# 火锅店营销策划总结

来源：网络 作者：平静如水 更新时间：2024-02-17

*火锅店营销策划总结通用5篇总结是对取得的成绩、存在的问题及得到的经验和教训等方面情况进行评价与描述的一种书面材料，它可以提升我们发现问题的能力，让我们好好写一份总结吧。总结一般是怎么写的呢？以下是小编整理的火锅店营销策划总结，欢迎大家借鉴与...*

火锅店营销策划总结通用5篇

总结是对取得的成绩、存在的问题及得到的经验和教训等方面情况进行评价与描述的一种书面材料，它可以提升我们发现问题的能力，让我们好好写一份总结吧。总结一般是怎么写的呢？以下是小编整理的火锅店营销策划总结，欢迎大家借鉴与参考!

**火锅店营销策划总结篇1**

一、综述：

四川的火锅发展到今天，从火锅的品种、档次、规模、制作、调配、风味等方面已经呈现出了多元化的特点，使各种从事火锅制作并提供火锅消费的企业迅速发展，也引起了从事和即将投资火锅产业的企业和经营者的极大的热情和兴趣。但是，如何开一家正宗的四川火锅店，却是一门不小的学问。

作为火锅店，其基本特征与其它餐饮企业有共通之处，即生产、销售、服务、消费为一体。投资者想要从事火锅行业，必须认真做好市场调查研究，这样可以了解到人们需要什么类型的火锅，掌握火锅风味、特点、方式、地点、人群等信息，在特定的市场区域，开办具有特色的火锅店，以获得稳定而可靠的市场份额。所以说，做好前期的市场调查，是开火锅店决策或投资的前提。

二、火锅市场调查：

（一）、对火锅市场的影响因素：

1、经济发展对火锅的影响，其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的变化和消费的不稳定性等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响，其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

3、周边环境对火锅的影响，包括政策环境，如开办地的治安状况、职能部门的效率等；基础设施，如道路交通、停车位置、水电气供应、通信网络、采购途径、消费人群、金融、卫生、劳动等与经营密切相关的配套设施；措施优惠，如税务、各类收费、租金、人才引进等方面是否有优惠政策。

（二）、客源的调查分析：

1、服务对象分析：

（1）、消费者的职业特点：一般学生、民工、普通工薪阶层，与高级白领阶层、公务人员，他们的消费习惯和消费档次是不同的；

（2）、消费者的年龄特征：如老年人喜爱清淡型，年轻人偏好味重味厚型等等；

（3）、消费者的性别特征：女性和男性往往在对于火锅的锅品、口味轻重、菜品类型等方面都有一定的差别；

（4）、消费者的地区和民族特征：不同地域、不同民族的人们对于火锅的锅品要求千差万异，应当加以区别。

当然，由于火锅的相互渗透性、交杂性，很多火锅已经被改良、创新，适合大多数人的口味，具有共性了。但是对于消费者的分析必不可少。

2、顾客消费行为分析：

消费是一个综合概念，消费行为包括消费水平、消费结构、消费方式和消费习惯等。

（1）、消费水平和顾客的经济承受能力有直接的关系，体现了顾客的支付力和这种支付力相适宜的需求满足，直接表现为顾客选择火锅店的档次和类型；

（2）、消费结构是顾客各种消费支出的比例，其开支与职业、年龄、性别、地域民族等因素有密切联系；

（3）、消费方式有个人、家庭、商务、团体等，不同的消费方式在选择档次与品种方面各有不同；

（4）、消费习惯体现在，对就餐环境、氛围、品牌、风味、经济等方面形成的习惯。

3、顾客消费特征分析：

（1）、不确定性：大部分顾客是流动的，小部分是确定的，因此选址要合理。

（2）、随机性：顾客数量多、差别大，对火锅的消费具有选择性，因此要把握火锅发展动态，及时调整口味，改进创新。

（3）、灵活性：这是由成功的品牌所决定，以顾客就餐的频率和回头率为标志。

（4）、引导性：调整经营策略、成功的广告运作等，都会对顾客的消费产生一定引导。

三、火锅市场的划分：

（一）、划分要求：

1、对经营品种、酒水饮料、服务水平、营业时间、交通状况等具体的方面要准确掌握，用于对比自己的品牌能否进入市场；

2、具有可操作性。如果得出的市场结果与自己的人力、财力物力等不配套，难以实现经营目标，必须放弃，重新划分市场，找准位置；

3、具有稳定性。市场划分后，只要符合实际，就大胆开拓，制定长期计划，占领市场。

（二）、划分种类：

1、地理位置：火锅店的地域性对其经营有较大的影响，要充分了解火锅地理因素。同一区域，不同的店和锅品服务于不同的消费群体；而同一店和锅品到了不同地域也会有变化。

2、人口分类：受人们的居住、文化、宗教、民族等因素的影响，对火锅的消费有差异，对品种、档次、目的均有不同。不同层次的消费群，对档次、品种要求也不同。

3、顾客区分：除了考虑顾客、的职业、收入等外，还要分析其动机，是传统节俭型、经济实惠型、新潮冲动型，还是豪华张扬型等，才能取得实效。

4、行为分析：将顾客分为常客、一般客人、流动散客、新客等，这与火锅店的火锅质量、服务水平、顾客的信赖等有关。

四、火锅市场的定位：

（一）、火锅市场定位的分析，有着不同的标准：

1、按档次分：高、中、低档，或豪华店、风味店、大众店、自助店等；

2、按功能分：特色火锅、快餐火锅、小火锅、滋补火锅等；

3、按来源分：川味火锅、蒙古火锅、宫廷火锅、老火锅等；

4、按经营分：品牌火锅、餐厅火锅、自助火锅、火锅吧等。

开店前要根据这些标准，结合自身特点，选择自己的经营品种。

（二）、价格的定位，影响经营的重要因素之一，在其它条件成熟后，价格是决定因素：

1、高低结合法：在开业初期，以高质量火锅、高水平服务、较低廉的价格迎接顾客。可以很快赢得顾客、树立形象、打开局面，实现正常经营。

2、高高结合法：起点高，效益也高。以高质量火锅、高档次的环境、高品位的装修、高水平的服务吸引高层次的顾客。风险大、利润也大，进入良性循环后收益也很大。

3、品牌垄断法：独特的锅品、独特的配方、专利火锅产品，可用较高的价格经营火锅，但品种的风味特色要保持不变。

4、大众化法：以大众火锅品种、大众化的价格低价供应，以薄利多销为主。

五、火锅店的类型：

1、豪华型：

豪华型火锅店在某一区域均有较高的声誉，装修设施齐备，环境优美，在火锅制作方面十分讲究。除了具有一般火锅店的特点外，其独特之处为价格较高，高质量的火锅、高超的服务及就餐环境相统一具备高级的烹调和服务人员，其服务对象以高收入者居多。

豪华型火锅店具有高价与火锅成本、服务水平、就餐环境融为一体，火锅产品与技术高度统一，服务对象稳定与社会形象突出，管理到位、制度完善等特点。

2、大众型：

大众型火锅店是火锅店中的主力军，其数量最大。经营品种比较单一，原材料以中低档为主，风味以当地大多数人可以接受的口味为主。这类火锅店以自身的特点、规模、档次、服务的差别，在顾客中各有自己的地位与形象。有自身的独有特点，价格适中与火锅成本较低和风味大众化关系密切，座位率与周转率较高。

大众型火锅店具有价格与大众化结合，经营方式灵活多样，服务对象面向大众消费者、经营管理方法结合自身实际等特点。

3、风味型：

风味型火锅店是体现独特的饮食文化，具有浓郁的地方风味、品种比较单一、但影响很大的火锅店，往往具有一定的代表性，是历史性、地域性、民族性的综合反映。此类火锅品种比较定型，汤卤比较固定，服务有一定特色，风味得到公认。

风味型火锅店具有布局与装修有丰富主题与内涵，顾客能感受到独特的文化熏陶与情调，吃与乐结合、参与性强，展示某种有特殊意义的活动，气氛轻松和睦等特点。

4、自助型：

自助型火锅店是将火锅原料（生料和半成品等）与餐具全部放在火锅厅的某一区域，由客人自行选用，服务人员较少的火锅店。此类火锅除了有着随意性、自由性的特点外，还拥有较大的选择性，感到较大的满足感。

自助型火锅店具有布局上实行开放式、以大厅为主，锅品上以一二个品种为主、口味大众化为好，价格上采取每人限定金额消费，服务上比较灵活、服务人员较少，顾客的参与性和自我满足感得到体现，讲究原料及菜肴的丰富性、又避免浪费，充分利用空间与顾客的运动性等特点。

六、火锅店的经营形式：

1、独立经营：

此类火锅店的经营一般不受其它餐饮企业的制约，独立选择自己的经营品种，一般规模较小、费用较少，利润不高，资金来源以独资、入股、贷款为主。这种形式在市场上占主要地位，其优点有：能根据市场的发展变化做出对经营品种、策略的调整与适应，以满足消费者的需要；能保持自身的火锅特色，并按照市场要求调整和创新锅品；员工关系比较密切，管理比较直接，利于调动积极性。其不足之处为：由于规模较小，经营品种单一，可能会受到大型火锅企业的冲击，在市场竞争中禁不起风浪，发展潜力不大。

因此，要采取独立经营方式开办火锅店，必须要有独特的火锅品种、较好的口岸、比较充足的资金等。

2、合伙经营：

此类火锅店是有几个人分别出资、或分别以技术、设备、营业场地、资金等联合开办火锅店，进行经营。在经营上一般也不受其它餐饮企业牵制，遇到各种问题，由合伙人一致协商解决。其优点有：在达成经营共识的前提下，解决开店遇到的如资金、技术、经营品种等问题，可以发挥各自优势，团结互助，形成合力；可以互相制约，弥补不足之处，建立监督机制；与市场联系紧密，信息较多，可以随时调整经营品种，把握市场动态，紧跟消费者需求。其不足之处为：合伙人容易产生矛盾和纠纷，其中一个合伙人不负责任或脱离合伙关系，经营便容易受到影响，甚至造成直接经济损失。

因此，要采取合伙经营火锅店，需要达成共同的经营意识，具有较高的素质，要订立合伙经营协议书，明确责权利及利润分配等。

3、特许经营：

特许经营作为一种先进的经营方式，也是现代餐饮业的主要经营形式，其优点和效果均十分明显。

一个火锅企业计划实行特许经营时，具体方法措施包括：多种形式进行连锁加盟；对火锅企业的品牌要素进行注册；成立统一的管理机构；管理规范化；清理净化市场；开展连锁配送等。

实行特许加盟时应该注意几个关键问题，其一是找准市场的需求定位；其二是由点到面，全面开花；其三是抓好人力资源。

七、火锅店的选址：

1、火锅店选址的区域因素：

在选址之前，必须要选择一个便于经营和发展的区域，这是选址的前提。在选址时要考虑到经济发展水平、文化教育影响、市场竞争状况、规划位置特点、软硬件环境是否优越等各方面的因素。

2、火锅店选址的原则：

第一要确定服务对象。要结合火锅店的所在位置，确定相应的设施与设备，然后选定自己的经营档次，在确定火锅品种；

第二要贯彻接近原则。也就是说要交通便利、来往方便、便于进入。位于或靠近商业区、经济区、文化区、开发区等，道路畅通，顾客容易\"接近\"；

第三要环境配套到位。外部环境要形成气候，火锅店其它餐饮要混合经营，如\"餐饮一条街\"、\"火锅城\"等，同时提倡自身综合配套，多种经营结合，形成规模效益；

第四要科学预测赢利。在开业的前、中要结合各种因素，对一定时期的销售额与毛利进行分析，预测赢利与效益。

另外，还可以用经验判断店址的选择。

3、火锅店的选址与布局：

确定选址原则后，在实施中要结合以下几点：选择商业网点集中的地方、人口聚集处、交通便利的地方、具体位置、同行聚集地、特殊口岸。

布局上也应当考虑以下思路：扩散性、聚集性、竞争性、多行业协调性。

八、火锅店的名称与设计：

1、名称与设计原则：要有识别性、独创性、整体性。其主要作用包括传播企业文化

宣传企业形象、提高竞争力、塑造企业整体形象。

2、名称设计基本规律：一是字体讲究整体效果，好认好读好记；二是发音响亮有韵味，富于节奏；三是字体本意与寓意结合。

3、名称设计基本要求：一是与顾客消费层次和火锅店档次一致；二是火锅店名称的幽默与寓意；三是火锅店的名称与风味、对象、习惯相互吻合；四是火锅店名称的外延性；五是火锅店名称的取法的讲究性；六是取名要求简单明快，不要轻易改动，注意独创性。

九、火锅店的装修：

火锅店的装修设计，要从不同的火锅店实际出发，以建筑风格、火锅档次、地理位置等因素来衡量，以吸引顾客。总体来说，装修风格各不相同，但是都应当注意避免以下问题：一是火锅店结构单调；二是店内空气混浊潮湿；三是店内桌位间距过小；四是环境空间压抑；五是缺乏独创性特色装饰。

十、人员的管理：

（一）、火锅店人员的构成：

1、管理人员：包括（总）经理、大堂经理、领班为主要构成人员，上了一定规模和档次的火锅企业还包括有总经办主任、策划部经理、营销部经理、财务部经理、后勤部经理等；

2、厨务人员：包括火锅师长、岗位火锅师、墩子、小吃、冷菜、荷活、杂工等；

3、服务人员：包括顾客服务员、厨务服务员、保洁员、安保员等。

（二）、火锅店人员的管理：

1、明确管理幅度，确定管理层次；

2、实行专业分工，以火锅经营为中心；

3、坚持统一指挥，职权责任相结合；

4、要符合精简、有效、统一、协调的要求；

5、讲究服务技能技巧和服务效率。

十一、火锅店供应系统的管理：

火锅供应的管理，主要是火锅原料与汤卤的管理，而原料的价值是火锅生产成本中的一项重要组成部分。原材料管理包括原料的采购、验收、储存、发放等工作。

1、采购业务管理：

采购业务是火锅经营业务的始发环节，必须遵循下列基本要求：

1）、品种对路，即必须根据顾客的需求和火锅制作的需要来确定其品种，以确保火锅的适销对路；

2）、质量优良，即必须严格把握好产品原料的质量关；

3）、价格合理，火锅原料具有多样性和地方性等特点，不同的市场和货源渠道价格是不一样的，不同的季节、不同的地区价格也是也不相同。因此，采购人员应该即时了解市场行情，降低采购成本，从而降低火锅店的生产成本；

4）、数量适当，必须坚持勤进快销，以销定进的原则，做到畅销多进、适销批进、滞销不进。

5）、到货及时，火锅品种具有一定随机性，每天的生产量和销售量都难以预测。因此，为了保证火锅经营的正常进行，原料的采购要随要随到，及时供给。

2、储存业务管理：

1）、保证储存原料充足、合理。储存是为火锅服务的一方面，储存原料要有足够的品种和数量，以确保经营的连续性和稳定性。原料的库存储备必须保持在能完成一定的接待服务、保持不间断经营、经济合理的标准之上；

2）、控制储存。火锅的储存原料不能过多，否则会造成积压和浪费。因此，火锅店必须控制储存的投资，确保合理的储备定额；

3）、指导原材料的购销。要在储存过程中，随时了解原料的消耗情况，并根据实际的情形主动及时地提出采购意见或建议，以补充更新原料，并及时处理库存的滞留原料。

4）、控制存货的短缺残损。其首要任务是保证库存原料的安全与卫生。

5）、日常保管和养护。应当做好原料分区存放、货位编号，执行食品卫生法、坚持隔离制度，掌握温度湿度、加强防护保养，搞好清洁卫生、防治微生物侵入和虫害，建立帐卡、定期盘点这五个方面的工作。

6）、出库管理。食品原料出库管理要切实做好以下工作：一是坚持凭票发货出库；二是坚持先入库的先出、易腐易变质的先出、接近有效期的先出、损坏变质的不出等\"三先一不\"的原则。

十二、四川火锅的汤卤：

四川火锅原汤的调制，决定着火锅的风味，也是制作火锅最关键的一环。四川火锅的品种较多，原汤也各有差别，但是最为基本的是红汤和白汤两种。

红汤是典型的四川流行火锅基础汤。此汤用途广泛，四川火锅大部分品种均用此汤。其具有口感丰富、汁浓味厚、麻辣适口、鲜香回甜的特点。

白汤，也即清汤卤，用途也广，诸如鸳鸯火锅、清汤火锅、滋补火锅等均用此汤，也是四川火锅流行的基础汤之一。其具有鲜味浓郁、汤汁较清、爽口适宜、不燥不腻的特点。

另外冷锅汤也是近年来出现并火爆的新锅品之一，如冷锅鱼、烧鸡公火锅、跳跳蛙火锅等均用此汤。其具有汤料合一、质地细嫩、风味独特的特点。此类冷锅汤卤可以保持原料形态和口感，因此非常受欢迎。

要调制好原汤，首先需要了解四川火锅原汤需要哪些调料。四川火锅所用的主要调味品有：豆瓣（以郫县豆瓣为上品）、豆豉、醪糟汁、花椒（以汉源所产为佳）、老姜、大蒜、干辣椒（以四川产\"二金条\"为佳品）、精盐（以自贡产井盐为佳）、味精、料酒、麻油、胡椒粉、冰糖、山奈、八角、桂皮以及其它五香料等。这些调味品从性质上可分为脂溶性和水溶性两类。

属于脂溶性的调料有豆瓣、大蒜、老姜等。使用这些调料时，必须先用油煸炒，油量要超过味料，火力不能太大，煸炒时间应稍微长一些，才能使味道充分析出。

属于水溶性的调料有料酒、冰糖、醪糟汁、精盐、味精等，必须加入汤中才能出味。

此外，具有挥发性的一些调料如花椒、辣椒、料酒等，受热时间不能过长，也不能过短，过长挥发过度，味感减弱，过短味感不够。

目前，一些新的调味品如咖喱粉、芥末酱、孜然粉等也适用于火锅调味。

有些调味品如老姜、大蒜、干辣椒等，在使用前必须进行刀工处理。

四川火锅使用的食油，主要有牛油、猪油、菜油和麻油四种。牛油可增加卤汁中的香味，保持原汤的温度，增加用料的色泽；猪油除增加原汤香味外，可减弱用料的腥味、异味；菜油作煸炒原料和蘸味之用；麻油较少用于汤汁，多用于味碟。此外，还有辣椒油、蚝油、混合油、鸡油等，也都是为了增加火锅的香味和风味。

**火锅店营销策划总结篇2**

20\_\_年转眼即逝，匆匆而过又是一年，在这一年的时间里，自己学习到了很多的知识。为了更好地完成工作，总结经验，扬长避短，提高自己的业务技能，现将工作情况总结如下：

一、工作总结

略略估算下来我做餐饮这行也已经很多年了，从最初到现在，也经历了很多，自己也在不断的总结积累厨房的经验和知识，但是仍然做的还不够好。20\_\_年也是我们令狐冲发展最快的一年，我们有做的很好的地方也有不足之处，厨房一直是我们餐饮行业的重中之重，抓住顾客味蕾的最重要一环，想要把这块做好则需要我们整个餐厅的协助和帮忙。菜品出餐速度也是我们今年一直在强调的问题，但是取得的结果却还不是很好，特别到了高峰期，比如说我们\_\_火锅店，有的时候出菜就会变得很慢，特别是炒盘菜。

我觉得原因可能是以下几点：

1、站货数不足。也就是锅不足，我们火锅店只有三口锅，高峰期时又要捞菜又过水，显得不够用。

2、后厨人员配合度不够。人员没有达到一个很好的契合度，我们后厨的团队默契力不够，导致高峰期时大家手忙脚乱不知道该如何下手，也不知道该怎样做才能具体的提高上菜速度。

3、热菜炒盘数量有点多。在同样的操作下菜品越少肯定上菜速度就越快，一开始我们\_\_店既有鱼锅也有炒盘也有烤鱼，人手是一定的这就导致了我们人手分配不足，高峰期容易导致一人三职甚至四职，同样的影响着我们的上菜速度。如果把我们的热菜炒盘数量减半，把不好卖的去掉，留下精品，那么会不会更好呢？我觉得他可能会更好，上菜速度也会相应提高，菜品浪费耗损也会相应减少。提高了上菜速度也就等于抓住了一部分回头看！

二、工作感想

踏入新的工作岗位后，经过一年的锻炼，使自己对这份工作有了更多更深的认识。对于工作或者说事业，每个人都有不同的认识和感受，我也一样。对我而言，我通常会从两个角度去把握自己的思想脉络。

首先是心态，套用\_\_的一句话“态度决定一切”。有了正确的态度，才能运用正确的方法，找到正确的方向，进而取得正确的结果。具体而言，我对工作的态度就是选择自己喜爱的，然后为自己的所爱尽自己最大的努力。我一直认为工作不该是一个任务或者负担，应该是一种乐趣，是一种享受，而只有你对它产生兴趣，彻底的爱上它，你才能充分的体会到其中的快乐。我相信我会在对这一业务的`努力探索和发现中找到我工作的乐趣，也才能毫无保留的为它尽我最大的力量。可以说，懂得享受工作，你才懂得如何成功，期间来不得半点勉强。

其次，是能力问题，又可以分成专业能力和基本能力。对这一问题的认识我可以用一个简单的例子说明：以一只骆驼来讲，专业能力决定了它能够在沙漠的环境里生存，而基本能力，包括适应度、坚忍度、天性的警觉等，决定了它能在沙漠的环境里生存多久。具体到人，专业能力决定了你适合于某种工作，基本能力，包括自信力，协作能力，承担责任的能力，冒险精神，以及发展潜力等，将直接决定工作的生命力。一个在事业上成功的人，必是两种能力能够很好地协调发展和运作的人。

三、工作目标

在今后的工作中，我会加倍的努力学习专业知识，掌握更多的业务技能，为将来的工作打好坚实的基础。

**火锅店营销策划总结篇3**

回顾一年的学习和工作，在\_\_的正确领导下，在各部门的密切配合和餐饮部全体员工的共同努力下，20--年，餐饮部圆满完成了年初火锅店下达的经营指标任务。作为一家火锅店，餐饮部的经营与管理已趋成熟，市场知名度也较好，经过九年的管理经验沉积和提练，已形成了自己一定的管理风格，要在服务管理和培训上取得较大突破也有一定的难度。为了尽快提高服务水平，树立良好的行业形象，分管餐饮工作以来，主要从以下的几个方面开展工作，现将一年的工作情况总结如下：

一、重编操作流程，提升服务质量

在指导老师的指导下，根据餐饮部的实际情况编写了宴会服务、零点服务、包厢服务、VIP接待服务流程，统一了各岗位的服务标准，落实了五常化管理，为部门培训、检查、监督、考核确立了标准和依据。规范了员工的服务操作。特别是VIP接待中迎宾接待、语言要求、酒水推销、卫生标准、物品准备、环境布置、能源节约等方面作了更明确详细的规定，促进了贵宾包厢整体接待水平。

二、建立餐厅案例收集制度，做好老客户客史档案，减少顾客投诉率

今年来，餐饮部在各班组实施餐饮案例收集制度，同时做好老客户客史档案，作为改善管理和评估各岗位管理人员管理水平的依据。并对收集的案例在部门例会上进行分析总结，针对问题拿出解决方案，同时使各班组资源共享，不再出现同样的问题，减少顾客的投诉率，再则利用客史档案有针对性的\'为老客户服务，真正体现人性化服务。

三、加强培训，强化火锅店员工的服务意识

为了培养员工的服务意识，提高他们的业务操作技能，今年来餐饮部共参加培训19场，其中火锅店组织的培训x场，部门组织的服务技能培训x场，新员工入职培训x场。内容包括《礼节礼貌》、《火锅店概况》、《\_\_景点概况》、《消防安全知识》、《员工手册》、《火锅店业务基本知识》、《火锅店操作技能》等，这些培训课程，使基层服务人员在服务意识、服务心态、专业服务形象及餐饮专业知识等方面都明显增强。

四、开展青工技能比武活动，提高服务技能

今年来，火锅店会同前厅、客房、餐饮等岗位开展了青工技能比武活动，内容包括餐饮中式摆台、走客房清扫、散客入住接待、散客退房接待等项目。比赛先由部门预赛推选出前六名再参加火锅店的总决赛，一年来评出一批青工技能比武能手，成为大家业务学习的榜样。

五、绩效挂钩，提高员工工作积极性

火锅店20--年制定了新的绩效考核办法，激励政策更趋市场化，把员工的收入与工作业绩、劳动贡献与业务技能挂钩，新的考核办法不仅使员工更关心本部门的经营指标、营业收入，同时更加努力工作，积极创收。另一方面，在工资分配上对重点岗位和工种倾斜，使各岗位员工的业绩、劳动所得与去年相比都有了一个大的提升。再则通过高级工、中级工的评比，拉开了老员工与新员工的工资差距，限度地调动了员工的工作主动性、积极性和创造性。

六、办公室工作

1、努力做好行政管理工作，认真做好材料的撰写、打印、信息上报和档案管理等工作。

2、每月按时统计上报火锅店各部门工资报表。

3、全年完成了20--年\_\_市“十大品牌旅游饭店”的申报、火锅店、中华餐饮名店、绿色饭店、食品卫生量化分级管理\_\_单位复评的所有资料的准备和申报工作。

4、协助工会做好工会新员工入会、召开职代会，组织员工献爱心活动、三八妇女节福利发放等各项工作。

5、20--年优秀员工的考核、评比;高级工、中级工的评比。

6、火锅店评定过程中所有材料的准备，会议纪要的记录以及各项整改项目的整改计划的制定、上报工作。

七、存在的差距及努力方向

虽然在过去的一年里做了一些工作，取得了一点成绩，但这都是餐饮部全体员工共同努力的结果，我的工作能力、管理水平与上级领导的要求和实际工作需要还有差距，主要表现在：

1、知识结构不够全面，制约管理水平的提升。

2、制度执行不够坚决，管理工作有时被动。

3、行业信息掌握不及时，创新能力不足。

4、对员工业务抓的不够，整体服务水平不均衡。

八、努力方向

1、要强化个人学习、注重实践，不断完善知识结构，提高自身的综合素质和驾驭工作的能力，当好领导的参谋和助手，当好下属员工的带头人。

2、要加大制度执行的力度，充分调动自己的主观能动性，动脑筋想办法，坚决把上级领导的意图和想法，不打折扣的落实到工作中去。

3、要通过多渠道了解火锅店的发展趋势，掌握周边同行的新动态，吸取人家的好经验好做法，结合本火锅店的实际情况，推陈出新。

4、要把提高火锅店员工业务水平当作主要工作去抓，突出质检、培训与考核、晋级、评比相结合;常规性培训与针对性培训相结合;集中培训与分手批轮训相结合;培训的内容形式与集体活动和员工爱好相结合。

九、20--年工作具体设想

1、要突出餐饮服务文化氛围。当今顾客的消费需求已经从过去的吃饱吃好转变到今天的吃特色、吃营养、吃文化，所以这些方面应该是明年餐饮部开展营销的新思路，结合我们现有菜肴的特色，多推出精品新菜肴，增加我们菜品的附加值，使我们的菜品更具有吸引力和竞争力。

2、要定期组织岗位大练兵、大比武。通过各种形式的专业技能竞赛，提高员工主动学习、主动进步的热情，从而不断提高部门整体服务水平。

3、要提倡部门全员参与管理。涉及到部门全面建设方面的问题，鼓励员工多提建议，提好建议，所以我们可以长期开展“金点子”活动，对于我们火锅店提高经济效益、提高服务质量、提高社会知名度、提高安全防范、杜绝浪费等方面的建议，一经采纳并取得明显成效的，立即给予奖励。改变过去管理只是少数领导的事这种思想误区，用制度激励人，使部门每一名员工都参与到管理中去。

4、要强调管理的最终目的。管理不是把员工管怕、管跑，更不是简单的罚款，是把后进员工带成先进，把优秀员工稳步提升树立典型，最终目的是利润化。明年我们可以在公开栏、员工餐厅、休息区设立“光荣榜、曝光台”用相机和图片记录日常工作中具有典型性、有代表性的正面和反面的人和事，从而更好地表杨先进、鞭策落后。

5、把火锅店优质服务100条缩小成小页，以小册子的形式发给员工，便于大家学习和提高，更好地配合火锅店《员工手册》、《火锅店岗位职责》、《各岗位操作流程》的学习，不断提高员工的整体素质。

6、要经常走出去学习。固步自封、闭门造车，永远都会落到别人的后边，只有走出去与同行多交流、多观摩、多学习，才能不断提高自己。外出学习，管理者回来后也会有紧迫感、危机感，真正感受到与别人的差距。

最后把一句话送给自己也送给大家，在新一年工作中一定要“能迈大步的迈大步，能迈小步的迈小步，但决不允许原地踏步!”新年新希望，希望来年在工作中能得到领导和同事们更多的支持和帮助，把火锅店管理工作推上一个新台阶，使管理更加完善、更加合理、更加科学，我们全体员工的收入有更大的提高。总结过去，展望未来，在新年即将到来之际，我将继续发扬优点，改正不足，进一步提升管理水平，和大家一起打造一支更优秀的火锅店服务团队。

**火锅店营销策划总结篇4**

一、关于天地和火锅坊的现状调查：

由于本次策划活动仓促且个人活动较多，调查不够全面详尽，阻碍了策划的制定。在24号晚，电话联系了天地和负责人王女士，预约了25号对天地和的考察。

总体环境：

1.乐山市中区中高档火锅店屈指可数，小火锅店(如鱼火锅等)众多。

目前情况：

1.上午11点，员工坐在椅子上闲谈；下午4点半，经理在柜台上睡觉。在受访的7位曾在天地和吃过火锅的人中，有3位提出服务细节有问题。

2.市场为中高端定位，现阶段主要针对有车人士。大部分是中档小轿车。

3.营业高峰期为晚上7点至8点，4月25日，7点半，消费者每组最少为2人最多为9人。在受访的5组中，除其中一组为宴请朋友外，每组至少有2名儿童，消费者多以家庭方式消费。

4.特色产品为牦牛肉火锅，但对该产品宣传不够。

5.所处商圈(满庭芳二期)定位偏离，满庭芳定位有“花样年华校园主题商业广潮、“嘉州新城生活广潮，但由于其背靠理工学院，致使该商圈小吃店、小饭馆、烧烤、网吧众多，且背后100米处为菜市场

6.据了解未来嘉州新城与满庭芳将有5万住户。

7.未来绿心公路将连接该地区与市中区繁华部分，将大大带动该地区发展。

二、关于天地和火锅坊SWOT分析：

优势(S)

1.自身定位明确(中高端定位)，此种定位在乐山拥有市场空缺。

2.停车方便且安全(位于满庭芳二期拥有较开阔的环境拥有众多车位，为广大的有车族提供了方便，并且有专门的满庭芳保安值班保证了车辆的安全)。

3.总体地理位置优越(纵观沫若广场至肖坝车站再到嘉州新城结尾本火锅坊是唯一较大型且消费环境优雅的特色火锅坊)。

劣势(W)

1.由于所处位置(满庭芳二期)由于靠近学校，小饭馆林立，降低了该商圈的档次。

2.所处位置离现乐山人口密集区较远，前往此处吃火锅较为麻烦。

3.特色产品宣传不够。

4.服务人员培训不足。

5.夏季天气炎热，从一定程度上阻碍了部分人的火锅消费。

机会(O)

1.乐山市中区中高档火锅店屈指可数，市场空缺明显。

2.拥有广大的潜在客户群，有利于长期发展(嘉州新城未来的五万户主将是巨大的消费群体)。

3.未来绿心公路的修建将带动该地区发展。

威胁(T)

1.周围楼盘在短期内不会入祝

2.所处位置离现乐山人口密集区较远。消费者难以知晓此处有家火锅坊。

3.知名火锅连锁刘一手在距肖坝不远的沫若广场有分店，构成了威胁。

分析

天地和火锅坊优势及机会明显。

1.天地和火锅坊定位即为中高端市场，而乐山中高端市场空缺明显。

2.中高端市场消费者，往往有车，注重生活质量，不会因为几分钟的路程而阻碍他们吃火锅。

3.满庭芳二期的停车位众多，且有保安站岗，能满足消费者停车要求。这是其他中高档火锅店无法具备的。(如刘一手外停车位少，且无人看守)。

战略

1.所处地理位置近期无明显优势，但在未来具有极大潜力。因此需考虑长期效益，注重老顾客的保持，新顾客的开发。

2.针对夏季吃火锅问题，开发新产品，吸引新顾客。

3.特色产品不突出，因采取引导消费，带动特色产品消费。

三、关于天地和火锅坊营销策划：

营销主题

“留住老顾客，开发新顾客”。

五一等节假日是餐饮消费的高峰期，但五一节三天的收入是比不上一个月的收入的，节假日营销目的不仅仅是要提高短期经济效益，更重要的留住现有老顾客，开发潜在新顾客，带动今后的业绩增长。且嘉州新城、满庭芳在未来将有极多潜在消费者入住，更因进行新顾客开发。

针对该主题，实行新产品开发策略，组合销售策略及会员卡营销策略。并进行针对本火锅坊消费群体的促销宣传。

会员卡营销策略

一、实行会员制卡的益处：

1.长期广告效应。

2.有助于留住老客户。

3.收集会员信息对今后产品、服务等进行改进，让客户更加满意，也方便今后的营销计划制定。

二、会员划分

普通会员

金卡会员

三、会员卡功用

普通会员：凭卡消费，赠送特色菜品一份；或享受折扣优惠。

金卡会员：凭卡消费，优先使用雅间，且免收雅间费；赠送特色菜品一份；享受折扣优惠。

注：尽量不使用折扣方式进行低价行销。

四、会员卡制作要求

普通卡：简洁、大方、不俗。

金卡：高贵、典雅，能凸显持卡人品味。

普通卡及金卡均进行统一编号。

五、会员卡发放形式

普通卡：五一期间在本店消费者均可赠送。或平时在本店消费满300以上者。

金卡：利用关系网赠送的形式，赠送给企事业单位，及乐山社会名流。

备注：借力营销：借力满庭芳、嘉州新城售楼中心，对其业主免费赠送会员卡。

六、会员管理(消费者信息收集)

发放会员卡后，对应会员卡编号，记录下持卡人信息，并对持卡人每次前来消费的具体信息(消费人数、该次消费者间人员关系(关系包括家庭、同事、朋友等)、消费金额、消费菜品、用餐习惯等)。

收集会员信息对今后产品、服务等进行改进，也方便今后的营销计划制定。

新产品开发策略

夏季吃火锅，有燥热感，且易上火。且随着现代人对生活水平的，在家庭消费者中，常常出现60岁以上的老年消费者，他们不宜多吃油腻；对于爱美的年轻女性来说也不宜吃辣。对于此问题应进行有针对性的新产品(锅底)开发：

清爽温补型火锅、养生保健型火锅、美颜排毒型火锅等(如多种菌类的火锅、清新爽口的瓜果火锅)

组合型销售策略

将多种菜品和锅底进行合理搭配，组合成不同的火锅套餐，对各套餐进行富有特色的命名，并对组合后的套餐进行一定的折价。

该策略作用1.引导消费者消费不同菜品和新产品。

2.帮助消费者进行最佳的口味搭配。

3.套餐组合的命名能加深消费者对本火锅坊菜品及本火锅坊的印象。

促销宣传策略

天地和火锅坊定位在中高端市场，因此在做宣传时，定位为“精品火锅坊”。

一、目标消费者

目前(嘉州新城还未完全入住)，天地和火锅坊的目标消费者为中高端人士，他们有车，有钱用于餐饮休闲消费，且吃火锅一般携同家人或朋友。此类人群集中地点：滨江路河边茶铺及茶楼、商务会所、休闲健身会所等。

二、宣传形式

传单：1.制作要求：邀请函形式、美观、大方、3000份

2.内容：对天地和火锅坊简要介绍、新菜品、新锅底、五一活动介绍等。

3.散发：滨江路河边茶铺及茶楼、商务会所、休闲健身会所等。

4.报刊广告：不采取在报刊上直接做广告，而将传单交予报刊乐山代理商和销售商，将传单插在报刊中，这样能以极低的费用做宣传。

(电视广告)：

1.内容：对天地和火锅坊简要介绍、特色、新菜品、新锅底、五一活动介绍等。

2.时间、时长：在6点至8点时段内，1小时之间，投放2次30秒广告。播放时间4月28日至5月1日。

注：由于电视广告成本过高，是否投放待定。

经费预算

传单：0.5元×3000份=1500元

传单发放人员：30元×10人×3天=900元

(电视广告：600元×3次×5天=9000元制作费用：500元)

会员卡：500张×0.8=400元

总计：2800(12300)元

营销效果评估

广告效果评估：采用反馈评估法，结合会员卡营销，了解消费者是通过何种途径知晓天地和火锅店。

**火锅店营销策划总结篇5**

一、项目前景：

综合现代社会发展的各项消费需求，饮食行业占据的比例日趋增长。店面受地理位置，当地居民消费水平，饮食用餐环境，人际关系，投资实力，同行竞争状态，投资者自身经营理念等综合因素制约和影响，投资者应根据自身实际情况量力而行，谨慎决策。做事先做人，投资餐饮要有一颗健康的心态，不能弄虚作假，不能以劣充好，更不能使用任何有害健康的物质，宁可一人吃一千次，不愿千人吃一次。

经营实际上投资的是勤劳，是理念，是诚信，聚少成多，聚沙成塔，坚持在长跑中取胜。根据我的个人考察和见解，和对于已有意向的开店地址湖南岳阳湘阴的了解，该地区是个生活水平相对较快的地方县市，整体居民的消费水平层次已上升到了注重个人的享受的观念。

在火锅业蓬勃发展的今天，面对新的市场机遇和挑战，我觉得本县有着优厚的条件。首先，从事本行业专业化的店面还没有出现，所以本行业发展空间很广阔。其次，根据多方面的考察综合，本地区人吃辣的饮食习惯一定程度上促进了本行业的发展。再次，本行业一年四季都能火爆营业，对于爱好美食的湘阴人民，我很有信心做好此项目。但要正真做好，还需要从实际出发，综合各项条件，做到具体问题具体分析。

二、前期准备：

1、在符合自己基本条件的前提下（口味纯正，绿色环保），资金适当，寻找适合的加盟商，提前一个月对总部进行全方位调研和咨询，索取和了解有关加盟总部的全部信息和资料。做好步步相应的实地考察工作，经过自己亲自的尝试和分辨工作，正式参加培训，获得产权。与加盟商做好相应的协调工作，将开业前开业后的具体工作都协商好，签订各项协议。如：

1、提供《后厨技术手册》、《策划方案》、《培训手册》、《岗位职责》、《财务制度》供乙方参考或学习。

2、提供装修及装饰光盘或装修样板照片供乙方参考。

3、提供公司所获荣誉证书复印件供乙方备案。

4、提供招聘、招商、宣传标语、宣传单、开业促销等文案及日常事务安排表等文稿。

5、应乙方的要求，我们可协助乙方对店铺各功能区进行合理规划，包括：包间、大厅、卡座、厨房、液化气总控室、走道、厕所、收银台及门头的形状、尺寸、用材等。

6、提供专用锅、碗、瓢、盆、灶、桌、椅、灯箱及服装图案样本。

7、提供餐巾纸、筷套、专用诗词歌赋及对联文本样稿。

8、我方可将主要技术或管理骨干派往其公司强化培训。

9、在装修过程中，若有疑难问题可随时与其公司营运部保持沟通和联系。

10、应乙方的要求，甲方可委派筹备小组前往贵方筹备建店，具体工作内容包括人员的招聘培训、供货商的签约谈判、菜单的制作、市场调查、商圈分析、味道味型及菜品、汤锅的制作和调试、广告宣传、营销策划、实战演练、试营业等。

11、开业前一周装修工作必须结束，人员必须培训到位，对所有准备工作和各个服务环节，总部将会跟踪督导，确保本店开业一炮打响、一炮走红。

三、具体实施：

1、在找好加盟商的基础上具体到本地区做好选址工作。从小规模的店面做起，占地用量在两百平方左右。此方面最终要的就是店面的租金问题了，正确的了解本地区的租凭水平，尽量做到节省而且地理位置相对在人流量较大的位置。大概概算如下：

2、注册商标，登记注册，办理营业执照等手续。

3、根据协议，按照样图做好装修工作（ 一般开火锅店之装潢最先要考虑的是消防，这个必须在装潢之前就应该考虑好，避免以后不必要的损失。然后就是墙面，地板，前台，灯光，排气，排湿等一系列总体的规划。总的来说装潢还是看个人喜好的，但千万不要粗糙，因为开火锅店之的形象实在很重要。注意的是装潢必须要建立在消防审查通过的前提下进行。）前期准备工作都要充分。如：宣传资料，标语，招聘工作人员（开火锅店之包括服务员，厨师（调配底料），后勤打杂（洗碗），前台收银，大堂经理，服务接待。一般服务员要求人数最多，一般10个平方安排一个人。），切实作好培训工作……

4、有目标的经营理念和手段。如：经 营 理 念： 诚于品质；以德经商、以质取胜忠于人本。高低结合法：在开业初期，以高质量火锅、高水平服务、较低廉的价格迎接顾客。可以很快赢得顾客、树立形象、打开局面，实现正常经营。根据本地区的消费水平，适当的规定一个消费区间，有效促提高消费率。企业精神：务实创新，追求卓越。

5、正确的结合自身对本地区的人际，地利等各项优越条件加以利用，做好进购货物的保质保价.最主要的还是硬件采购，它占投资的百分之三十五左右，又由于考虑到日后的维护和消防评估，建议使用电磁炉，虽然首期投资很大，但省去了后期很多很麻烦的事情。食品采购指南（开火锅店之包括肉类和蔬菜，蔬菜基本上可以解决，但肉品是个很麻烦的事情，最好是能找到可靠而又稳定的供货商。）

6、正式营业后，通过具体的问题做出具体的分析，积极有效的改善和总结相关经验，以此走向成熟的步伐。切实注意卫生环节（开火锅店之厨房卫生很重要，这直接关系到菜品的品质和顾客对于店面的总体印象。后厨在餐饮中是最重要的一个环节，建议多和那些搞过的师傅多交流。）

7、应注意的事项:

1）产品是否在当地有特色和竟争力。

2）管理人员的素质能力是否能达到标准，有独立管理运营的能力。

3）火锅的味道，小料，涮品是否有特色，在当地消费者是否能适合种消费。

4）整体风格，施工，装修上要适合所选项目的风格和定位，

5）店址的选择上需附合开店的标准，如L门脸，停业位，面积，结构，周边环境，商圈份围，广告位，相关手续证件，排风排烟，水电气，合同时间，租金价格，等需分析了解。

6）对财务上的管理和了解，会控制和分析资金的管控。

7）人员的管理能力。

8）采购行情和市场货源的来源了解分析。

四、个人总结：

主要客源：本餐饮老少皆宜，主要适合学生，青年，白领阶层，小团体聚会，家庭聚餐。口味分区明确，重淡结合的鸳鸯锅。而且消费水平相对比较大众化，一般学生都能承受得起。环境也相对优雅，气氛香浓，是大家都乐意前往的消费场所。我个人觉得投资一个项目成功的重要因素：不是因为开店面成功，而是因为喜欢，坚持，付出，实操，才成功的，把一件事作到底，不成功也会成功的。总而言之，有志者事竟成，理性决策，人性待人。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！