# 2024年餐饮营销方案方案(通用12篇)

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2024-05-02

*方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。餐饮营销方案方案篇一1、端午节特色套餐。推出特色套餐，很多酒店都做过类似的促销，花样繁多，旨在营...*

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。方案的格式和要求是什么样的呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**餐饮营销方案方案篇一**

1、端午节特色套餐。推出特色套餐，很多酒店都做过类似的促销，花样繁多，旨在营造节日气氛，吸引消费者的过节乐趣。

2、整合资源促销。相关的配套促销，可以进一步体现酒店服务的人性化，整合一切可以调用的资源进行促销，即可吸引消费者的目光，也可以提高酒店的收益。

3、亲友团购价。端午节是亲朋好友团聚的日子，一起吃饭热闹一下是常事，但如何把这些人聚到自己的酒店就不是一件简单的事。亲友团购价，针对的就是相聚一起的人亲朋好友。

4、提前预购价。可以刺激消费者提前预定。

5、广告创意

(1)广告口号：

“品位出棕，众不同“

“选品牌，当然体面过人”

“华粽子第品”

(2)媒介标题：

“选品牌，当然体面过人”

“五芳斋您同品味国食文化清芬”

“品位生活好滋味”

“粽子王-五芳斋”

“自浙江嘉兴专业粽子生产企业-五芳斋”

(3)文案创作

酒店餐饮端午节促销方案参考一

稻香湖景酒店在端午节来临之际，特推出了以下优惠活动：

客房优惠活动：

五星区特惠客房：400元/间夜

四星区特惠客房：350元/间夜

餐饮优惠活动：

三餐赠送稻香湖小枣糯米棕

餐厅售卖稻香湖纯手工自制糯米棕(香甜蜜枣棕、广式枧水莲蓉棕、瑶柱蛋黄棕、咸香鲜肉粽)

店外优惠活动：

赠送凤凰岭自然风景区5折优惠券

赠送西山樱桃节采摘9.5折优惠券

地址：\_\_\_

**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**

9月15日―9月22日

不仅可以让消费者花少钱吃百样菜，还可以使消费者团圆享受不同的气氛。促进该餐厅的消费(增加人气)，获得更多的剩余价值(利润)。

1.推出各种中秋套餐，采取多种方式陈列，给人以丰富感。并展开不同程度的优惠、赠送小礼品等促销活动。可以按不同套餐划分陈列区域，如家庭套餐、情侣套餐，朋友聚会套餐等。

2.推出中秋礼品组合套餐:把菜品套餐类跟月饼组合包装在一起，分为几档，如88元、188元、288元?.

3.现场制作月饼:前年的月饼风波可能在许多人心目中还留有阴影,为了让顾客去除这种心理,现场制作月饼是一好方法，可以联合厂家现场制作。

**餐饮营销方案方案篇四**

国庆节历来是餐厅酒店做促销的.大好时节，也是刺激消费者，拉动消费的最好机会，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。

“国庆同欢喜，好礼送不停”

针对高中低不同的人群进行不同的国庆促销活动，有效的照应不同的人群。

9月28日——10月8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，均可以参加国庆灯迷有奖竞猜活动。同时可免费得到快照一张。

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五**

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、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。

餐饮品牌营销策划的两大软肋

1、缺乏恒久的.质量

一是血多餐饮企业在品牌的创建取得成功后，急于追求高产量、高效益、低成本，用减少工序或更换原料的做法，来降低成本和增加产量，造成了产品质量的下降;同时，随着规模的扩大，服务质量以及餐饮环境也远不如从前，慢慢的自己放弃了消费者。二是餐饮企业的管理“软件”跟不上，缺乏质量保证体系，导致质量不稳定，菜肴质量忽好忽坏，影响了销售量和市场占有率。有的餐饮企业因一次偶然的质量事故，就砸了招牌，被市场淘汰，类似事件在餐饮企业中屡见不鲜。

2、企业形象塑造贫乏。

品牌形象是顾客所产生的一种心理图式，它早已成为消费者消费时最重要的指标了，而品牌想想不鲜明，消费者又怎么能立即产生识别?我国企业品牌形象的塑造，在产品特色上没有跟消费者关注的特性一致，在造型美观、时髦、高雅、多样等方面还十分薄弱;其次品牌的命名设计、图案设计、广告传播力度等方面，均存在着致命的弱点。一旦塑造出品牌形象的冲击力和辐射力，品牌就会鲜活地呈现在人们的眼前，从各个方面增加产品的内涵，升华产品的形象，消费者才会在众多的信息之中，感觉到品牌的存在，这就是形象的使然。品牌如果没有鲜明的形象，肯定会在市场中淹没。

主题活动内容

消费者在20xx年10月1日--20xx年10月8日期间，只要购物满56元即可加1元换取我们精心为消费者准备的15种商品中的任意一件。

备注：

1、单张小票不累计。

2、前场联营、团购、烟草不参加此活动

赠品要求：挑选十五种(或十五种以上)商品作为活动商品。要求商品售价在3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8个商品以上。

气氛布置

广场气氛：包括竖幅、横幅、巨幅、门前广场刀旗、免费购物班车车身贴;

社区气氛：社区条幅、社区海报;

店内气氛布置：入口展板、活动现场的气氛营造、店内海报、广播稿。

活动执行与分工

企划部：负责活动宣传、策划、操作及跟进。

采购部：负责商品的组织、到位。

财务部：负责资金的到位。

门店店长：活动操作的总负责人、负责督促各部门的工作。

门店店办：负责活动方案的具体执行与工作协调，负责对整个活动进行统计、分析、总结。

门店客服部：负责活动商品发放和统计活动。活动广播、咨询、解释。

门店美工：负责店内广告及pop的宣传，活动气氛布置。

广告气球：门店前店内悬挂印有店标和广告语的小气球，并在店门口大量派

发。增加节日气氛，吸引孩子进入。

**餐饮营销方案方案篇六**

为抓住每年一度的.学生毕业时机，促进客户对企业的认知度，提高酒店营业收入。制定本方案。

xx四路店

20xx年7月1日——20xx年9月30日

1、总经理对本方案负直接领导责任；

2、各部门直接管理人员对本方案负执行领导责任；

3、营销部对本方案负企宣责任；

4、质检对本方案负检查、督导责任。

1、本酒店隆重推出谢师宴系列优惠套餐活动，套餐如下：

十年寒窗宴999元/8—10位赠：步步高升蔬果盘一份

锦绣前程宴1099元/8—10位赠：鲁燕白酒一瓶

平步青云宴1299元/8—10位赠：六冠王白酒一瓶

鹏程万里宴xx99元/8—10位赠：杯中情白酒一瓶

金榜题名宴1799元/8—10位赠：精美红酒一瓶

状元及第宴1999元/8—10位赠：御珍白酒一瓶

2、酒店配备学士（博士）服一套，供来就餐的学子及家人、老师合影留念。

1、活动宣传易拉宝两套；

6、学士（博士）服一套。

6、数码相机一部

1、活动过程中因个人原因影响活动进展的，责任人给予100元负奖励；

2、因对活动不了解，造成客人误解投诉者，责任人给予100元负奖励；

5、厨房部菜品得到客户认可并提出表扬者，菜品制作人给予奖励20元；

6、营销部主动行动介绍谢师宴单月超过5桌，责任人每桌奖励10元。

**餐饮营销方案方案篇七**

20xx年xx月xx日至20xx年xx月xx日

x元/席

1、餐饮：每席赠x瓶啤酒，豆浆免费；酒水按超市价提供。

2、茶楼大厅最低消费标准为x元/人，包间x元/x小时间；双机麻x元/x小时间；茶水免费。

3、客房：一次性消费x元以上的赠送标间一间/夜；消费在x元以上的\'赠送数码房一间/夜；活动期间凭学生证及教师证入住可享受普通标准间x元/间夜、普通单人间x元/间夜的优惠。

4、5席以上城区内免费往返接送，免费赠送背景板贴字、指示牌。

2.以上标准宴席仅供十人内享用；

4.餐厅对以上活动均保留最终解释权。

**餐饮营销方案方案篇八**

xx公馆是广西xxx品牌旗下的餐饮品牌，xx公馆有25个装修豪华的包厢和两个宴会厅，其中12个江景包厢，三个包厢可以容纳20人以上就餐；一号宴会厅可以容纳110桌的大型宴会，二号宴会厅可以容纳30桌的中型宴会，休闲茶吧是接待顾客的场所。还有没有利用的一间大会议厅和两间小会议厅。

1、产品描述

xxx位于美丽的柳江岸边，近观柳江一线江景，享如江水般秀勇流淌。xxx囊括了xx公馆(餐饮会所)、歌伦部、蓝调吧(酒吧)、龙水吟(茶吧)、天韵男士spa、水云间(xxxvip房)、水上高尔夫等顶级配套，创造高贵典雅生活模式，引领xx城市文化生活品味的风尚。xxx目前开放对外服务的场所有xx公馆(餐饮会所)和歌伦部(ktv)。

xx公馆有25个包厢，其中有12个江景包厢，包厢采用最前沿的主流设计风格，格局大气细节精致。菜系主要为新派粤菜、高档海鲜及地方特色美食，适合高端商务宴请。这里是“江湖豪杰”风云际会的场所，坐拥一堂，分享商道风云。

4.5米的副厅，可以容纳30桌300人用餐，副厅采用现代风格的经典设计，处处体现环境与艺术的巧妙结合，现代气息浓厚，奢华典雅。

1、产品的swot分析

2、产品定位：

我认为产品应该定位与xx市高端产品定位一致，销售价格和顺丰酒楼一致。

餐饮业是居民休闲消费、社交消费、喜庆消费、会展消费和旅游消费的重要组成部分，也是从事商务活动的重要组成部分。强劲的餐饮消费对化解收入存量、拉动经济发展效果显著。目前为止，xx的餐饮服务业处于全国中等水平，xx的中低挡餐饮比较多，相对xx经济来说，高端餐饮供应量不足。经过调查因生意应酬吃饭的客户约占饭店消费客户的80%。相比大众客户，我们更看重的是至少拥有一个公司的企业主，企业主的商务应酬比一般人要多，对品牌和私密性的要求比较高，我们的产品更符合他们的需求。

1、产品策略

第一、加强培训，改善服务：主要是针对服务员，在招收服务员

前，对其进行两周的岗前培训，让没有服务经验的服务员，有基本的服务知识和服务理

论知识。每天班前例会，主要是激励士气，鼓励服务员微笑认真服务。班后例会总结服务和配合不到位的地方，要求服务员改善服务质量。每周一次周会，中高层员工与基层员工沟通交流，为服务质量更上一个台阶努力。每月一次培训，内容有：服务技能、服务心理、礼仪礼貌、团队合作和管理技能等课程。

第二、引如特色菜肴：味道的好坏，直接关系到餐饮企业的生存，在xx公馆优势和劣势并存的情况下，特色菜肴可以成为主要的竞争力。首先可以考虑食材，并且又具有特色的，比如推出醉鸡，以这一个菜作为营销的重点，xx没有吃醉鸡的地方，那么人们就会纷纷慕名而来。再比如：推出全猪宴、全牛宴或者全白切宴等吸引人们的注意力。

第三、目前空置的三个会议室可以开放出来引入策划公司或者是培训公司的会议，给他们提供免费的场地换取他们的广告权益和让他们带来参观了解的人群。

2、定价策略

(1)总体定价策略：所有菜品价格与xx饭店的持平。

(2)促销价格：退出10元一只醉鸡的促销价格，吸引游离消费者来场地了解产品与服务。

(3)活动推广期间，退出针对特定人群的价格优惠，比如三八节针对妇女的宴请优惠等。情人节预定婚宴的返现总价2%等优惠。

餐饮营销方案2

餐饮微信营销：微信漂流瓶营销模式：娱乐餐饮是未来餐厅发展的一个趋势。利用“漂流瓶”本身可以发送不同的文字内容，甚至是语音、小游戏等，让顾客还没有进入餐厅就开始体验餐厅带来的快乐，并能通过网络或微信方式联系对接上目标客户，将关键字拼成宣传语，实现餐厅对消费者的消费引导。

餐饮微信营销：餐厅许可式的主动推送信息模式：餐厅在自己的公众账号上推送餐厅动态、美食、服务信息或打折优惠信息，就像餐厅的海报，通过微信与用户沟通交流最新讯息，方便快捷、成本低。因为餐厅是高接触度和体验度相当高的行业，如果能花时间跟粉丝聊聊天，拉近餐厅与用户的距离，当然更好。

微信公众第三方运营平台进入免费时代

自从腾讯风玲推出基础版免费后，就有一些第三公司推出了各种各种样的免费版本，但不管是腾讯风玲，还是第三方公司提供的免费版本，都是为收费服务，免费功能只开通很基础的功能，还做了很多的限制，使用起来很不方便，可以说是没法用。最近笔者在网上找到了一款第三方运营平台（好实用heleeasy），其提供的功能是全部免费（智能菜单、微信会员卡、微网站、微商城、微相册、微预订、互动营销、线下营销推广、lbs位置服务），没有任何功能限制（不限流量、不限回复类型等），注定微信公众运营平台进入免费时代。

**餐饮营销方案方案篇九**

通过美食节活动，提升联峰宾馆的餐饮的美食文化，扩大宾馆在地方餐饮届的.知名度，提高宾馆档次。

同时，通过美食节也可以让宾馆的厨师能够在众多消费者的要求之下不断提高菜的质量和厨艺水平，为宾客提供优质特色佳肴和优质服务，以便争取更多的消费群体，提高宾馆综合效益。

xx—xx

1、开幕庆典：在xx年5月日上午8：30准时在联峰广场举行美食节开幕庆典活动，由永钢集团龙狮队和锣鼓队进行开场龙狮表演，相关人员上台讲话。邀请xx电视台节目主持人进行主持，并邀请以下人员出席：

（1）邀请市、镇两级政府相关领导、相关部委办局以及饮食协会等相关单位人员出席。

（2）邀请江苏永钢集团总助以上领导出席活动。

（3）邀请市相关媒体单位进行现场新闻采集和报道。

2、菜肴品尝：开幕庆典结束后，邀请相关人员在联峰宾馆四楼宴会厅品尝龙虾大餐，并在用餐过程中进行相关活动，由电视台主持人进行主持。具体活动如下：

（1）龙虾知识问答。

（2）酒桌上各类龙虾菜式的讲解（请厨师进行讲解）。

（3）文艺表演。

3、展销活动：活动期间宾馆门口大屏幕进行龙虾菜式宣传，并在一楼宴会厅进行菜式展示和讲解。

4、酬宾活动：在龙虾美食节期间，举办一系列优惠活动，利用各宣传平台对酬宾活动进行宣传。具体活动如下：

（1）龙虾价格优惠：

（2）消费送啤酒活动：

（3）抽奖活动：烦消费满元可以进行抽奖，中奖率100%。一等奖拟定为45名，奖项为“帝乡之行——盱眙一日游”，二等奖拟定为50名，奖项为100元消费券及礼品一份，其余为三等奖，奖项为50元消费券一张。

（4）评分活动：邀请消费顾客对所点菜肴进行评分，可根据一定时间的评分结果制作一个排行榜，推荐给消费者。

开幕当天需在广场搭建小型表演舞台，背景墙为活动主题，并放置立式话筒、音响等设施。广场周围绿化带一圈都插上彩旗。活动期间广场悬挂两个氢气球，并挂上宣传标语。宾馆门口拉上活动主题横幅。大厅布置5米长台进行龙虾菜式的展示。

1、拟写标语：拟写大量美食节宣传标语和口号。

2、媒体宣传：xx电视台综合频道和消费频道进行宣传报道以及投放广告，并邀请司瑛进行美食节目的录制。xx日报相关版面进行为期一周的整版广告宣传，并可在xx主流网站投放广告。

3、内部宣传：江苏永钢集团内部刊物和网站进行宣传，同时群发内部短信告之广大干部职工。

4、宾馆外大屏幕进行宣传，并可制作有声讲解进行播放。

5、市区明显广告牌上进行短期广告投放。

1、联峰宾馆负责整个美食节活动总的操作过程。由永钢集团公司办公室和文化处进行协调。

2、永钢集团办公室负责开幕庆典出席人员的邀请，并做好接待和车辆安排等工作。

3、文化处报道组负责拟定宣传标语、口号和宣传方案的制作。群工科负责龙狮队和锣鼓队的排练和演出，并准备好相关文艺节目。

4、公司综治办负责庆典当天的现场安保工作。

1、媒体广告费用：

2、抽奖环节所有费用：

3、现场布置和海报制作等费用：

**餐饮营销方案方案篇十**

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。

待定

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。

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十一**

1、缺乏恒久的质量

一是血多餐饮企业在品牌的创建取得成功后，急于追求高产量、高效益、低成本，用减少工序或更换原料的做法，来降低成本和增加产量，造成了产品质量的下降;同时，随着规模的扩大，服务质量以及餐饮环境也远不如从前，慢慢的自己放弃了消费者。二是餐饮企业的管理“软件”跟不上，缺乏质量保证体系，导致质量不稳定，菜肴质量忽好忽坏，影响了销售量和市场占有率。有的餐饮企业因一次偶然的质量事故，就砸了招牌，被市场淘汰，类似事件在餐饮企业中屡见不鲜。

2、企业形象塑造贫乏。

品牌形象是顾客所产生的一种心理图式，它早已成为消费者消费时最重要的指标了，而品牌想想不鲜明，消费者又怎么能立即产生识别?我国企业品牌形象的塑造，在产品特色上没有跟消费者关注的特性一致，在造型美观、时髦、高雅、多样等方面还十分薄弱;其次品牌的命名设计、图案设计、广告传播力度等方面，均存在着致命的弱点。一旦塑造出品牌形象的冲击力和辐射力，品牌就会鲜活地呈现在人们的眼前，从各个方面增加产品的内涵，升华产品的形象，消费者才会在众多的信息之中，感觉到品牌的存在，这就是形象的使然。品牌如果没有鲜明的形象，肯定会在市场中淹没。

**餐饮营销方案方案篇十二**

为答谢新老客户一直以来对我酒店的大力支持，利用元旦新年的.有利商机来回馈我们的新老客户，以刺激其继续消费，以达到我餐厅营业额的稳定性增长，最终达到更好的赢利目的。

20xx年x月1日

中、西餐厅及客房

相约20xx，相聚丽晶

(一)西餐：

1、凡元旦当天在西餐消费的客户均可获赠奥运纪念卡一张(自行制作)。

2、元旦当日一次性消费满xx元的客户，均可获赠西餐单人早餐券一张。

3、元旦当日一次性消费满xx元的客户，可获赠优惠房券(凭此优惠券可获门市价6折优惠)一张。

(二)中餐：

1、凡元旦当天在中餐消费的客户均可获赠奥运纪念卡一张。

2、元旦当天在中餐大厅消费的客户，一次性消费满xx元可获赠西餐早餐券一张。

3、元旦当日一次性消费满xx元，即赠送贵宾卡一张。

4、元旦当日在中餐一次性消费满xx元，赠送标准客房一间一晚。

1、餐厅外围：

(1)酒店大门及西餐侧门吊大红灯笼，以衬托节日气氛。

(2)酒店大门正对面，制作“元旦快乐”装饰。

2、大堂：

(1)餐厅大堂摆放三个“x”展架

(2)在原圣诞屋的基础上，饰“海宝”及有关饰品。

1、总指挥：x总

2、总执行及总协调：x副总

3、布场(20xx年12月28日完成)：市场营销部，各部门配合。

4、策划宣传(20xx年11月30日前完成)：市场营销部负责各类广告宣传、票券的设计及制作。

6、采购(20xx年12月1日前完成)：财务部负责关于本次活动的物品采购，美工跟进。

注：世博会门票需财务部跟进落实，确保当日能顺利把门票送到客人手中。

1、海宝若干；

2、世博会纪念品若干；

3、世博会门票若干(须提前预订)；

4、“x”展架三个；

5、布标一条；

6、彩色宣传单

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