# 最新餐饮策划方案做 餐饮策划方案(通用12篇)

来源：网络 作者：翠竹清韵 更新时间：2024-11-28

*为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。餐饮策划方案做篇一\_...*

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？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。

**餐饮策划方案做篇一**

\_\_西餐厅的经营宗旨为：“著意求新，以客为尊”，经营理念为“极意营造幽雅、舒适、休闲之气氛，融汇西方餐馆美食”。

二、市场定位

1.选址方面：\_\_西餐厅位于学院的美食街内，与连串的快餐店连在一起，但都作为美食街唯一的西餐厅.与其它快餐店所不同的是有更好的就餐环境和更优质的服务。

2.格调方面：\_\_西餐厅为温馨浪漫的风格，为顾客提供优质的服务，给顾客贵族式的享受，力求营造一种幽雅、舒适、休闲的消费环境，引导消费者转变消费观念，向崇尚自然、追求健康方面转变。

潜在客户

现实客户

满意客户

美誉度

所运用的营销方法也是多种多样的。

分析

学院现有一万三千几个师生，调查资料表明他们多消费用于饮食方面占了54.7%，正因如此，饮食也是在学校创业首选之路。消费对象比例图如下：

同时在校院里经营西餐厅的swto分析图如下：

s：美食街附近是男生宿舍最聚中的地方，偶尔去美食街的人占了全师生

o：现时有40.2%师生觉得现在学校最缺的服务是就餐环境，而适合\_\_西餐厅设计是幽雅、舒适、休闲的消费环境，这可表明了，\_\_西餐厅开业后会有更受欢迎的可能性。

t：美食街有众多快餐店和学校内有五间饭堂

三、管理理念

1.尊重餐饮业人员的独立人格

2互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解

4.公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干

四、产品介绍

以西式扒类为主，结合快餐、中西炖汤、中西式局饭、皇牌主食套餐，小食天地、美颜甜品、水吧饮料等来满足消费者的需求：

1.推出皇牌主食套餐，经济实惠，例如：泰汁鸡扒印尼炒饭套餐、青咖喱猪颈肉扒伴意粉套餐、鳗鱼泰汁鸡扒局饭套餐等，各套餐还配有(粟米忌廉汤、油菜、热奶茶或冻柠乐)，最适合校园情侣品味。

2.西餐结合快餐

例如：扒类(牛扒、猪扒、鸡扒)、各式快餐、各式小食、各种中西炖汤、中西式局饭、粉面类(意粉、米粉等)。

3.美颜甜品

例如：姜汁鲜奶雪蛤膏炖蛋、金粟南瓜西米露、粟子蓉鲜奶露、椰汁香芋西米露等等，最适合爱美的女大学生品尝。

4.根据不同的季节制定一些冷饮，热饮，点心、沙拉等

例如：现磨咖啡、花式精致冰啡、香滑奶茶、特式风味茶、天然花茶、精美饮品、鲜榨果汁、雪糕新地、滋润甜品等等。

五、市场营销策略

1.品牌策略：

“\_\_西餐厅”这个店名易记，易读，好听。“\_\_”一词可以

营造典雅的个性氛围传播快捷，符合目标市场消费者的消费需求。

而且招牌的字体设计要美观大方，要具有独特性;易吸引人的注意。

2.价格策略：

(1)主要走中低档价格策略，在食品“色”，“香”，“美味”，服务等方面力求尽善尽美，努力给客户最大限度的享受和心理满足。

(2)针对消费者比较价格的心理，将同类食品有意识地分档，形成价格系列，使消费者在比较价格中能迅速找到自己习惯的档次，得到选购“满足”。

3.促销策略

(1)西餐厅的促销战略应以竞争为导向。餐厅必须了解竞争对手的情况，比较自己与竞争对手产品和服务的区别，在此基础制定出具体的促销计划和方案，在实施计划的过程中，通过宣扬本餐厅的独特产品或经营风格，树立起鲜明的企业形象。

(2)为迎合本餐厅的经营宗旨为：“著意求新”，促销战略中应包含以下4方面：

a.求新：我国的西餐厅不但历史久远，而且品种丰富，已初步形成了高、中、低档的格局，冲、泡、蒸、煮、烤、炸、炒，可谓五花八门，一应俱全，但都是多年一层不变的老面孔，消费者对此缺少新鲜感，尤其是文化品味太低，跟不上发展的潮流，因此，要在传统基础上做足做够“新”字文章，增强其吸引力。

b.求变：过去20年，人们以能解决温饱为主，而今天人们则以营养和享受为主，所以，西餐厅也要以变应变，在工艺、烹调、配料上求变来满足人们的口味，一变天地宽，这样才能牢牢抓住消费者，以拓展西餐厅业市场空间。

c.求奇：要在求新和求变的基础上求奇，同样一个商品，变换一个新名词就能赢得消费者的青睐，我们应该从国外饼干、水果等进入中国市场时的新名词而受到启发，同时，求奇，还表现在西餐厅结合上取长补短，用洋西餐厅的技术改造中式西餐厅，也可以用传统的中国工艺嫁接洋西餐厅，做到出奇制胜。

d.求特：这个特，就是中国特色的特色西餐厅。回望中国西餐厅绝大多数是“一人一把号，各吹各的调”，固守一块阵地，老死不相往来，结果是谁也做不大快上“蛋糕”，有的甚至失传或萎缩了，因此，要尽快选择几个特色西餐厅，上规模，拓市场，强强联合，打造特色品牌，抢占名牌制高点。

六、实施方案

1.按照直营店的实施情况来执行：

我们初期的实施方案主要也是按照直营店的实施情况来执行。单店的选址将会通过严格的市场调研和细密的市场分析及谨慎的作业态度来操作，开业前规划，经营地考察从潜在消费分析，门店规划，营业点圈边消费水平，市场竞争状况做科学评估，预测开业后的经营状况。初期的创业重要人员均以到位，其他岗位人员装修开始着手招聘培训。层次定位在\_\_元的人均消费，创业初期计划所需资金为\_\_万人民币。

2.西餐厅服务业的模型。

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过使顾客满意，最终达到本店经营理念的推广。

3.人员与制度

1)店长

2)行政人事

主要职责：人员到职与离职的相关办理，各类人事资料的汇总，建档及管理，员工档案资料管理，员工请假，调休假作业，出勤状况，稽查，统计作业。

**餐饮策划方案做篇二**

根据威海餐饮业目前状况，张家老院子在消费者心目中一家经营川菜为主的特色性餐厅，不管从装修风格和菜品口味来讲在同行业中都属于独树一帜的。川菜的博大精深和张家老院子餐厅名字的亲和力更为彰显出本次促销活动的主题性---强烈的饮食文化氛围带动浓厚的餐饮促销氛围。以系列性主题活动贯穿整个促销活动当中去，最大限度的和目标消费者互动起来，达到理想的促销效果。

以张家老院子开业一周年以来，整个餐厅的经营宗旨为宣传主线，贯穿餐厅对客人的服务承诺，员工服务素质的培养、菜品质量的要求以及客户对餐厅的意见反馈等为辅助宣传，在媒体上出现。并为宣告本次促销活动拉开序幕。

策略重点：

1、尽量以非广告的形式出现在媒体上，以本报讯或者通讯稿的形式为佳。

2、尽量用第三者口气叙述本次宣传内容，做到让读者有可信度，对于消费者反馈的宣传内容最好能以真实顾客的经历为佳。不妨列出顾客的姓名，工作单位等。

1、活动方案：评选威海人最喜欢的餐厅

活动目地：暗喻张家老院子的特色性，并提升餐厅的知名度

互动形式：和威海餐饮协会合作，列出威海比较出名的10家有特色的饭店餐厅，让消费者通过手机短信、网站的参入方式进行投票，并从中抽取幸运者赠送奖品。

2、活动方案：征集张家老院子特色菜肴的名称

活动目的：创造新闻效应，突出餐厅菜肴的特色性。

互动形式：在媒体上列出张家老院子主要特色菜的主要配料，主料及做法。根据色香口味让消费者给出菜肴的适合名字。并且餐厅一旦采用以后这个菜肴就一直沿用被采用的菜肴名字。并设立奖项奖励参加者或者以后针对本次中奖的消费者对来张家老院子消费本菜肴一律实现免费。

3、活动方案：征集威海食客最喜欢的菜肴

活动目的：创造新闻效应，突出张家老院子对消费者的重视

互动方式：通过各种媒体对外公开征集威海食客自己的特色菜肴或者是最喜欢的菜肴，要求有原创性，讲究一定的营养平衡因素和烹饪制作的可行性。入围者可获取奖品并由张家老院子作成实际菜肴推出。而且入围者对本菜肴有冠名权或者免费权。

尽管本次促销活动要避免传统的促销手段，但一些切实可行的促销手段不妨一用。

1、赠品方面：餐厅应有特色的纪念周年庆典的小工艺赠品，让顾客觉得到张家老院子吃饭，除了能享受高层次的气氛，还能得到令人心奇的小玩意儿。它不仅能起到宣传作用，还能提高我们的档次。在发放上可以根据消费的高低，赠品与之相配，但需要专人负责。

2、建立和收集《客源人事档案》，如市委xxx领导x年x月x日生日，x公司x年x月x日年庆，xxx领导结婚纪念日，到时提前发放贺信以此用来加强与食客的联系，使我们有一批稳定的客源。可以这样计算，若建立有5000客源档案，一年有一次就餐机会，每天就有5000÷360=13.8次，上座概率就五分之一，那么每天也有2-3桌客源。

3、餐后服务：就餐后，客人除得赠品、优惠券外，安排一两个人为客人免费洗车(凭餐券或其它手续)事虽小，却能给客人减少许多麻烦，以此来增加客人对的印象，从而更好的为酒店创造效益。

任何一项活动策划的成功，广告投放策略重要，按照威海广告投放有效到达率来看，排序是：报纸、户外、广播、电视。因此本次活动广告投放密度比例为：报纸50%户外20%广播20%电视10%。

**餐饮策划方案做篇三**

一、目标市场地理环境

1、市场地理特点：区域的地貌、政治区域、城市的中心地带。

2、市场气候风土特点：气候条件与消费者的饮食习惯有着极大潜在的关系。

二、行业环境分析

一)目标市场主要经济指标

1、企业所在市场当年的国内生产总值，以及历年的数据。

2、该市场的投资状况。

3、对餐饮市场影响较大的旅游方面的数据，特别是一年来接待的游客数量，以及是呈发展趋势还是衰退趋势。

4、把当地城镇居民人均可支配收入，全市职工平均工资，提供餐饮消费的收入比重，作为餐厅定价的参考依据。

5、全市人口统计数量，包括非农业人口及农业人口数量，用来预测餐厅的客流量的大小及该地居民的消费水平和消费能力。

6、消费者受教育程度。

7、消费者生活方式、饮食偏好习惯。

8、消费者人均收入。

二)产业环境

1、商业繁盛情况。

2、商业化的趋势与潜力。

3、地方政府优惠、扶持政策，包括消防、治安、文化、工商、防疫等政策情况。

三)社会环境

1、当地风俗习惯。

2、历史文化。

3、民族结构。

4、国际交往，主要食品原料生产流通。

三、市场分析

1、经济指标：当地餐饮企业经营状况、实力排列;所有制形式及所占的比重;营业网点数量;从业人员数量。

2、分店所选市场的餐饮业经营现状：企业数量与竞争能力(是否已形成规模竞争?);经营管理水平高低;经营档次高低;菜系地位。

3、竞争对手分析：

b、传统型竞争者优势：传统优势;经营规模优势;位置优势;主打菜品优势。

c、新兴高档餐饮经营者：经营何种菜系?菜系取向?是否平民化、贵族化等。经营地段：哪一区，段，装修的风格特点及选用装饰物件。经营状况：营业额、营业利润、就餐人数、订餐数等。经营规模：店的面积、可容纳客人数量。厅内面积分布等。关注微信“大海、旅游、人”

4、消费者分析：

a、该市场消费者饮食习惯、口味喜好、选择饮食偏好等。

b、该市场消费者的消费特点，包括消费者的消费意识，是否喜欢到餐厅就餐，个人或家庭的消费比例较之成都如何，消费水平的高低。

c、目标市场消费者分类：政府、军队、企业、家庭消费(含婚宴)、游客。

5、在该地开店的优势策略：竞争策略：市场最佳切入点;营销策略：宣传与客户认同;培育顾客偏爱;建立常客网络关系。

第二、选址优化方案说明

一、政府拆迁风险防范

1、注意建筑物、街道拆迁与重建，避免盲目上马建店。

2、确定酒楼位置务必向当地政府部门咨询并获得政府书面承诺。

3、避免在有产权争议地段建店。

4、所有证照必须齐备并符合法律、政策手续。

二、本地商业状况

注意收集和评估酒楼周围商业快速增长的相关数据，并做出客观准确评估。

三、竞争性质评估

1、提供同类食品菜品服务的餐厅可能会导致直接的恶性竞争。

2、建店营业初期避免直接的竞争。

四、规模与外观

1、停车场与其他设施应给予足够规模容量。

2、餐厅以正方形或长方形最好，其它除非空间大，与否不可取。

3、要考虑未来消费者的可接受能力。

五、地价

1、注意考虑潜在价值与现实价值之综合评估。

2、不论市中心或城郊，关键看消费住户、流动人数规模大小。

3、考虑地价上涨是否对营业投入、产出产生较大影响。

六、能源供应

1、所有选址必须具备“三通一平”标准，即水、电、气三通。

2、水的质量。

3、注意作经济核算。

七、街道与交通

1、是否是居民社区街道?

2、是否是商业街通道?

3、街道是否便利车辆来回通过和泊车?

4、是否吸引和便利旅游者来就餐?

八、旅游资源

根据旅游区域过往人多少，类型选择适当的酒楼位置。

九、商业与娱乐区关联

1、要考虑到购物中心、商业区、娱乐区的距离和方向。

2、距餐厅几千米地方，能对餐厅推销产生影响。

十、交通状况

1、统计数据来源，从公路管理系统或政府机关。

2、自己统计方式：以中午(周末)、晚上和周日为最佳时间做现场统计。

3、注意考虑坐公共汽车的人进餐的因素。

4、注意行人与车辆流动数据比较分析。

十一、餐厅可见度

1、餐厅酒楼位置可明显看见程度，直接影响酒楼吸引力。

2、从每个角度都能通过眼睛获得酒楼感性认识，视为最佳地址。

3、从驾车或徒步的方式来作客观评估。

十二、公共服务

1、评估保安、防火、垃圾废物处理和其他所需的服务。

2、同样要评估服务设施、费用及质量。

3、公共服务信息情况可从政府取得。

十三、营业面积

1、面积标准300——1000平方米。

2、能充分满足就餐服务需要，具备充分容纳客人的吞吐能力。

3、既不能拥挤，又不能空位太大，避免资源浪费。

第三 新开店区域面积规划参考

一、顾客使用区域

1、每餐位约1.5----2.5平方米。

2、空间包括：通道、停车处、侯餐区、大厅、雅间。

二、办公前厅区域

前厅1/2 厨房1/3 或0.6----0.8平方米/每餐位 办公室1/50 库房2/25 员工更衣1/25等。

第四 员工定额参考

1、餐饮前厅行政人员与服务人员比例为：1：10

服务人员大厅1人看2—4张台

包间1桌配1—3名服务员

传菜生1人传10桌，根据距离厨房远近而定

2、厨房管理跨度为3—10人，一般13---15个餐位配1名烹饪生产人员，高档的7—8个餐位配1名生产人员。冷菜厨师与白案厨师为1：1等。

**餐饮策划方案做篇四**

1.xx酒家从五月十八日起推出三款新颖的健康特色粽子(价格待定)：(由符总负责)

(1)绿茶咸肉粽：清咽利喉，益气养颜;

(2)豆沙碱水粽：清凉解暑，消食健胃;

(3)薏米灵菇粽：清热解毒，散风通窍。

1.xx酒家在门口设一展示台，将制作精美的粽子和艾草饼进行促销、售卖;

2.用香包、艾草对酒家门面进行适当的\'装饰，楼面再用各色汽球进行装点;

3.制作精美的宣传单张和海报进行派发和张贴，以扩大影响力，引导宾客消费。

1.宣传单张(由美工负责制作，16日前完成)

2.报纸广告(由营销部负责，五月底和六月初在南山报和晚报上各做一次广告)

3.海报制作(由美工负责设计，并制作彩色喷绘图加kt板张贴于大堂立柱正面，16日前完成)。

1.宣传单张派发由中餐营销主要负责，其它部门配合;

2.散客预订工作由中餐营业台负责;

3.常客、协议客预订工作由酒店营销部负责;

4.促销及预订工作由郑云芳经理全面负责。

**餐饮策划方案做篇五**

\_年\_\_月\_\_日

二、活动节日分析

1、元宵节是中国传统节日，传统的活动项目有吃汤圆、赏花灯、猜字谜等，蕴涵着团圆甜蜜吉祥幸福的内涵，因此我们的促销活动重点围绕跟元宵有关的商品展开促销。同时借助烟花爆竹、大红灯笼高高挂、猜字谜等传统活动来助兴，营造出元宵节热闹的气氛，回升消费热情。

三、活动目的

春节过后，顾客消费热情下调。元宵节是春节过后的第一个节日，因此，充分利用节日的热闹、喜庆和团圆气氛来刺激和诱导顾客消费，回升消费热情，提高总体的销售额。另外，通过各种新颖、有效的促销活动来巩固原有顾客、挖掘和培养新消费群体，提升公司知名度和美誉度。

四、活动内容

(一).购物赠汤圆

凡于活动期间一次性消费满99元的顾客，凭电脑小票可到收银台领取大年汤圆1袋(价值3.9元);同理，购物满188元，凭电脑小票可到收银台领取汤圆2袋(价值7.8元)。每天限送500份。

注：凭当日单张小票领取，消费金额不可累加

(二)、猜谜语欢乐中奖

把大厅布置成元宵游乐区，悬挂灯笼，在每个角落都张贴谜语条，均可参与猜谜，凡猜中即有奖品，奖品为精美礼物。

表演：表演者有店面有才艺的员工来共同表演，目的是增加元宵节热闹气氛。

【备注】

受众广一点的可以找情侣参加用嘴互相喂汤圆，秀恩爱的比赛，可以找孕妇或者准妈妈们和准爸爸包汤圆比赛。

**餐饮策划方案做篇六**

活动在酒店美食坊采取分餐制的形式进行，突出浪漫、温馨的`氛围。

1、场地布置：x月x日以前将酒店美食坊布置好(在各餐桌之间及走道搭配摆好绿色植物、并张贴酒店pop旗、搞好灯光配置)。

2、广告宣传：由公关营销部在x月x日在x月x日前制作xx块宣传海报分别在xx等张贴。

3、动其它事项：

a、就餐从x点开始。

b、由公关营销部于x月xx日下午前定购xx朵玫瑰。

4、营销方式：

采取现场营销的方式，来客可直接到吧台购票就餐，每对情侣送玫瑰花一束。

(xx元/每七人)

罗宋汤或玉米奶油汤七份。

黄油餐包七份。

鸳鸯扒(黑椒汁/番茄汁牛扒)七份。

水果拼盘一份。

蔬菜沙律一份。

红酒/咖啡/红茶各一份。

注：客人也可以点其他菜(包括中餐)，自己选择。

**餐饮策划方案做篇七**

其次是促销活动热闹就行、人多就可以，这种观念要不得。餐饮促销是为了“巩固老客户，发展新客户”，餐饮行业有句话俗话，是这样说的“宁要一个客户吃一千次，不要一个客户吃一次。”特别是在促销时，更要强调菜品质量、餐饮文化、健康饮食、餐厅服务等等 餐饮促销策划要抓住时机，选好主题、做实内容、及时充分的培训，这些是餐饮促销策划必须考虑好的。促销活动举办不要太频繁，但是要有意义，要能抓住消费者的心。

国庆节餐厅促销活动方案 1

每一个节日的到来，餐饮和酒店都有自己的规划，这里我就把2024国庆节期间酒店餐厅促销活动方案策划拿出来给大家分享咯！以便各餐厅更好地开展自己的促销活动！ 一活动主题：“庆七天乐，优惠、美味等你来”

二活动时间：10月01日~10月07日

三，活动目的（提升客单价，促进销售目标达成）

五， 介绍活动，活动日期及商品活动。

六，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。 七，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。

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。

餐饮淡季促销方法

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。

服务技巧促销

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。

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。

国庆节餐厅促销活动方案2

一、活动目的

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。

二、活动主题：“国庆同欢喜，好礼送不停”

三、活动对象：针对高中低不同的人群进行不同的促销活动，有效的照应不同的人群。

四、活动时间：9月25日——10月8日

五、活动形式：打折；赠送；抽奖

六、活动具体内容

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，均可以参加灯迷有奖竞猜活动。同时可以免费得到快照一张。

七、活动广告宣传

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。

八、其它相关策略

促销活动方案二——周年庆典——美食节

活动时间：2024年9月25日——2024年10月8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。

一、活动背景

二、活动主题

庆圣诞，金陵饭店真情回馈

三、活动目标

提高知晓度，刺激消费，提高营业额。

四、活动时间

宣传时间：2024.12.15——2024.12.23

活动时间：2024.12.24——2024.12.29

五、活动安排

第一阶段 准备阶段

时间安排表

第二阶段 活动宣传推广阶段

第三阶段 促销方案实施阶段

六、促销活动方案设计

活动方案一

（1）活动主题：幸运抽奖活动

（2）活动时间：12月15日---12月29日 正常营业时间

（4）奖项设置：

一等奖 1名 价值3000元旅游代金券一张

二等奖 1名 价值2024元旅游代金券一张

三等奖 1名 价值900元旅游代金券一张

阳光普照奖 其余未中奖客户均赠送价值100元代金券一张，可与下次来本店消费时使。

元，按照1000倍数领取相应数目奖券，不足1000元部分不计入。

届时请广大客户见证。

（7）兑奖说明：中奖者凭抽奖券正券及身份证至服务台领取相应奖品

奖后三个月内无法联系到获奖者，将以获奖者名义将奖金捐献慈善机构；活动中所有奖券不兑现、不找零，若涉及个税，中奖者自理；本公司所有员工及有关人员一律不参加本活动。

活动方案二

2024年12月15日至12月29日，金陵饭店梅苑、嘉宾厅、璇宫、金海湾、太平洋继续推出餐饮系列缤纷优惠，感恩金陵贵宾会员及住店宾客。

连续入住两晚或提前三天预订可享受100元优惠，金陵贵宾会员入住享受100元会员优惠。 此包价包含：

＊免费享用一份价值147元丰盛的中西式自助早餐；

＊免费欢迎水果；

＊免费房内有线/无线宽带上网；

＊延迟离店至下午二时（视房间状况而定）。

金陵贵宾会员通过金陵连锁酒店官网、天猫金陵连锁酒店旗舰店及金陵预订中心以促销价预订客房，还可获赠2024金陵新年台历一本。

备注：

以上所有价格为净价，已包含政府税和服务费；

本包价自2024年12月15日起；

敬请提前预订。

餐厅店庆是提高餐厅品牌知名度、改善餐厅服务形象、增加餐厅企业竞争力、提升餐厅经营销售利润的绝好时机，也是餐厅回馈消费者信任和支持、增强餐厅员工凝聚力和向心力、宣传餐厅企业文化的绝好时机，因此，值此餐厅经营x周年之际，餐厅特推出如下餐厅店庆活动策划方案。

一、餐厅店庆活动目的

增加餐厅品牌影响力，提升餐厅知名度和美誉度；提升餐厅形象，增加餐厅竞争力；加强餐厅员工的企业忠诚度和向心力；提高全员服务意识、工作积极性；展现餐厅文化底蕴，进一步提升餐厅的企业文化；提升餐厅销售额，增加利润；为2024年更好的发展打下良好的基础。

二、餐厅店庆活动时间

2024年xx月xx日至2024年xx月xx日，共计10天。

三、餐厅店庆活动地点

xxxx餐厅

四、餐厅店庆活动参与人员

餐厅全体员工、餐厅新老顾客

五、餐厅店庆活动主题

提升顾客满意度、增强员工凝聚力、扩大品牌影响力

六、店庆活动内容

一)外部顾客活动

1、打折促销

1)每日推出一款特价菜，每日不重样。

3)打折，这是一个迅速提高销售额的法宝，建议适当打折刺激消费。

2、赠送礼品

有计划发放餐厅店庆纪念品、小礼物，增强与客人亲近感，扩大宣传面。餐厅统一印制部分店庆纪念品要求小而实用、漂亮大方，如带有店庆标志的签字笔、气球、打火机、帽子等，按桌发放。

3、抽奖活动--\"品美食、中大奖、游广州\"

凡是于12日至21日店庆期间，当日当次消费满150元以上的顾客均可以参加。每店设立一等奖2名，奖励\"广州一日游\"，餐厅统一组织，中奖顾客食宿住行完全免费；二等奖11名，奖店庆-红包1个，现金100元；三等奖100名，奖店庆-红包1个，现金5元。

二)内部员工活动

1、服务大比武

2、内部征文--\"我的选择--xxx餐厅\"

要求：1)题材围绕微山湖餐厅所发生的事情，可以是工作经历、感想、看法、寄语等。2)体裁不限。散文、杂文、记叙文、议论文、诗歌皆可。3)截止时间为9月18日。希望全体员工积极投稿。本次征文活动将评出一等奖1名，奖金200元；二等奖2名，奖金100元；三等奖5名，奖金50元。并进行集中展出。

七、店庆活动推广

在信息发达的现代社会，媒体无疑是吸引大众眼球的媒介。餐厅根据不同媒体有不同媒体受众的特点，合理进行自己的市场定位和目标客户的定位，合理的选择媒体投放广告，不可片面追求覆盖率，造成广告的浪费。

一)餐厅外部广告推广

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《南方都市报》、广州本地电视台也要进行宣传。

3、并进行传单发放。

4、在线网络宣传(电子优惠卷等)。

二)餐厅内部产品宣传

1、在推行传统餐饮的同时，推进情侣套餐、商务套餐、家庭套餐、孝心套餐等。如：情侣套餐可推出18元、28元、38元、48元套餐等。

2、绿色家宴。随着生活水平的提高，人们饮食已经不仅仅是为了解决温饱，而是吃\"绿色\"，吃\"健康\"。绿色家宴的推出，无疑会受到消费者的青睐。在原材料使用上，力推生鲜类绿色食品；烹饪方式上结合现代人的消费时尚，使菜肴风味化、营养化；在家宴的菜谱上，注重菜肴的营养搭配，平衡膳食，满足人们的健康要求。强烈建议厨房部推出。

3、中秋季节是滋补的好时候，建议引进高档营养滋补菜品。

三)餐厅企业文化宣传

1、借餐厅店庆之机，向消费者宣传餐厅的企业文化，增强餐厅在目标消费者中的影响力。12日至21日店庆期间，设立大型宣传板，上面张贴餐厅的精神口号，广州风景图片，火锅的制作流程，餐厅图片资料，餐厅员工寄语等，让顾客把\"吃\"当作一种享受，使顾客乐而忘返。

2、餐厅前厅现场气氛，包括灯光、音响、海报、pop等。

八、餐厅店庆现场布置

一)现场布置条件准备

氢气球、条幅、餐厅吉祥物、大型宣传海报、宣传单、展板、pop(各种张贴画)、礼仪小姐、纪念品等。

二)餐厅店外现场效果

氢气球带着条幅在空中飘飘欲飞；吉祥物热情向你招手；楼体外打出\"11周年店庆\"醒目标和优惠项目的大条幅，以及供应商的祝贺单位的条幅；进门处设置一个高精度喷绘的店庆告示牌；礼仪小姐发放餐厅店庆纪念品；整体呈现出一种喜气洋洋的气氛。营造出简洁又有品位的节日氛围，消费者从门前一过，就会被这种气氛所吸引。

三)餐厅店内现场效果

服务员穿戴整齐，面带微笑，热情洋溢；总台服务细致耐心；地面光可鉴人；桌椅一尘不染；餐厅各种宣传资料随手览阅；灯光明亮柔和；音乐如高山流水；绿色盆景赏心悦目；顾客从进店时刻起，即能享受到一流的服务和视、听、触、嗅觉的全方位感官享受。进餐完毕，还可以参与抽奖，并赠送纪念品。

九、费用预算

1、氢气球1500元

2、纪念品1000元

3、条幅200元

4、宣传资料海报500元

5、广州一日游2200元

6、内部竞赛1650元

7、广告费用10000元

8、合计17050元

十、效果分析

1、宣传造势，五店联合店庆，气势宏大，让消费者产生强烈的记忆感，引起良好的口碑宣传，提高餐厅的知名度和美誉度。

2、店内外造型富有人情味，服务周到，能提升目标消费者的本企业忠诚度。

3、通过服务比赛、征文比赛、成本节约比赛，能极大的增强本餐厅员工的企业归属感和向心力，提高工作积极性。

4、通过促销，提升餐厅营业额。

5、本次活动规模大、而费用相对低廉，能取得事半功倍的效果，形成大的轰动效应。

**餐饮策划方案做篇八**

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。

　xxxx年xx月xx日到xx月xx日。

1、开幕庆典:在xxxx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xxxx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:xxxx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。xxxx日报相关版面进行为期一周的整版广告宣传，并可在xxxx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:

**餐饮策划方案做篇九**

12月24日晚

二、目标人群

100人左右、各关系单位、协议单位高管及相关人员、常住客等。

三、节日布置

1、对南楼中华厅、走廊悬挂有节日气氛的圣诞装饰品，中华厅门口用圣诞草装饰，各宴会厅进行圣诞装点。

2、豪苑大堂放4米圣诞树及圣诞饰礼品、彩灯。

3、24日晚中华厅布置圣诞冷餐酒会、装点大型雕刻及实物雕刻，并由一名员工穿圣诞衣服发放圣诞礼品。

4、建议在酒会过程中举行抽奖活动和文艺演出，也可举办品酒比赛，增加酒会的趣味性。(奖品由宾馆确定)

5、豪苑大堂24日晚圣诞树上悬挂部分谜语，当晚在豪苑就餐的客人参加猜谜语活动，猜中者有奖品。

6、建议宾馆联系社会福利院或盲人学校在24日晚和12月31日晚以宾馆名义举办小型慈善酒会，并在本地报纸进行报导。

7、制定“圣诞套餐”进行宣传。增加散客上座率，并也参加圣诞抽奖活动，两个餐厅制定出多份“圣诞套餐”菜单。消费菜金满1000元每桌增送葡萄酒1瓶，并有礼仪人员呈上。

8、建议开展一项社会公益活动，如将24日晚顾客消费金额%作为爱心公益捐献给福利院，并征集10名公益热心者到福利院看望孩子，送去礼物、学习用品、日用品。

9、邀请相关媒体对活动进行报道，此公益活动有助于我馆的知名度的提高，引导市民来关心和爱护社会弱势群体，提倡公益爱心，有助于提高我们的美名度。

四、活动时间安排

1、12月1日—5日制订具体的布置方案。

2、12月1日—8日联系媒体制订宣传计划。

3、12月5日—15日大厅及各景点装饰、布置。

4、12月5日—15日核定文艺节目。

5、12月15日--20日确定活动用酒水,菜单。

6、12月23日做好活动的各项工作，确定各环节的负责人。

7、以上活动餐饮部将按照宾馆的整体计划，具体组织落实。

1.春节趣味活动方案

2.2024感恩节创意活动策划方案

4.2024中秋节活动策划方案

5.2024中秋节创意活动策划方案

**餐饮策划方案做篇十**

随着我市餐饮行业的竞争日益加剧，如今我市餐饮个性化发展的时代已经来临，靠一、二类餐饮品种就能在市场赚取高额利润的时代已经一去不复返了，只有把自己的餐厅定位成个性餐饮才能在众多同行中立于不败之地。

何谓餐饮的“个性”?它应该像一个内外兼具的美女，不但有天使的面孔，魔鬼的身材，还要有心灵美。一家餐馆，如果只有形式上的个性，但煮得一锅烂菜，个性也是苍白的;如果菜品一流，但店堂的装修就像随便到路边捡了几张桌子椅子凑起来的，也是一种遗憾。

古人云：“弱水三千,只取一瓢饮”，有着如此优雅情调的中西复合餐厅无疑是我市白领、青年才俊们谈情说爱，畅享人生的最佳场所。因此如果把中西复合餐厅包装成充满个性的“爱情餐厅”，既可最大限度的利用现有的资源，节约不必要的浪费，又能在充满各种资讯的信息时代让人一目了然，一见倾心，过目不忘，从而用最小的宣传成本获得最大的宣传效果。

由此我们专为中西复合餐厅量身定做了——“最浪漫的爱情餐厅”的宣传主题。建议商家在今后的宣传活动中，围绕该主题展开各种丰富多彩的策划活动。而眼下距下月的情人节仅一个月时间，此时推出宣传活动正是良机。

1、活动主题：相约.. 情深意长

2、活动参与者：本市实力婚介及电视广告征集的情侣或者临时情侣，

3、活动流程：

第一波：一见钟情

主要针对在我市各大婚介报名的单身男女，单身男女们将事先准备好的卡片(里面写有接收人的名字，匿名)交到主持人手中，再由主持人一张一张宣读，并递交给接收人。最后汇总收到卡片最多的前三名为大家表演节目。通过此活动，收到卡片的人可以要求知道是谁送出的卡片，并在双方都愿意的前提下，一起临时报名参加配对节目。

第二波：默契大考验

主要针对已婚嘉宾，由主持人问数十个问题，比如“你平时最喜欢什么颜色”，你心情不好的时候会做什么”，然后由情侣嘉宾们在各自的题板上写下答案。最后答案一致多者为最默契情侣，可获得提供的小礼品一份。

第三波：心花为谁怒放

面对所有嘉宾现场拍卖提供的蓝色妖姬玫瑰一束和珍藏版葡萄酒一瓶，成功竞标者将获得特别礼物一份(待定)，寓意是一心一意，天长地久，见证真爱，最接近成功竞标的前5位参与者，将免费获得提供的鲜花一束。

第四波：真情告白

以上一系列互动活动之后的一个抒情环节，鼓励参加婚介约会的嘉宾勇敢的说，提高现场速派的成功率，并强调最感人的真情告白将获得大奖。

通过此次活动推广和媒体造势，让更多的人了解，爱上，让见证都市生活的浪漫与甜蜜。

1.广告宣传的目标：使音乐餐厅成为时尚男女享受浪漫时光的第一选择，特别是情人节之夜，以迎合情侣的互动活动把的气氛推向一个高潮。

2.广告宣传的时间：

活动的推广期：1月13日--2月13日(《城市特快》、《食全食美》栏目征集情侣、联系有实力的婚介所进行合作，初步引发社会关注)

活动的进行期：2月14日

活动的消退期：2月15日--2月18日。《城市特快》节目跟踪报道情人节约会成功的情侣，并让他们再次回到初次相逢的中西复合餐厅，采访内心感触，渲染一流的环境为他们爱情加温的奇妙效果(可联系友好嘉宾)。

3.广告宣传的诉求重点：着重渲染别具一格的浪漫情调，力求打造其我市西餐厅的第一品牌形象。

4.广告宣传的表现：平面宣传和电视宣传相结合

5.电视广告媒介费用：

1月13日---2月12日《食全食美》一个月 30秒广告：5000元/月

进行期：我市电视台今日生活、城市特快跟踪报道，电视台主持人现场主持。

30秒今日生活报道播出费用40秒 4000元

**餐饮策划方案做篇十一**

1、市场地理特点：地处西江与其支流——蓬江的会合处，主要包括新会区、蓬江区与江海区，其中以新会大新路、仁寿路步行街，江门长安路、五邑城步行街人流量最高。

2、市场气候风土特点：属南亚热带海洋性气候，阳光充足，雨量充沛，主食一般以米饭为主，但近年来由于南北中外经济文化融合，外出用餐以面食及其他为主食的比例逐渐增高。

目标市场主要经济指标，产业环境，社会环境：

1.经济水平：以市级为单位，xxx年全年gdp生产总值江门市在广东省排名第6，1至5名分别为广州、深圳、佛山、东莞、中山，在全国排名第68，1至5名分别为上海、北京、广州、深圳、苏州。

2.投资情况：江门市优越的投资环境，优质的政府服务，引得境外投资者纷至沓来。改革开放以来，全市累计实际利用外资超过100亿美元。

3.旅游数据：江门是一个对外交往较多的城市，它和包括美国河滨市在内等多个国家的城市建立了友好城市关系，每年接待一大批来自美国、加拿大、日本、韩国、日本、印尼、澳大利亚、西班牙等世界各地的游客。

4.饮食消费：饮食消费比重高达40%以上，即日常生活消费100元，饮食占40元。

5.生活方式、饮食偏好习惯：江门人什么都爱吃，甜酸苦咸辣，样样好！江门人很会吃，对于外来菜色接受度相当高。

6.商业繁盛情况：江门商业发达，无论对外贸易，零售服务业近几年都取得较大的发展，且未来发展空间巨大，饮食业每年都有较大的增长。

7.当地餐饮企业经营状况：江门人爱吃，什么饮食文化都能得到融合，什么地方的饮食文化也能找到。而江门的食市也兴旺，到达了三步一餐厅，五步一饭管的地步。

8.饮食业结构：经营类别以中式快餐、酒楼、饭馆为主，洋式快餐、西餐厅等为辅；经营方式以店面销售为主，外卖为辅；主食结构以米饭为主，面食为辅。

1.经营类别：中式快餐。由于资金限制以及餐饮业准入度等原因排除酒楼、洋式快餐、西餐厅。（这个大家应该没什么分歧）

2.种类：以经营销售粉面为主，米饭快餐为辅。面食作为主食在北方很常见，但我们南方广东地区作为主食不多见，但据调查了解一般这样外地传进来得面食都比较受欢迎，而且都做得都很有特色。如云南过桥米线，重庆酸辣粉，而且也有几家本地的面食餐厅做得非常出色。米饭快餐店不是这一年两年才出现的，都不知道多少年了，市场已经很饱和了，哪个地方基本都存在这种快餐店，我们现在也进入这个行业有什么实际优势，就凭我们的冲劲跟自己免费劳动力吗？有什么自己优势，菜色吗还是成本。我们不是大厨，没这种技术，不一定能请到合心意厨师，而且我们都不懂厨艺，到时很可能被厨师牵着鼻子走。至于成本，我们刚进入这行不比老行家，他们有稳定低廉的食材供应商，而且他们也有一套节约自身成本的经营管理方式。况且快餐做的人多了，市场不仅相对小了，利润空间也减小了很多，要想进入并占领一定市场，必须以质量、服务、价格来吸引客人，但不好控制成本，可能导致亏本。就算让你进入了也不能有好的发展空间，可能得转型，快餐不像大酒楼有自己招牌菜，来来去去也就那几钟，没什么新意。如果做米饭快餐店很难做大，可能选的点好生意会不错，但好的地点不是到处都有，也不是经常能找到。可能你在深圳找到个好地方赚到了钱你想开间分店，但没这么好的地点了，或者在珠海哪个区或者江门哪个区域才再有这么好的地点，但糟糕的是区域太广太分散了，不好控制。而面食呢，以砂锅土豆粉、烩面为例，在深圳、在珠海、在江门都远远没有饱和，有的地方市场还是一片空白，与其跟别人瓜分一块所剩无几的蛋糕不如自己创造一块蛋糕让别人来抢。由于我们先开始的，初期做的好，以后市场份额也占得多。（这只是个人看法，需统一意见再确认）

3.经营方式：以店面销售为主，外卖送餐为辅，涵盖午晚两饭市以及早餐、宵夜。由于店面销售较容易控制，包括成本控制，人员管理调配，突发事件的处理。而送餐要实现高的销售量比较难，叫外卖的顾客不一定到店面消费过，对餐厅的卫生、味道、质量等都不了解，要在卖客人心中建立良好卫生的形象不是一时半会可以做到的。

挑选步行街或人流量相对较大的路段小区开设门店，江门地区以大新路步行街为首选，在新会田心路有一家门面转让，面积约为100平方，靠近大新路步行街，附近有居民楼，平时人流量十分高，而且在其附近有3、4家有一定规模的快餐店，都是以米饭快餐为主且兼营外卖。这个位置潜在一定竞争，但利大于弊。弊在于有餐饮同行存在一定竞争，分流部分客人，其经营时间比较长，有良好口碑与相熟顾客，还有稳定低廉的食材供应商及相适应得管理机制；利在于店面周围已形成范围比较广的餐饮商圈，有一定知名度，能吸引过往行人，相邻的餐厅都以米饭快餐为主营，一定程度上能凸显我们面食为主营的优势，而且面食竞争较之米饭主食显得较小，更能突出我们的与众不同，我们要做到人没我有，人有我精，当然不是别人有什么我们都照搬什么，别人走过的路是生路，我们再走的话可能变成死路一条。

店面面积在100平方为宜，太大租金过高是一个负担，太小体现不出效果，不够大气规模，店面小空间不足会显得狭窄，给顾客感觉到压抑，就餐时感觉不自在舒适，我们卖的不单是美味的食物，还有舒适的环境，良好周到人性化的服务。100平方的店面，厨房空间占两成约为20平方，包括食材的摆放区、冰箱设备炉具的摆放区、洗碗区以及工作区过道等。就餐区占8成空间，包括收银台，饮料区域冰箱等。

店面门头门面风格样式，直接影响门店的整体形象，所以这环节一定要处理好，不能马虎。门面的装修款式要以经营项目为中心，不能太简陋、单调，也不能像大酒店那样豪华，太豪华不但费用高，而且与整个店的形象也显得格格不入。门面要以立式玻璃为主，离地50公分开始直至封顶，正门采用玻璃门。这样店内采光度得以提高，长期来说可以减少电费，节约经营成本。同时也让在店面就餐的顾客可以观看到街景，提高格调。门面效果以下图为例：

收银台设在正门口旁边，但不能太靠近门口，以免影响客人进出，在收银台旁边设立饮品区域，摆放冰柜。收银台、饮品销售区要根据门店整体格局进行调整确定。至于厨房一般设在最里面，当然也需根据门店形状格局，消防水电设备再确定。店内装修也要以整洁、明亮，要以给客人干净舒适环境为装修目的。先看看下面一组图片的对比：

两间店面给人的感觉是完全不同的，图1给人感觉是很一般，里面消费吃一个快餐大概是6元左右，图2的装修看上去是上了一个档次，在里面消费6快钱吃一个快餐的话也会让人感到物有所值甚至物超所值。事实上，以同样面积，开始时同样是毛坯房计算，图1比图2并不省钱多少，地面同样铺瓷砖，60\*60的瓷砖用于店面铺设的话有15到20元一块的，效果已经相当不错，具体费用下面会有较之详细的列表。桌椅的话图1的比图2的要贵，墙面天花的话图1的装修比图2的要省钱，价格相差不会很大，但效果差别我们可以看得出来，而且墙面油漆或者贴墙纸的话，我们可以尝试自己做，省钱去泥水装修工人的费用，现在装修材料不是太贵，我们可以挑选适合的不一定要贵的，贵的不一定是最好最适合的，现在装修贵的是贵在装修工人工资以及整体设计上。

至于经营方式，我们初期还是以店面销售为主，以自身特色吸引附近居民以及路过的顾客为主。而外卖生意也要兼顾，不过要划定范围，为店面辐射200米内的商铺，居民区。主要在这附近我们自己可以亲自去送，不用再去请人，而且新开张品质、味道别人都不了解，单凭一张宣传单张就想让别人相信你选择你相对来说有一定难度，外卖范围广一点的话我们就得请人去送，而且不是请一个两个就可行，最少得请5个或以上外送员工才行，但算外送员工工资加油费补助，一个月下来就得一万块钱，初期支出有点过大，所以在下认为不适宜将外卖份额定得太高、范围太广。以下是本地一些快餐外卖数据，本地外卖快餐店有冧茶e族、好味道桂林米粉、达记快餐、金田快餐、味源美食、金煌美食、花语快餐、新爱美食、靓面轩、鲜味阁、菇香鸡烧味外卖、景云面馆、御之品烧味连锁、树记快餐、财记快餐、港式外卖、金太阳快餐等等，而且这些只是在江门市新会区这边的一些快餐店，只是新会区里头的一部分快餐店，并不全面。我在上班公司这一片收集的快餐店资料就有17家之多，正式统计起来可能是原有数目上的几倍或者更多，其中又以财记快餐、达记快餐生意最好，我公司同事包括我一般都是叫财记外卖的，这两家快餐经营时间比较长，口味不错，已拥有很大一部分熟客，而靓面轩以其特色面食为主推，也快速占领一部分市场。

经营时间段，为了提高知名度、占领市场、提高销售额，我们主营午晚两饭市、兼营早餐、宵夜。比例约为3：3：2：2，即午晚两饭市占6成，早餐、宵夜各占2成。由于刚起步，可能两饭市经营状况不会太理想，需要时间推广宣传以吸引顾客，所以初期主要经营收入可能来源于早餐与宵夜的销售。但我们必须两手抓，都要过硬，既要抓好早餐宵夜的销售管理，也要抓好饭市的销售管理，不能因初期哪方面销售不理想就放松那一方面。在经过实际销售统计，我们再进行各方面的调整，包括投入的时间、资金、人力、物力。

经营销售品种：以经营销售粉面为主，米饭快餐为辅。粉面包括砂锅土豆粉、砂锅米线、烩面、刀削面、热干面、炸酱面、凉皮、肠粉，其中以砂锅土豆粉、砂锅米线、烩面为主推产品；米饭快餐包括：蜜汁花叉饭、叉鸡饭、烧鹅饭、扬州炒饭、火腿蛋炒饭、叉烧韭黄滑蛋饭、冬菇焖鸡饭、面鼓五花肉饭，视实际情况选简单易进的做；除了主食还推出其他食品，包括粥、炒粉、炒面、胡辣汤、油条、茶叶蛋、热狗香肠、特色饮料，粥包括：鱼片瘦肉粥、皮蛋咸蛋瘦肉粥、粟米瘦肉粥、鸡粥、咸猪骨粥、陈皮鱼柱白果粥、猪肝瘦肉粥，以广东咸粥口味为主推；饮料系列包括：普通豆浆、即磨豆浆（广东名为豆沙）、立顿奶茶、立顿红茶、立顿绿茶、雀巢咖啡、雀巢奶茶、雀巢橙汁、普通可乐、雪碧、芬达、啤酒等，其中以即磨豆浆、立顿与雀巢系列奶茶咖啡为特色卖点，即磨豆浆（豆沙）问娇龙就知道。

午晚两饭市卖砂锅土豆粉、砂锅两掺、砂锅米线、烩面、刀削面、热干面、炸酱面、凉皮、各类米饭快餐、各种粥、炒粉面、以及各种饮料，其中主推砂锅系列粉面，这边米饭以煲仔饭、竹筒饭为特色，所以我们也推出自己的特色，以砂锅为卖点的一系列香锅粉面，快人一步，打造自己的特色就是打造自己的品牌，发掘并占领潜在的市场。

宵夜卖粥、炒粉面、肠粉、砂锅粉面、啤酒饮料等等，以后适当增加烧烤类食品，本人初期不建议宵夜做烧烤类食品，因为人力物力有限，且繁琐需要时间去学习，其他种类菜色已经够多，太多的话不容易被消化，多则乱。

无乱什么时段销售什么食品都好，都要区分主次，选取某一种或几种为特色推荐给顾客，要想发展新顾客，留住旧客人就必须得有自己的特色，有自己的卖点。妈的，游戏都没玩几天了，主推产品先以上面说的为准，到时我们再做详细点的市场调查，还有经过实际销售情况反馈再进行商量调整。

人员配置及形象：厨房工即厨师需要3人，店面服务员需要3人，收银需要1人，洗碗工需要1人，我们现有人员4人，即还需请4人。由于语言关系，所以暂定我跟娇龙负责店面服务，陈鹏跟煜喜负责厨房工作，我们4人协调好工作岗位，视现场情况可临时调配其他岗位帮忙。但还需请4人，其中请一般厨师1名，但我们也要学习掌握一定的厨艺以便不时只需，不能让厨师牵着我们的鼻子走，请洗碗阿姨1名，店面服务员1名，收银员1名，店面服务员跟收银员需为女性，不然阳盛阴衰太严重，店面形象也不太好。至于人员的招聘我会在门店装修期间物色，并且招聘假期工或临时工为首选，工资支出相对会有降低。至于形象问题一定要注意的，既然装修要上点档次，员工形象就不能马虎，穿着整洁是必须的，尤其是店面服务员、收银员的形象更要注意。我们不必像西餐厅那样统一服装，但我们可以定制购买统一的围裙，围裙上面标有我们门店的名字。店面服务员在上班时间必须穿着围裙，以树立咱们良好的形象，而厨房工在厨房工作期间可以不穿着，但出来店面帮忙时一定要提前穿上。这是服装方面，当然是不允许穿拖鞋了，任何时候正常情况下都不允许，当然冬天谁傻到穿拖鞋呢。

开业时间：几日起开始策划方案，争取在这个月将开店方案确定下来，包括初步费用、参与人员、店面选址（城市）等。然后在12月初抽时间出来面谈，实地考察各个地方市场的实际情况，最终确定店面开设的城市区域，了解当地的食材物价、装修价格、店铺租金、办证手续等，还要制定好相应的经营方式，学习掌握好相应各项食品的制作。在12月中旬，即12月15号之前处理好各自手头上的事务，办理健康证，准备好开业资金，以备全心全意投入创业开店。xx月xx号确定门店的选址并签订租凭合同，之后进行装修及相应餐具设备的购置，办理相应的营业执照、卫生执照。初定装修这些花一个月时间，于20xx年x月xx号开张，要做好开张前的充分准备，不能按时开张的不要盲目开张以免损害形象宁愿晚1个星期也不早1天。尽量争取在1月15号或更早开张，因为需要时间打响名气，要通过一段时间的经营来发现问题并完善经营销售管理，以更好的状态迎接春节餐饮旺季。

因为从现在算起到20xx年x月xx号开张日也只有2个多月时间，时间不算短，但实际投入准备开张可能要到12月底，时间就显得相当紧凑，所以要是想开店就尽快放下手头上的东西，全身心投入才行，最起码也要确定好方案，先让其中2人现在就开始着手准备。唉，第一页套用别人的什么地理环境分析，真不知所云，还是以自己口吻写更适合，写得太规范还觉得别扭，越写越长。

早餐：7点至10点

午餐：11点至14点

晚餐：16点半至20点

宵夜：21点至23点

具体每个时段的营业时间以当时实际销售情况调整，但正常情况下按以上时间执行。由于营业时间较长，所以员工分两班制，当然我们4人要两班制想都别想，以后生意好了再算，早班时间为7点至14点，晚班时间为16点至23点，妈的，这种策划方案应该我们约个时间见面详谈，又花了我一个通宵时间来写。人员分两班制，每星期早晚班调班一次，员工每月有两天休息，具体待遇暂定为包吃不包住，试用一个星期就足够定夺是否录取，工资在下面投资费用那里再写。

销售经营管理：

我们要想在竞争激烈的餐饮市场突围而出，除了硬件果关，有自己的特色产品外，还要有软件的配合，我们卖的不单是产品，我们卖的是服务，还有餐饮文化，当然后者餐饮文化要等到我们规模发展壮大了才有资本才有资格谈论。对于进门顾客要热情招待，不能冷落任何一位客人，不管其消费多少，顾客进门要说欢迎光临，要以微笑待客，善于观察客人人数以便为其指引合适餐桌，推荐合适的菜单，当顾客离开时要说欢迎下次光临。

要善于观察每位客人进餐情况，如顾客在进餐期间有其他需要或者询问厕所的要第一时间为其提供服务。说到厕所差点忘记了，厕所连厨房区域可能占到店面25%的面积，而且厕所一定要干净，不能有异味，厕所要勤洗刷，没人洗我自己洗。顾客进餐完毕离开后，要马上收拾餐桌，以上都有点废话，但仍然是要说的。有的顾客在进餐完毕后没有马上离开，而是留下来详谈休息的，我们不能表现出不耐烦，主动为其提供引用水并收拾干净桌面，让其有干净整洁的环境，这样做既不是大体，有时还起到让顾客早点离开的效果，我们是开餐厅的，盈利赚钱才是我们的最终目的。

至于厨房工更要做好，客人所点菜色要及时按顺序做，不能让先来的客人久等，后来的客人先吃，这点一定要注意做好，因为客人对这点是十分反感的，我们平时去吃饭也遇到过这种情况了。还有洗碗工，当然是要洗得快洗得干净还有少犯错，不要一天打烂的碗碟比工资还多。之前也说了，哪个环节人手不足，我们4个就要主动到其他岗位上帮忙，而其他员工岗位则要保持不变，不能乱了套。而外卖电话一律由收银员接听，收银员要记录清楚客人所点菜色以及送餐详细地点。

这是店面员工的经营管理，除了要做好上面所说的，我们四个还要控制好经营成本，在电费水费方面能省则省，但店面灯光这些该花的必须花，具体操作也不用多说了，要说的是食材采购环节，要货比三家，寻找稳定低廉的供货商，要经常留意食材价格的变化，时菜要挑选该时期最便宜的。时菜知道不，就是一个米饭快餐，你点了个叉鸡饭，当然叉鸡饭除了鸡肉跟饭之外还要有菜的，那菜就叫时菜，这个时期可能青菜便宜，所以就选青菜，但过段时间到黄瓜大批上市，黄瓜较之更便宜，那是我们时菜就要改用黄瓜了，这个不说也知道了，说说也没坏，总之能省的则省，不论多少，一分钱也是钱，慢慢积累，长时间就能省下不少成本了，对于以后干其他事业或者什么的，养成这种习惯就是大财富了。在开店初期，我们可以推出优惠套餐，如吃砂锅土豆粉加1元可得即磨豆浆一杯等等配搭，总之这些当时商定菜单时再定。

总的来说，没有不赚钱的行业，只有不会赚钱的人，我们要想突围而出就必须有自己的特色、凸显自己的优势，既然选择了就必须认真做好。

**餐饮策划方案做篇十二**

观望目前的餐饮市场，竞争相当激烈，各店都在使尽浑身解数及各种手段来达到营销目的，因此我们也要刻不容缓，立即制定营销计划，全面实行销售战略战术，为酒店创造更高的利益。

本酒店从地理位置来看并没有占到相当的优势，既不是在繁华的闹市，也不在高档商业区，但是有一点可以利用，那就是在开发区这一带没有什么象样的酒店或者餐厅，酒店周边又是各大工厂企业，这就说明酒店发展有很大的潜力，但是离不开核心力量，那就是酒店的出品，必须走特色路线，现酒店主要经营驴肉和部分粤菜，首先要了解市场的需求和周边客户的消费习惯及口味要求，根据所掌握的一手资料对出品路线进行调整，其次要立即着手组建强有力的营销团队，培养专业的服务团队。

一家酒店除了硬件设施之外软件尤为重要，所谓的软件指的就是服务与出品，如何才能建立一个专业，训练有素的服务团队，首先从招聘这个环节就要开始重视，服务业中，外表和形象固然重要，但千万不要忽视了员工的内在素质和可塑性，其次在培训方面也要下足功夫，理论要讲，但实际操作更为重要，注重员工的素质教育及职业道德的培训，有必要还要挑选企业骨干组织外出学习，增强专业知识与团队精神，培养全员营销，制定合理的员工奖励机制，促进员工的工作积极性，()从而提高酒店利益、现在从事服务业的大多是90后，鉴于90后的工作具有很大流动性与不稳定，我们要注重员工的精神鼓励以及业余爱好，不要求人多但是一定要精、对一些对企业核心造成阻碍的屏障物给于彻底清除，企业要发展，所以不要讲感情，讲亲戚关系，否则会乱则大患。

从社会各界吸收一批精明能干的人才，集中培训，从服务业的重要性到职业道德，仪容仪表再到专业知识，要清楚了解他们的个人爱好及特长兴趣给于不同层面的开发与培养，营销人员的专业性非常重要，不要求他们会做但一定要会说，要及时了解国内国际新闻及营养健康学，让客户觉得此团队很专业，懂得东西很多，其实营销不光卖的是商品，更重要的是如何将自己推销给顾客，一旦顾客接受了人，商品就自然会接受，与顾客建立良好的关系保持一定的距离，清楚了解每位顾客的消费习惯及消费心理，做好客户档案，不定期对部分重要客户进行实地拜访，吸取客户的意见总结并组织会议进行有效整改，制定新颖的营销方案，跟踪服务，维护好老客户，开发新客户。

（1）利用媒体对酒店进行宣传（电视/报刊/杂志/网络）从酒店的环境，服务，出品三大块入手。

（2）制定带有酒店标志的小礼品作为赠送餐巾纸盒/魔方/茶叶盒/雨伞。

（3）制作\"月子汤\"免费送给产妇去本市各大医院妇产科寻找产妇连续免费送三天我们精心制作的月子汤，并附上我们的套餐菜单，一方面增强酒店宣传，另一方面提高宴席定桌，比如建议产妇宝宝宴可考虑在我们酒店。

（4）推出凭身份证过生日可本人食用免费生日套餐。

（5）根据不同的节日制定相应的优惠政策。

（6）其他宴会可免费制作精美的合影集送给客户。

（7）制作充值卡推销给顾客，高不封顶充10000送2024元，相当于每次用餐打全单八折。

（8）可以吃八桌送一桌（八桌的平均值）

（9）为了提高午市上座率，可在各大闹市人流多的地方发出20元\_50元的现金抵用券凭此券中午用餐可抵用相应的金额，只限中午，并每桌只可使用一张。

（10）餐费累计超过规定金额可获得相应的大奖比如：电脑，数码相机，电动车，电视；微波炉。

总结以上所述，需要一个专业的执行团队去完成，要注重企业文化的建设和企业的包装，大到一个门头广告，小到一张名片或者订餐卡都要经过精心设计，多一些特色和文化色彩在里面，要让每位顾客能深切的体会到我们的用心，我们为客户投资了，客户自然会回报我们，最后要做好的就是节源开流，这也是一件至关重要的任务，要从各个环节去抓，始终本着以人为本，互赢互利的原则，因为员工是企业最大的财富。

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