# 2024年餐饮销售方案(优质8篇)

来源：网络 作者：清幽竹影 更新时间：2024-12-24

*方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。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...*

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。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。

**餐饮销售方案篇一**

乙方在保证甲方综合毛利（/100—/100）的前提下，所有人员（含后厨，服务员，销售，前厅部长，主管，经理，保安，后勤等）拿提成工资，即营业额的20/100。此为乙方所得最终总工资，上不封顶，下不保底。根据甲方需要，由乙方配置相应人员，所派人员甲方考核合格，予以任用，除由甲方正常发放所派人员工资外，乙方按具体岗位收取管理/组织费用，经理级以上300元/月每人，主管200元/月每人，领班100元/月每人，服务员及后勤80元/月每人，厨师技术岗位300元/月每人，中工200元/月每人，小工100元月/每人。

**餐饮销售方案篇二**

营销部总监

市场营销部，餐饮部

xxxx年7月20日至8月5日

1通过这次活动，进一步宣传西苑，扩大知名度

2营造夏季清凉畅快的饮食文化。拉动夏季酒店的餐饮消费

3进一步挖掘潜在客户，增加客源

（一）筹备：1、采购菜肴原料，确定美食节的菜肴品种、价格以及优惠措施

2、通过报纸媒体、传单、横幅、短信群发等传递此次美食节的信息，引起消费者的`关注。

2、服务人员的服装符合本次活动的主题，仪表姿态也应进行一定的要求

3、在就餐环境的气氛营造上，需要富有创意和文化的业内人士来策划本次美食节整体环境的布置，基于西苑饭店的院落式布局，可在室外进行布置。消费者在一种良好的氛围下就餐，心情和食欲自然不同。

2、每日推出三到五款特色菜品，扩大特色菜品的接受度，并从中进一步筛选，一便更为消费者接受。

3、现场活动派发神秘礼品，多重惊喜，意外收获。

（四）宣传策划：1、印制美食节广告彩页随京华时报、新京报附送。

2、夏季美食节宣传户外幕布，活动主题海报，电梯间宣传海报，活动主题台卡、大堂放置美食节宣传广告牌。

3、短信群发，消息散播

（五）费用预算：1、媒体广告宣传费用1000+宣传单印刷夹报20xx+短信群发20xx=5000元。

2、赠送礼品费用：按每天100元计算，合计：100x8=800元。

3、装饰费用横副+金布+彩旗+气球等（15天）+杂费=3000元

**餐饮销售方案篇三**

为了激励餐饮部员工的工作积极性，提升管理标准和工作效率，根据餐饮部目前实际情况，现申请对餐饮部相关岗位员工做如下提成方案：

2，会议场租：按照收入的2。5%奖励，保证厅内台型正常及卫生，要求全程无投诉（含客诉和营销投诉）。

3，领班：奖励所负责区域平均提成的1。5倍，主管1。8倍。

4，上述费用总额的25%留存为部门基金，用于部门聚餐或外派学习费用等，45%随工资分配给当月在岗的主管、领班、服务员，30%分配给厨房。员工的分配比例按照考核结果，多劳多得、优者多得，能者多得，严禁分配施行平均主义、大锅饭行为。

5，此方案从10月1号开始执行，试运行三个月，到期另行审批或修订调整。

备注：以9月份经营数据为依据，为万为测算基础测算如下：

会议场租：149000元x2。5%=3725元，宴会厅零点、包间及自助餐营收：387000元x2%=7740元，则：提成合计：3725+7740=11465元。

扣除25%基金（2866元）后，分配给服务员（45%）5159元，按照15人的编制，则服务员人均344元，领班按1。5倍算，其提成为516元，厨房按照25人编制分30%（3440元），人均138元。

执行此奖励方案的优势：

1，员工和基层管理人员收入相对透明，体现了多劳多得的原则，员工收入拉开差距也会刺激技能差的员工主动学习相应技巧技能。

2，员工为了更高的\'业绩和收入，会积极主动承担接收更多的接待任务，从心里上不再抵触客人晚到晚走或者翻台现象。

3，员工主动性和潜力一旦激发，管理人员可以适当提高管理标准，并且集中更多的精力放置到管理层面从而形成良性循环。

4，部门根据员工日常表现，专业知识，及责任心等会进行每周汇总，每月的考核，考核会分出等级来，根据表现得分不同奖金分为高低，a、b、c等级。等级考核根据部门制定的考核表得分情况和直属领导的意见做参考，有旷工和早退员工奖金为零，考核表另附。

当否，请领导批示！

**餐饮销售方案篇四**

活动口号：让光棍节见鬼去吧

活动目的：提升餐厅营业额，提升餐厅知名度

活动地点：大厅

活动时间：2024年11月11日

活动背景：今年的光棍节也格外引人关注，社会上越来越多的光棍们，想摆脱光棍的生活状态，因为我们餐厅推出光棍节活动满足光棍们的需求，避免下一个光棍节的光棍。

活动内容：

1、活动当晚两人男女通行，免费一个。最低消费需要150元。时间在当天7点至23点

2、凭埋单收据，参与大转盘，(奖品设计有玫瑰花、公仔、精美小礼品)

活动宣传：

1、一楼大门口大型海报一张、店内k展架3幅、电梯小海报4张;

2、策划部市场单位x展架13幅、不同规格海报3张

宣传内容：(短信、展架、网页)

让光棍节见鬼去吧，两人男女行，一人免单。

快快行动吧，在花容酒楼告别你的单身!

11.11光棍节，给单身的你找寻另一“半”的机会!

**餐饮销售方案篇五**

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.

第一步

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!

第二步

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!)

第三步

静候客户光顾，门庭若市!财源滚滚来!每天都有很多客

**餐饮销售方案篇六**

通过对夏季旺销商品——啤酒的促销，带动人气，掀起淡季促销的`高潮。以啤酒买赠和贯穿整个啤酒节的“啤酒之夜”为两大促销主题，提出超市消夏夜市、活跃社区文化生活的概念。

1、促销活动形式：

时间：20xx年6月28日至7月5日

地点：卖场内通道促销区和卖场外赠品区（如图示）

商品促销组织：

（1）促销期间要求各厂商提供商品特价支持。

（2）以买赠为主要促销形式，要求厂商提供买赠具体方式，顾客购买该品牌多买多赠，在卖场外赠品区设赠品台，如顾客一次性购买燕京啤酒三件送一件等，强化买得多更实惠的量贩装概念。赠品区各品牌还可安排免费品尝等其它促销。

（3）展卖商品以各品牌为标准单位，做到每品牌一堆头，扩大其商品形象排面，各厂商须确保货源充裕及价格优势明显，每个堆头安排一个促销小姐重点促销。

（4）活动展卖品牌：燕京、百威、白沙、青岛、贝克、珠江、科罗娜、蓝带、喜力、太阳啤等。

活动方案

2）开幕式、闭幕式超市承办，厂方协助。

活动宣传

2、主题：啤酒狂欢夜节

3、主体广告语：喝杯啤酒交个朋友

买得多，实惠多

4、媒体推广：

1）电视专题促销广告

2）邀请媒体进行专题报道，邀请其它省市媒体对“啤酒节”进行报道，可挖掘“超市为社区提供丰富多彩的社区生活”这样的话题。

3）制作广播专题广告带，门店广播室播放。

4）播出时段：全天候播放

5、dm

1）推出dm啤酒节专版广告，将各品牌啤酒以买赠形式的活动安排详尽告之。

2）dm价格需体现啤酒全市最低价的策略发行二万份，进行广泛宣传

6、气氛布置

1）卖场内外整体气氛布置，渲染热烈火爆的购物氛围

2）店外悬挂厂家祝贺汽球条幅、放置啤酒气模

店面给予参加“啤酒之夜”供货商的优惠条件

1、可免费在主促销通道获堆位一个

2、中厅促销活动可享受最优租金

3、可获在中厅进行本品牌“啤酒之夜”当晚的贩售品尝活动

4、可免费在中厅背墙播放广告（“啤酒节期间”）

“啤酒节”大型中厅活动

活动时间：6月28日……7月5日

**餐饮销售方案篇七**

美丽女人节，xx喜相约

活动一：各店根据自己的实际情况，活动期间主推春季养颜养生菜品三至五款，列展台展示。

活动二：3月8日当天，前38名到本店消费的女顾客，各店可根据自店条件免费赠送小礼品、养颜汤等，各店做好登记，财务备存。

活动三：利用短信平台发xx餐饮三八妇女节活动信息，稳定维护老客户，短信内容：“美丽女人节，xx喜相约!在这温馨的节日里，xx餐饮与您共度美丽食尚三八妇女节!各种养生美容套餐，精彩呈现。”

活动四：各店门口悬挂横幅，内容：“美丽女人节，xx喜相约”

女人我最大，幸福红太狼。游客将将互动时的照片、微视频或平时老公干活的照片(无论是他做饭的侧影，刷碗的背影，还是带孩子的身影，只要是老公做家务的照片，洗衣、拖地、收拾家等)发送到朋友圈并截图发至微信(xx)或微博并@xx，到活动颁奖处(xx)通过工作人员验证后可获得精美礼品一份。

优惠酬宾活动期间xx餐厅推出优惠预定酬宾活动，每天前10桌(标准400元/桌以上)预定的客人可享受8折优惠，另外xx餐厅还将推出自助餐服务，30元/人，菜品丰盛自助择取，让美食美景伴您在这里度过愉快的节日!

1、各店对员工进行相关知识的培训，当日客人用餐时主动提示，并送上节日祝福。

2、活动当天赠券活动、积分卡活动正常进行。

1、企划部负责制作横幅于3月7日前送至各店。

2、各店要将新客户名单于3月9日上报公司企划部，以便于企划部及时回访客户，了解各店活动开展情况。

**餐饮销售方案篇八**

商品销售都有淡旺季之分，酒店产品也不例外。对于不同的企业来讲，淡季的时间分配自然也不相同。我们酒店在经历农历春季的火爆之后，整体销量均有下滑，这也是饭店经营业始终存在的淡旺季之间的矛盾。其实，淡与不淡，也只是相对而言，在市场整体销量下降的情况下，只要努力和付出，挤兑竞争对手，仍然可以让自己的销售分额有较大的提升空间。针对淡季的到来，特做出此次营销方案。

一、活动目的

1、通过和各旅行社、各旅游景点和出租车公司的合作，拓展客源市场。

2、对于酒店内部的或是外部的潜在客户进行直接的或是间接的推销，拉动二次消费，争取更多的回头客，促使客户最终成为本酒店的老客户及vip客人，最终提高酒店的销售额。

二、活动时间

20xx年4月1日至20xx年8月1日

三、涉及的部门

销售部、餐饮部、前厅部、客房部

四、活动主题

暖春狂欢季，有礼相迎。

五、活动方案

(1)多种方式推广，让淡季不淡

方式一:与本地旅行社提前联系，以佣金形式吸引其为我酒店引进客户。

具体操作如下:为我酒店引进团队客户的旅行社负责人，每间房付佣金5元钱，当天现金结算。

方式二:与各旅游景点做好结盟工作，互惠互利。

具体操作如下:与各旅游景点协商达成协议后，凡持我酒店代金券的客人入住我酒店消费时，均可当现金使用。(代金券在活动期间有效，过期作废，代金券均不可折现，用于冲抵酒店客房、餐饮的消费金额。)或持我酒店的代金券到各结盟旅游景点消费时即可享受门票及消费优惠(视各景点协议不同而定)。

方式三:与出租车公司联系，长期为送往我酒店入住客户的出租车司机现金回扣。

具体操作如下:为司机发放签有其车牌号的我酒店的优惠卡，若有客人登记时持该卡享受打折优惠，即可为该车主10元现金提成，月底结帐或立即兑现。

(2)优惠顾客，拓展奖励计划

优惠一:凡当月按当时门市价连续入住8次的外地散客，均可免费赠送普单或普标1间。或连续入住3晚的社会散客，赠送2瓶矿泉水。

优惠二:凡提前2个月预定20xx年6月、7月的豪华房间或景观房时，并及时确认并付相应的押金，可享受门市价的6折疯狂优惠。(具体操作方法待定)

优惠三:与银行合作，凡持指定银行信用卡的客人在酒店刷卡消费时，可赠送本酒店的代金券1张。

优惠四:每周用一天来拿几间房来做特价房。(用店前的pop牌来做宣传)

六、广告宣传

1、制作印有酒店简介及地理位置的代金券和优惠卡，并付有消费须知，突出特有的企业文化。

2、在附近的旅游景点及火车站做路牌路标广告，针对过境或来访的商务、政务人士。

3、活动期间，全天侯的用电子屏滚动播出优惠政策。

4、酒店前的喷绘或pop宣传。

七、广告费用预算

广告预算的分配如下:

1、代金券的制作费用控制为:元。

2、优惠卡的制作费用控制为:元。

3、景点区的宣传广告费用控制为:元。

4、店前的喷绘制作费用控制为:元。

合计:

八、综述

此次活动方案旨在淡季从某些方面提高酒店的知名度，客户的忠诚度及酒店的销售额，希望相关部门能给予配合，如有不足，能积极给予指证和补充。

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