# 2024年餐饮店活动策划方案(优秀11篇)

来源：网络 作者：烟雨迷离 更新时间：2024-04-11

*方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。餐饮店活动策划方案篇一“庆七天乐，优惠、美味等你来”10月01日~10月07日（...*

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案的格式和要求是什么样的呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

**餐饮店活动策划方案篇一**

“庆七天乐，优惠、美味等你来”

10月01日~10月07日

（提升客单价，促进销售目标达成）

活动日期及商品活动。

1。菜式，餐厅促销，很多商家会推出相应的套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择

2。制作：让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望

3。观赏：在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌

4。价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌

服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼“欢迎光临”，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出。当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客 反感，避而远之。

服务员在接受客人点菜时应主动向客人提供多种建议，促使客人消费数量增多或消费价值更高的菜点、饮料，一般可采用以下办法：

形象解剖法：服务员在客人点菜时，把优质菜肴的形象、特点，用描述性的语言加以具体化，使客人产生好感。从而引起食欲，达到促销的目的。

解释技术法：通过与消费者的友好辩论、解释，消除其对菜肴的疑义。

加码技术法：对一些价格上有争议的菜点，服务员在介绍时可逐步提出这道菜肴的特点，给客人以适当的优惠。

加法技术法：把菜肴的特色和优点不断地加深和强调，让消费者形成深刻的印象，从而产生购买的欲望。

除法技术法：于一些价格较高的菜点。有些客人会产生疑虑，服务员应耐心解释，这样会使客人觉得不贵，从而产生购买欲望。

提供两种可能法：针对有些客人求名贵或价廉的心理．为他们提供两种不同价格的菜点，供客人挑选，由此满足不同的需求。

利用第三者意见法：即借助社会上有地位的知名人士对某菜点的评价，来证明其高质量、价格合理，值得购买。

代客下决心法：当客人想点菜，但或多或少还有点犹豫，下不了决心，服务员可说：先生，这道菜我会关照师傅做得更好一点，保您满意，等等。

利用客人之间矛盾法：餐的二位客人，其中一位想点这道菜，另一位却不想点，服务员就应利用想点的那位客人的意见，赞同他的观点，使另一位客人改变观点．达到使客人购买的目的。

有很多餐饮企业，对促销时菜品的创新与开发不太重视，或者说投入不够力度。认真研

在客人就餐时，服务员要注意观察客人有什么需要，要主动上前服务。比如有的客人用完一杯葡萄酒后想再来一杯．而环顾四周却没有服务员主动上前，客人因怕麻烦可能不再要了。所以。在宴会、团体用餐、会议用餐的服务过程中，服务员要随时注意，看到客人杯子一空即马上斟酒，往往在用餐过程中会有多次饮酒高潮，从而大大增加酒水的销售量。

**餐饮店活动策划方案篇二**

餐厅经营的基础可以概括为“一个中心”和“两个基本点”。

1、餐厅经营的“一个中心”。餐厅经营的中心是市场，是目标顾客。餐厅必须关注市场，以市场为导向，围绕市场开展工作。餐厅以市场为中心就是要遵循市场规律，做好市场调查，了解市场需求，不能靠主观臆测进行经营，而要随市场变化及时调整经营策略，有目的的开展餐厅经营活动。

2、餐厅经营的“两个基本点”。市场经济无时无刻不存在竞争，有时竞争还是非常残酷的。餐厅要在激烈的竞争中获胜，必须首先练好内功，把企业内部各方面的工作管理好、协调好，才能增强经营实力，在变幻莫测的市场中立于不败之地。要做到这一点，就要在培育和造就高素质的员工队伍以及树立正确的经营理念上狠下功夫。这是餐厅经营的两个基本点。餐厅服务的生产与消费是同时发生的，客人与提供服务的员工接触也是多层面和广泛的。没有一流的员工，就不会有一流的服务；没有满意的员工，就不会有满意的客人。员工是餐厅最宝贵的财富和资源。培育和造就具备良好素质，丰富知识，娴熟技能，规范礼仪，诚信商业道德和热忱工作态度的员工队伍是餐厅经营最根本的工作。餐厅是传统的服务行业，服务要尊客为上，让顾客来到餐厅切实感受到宾至如归、处处满意。做到这点，就要在餐厅上下全面推行“宾客至上”的经营理念，树立“使顾客满意为第一己任”的`工作理念，全方位为顾客着想和服务，从思想建设上奠定良好的经营基础。

我国近年来餐厅产品雷同、千篇一律、百店一格的现象比较突出，致使餐厅间竞争愈演愈烈，导致成本上升，效益下降。消费者需求的多样化，要求餐厅产品也必须多元化。餐厅硬件不能一味攀比豪华、气派、大而全，而应该立足于在有限的投资中尽量设计出各自不同的风格、品味、气氛和文化特色。餐厅软件也要在具备“老三化”（规范化、标准化、程序化）的基础之上做到“新三化”（个性化、特色化、形象化）。餐厅如果不去进行这种创新改造工作，就会被市场无情地淘汰。餐厅创新要遵照顾客的要求去进行，充分征求顾客的意见，听取多方面的反映。对于老顾客应主动征求改进意见，及时改进工作，使老顾客不断感受到新的服务和新的变化，提升他们对产品的忠诚度。对于新顾客要加强宣传餐厅的功能特色，突出与其他餐厅不一样的地方。要留住顾客，产品就必须有变化、有创新、有突破。餐厅若要表现出与众不同的差异性，最容易的突破点就是文化。文化的地域特点特别明显，入住的客人绝大多数是异地客人，且越高客人与餐厅所在地的距离往往越远，文化差异性也就越大。餐厅可以在房屋造形、室内装修、服务人员服饰、服务形式、饮食文化、背景音乐、娱乐活动等方面突出表现本地方特点，吸引顾客选择自己的餐厅消费。餐厅提供的是生活服务，客人的一般心理总是求新、求异、求变的，对于异地的各种文化往往表现得乐意接受。如果在服务中一味去迎合客人原有的生活方式，不一定能取得理想效果。因为客人来自四面八方，程式化的模式不可能适应所有客人，有时候客人也许会觉得这种迎合是一种蹩脚的服务。当然，创新服务不能强加于人，要给客人提供多种选择的余地，并尊重客人的选择，做好个性化服务。

餐厅内部营销就是餐厅内部全员促销，这是餐厅营销的继续和延伸，是节约营销成本的形式。

首先，内部促销是面向已经入住的客人或老顾客进行的促销，稳住已有的顾客就是稳住已有的市场份额。其次，内部促销不需要专职人员，与外部促销活动相比既容易又方便。从总经理到服务员，从前台到后台，人人都可参与，餐厅全员都是义务推销员。只要把全体员工的积极性、主动性调动起来，再适当地掌握一些方法和技巧，餐厅就会形成强大的内部推销力量。再其次，内部促销不需要专门的经费投入。它不象广告、公关等要有专项经费开支，而是在完成本职工作的同时，不失时机地、恰到好处地向客人推销，只需多一些灵活的方法、语言技巧和形式的变换而已。这是成本最低，见效最快的促销手段。另外，内部促销不受任何限制，在服务过程中随时随地都可以展开促销，非常便捷。所以，内部促销是一种非常有效的营销。它是外部促销的一种延伸。内部促销取得成效的保证是服务的优质化。只有优质的服务才会令客人满意，才能让客人乐于接受内部促销的诱导，愿意增加消费和再次消费。此外，建立健全一套激励内部促销机制是做好内部促销、树立全员营销意识的制度保证。

1、假期餐厅的气氛。在餐厅消费，很大程度上人们消费的是餐厅的整体服务，而不单单是食品，因此，在整个餐厅的气氛上要做好相应的布置。

餐台。在餐桌上摆一瓶光彩艳丽的插花或盆花，如月季、杜鹃、米兰等。其艳丽的色采，清馥的香昧，可以使人的大脑处于悠然之境，并能增加消费者的食欲。

音响。餐厅中特定的音响效果能够产生独特的气氛，在餐厅中布置山水小景，山石滴泉叮咚声响令人犹如漫步泉边溪畔。餐厅播放一些行云流水的背景轻音乐，如克莱德曼的钢琴曲等。都能使餐饮消费者的就餐心情变得格外愉快。

灯光。餐厅灯光的强弱与光色的照耀，对餐饮消费者的就餐情绪有侧重要的影响。公道的餐厅光色，既可以激起消费欲看，又可使消费者乐于在视觉舒适的餐厅环境中就餐。

色调。不同的色采能引发餐饮消费者的不同联想意境，产生不同的心理感受。餐厅的色采假如调配得当，醒目宜人，对餐饮消费者和餐厅服务员的情绪调理、预防冲突都将具有重要意义。

布局。餐厅的整体氛围是消费者产生愉悦的就餐心理的又一重要因素。假如其布局能根据餐厅主题和餐饮市场定位的消费者心理进行设计，势必遭到顾客的青睐。

2、劳动节餐厅的服务。促销活动中人的因素是很重要的，它体现了一个餐厅的态度，人们消费更喜欢服务周到人性化的地方。所以在促销之前，要做好职员的基本服务培训，促销特点培训，态度意识的培训等等，这样可让促销活动更好的发挥它的效果。

3、xx节餐厅的食品促销。餐厅里食品的促销方法有很多。

菜式。劳很多商家会推出相应的套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择。

制作。让消费者参与到整个制作进程中，更能满足消费者的成绩感与体验的欲看。

观赏。在消费者眼前进行食品的制作，吸引消费者的留意力，也为餐厅增加无形招牌。

价格。通过价格来吸引消费者，这也是商家经常使用的方法，太要拿捏到位，不要下降价格的同时也下降了餐厅的品牌。

赠品。提供一些节日相干的赠品可以拉动一定的消费者。比如说提早预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到一些赠品。赠品要与自己餐厅的品牌风格相应。

**餐饮店活动策划方案篇三**

花好月圆——购物赚翻天

20xx年xx月xx日——xx月xx日。

借助中秋团圆的.概念，拉近企业与消费者之间的距离，以增加销售收入和利润额为目的。为企业第三季度的销售打下坚实的基础。

消费者于9月15日——9月23日期间，到某公司任意一家门店购物均可参加“购物赚翻天”活动。花一次钱，享受两次购物乐趣，让您体验快速赚钱的超级快感！

9月15日——9月23日期间，凡在某公司购买带有“现金回馈标志”的商品，结帐时会在收银条该产品的产品名前显示相应的现金回馈金额。于购物当日到指定地点，兑换现金回馈券。9月9日——9月18日期间，凭现金回馈券购物时可抵用相应消费金额。（团购不参加此活动）

（一）活动要求：

1、选择参加此活动的商品。要求：尽量保证大分类齐全，每个品类中有一到两个商品。

2、对参与活动的商品，其费用与供应商协商，能由供应商完全承担的由供应商承担；如若有问题，供应商和公司各承担一部分。

3、卖场内对参与活动的商品货架、地堆处要有明确的标识。

4、现金回馈券上需写明购买日期、收银条号码、回馈金额（大写和小写）以及本卡的使用注意事项。

（二）注意事项：

1、本券不找零、不兑换现金。

2、本券使用期9月15日——9月22日，过期作废。

3、如若本券遗失不予以补发。

4、香烟、团购不参加此活动。

5、本券盖章有效。

6、本次活动的最终解释权归某公司所有。

7、现金回馈券由地区企划部统一制作，各地区财务部监制，加盖公司财务章及店长章，必须有店内编码。

8、门店客服安排好购物券的派发及使用（建议指定款台使用），并作好记录。

1、“捷足先登超值送”。

9月15日——9月23日期间，在本超市购物满28元即可到门店指定地点领取新鲜蔬菜一把，先到先得，送完为止。（每天限量500份）

活动目的：提升早间销售和早间客群的客单。

2、“商品任你拼”。

由采购对月饼类、酒类、冲调礼盒类、保健品类选择出若干种商品，消费者可从中任意选择三种（每类只能选一个商品）商品，不论您选择的商品如何，价格均为258（此为模拟价格，根据采购谈判最终确定）。

活动目的：此活动是为了促进礼盒类商品和季节性商品的销售，同时刺激一定的团购销售。

商品要求：商品进行整体捆绑式销售时，要比单件购买价格低5——10元。

中秋专刊：16k8p简要介绍和宣传中秋活动、活动日期。

专刊内页标准：

p1（封面）：宣传主题、主题活动及活动日期。

p8（封底）：详细介绍主题活动内容等。

p2—3：参与主题活动的商品。

p4—5：月饼礼盒

p6—7：酒及冲调礼盒，保健品等礼盒类商品。

平面媒体。

**餐饮店活动策划方案篇四**

餐厅营销计划的启动活动。

开餐馆是吸引顾客尝试新鲜事物的最简单的方式。餐厅可以利用这一点在开业前做好规划，以确保开业期间的热门场景和宣传势头。

餐厅开业活动的常规计划包括活动主题的确定。主题不仅告诉顾客开业时有折扣，还将品牌文化:餐饮特色和服务理念融入餐厅开业背后的故事。应该考虑到活动效果，而不是只关注开幕当天的营业额。

活动的主题还可以整合对核心消费群体的洞察，如老朋友聚餐的意义:同事聚餐的价值、家庭聚餐的快乐，以及有针对性地推出优惠政策、营销内容的制定。

2.餐馆营销计划的公共数字操作。

餐馆的观众非常受欢迎。每个人都要吃饭，每个人都可能是你的顾客。因此，餐饮业必须作为一个公共号码运营，通过微信的社会生态来吸引顾客:培养粉丝。

餐厅的公共号码可以提供扩展服务，如菜肴展示:会员预订、活动参与、热点信息等。为餐厅顾客提供更好的服务，传达餐厅的品牌和声誉。

3.餐厅营销计划的内容营销。

餐饮商店不仅要有好的品味，还要有好的营销内容。例如，空气质量很差:烟雾很重，所以餐馆可以提供清肺菜肴，并给会员提供餐券。我们关心我们的顾客。顾客可以照顾他们的朋友，然后用优惠券一起吃饭。

餐饮商店需要及时发现目标消费者特别关注的热门热点或事件，并针对这些事件推出具体的营销内容和营销活动，如《大雨免费餐:周杰伦结婚喝“我的偶像汤”、世界杯免费餐啤酒等。餐饮商店也可以使用常见的视频直播工具，通过内部内容规划或与用户的简单互动来创建视频内容，并利用这些流行内容来传播餐饮商店的品牌文化、用户体验和人性化服务。

4.餐厅营销计划的成员营销。

餐馆成员的维护极其重要，因为餐馆主要服务于当地和商店附近，老顾客的比例和老顾客的消费频率是非常关键的指标。

餐厅可以通过在生日:春节、教师节、等特殊时间节点赠送礼物来进入顾客的心灵，让顾客永远记住有这样一个超级人性化的餐厅。礼物不需要花任何钱，无论是送优惠券来吸引顾客消费，还是送顾客可能喜欢的小东西，让顾客能感受到我们的意图。

5.餐厅营销计划团队建设。

餐饮商店也需要人才，打造团队人才是关键。人才可以通过高薪聘用或与外部专业团队合作获得。例如，专业营销策划公司骏也可以通过参股或参股来吸引高层次人才。

6.餐厅营销策划中的菜肴创新。

餐馆有必要创新他们的菜肴。除了菜肴的总体口味优化和新菜肴的推出，它还包括更适合送货甚至邮寄的产品创新。

/

**餐饮店活动策划方案篇五**

每一个节日的到来，餐饮和酒店都有自己的规划，下面是小编帮大家整理的餐饮店铺活动策划方案，希望大家喜欢。

“庆七天乐，优惠、美味等你来”

10月01日~10月07日

（提升客单价，促进销售目标达成）

活动日期及商品活动。

1。菜式，餐厅促销，很多商家会推出相应的套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择

2。制作：让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望

3。观赏：在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌

4。价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌

服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼“欢迎光临”，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出。当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客 反感，避而远之。

服务员在接受客人点菜时应主动向客人提供多种建议，促使客人消费数量增多或消费价值更高的菜点、饮料，一般可采用以下办法：

形象解剖法：服务员在客人点菜时，把优质菜肴的形象、特点，用描述性的语言加以具体化，使客人产生好感。从而引起食欲，达到促销的目的。

解释技术法：通过与消费者的友好辩论、解释，消除其对菜肴的疑义。

加码技术法：对一些价格上有争议的菜点，服务员在介绍时可逐步提出这道菜肴的特点，给客人以适当的优惠。

加法技术法：把菜肴的特色和优点不断地加深和强调，让消费者形成深刻的印象，从而产生购买的欲望。

除法技术法：于一些价格较高的菜点。有些客人会产生疑虑，服务员应耐心解释，这样会使客人觉得不贵，从而产生购买欲望。

提供两种可能法：针对有些客人求名贵或价廉的心理．为他们提供两种不同价格的菜点，供客人挑选，由此满足不同的需求。

利用第三者意见法：即借助社会上有地位的知名人士对某菜点的评价，来证明其高质量、价格合理，值得购买。

代客下决心法：当客人想点菜，但或多或少还有点犹豫，下不了决心，服务员可说：先生，这道菜我会关照师傅做得更好一点，保您满意，等等。

利用客人之间矛盾法：餐的二位客人，其中一位想点这道菜，另一位却不想点，服务员就应利用想点的那位客人的意见，赞同他的观点，使另一位客人改变观点．达到使客人购买的目的。

有很多餐饮企业，对促销时菜品的创新与开发不太重视，或者说投入不够力度。认真研

在客人就餐时，服务员要注意观察客人有什么需要，要主动上前服务。比如有的客人用完一杯葡萄酒后想再来一杯．而环顾四周却没有服务员主动上前，客人因怕麻烦可能不再要了。所以。在宴会、团体用餐、会议用餐的服务过程中，服务员要随时注意，看到客人杯子一空即马上斟酒，往往在用餐过程中会有多次饮酒高潮，从而大大增加酒水的销售量。

**餐饮店活动策划方案篇六**

1、餐饮店营销方案之开业活动。

餐饮店开业是最容易引客尝鲜的，餐饮店可以利用这一点做好开业前的筹划，确保开业时的火爆场面和宣传势头。

餐饮店开业活动的常规性策划，包括活动主题的确定，主题不只是告诉客户开业了有优惠，一定要结合餐饮店开业背后的故事，把品牌文化、餐饮特色和服务理念等融入进去，要把活动效果做到入脑，而不是仅仅关注开业当天的营业额。

活动主题也可以融合对核心消费群体的洞察，譬如老友聚餐的意义、同事聚餐的价值、家庭聚餐的幸福感，针对性的推出优惠政策、制定营销内容。2、餐饮店营销方案之公众号运营。

餐饮店的受众是非常大众化的，每个人都要吃饭，每个人都可能是你的客户，所以餐饮行业是一定要做公众号运营的，通过微信的社交生态来吸引客户、发展粉丝。

餐饮店的公众号可以提供菜品展示、会员预定、活动参与、热点信息等等延伸服务，为餐饮店客户提供更优质的服务，传递餐饮店的品牌和口碑。

3、餐饮店营销方案之内容营销。

餐饮店不光是做好味道就行了，也要做好营销内容。譬如空气质量差、雾霾大，餐饮店可以推出清肺的菜品，并送给会员关怀聚餐券。我们给客户送关怀，客户可以给朋友送关怀，然后一起来用券就餐。

餐饮店需要及时察觉大众化热点或目标消费者特别关注的事件，针对事件推出特定营销内容和营销活动，譬如下大暴雨免费吃饭、周杰伦结婚免费喝“我的偶像汤”、世界杯吃饭啤酒免费送等等。餐饮店也可以利用常见的视频直播工具，通过内部内容策划或单纯的与用户的互动来创作视频内容，利用这类喜闻乐见的内容来传播餐饮店的品牌文化、用户体验和人性化服务。4、餐饮店营销方案之会员营销。

餐饮店的会员维护是极为重要的，因为餐饮店主要服务本地及店面周边，老客比率和老客消费频次是非常关键的指标。

餐饮店可以通过生日、春节、教师节等特殊时间节点送关怀、送礼品的方式做到入心，让客户永远记得有这么一家超级人性化的餐饮店。礼品并不需要花什么钱，要么送优惠券吸引客户消费，要么送客户可能会喜欢的小东西，让客户感受到我们的用心。

5、餐饮店营销方案之团队打造。

餐饮店也需要人才，打造团队人才是关键。人才可以通过高薪聘请的方式获得，也可以通过与外部专业团队的合作来获取高价值服务，譬如专业的营销策划公司紫狐君，还可以通过参股或分店入股的方式吸引高层次人才。

6、餐饮店营销方案之菜品创新。

餐饮店做菜品创新是必须的，除了一般的菜品味道优化和新菜品推出，也包括更适合外卖配送乃至邮寄的产品创新。

**餐饮店活动策划方案篇七**

活动主题：

梅利餐饮公司，感恩节特别推出大型优惠活动

活动日期：

11月25日--12月10日

活动地点：

梅利烤鸭店

活动内容：

吃188送，价值28元巴蜀宫爆鸡一份

吃288送，价值38元金牌鲈鱼一份

吃388送，价值48元白果明虾球一份

注：不允许累计，每桌只限赠送一份菜品

凡参与此活动的顾客，不得与婚宴、包桌及一切优惠活动同时使用，详见店内海报。

最终解释权归梅利餐饮有限公司所有。

利用下面的宣传方式进行宣传，吸引顾客的二次消费，当顾客到吧台结帐时，消费到以上所说的金额，收银必须给顾客说明，免费赠送顾客菜品照片(等于代金券)引导顾客的二次消费心理。

宣传方式：

二、印刷5000份大度16开宣传页，利用大河报夹报进行宣传

三、制作大型户外墙面喷绘一块，主题突出活动内容

四、印制菜品照片，注明盖章有效，(照片上面印上金额和王总签名和广告语{美味--不容错过}，背后盖章)

五、水牌上面画上手绘pop，摆放在酒店门口，主题突出活动内容

六、门头条幅制作一条，关于活动内容的标语

七、短信平台信息10000条，活动开始之前发完(分批发送)

**餐饮店活动策划方案篇八**

活动时间：

20\_\_年9月6日——20\_\_年9月10日。

目的：

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）。

要求：

要让消费者耳目一新。美其名曰“享受”也。

活动形式：

1、自助餐、点餐、新菜、特价菜等。

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、免费赠送饭菜：

凡消费满200元以上的消费者均能获得一份免费的特色菜。促销活动方案三——中秋佳节——对酒当歌赏月，念人生之多少良辰美景莫过于此。

地址：

饭店、酒店、餐饮临街空地建行门前。

场地布置：

搭建一个临时舞台背景布幔一个进口音响一套舞台地板上小灯笼16盏其他背景灯光。

活动创意：

1、现场猜谜活动：

在活动现场悬挂有谜语的五彩灯（红灯）笼。凡中者皆能获得10元的消费优惠券。塑造中秋的气氛和饭店、酒店、餐饮的江南文化内涵。专设一个谜底台。

2、演艺活动策划：

（1）有奖征答问题：关于饭店、酒店、餐饮的发展史等问题。

（2）载歌载舞：觅歌舞团演出，另外，主持1—2名。

（3）穿插一些让观众参加的《中秋赞歌》：邀请台下一起参加，凡唱的歌都带有“月”字或是咏“秋”的。最少二句，无需整首演唱，歌曲不能重复，唱出最多首和唱功最好者，均有奖励（100元或50元消费券）。

（4）拉啤酒商做冠名赞助，从而减少费用的开支，进而促进利润的增加。

（5）饭店、酒店、餐饮特制月饼大派送：由老板、员工及嘉宾共同举行切饼仪式，统一送至顾客手中。

**餐饮店活动策划方案篇九**

庆\_\_，优惠、美味等你来！

二、活动时间

x月x日~x月\_\_日

三、活动目的

提升客单价，促进销售目标达成

四、主题活动内容

消费者在\_\_期间，只要消费满66元，即可加一元换取我们精心为消费者准备的多少商品中的任意一件，备注：1单张小票不累计。赠品要求：挑选多少商品，作为活动商品，要求商品售价在三元以上的商品，也可对部分毛利损失较大的商品进行限量，但每天需保证在八个商品以上。

五、气氛布置

店内气氛布置：入口展板，活动现场的气氛营造，店内海报。

六、活动执行与分工

企划部：负责活动宣传，策划，操作与跟进。

采购部：负责商品的组织，到位。

财务部：负责资金到位。

店长：活动操作的总负责人，负责督促各部门的工作。

（一）食品促销内容：

1、菜式，餐厅促销，很多商家会推出相应的套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择。

2、制作：让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望。

3、观赏：在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌。

4、价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌。

5、赠品：提供一些节日相关的赠品可以拉到一定的消费者，比如说提前预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到一些赠品，赠品要与自己的餐厅品牌风格相应。

（二）餐饮淡季促销方法：

1、围绕主营产品进行延伸开发，推出一系列适合当季消费的产品，比如，主营产品是以活鱼火锅为主的，就可以引进一些以鱼为主要材料的特色菜品，做为餐厅的补充。

2、开发适合当季消费的品种，制造卖点，比如夏季火锅中的冰淇淋火锅、清淡型火锅等，让顾客有更多的选择，同时新品种也可以为餐厅制造新的卖点与宣传点，吸引更为广泛的消费群体参与消费。

3、推出适合当季消费的系列小吃凉碟，在保证利润甚至成本的前提下进行低价销售，以点带面，让顾客觉得实惠，从而带动人气的上升。

4、抓住当季的瓜果，推去系列鲜榨果汁、果盘，甚至可以考虑瓜果入菜，进而增加菜品的独特性。环境气氛促销。

（三）热情服务促销：

服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼欢迎光临，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出，当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客反感，避而远之。

服务人员应对餐厅所经营的菜点和服务内容了如指掌，如食物用料、烹饪方法、口味特点、营养成分、菜肴历史典故、餐厅所能提供的服务项目等，以便向客人作及时介绍，或当客人询问时能够作出满意的答复，如果能事先了解市场和顾客的心理需求以及风俗习惯、生活忌讳、口味喜好等，便可有针对性地推荐一些适合他们心理需求的产品和服务。

**餐饮店活动策划方案篇十**

x月\_\_号的就要到了，为消费者创造一个既浪漫又温馨的节日，是每一家酒店都在努力的工作。根据我们酒店自身的经营特色，根据常消费熟客的消费习惯。这是我们今年的520推广计划。

二、活动主题

\_\_酒店520(天赐良缘，情定\_\_)

三、活动时间

2024年x月\_\_日。

四、活动地点

主要地点：\_\_西餐厅。

次要地点：客房。

五、活动方法

1、通过浪漫的场景布置，为消费者创造一个温馨，旖旎的爱的殿堂。

2、摆放“情人留言卡片”，供情侣在上面写下爱的誓言

3、客房设立“粉红情侣套房”，巧妙布置，并赠送玫瑰花，巧克力，香槟酒

六、气氛营造

1、外围设一块桁架做宣传广告。

2、大堂电子屏、led屏滚动播放关于活动内容。

3、一楼、六楼各放一个小展架。

4、六楼餐厅每个餐桌摆一个烛台，一只玫瑰花。

5、整个餐厅用白色桌布、白色椅子、腊梅、沙缦点缀整个餐厅。

6、吧台摆一束鲜花(百合、马蹄莲)。

7、西餐厅门口搭个拱门花柱。

8、彩灯和沙缦布置现场用粉色气球点缀。

9、现场拍照(拍立得\_\_元/张)。

10、餐台摆一个香槟塔。

11、专门设一个餐台放一个大蛋糕摆在餐台上。

七、广告方法

1、宣传单：\_\_份(客房，各营业口)。

2、短信发布:\_\_元(x万条)。

3、内部广告发布：(电子屏，三明电视台字幕滚动频，含喷绘)

4、广告文字：

a、天赐良缘，情定\_\_。(广告词)

b、春信绽放，玫瑰花开，爱情来了，你的故事开始了。520到了，在\_\_大酒店准备一份珍爱的礼物，然后温柔地携上你的她或他，就在这个浪漫的日子开始相约。(短信)

八、活动安排

1、营销部：x月\_\_日前推出活动广告。

2、其他部门x月\_\_前结合营销计划，制定好520活动细则。

3、餐厅客房在x月\_\_日前做好520氛围营造工作。

4、工程部：结合活动计划，做好用光，用电工作的安排及特殊道具的制作。

**餐饮店活动策划方案篇十一**

《食品安全法》自20\_\_年6月1日起正式实施以来，我县大力宣传《食品安全法》，深入开展食品安全整顿工作，提高了群众的食品安全意识，全县餐饮服务环节食品安全形势整体趋好。为进一步加强食品安全宣传教育工作，庆祝《食品安全法》实施四周年，决定于20\_\_年6月17日—6月27日，在全县开展餐饮服务食品安全宣传周活动，现结合我县实际，制定本方案。

一、工作目标

通过开展一系列的宣传活动，使全县监管人员全面掌握《食品安全法》的主要内容，正确履行食品药品监管部门的法定职责，增强其监管能力和水平;进一步强化餐饮服务环节经营者的责任，增强其食品安全第一责任人法制意识；进一步提高社会公众食品安全法律意识和社会监督意识，动员社会各界积极参与餐饮服务食品安全监督。

二、成立组织

根据工作需要成立食品安全宣传活动领导小组：

组长：

成员：

领导小组办公室设在餐保所办公室。

三、活动时间

20\_\_年6月17日——20\_\_年6月27日

四、宣传内容

1、宣传《食品安全法》、《食品安全法实施条例》、《餐饮服务许可管理办法》、《餐饮服务食品安全监督管理办法》等法律法规规章。

2、宣传食品药品监管部门监管职责和餐饮服务食品安全监管工作的新思路、新机制、新举措和新成效。

3、宣传餐饮服务从业人员的义务和法律责任。

4、宣传食品安全科普常识和有毒有害食品的基本知识。

5、宣传我县当前餐饮服务环节开展的食品安全重点工作。

6、宣传安全饮食、预防食物中毒等餐饮服务食品安全知识。

五、活动形式

1、充分利用广播电台、电视台、报刊、网站等新闻媒体及街头电子大屏幕，通过开设食品安全宣传专栏等，刊播公益广告等方式，集中宣传餐饮服务环节食品监管工作、普及食品安全法律法规和饮食安全常识。同时，通过食品安全信息等简报，及时报道相关开展《食品安全法》宣传周活动的情况。

2、在广场、人口计生广场开展食品安全现场宣传咨询活动，设立食品安全宣传咨询台，发放《食品安全法》等宣传资料，设置宣传展版，悬挂宣传标语，公布举报、投诉电话，受理群众举报投诉，帮助群众解疑释惑；组织人员在人群较为密集的地方散发宣传资料。

3、开展食品安全知识活动“五进”活动，发挥监督员、协管员、信息员的作用，突出开展食品安全知识进校园、进社区和进农村活动，形成食品安全群众性监督和宣传网络。

4、以举办培训、辅导形式，开展《食品安全法》等法律法规集中学习宣传；并结合工作实际，组织讨论，强化学习宣传效果。

5、结合执法工作开展现场监督指导等日常宣传，广泛普及食品安全知识，并积极完善食品安全知识的长效宣传机制。

六、工作要求

1、加强组织领导，周密部署，明确责任，确保宣传周活动顺利开展。

2、宣传周活动要突出主题，贴近生活，因地制宜，多措并举，采取群众喜闻乐见的宣传形式，紧扣群众关心的热点问题展开宣传教育，广泛宣传，力求取得实效。

3、要把食品安全宣传教育工作与《食品安全法》实施结合起来，广泛发动群众了解《食品安全法》，提高广大消费者食品安全意识和自我保护能力；要充分调动各种力量，努力做到上下联动、内外结合，形成规模，造大声势，增强效果，扩大影响。

4、妥善做好餐饮服务环节食品安全突发事件新闻报道工作，正确引导舆论。

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