，思想统一才能达到最佳的结果。

执行式营销能否有效的核心关键。在执行层面要根据前面的目标，进行落地细化让每一位员工知道自己到底做什么千万不要在顾客，问什么的时候一问三不知，这才是最可怕的。

从营销方案开始确定就要进行监督机制，每一个环节要有专人来监督，并且进行上报。这样每天及时的发现问题并解决问题，如果有要求，但是没有监督，要求就等于0。

营销方案调整，包括营销活动的进行中与结束后。根据具体情况及时调整，如果这次进行的比较好，要进行总结复盘，对下一次的营销策划进行提前布局。

以上就是每一次营销活动的基本流程，除了创意之外，除了一些渠道的应用之外。这个流程就是每一位老板都应该熟悉的。

**餐饮营销方案方案篇十**

妈妈，谢谢您！

xx月xx日—xx月xx日。

餐饮。

活动一：“送xx全家福”——全家的幸福是送给妈妈的礼物！

在本次活动期间，累计购物满xx元的顾客，凭当日有效购物凭证，即可获得价值xx元xx全家福免费摄影卡一张。每人限领一张。

领取地点：南门共享空间特设赠礼处。

活动二：“妈妈，谢谢您！”亲情特卖场

参加品类：女装、家居用品（礼品）、针织内衣。

特卖地点：南门共享空间。

特卖时间：xx月xx日—xx月xx日。

活动三：“妈妈模特秀”——天下最美丽的永远是妈妈！

地点：西广场。

时间：xx月xx日、xx日每天下午3：00—4：30。

注意：走秀当中会穿插现场互动问答，答对有奖。

活动四：“康乃馨送妈妈”——花香饱含儿女心。

活动时间：xx月xx日。

当日购物的顾客，凭当日单张小票（满xx元）即可获得康乃馨一枝。每位限领一枝。

领取地点：南门共享空间特设赠礼处。

活动四：“最像母女、母子”评比。

报名时间：xx月xx日、xx日。

报名地点：西门总服务台。

报名手续：报名母女或母子需持户口本及母女或母子生活合照1张（大于5寸）登记。

比赛时间：xx月xx日下午3：00开始。比赛地点：西广场。

比赛形式：现场公布。

奖项设置：

一等奖xx名各奖价值xx元奖品一份。

二等奖xx名各奖价值xx元奖品一份。

三等奖xx名各奖价值xx元奖品一份。

在本次活动期间，绝对禁止导购员私自提价、私自收银，对违反此规定的专柜，一经发现，商城将对商户处以罚款\_元！

对以上两种违规情况，进行举报者将奖励xx元，对现场抓获违规者的奖励xx元。

原有结算方式不变，同时，xx月xx日“康乃馨送妈妈”活动结算流程如下：

1、顾客凭当日单张机制小票（消费满xx元）到赠礼处领取康乃馨。

2、工作人员验证小票合法性。

3、分部门（机制小票的部门前三位）登记即每部门一张《赠花登记单》，登记销售码、导购员编号两项内容。

4、在机制小票上盖赠品已领章（或字样）。

5、给顾客康乃馨一支。

6、xx月xx日一上班，赠礼人员将xx月xx日的《赠花登记单》交财务。

7、财务根据登记的销售码，查询所属供应商将供应商编码登记在《赠花登记单》指定位置。当日11：00前传递给各相应部门主管。

8、部门主管负责找导购员核对销售记录。

9、有异议与赠礼处人员联系。

10、当日18：30前核对无误，部门经理签字确认《赠花登记单》返回财务楼层会计。

11、楼层会计根据确认的《赠花登记单》录入供应商费用，每支xx元。

12、楼层会计将《赠花登记单》存档。

1、顾客在本次活动及之前任何活动期间购买的商品，均不允许出现无单退换货。

2、退货：在活动期间购物的顾客，退货时商城按照其购物凭证上实际付款金额退还现金。若顾客在本次活动中已领取奖品或礼品，则需连同奖品或礼品一起退回，如已使用无法退回，顾客需交纳相应现金，现金将从退货款中直接扣除，不足部分需由顾客补足。

**餐饮营销方案方案篇十一**

引言：在20世纪和21世纪交叉时段，产生了90后，就赋予了他们独立、个性、好强的性格特色，也形成了不一样的世界观、价值观和消费观，90后主题餐厅营销就是跟随90后特有的个性、思维方式孕育而生的，他们既要求个性创新，又要求完美刺激。

就此，主题餐厅应新时代的要求而产生，也产生了不一样的营销方式，但也有许多缺点，根据固有的营销方式，发现其缺点，并根据其缺点更新和完善营销方式，更加注重餐厅的文化营销、网络营销和特色营销，创造出属于自己的个性餐厅。

1.1随着经济的发展，市场营销对于一个企业来说也来越重要，其意义不言而喻，进行90后主题餐厅市场营销，不仅可以推广餐厅品牌还可以将餐饮文化推广给大家，让90后大众能接受和理解自己公司的特色餐饮文化餐饮产品。

1.2当然，做产品营销目的也是为了让产品销售得更好，对产品进行营销可以得到更多的销售机会，从而使产品可以有更好的销售业绩，最好的效果就是在产品营销之后，是产品推销成为多余的一项工作。

1.3营销的第三个目的，也是使消费者了解产品的各种信息，更加明确自己的消费需求，从而满足消费者的消费需求，达到双赢的效果，也使企业达到自己的销售目标。

2.1现在主题餐厅营销现状。许许多多的主题餐厅在各个地方兴起，但是其中只有极少的主题餐厅知名度较高，能让大多数人知道，而剩余的大部分主题餐厅就只能在自己的小范围内营销，其原因不言而喻，营销肯定是其中之一。

2.2现在主题餐厅营销所存在的问题。

2.2.1企业营销只是短期的推广而已，大多数主题餐厅营销只是试一试的心态，没有长时间的坚持和整体的`规划，结果就导致营销乱的一塌糊涂，惨剧收场。

2.2.2营销的方式比较单一，像我们生活中的许多餐厅，比如kfc、肯德基等知名餐饮巨头采用的营销方式大多数只是发传单，做促销，打广告，虽然收到不错的效果，但是其花费了大量的人力、物力和财力，并且在消费逐渐提高的今天，假冒伪劣产品越来越多，消费者越来越难以判断产品的真假，很难信任企业，从而让企业的营销更加困难。

2.2.3营销定位不清晰，不知道企业的主题是什么，导致营销五花八门让消费者眼花撩轮难以真正的了解企业到底要干什么。

2.2.4现在的大多数企业营销，只是向钱看，只注重营销产品的豪华程度，奢侈多金，而忽视了产品的内在美真正的内涵所在，看似完美无瑕无懈可击的营销，实质上很难触动消费者真正的敏感神经，缺少文化内涵。

3.1针对主题餐厅的短期推广问题，现在的许多餐厅推广期商品都只是短期的营销推广，并不是长远的有目的性的推广，这样就导致效果差，切成本高，就次问题，餐厅应该做一些类似于商场的促销活动，但是不是常年只对一种产品做促销，而是在不同时间段，不同季节，交换促销，促销的产品种类繁多，顾客就会随时注意自己喜欢的产品是否在搞促销活动，不会忘记餐厅的存在，也可以避免许多顾客由于不喜欢促销的产品而很少光顾餐厅，第二，可以办理会员卡，会员卡可以是积分的也可以是打折的，对老会员实行很多优惠政策，比如，在主题餐厅有什么优惠活动的时候，通知他们等等。

针对这一问题，出现了新的营销方式，网络营销，其包括3个方面。

3.2.1第一，微博营销，随着微薄的普及与深入人心，据2024年新华网公布，新浪微博注册用户已经达到5亿，日活跃用户达到4620万，且微博用户与活跃用户保持稳定增长，其作用也越来越凸显，比如通过微博来辅助产品营销，效果非常不错，企业品牌通过微博传播广告片、配合网站利用微博搞抽奖活动，带动用户的积极性，参与到活动中去，微博使用方便，企业品牌通过用户的转发，传播到世界各地，让品牌响遍大江南北，这样不仅提升企业品牌力也拉近了与用户的距离，可以及时得到反馈。

3.2.2第二，博客营销，也类似于软文营销，将产品的各类信息以写文章的形式展现出来，文章既要精炼又要体现产品的特色，在文章中可以留下主题餐厅的各类联系方式，博客营销最好是使用名人效应，比如利用各种美食家的博客，发布关于本餐厅的各种信息，让众多的爱美食者慕名而去。

3.2.3第三，淘宝营销，现在的网民越来越多，爱网购的人更是多不胜数，所以，主题餐厅可以在网上实行团购优惠，或者在各种节假日提出优惠政策，先打响主题餐厅的知名度以后，再进行适当的价格调整。3.2.4、网络营销的优点，网络营销成本低、速度快、更改灵活，影响力越来越大，不受时空限制，传播范围广，产品内容介绍详细生动，可以互动交流，反馈快。3.3、营销定位不清晰问题解决方案。

3.3.1人群定位，现在许多企业在销售产品时，销售方式五花八门，销售内容也乱七八糟，就主题餐厅的销售定位，其消费人群主要是90后，就决定了其人群定位在90后，不是说70、80不可以是消费人群，而起营销的人物目标应该是90后，营销重点要放在90后的特色、个性、爱好上。

3.3.2主题餐厅产品定位，在人群定位好的基础上，主题餐厅的基本人物是搞好产品的立意和创新，产品一定要鲜明，营销人员则在产品的基础上创新营销方式，用各种方式突出产品的特色，有针对性的分档次的营销。

3.4主题餐厅的产品内涵，主题餐厅主要是针对90后的主题餐厅，其更重要的是一种文化餐饮，与传统的餐饮业相比，其中增添了许多人性化、个性化、时代性的东西在里面，不仅仅只是代表一种餐饮，更是90后人群对自己过去的怀念和回忆，所以在其营销过程中应该更加注重文化营销，感情营销，比如法拉利跑车的在中国的成功营销经验(1)，其公司就是利用文化营销，中国人民对奥运会的喜爱，通过提升城市形象，从而让广大的中国人民接受其品牌，虽然花费了很多，但是却获得了中国人民给予的“意大利国宝”称号，为其在以后在中国市场的20年里打下了良好的基础，主题餐厅也可以做类似的营销，由于餐饮业本身的局限，不可能像汽车巨头财大气粗，但是可以仿照其文化营销方式，这也是一种成功的定位方式。

3.5.1现在许多企业的营销人员，对其企业产品根本一无所知，不了解产品的历史，更不知道其未来发展趋势，对于这种情况，公司应该设立培训机构，定期的培养营销人员，一旦有研发的新产品，马上将产品的内涵、意义等让营销人员了解。

3.5.2现在的许多营销人员在营销产品时，只会向钱看，忽视企业的声誉，也欺骗顾客的感情，胡乱营销，进行不合乎实情的营销，胡乱夸大产品的功效，这样一来，顾客就会对企业失去信心，从而影响企业的长久发展，所以，对于营销人员来讲，一定要真实营销，对产品营销有激情，对顾客热情。

主题餐厅的绿色营销，主要注重生态绿色的食物，和节约不铺张浪费为主题，通过广告媒体对公众宣传绿色知识、绿色产品等相关内容，引导消费者关注、理解和接受绿色产品，并最终购买绿色产品，以此提高主题餐厅的知名度和销售额。

5、总结：主题餐厅的运营好坏，不仅在于其餐饮的特色与文化艺术，也要得益于其餐厅的营销方案。

绿色营销：绿色营销是指企业以环境保护为经营指导思想，以绿色文化为价值观念，以消费者的绿色消费为中心和出发点的营销观念、营销方式和营销策略，它要求企业在经营中贯彻自身利益、消费者利益和环境利益相结合的原则，并以此为中心，对产品和服务进行构思、设计和销售。

**餐饮营销方案方案篇十二**

牌营销策划建设阶段的任务是累计品牌资产，其重要实现手段是强化质量和品牌传播。质量是品牌营销策划的基础，没有精益求精的质量保证，就不可能会有成功的品牌。

在把服务理解为“一种使用的权力“基础上，服务产品的质量可以表现在四个方面：有效性、可靠性、可接受性和可控制性。传播不仅仅是信息沟通，而且也是价值传达，让顾客认知到价值的存在。传播使品牌对消费者产生积极意义。要利用传播工具和营销组合，塑造品牌形象，驱动品牌资产。

在这个阶段，有两个核心的任务，其一是强化质量管理，为品牌建设提供物质支持;其二是进行品牌定位与监理品牌个性。优秀的品牌，总是具有出众的品牌形象和个性。

餐饮品牌的质量管理。餐饮品牌核心品质是指消费者购买的实质性内容。以及清洁、舒适、迷人的环境，安全、友好的气氛和礼貌而殷勤的`服务。核心品质是餐饮产品质量管理的重点，只有保证质量，才能使客人获得基本的利益。

无形产品只有有形化才能被消费者所感知和判断。因此必须把服务的核心利益具体化，使无形的服务变得具体，变得可见可及，并通过某种抽象的联想来美化产品在消费者心目中的想想，通过销售整体中的有形部分，使客人了解更多服务的现实情况，以使企业在他们心目中形成好的形象。

品牌附加品质是指消费者在购买产品时所得到的的附加服务和利益。作为餐饮产品的附加品质主要指向消费者提供的超值服务。在一定意义上说，附加品质是餐饮业在所能给予消费者的额外价值。

**餐饮营销方案方案篇十三**

在所有前期工作都准备就绪之后，创业者应该着手进行开业典礼的筹划工作，事先做好准备，制定好各种预案，避免开业时遇到突发情况而措手不及。

1、做好餐厅开业前的公关宣传

餐厅公关宣传以对外宣传为主，以提高餐厅的知名度和美誉度，吸引顾客前来就餐、举办宴请等活动为主要目的。一般来说，要在餐厅正式开业前1—2个月，做好以下公关宣传工作。

（1）利用媒体进行公关宣传

在条件具备的情况下，要事先设计好宣传内容，包括餐厅名称、地址、经营风味、产品特色等，编写出创意独特、文字简洁、易听易记的宣传词或广告语。

（2）利用餐厅门脸进行广告宣传

在餐厅正式开业前l~2个月内，完成餐厅门脸装修、门前大型广告牌制作、大型灯箱设计制作和门前亮化处理等广告宣传，使企业以独具特色的门前环境和亮化、美化宣传效果引起社会各界和来往人员的关注，从而扩大餐厅在区位市场和点位市场的知名度，广泛吸引顾客。

（3）利用宣传册进行宣传

餐厅正式开业前5—10天，必须根据菜单设计和菜点测试结果，将本餐厅美观、大方的就餐环境、著名菜点、简介等印制成编排合理、图文并茂的宣传小册子，然后散发到区位市场范围内的目标客户中去，通知他们开业时间、开业期间的优惠措施及优惠期限等，从而争取客源，提高餐厅的知名度。

2、做好开业典礼的准备工作

开业典礼可以说是创业者向公众展示餐厅的第一个公开机会，因此要好好利用。具体说来应做好以下几个方面的筹备工作。

（1）提前一周预订典礼用的鲜花和其他装饰品。

（2）制定开业时间表。人们需要知道自己什么时候来，什么时候走。

（3）准备好附带的广告宣传品（小宣传册、名片、价目表，或其他带有餐厅名称、地址、电话号码、宣传语的分发材料）。确认印刷商知道交货的最后期限。印刷品最好在开业前两星期准备好。

（4）随后的事也应处理好。例如，供来宾在上面签名并留下联系地址的登记簿可以用做将来邮售商品的凭借物。

3、邀请到足够的亲朋顾客，保证餐厅开业客源和上座率

如果餐厅开业当天客源不足，冷冷清清，必然会对日后的营业产生不利影响。但若靠价格上的优惠来吸引顾客开业当日光顾，开业后顾客又容易形成价格感觉上的落差，可能造成客源不稳。因此，餐厅正式开业要着眼于以正常营业的客源为主，将顾客分成自愿前来的自费顾客和被邀前来的亲朋顾客两种类型。

4、渲染餐厅开张剪彩前的环境气氛，吸引顾客注意力

一般说来，在餐厅正式开业的当天，必须完成以下四个方面的工作。

（1）门前横幅与彩旗宣传，以形成开张营业的热烈气氛。此时，门前、楼上适当地方要打出多幅大型标语口号，门前和顾客进出的两边要并排插上各种彩旗，以强化开业气氛。

（2）开业祝贺的花篮宣传，要事先与区位市场的有关单位联系，取得同意后，将这些单位祝贺餐厅开业的长形花篮整齐地摆在餐厅门前两侧。每个花篮都有祝贺单位的红色条幅和贺词，从而引起顾客的广泛注意。

（3）餐厅室内的环境气氛宣传。正式开业时，餐厅门口要设礼仪迎宾队伍，穿旗袍、佩绶带，热情、礼貌地迎接顾客。餐厅室内正面挂横幅标语，欢迎顾客到来，形成室内热烈的气氛。

（4）音乐、鞭炮气氛宣传。正式开业时，要播放热情奔放的迎宾曲，敲锣打鼓放鞭炮，形成热烈的开张营业的气氛，引起顾客的广泛注意。

以上这些都是噌强环境气氛、吸引顾客注意力的重要方法，必须认真。

1、全员促销

全员促销，是指从后勤工作人员到一线员工都应树立推销意识，尤其是在餐厅开业期间。全员促销的思想内涵是，只要面临促销机会，都应积极促销餐饮产品和服务。

2、展示促销

展示促销是一种极为有效的促销形式。它主要是利用视觉效应激起顾客的消费欲望，达到吸引顾客进餐厅就餐，并且刺激顾客追加菜品的目的。

3、优惠促销

许多餐厅在开业期间通过价格折扣和优惠来吸引人气，促进销售，并使开业典礼取得圆满成功。

餐厅以优惠的形式进行促销是开业时常用的一种手段。有效地使用这种促销形式效果十分明显。利用顾客喜欢优惠的心理大行促销的方式和技巧主要有：

（1）价格优惠促销

即在开业期间，以较大幅度的价格折扣来吸引顾客，聚拢人气。

（2）赠品促销

在开业期间，可以向前来捧场的各界朋友和顾客赠送一些印有餐厅信息的小礼物、小赠品，这样既可以赢得顾客的好感，也能起到一定的宣传作用。

（3）优惠券促销

优惠券是一纸证明。经营者在餐厅开业前制作好并发往目标顾客的手中，持有者在开业期间用它来消费特定的菜品时可享受优惠。

**餐饮营销方案方案篇十四**

专业人士完美打造七夕情人节大气门头。配合灯光效果绝对吸引路人眼球。要求用品如下。

贴合七夕情人节主题，租用5套天使服装，着装者扮演爱神丘比特的角色，站在酒吧大门口迎接当晚所有的情侣和贵宾们的到来，统一派对用语:“您好!欢迎光临天使之家!。

酒吧门口玻璃增加10米长的粉色签名墙，设专人手持记号笔等待前去的情侣签名留念。

网上搜索情侣亲密的瞬间的照片，制作成小照片贴满卡罗酒吧的各个角落让客人充分体会到情人节的浪漫和甜蜜。

楼面服务人员统一带上发光爱情头饰，多增加全场的亮点。

15米水晶走秀台搭建，呈十字架形状，(竖排蓝光底面，横排粉光底面。增加色彩视觉上的立体感)

爱情道具车布置，根据婚车的方法打扮摆放于卡罗酒吧门口的停车位上，顶上用kt板打上卡罗酒吧七夕情人节派对的主题logo。建议2辆。

复古灯笼吊顶，底下挂上caro七夕情人节派对现场字样，灯笼挂在dj台正上方。

游戏环节，心心相印主题。派对前场设报名环节。中场做游戏。dj准备轻松一点的rmb背景音乐。限4个名额游戏玩法大舞台上放4张椅子，椅子上方4个带着相同锁的盒子，里面有一样的奖品。每把锁只有一个正确的钥匙能开启，主持人手中一个盆子里面有相同的4把钥匙，每把锁能开启相对应的盒子，看谁运气最好。每人只能选择一个盒子开启。如果全没猜中则现场再报名。

抽奖奖品设置，比起以前酒吧的奖品，这次奖品必须要上档次，具有意义的东西。希望管理层仔细考虑。抽奖设立一等奖一名，二等奖二名，三等奖三名。

礼品发放，送一点具有意义的情人节主题小礼物。具体详细参考后面淘宝地址。

拍卖则采用酒吧去年情人节拍卖留下来的一对钻戒。

邀请来自专业场合的15位气质模特，10位着泳装，5位着天使装。在整场派对中分2场走秀。

演艺部按情人节主题构思节目，节目不能老套重复力求创新。

全场音乐请主打dj仔细反复斟酌，考虑贯穿整场的气氛和后期留客的音乐慎重选择。

餐饮营销活动策划方案

关于电脑营销策划方案

会议营销方案

餐饮市场营销发展新趋势论文

关于电脑公司营销策划方案

医药会议营销方案

会议营销活动方案

营销活动策划方案

春节营销活动方案

**餐饮营销方案方案篇十五**

企划20xx年度工作总体指导思想是：以“打造xx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xx餐饮第一品牌，推进xx餐饮餐饮的品牌以外，推动并稳固xx餐饮十年知名度的xx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xx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“xx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、针对xx餐饮各个分店、形成一个店内广告位招租。（主要针对商家联盟）每季度内部dm报刊，进行广告招商。

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。

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