# 餐饮店经营策划方案范文

来源：网络 作者：浅语风铃 更新时间：2024-01-31

*在充满模仿和同质性经营的餐饮市场中,“主题式”品牌策划是现代餐饮企业新时期发展的重要战略与策略。下面小编给大家带来餐饮店经营策划方案，希望大家喜欢!餐饮店经营策划方案1一、时间：5月10日(星期天)上午10:30分二、地点：二楼国际会议厅三...*

在充满模仿和同质性经营的餐饮市场中,“主题式”品牌策划是现代餐饮企业新时期发展的重要战略与策略。下面小编给大家带来餐饮店经营策划方案，希望大家喜欢!

**餐饮店经营策划方案1**

一、时间：

5月10日(星期天)上午10:30分

二、地点：

二楼国际会议厅

三、主持人：

马静、张勇

四、悬挂条幅：

内容“妈妈，我们爱您!”

五、参加人员：

酒店主管以上及酒店20\_\_年4月份优秀员工(Y)代表的母亲、婆婆、妻子，共计37人。

其中：

综合部(11人)：姜总、王总、任总、张总、王瑾、丁燕婷、车小红、张春玲、李琴、王晓燕、(Y)米丽芳

房务部(6人)：马利、王保霞、曹春萍、(Y)张文海、马永娟、李凤兰。

餐饮部(10人)：赵华、翟艳梅、赵丽芳、邓凯、马静(主持人)、张勇(主持人)、(Y)哈罗、杨红亮、刘红霞、吴超

营销部(2人)：刘亚荣、(Y)孙楠

财务部(4人)：周旭春、张志强、祖亚丽、(Y)高虹

工程部(4人)：马永惠、穆雪锋、薛建军、(Y)李春林

六、活动目的：

感谢母亲，给了我们生命，感谢母亲，给了我们温暖，在母亲节的节日里，作为延续母亲的后续体，我们要充满激情地为母亲讴歌情怀，弘扬中华传统，进一步宣扬虹桥“以人为本”，关爱母亲的企业文化。

七、活动内容：

在“母亲节”这个特殊的日子里，为感谢酒店管理人员及优秀员工母亲对虹桥工作的大力支持，特别邀请优秀员工及管理层的母亲、婆婆、妻子来酒店参加母亲节感恩活动，让亲人们了解酒店的敬老爱老的酒店文化，加深对酒店工作的理解，提高团队凝聚力，增强员工对酒店的归属感。

1、由酒店姜纯锋总经理致辞，感谢各位母亲对酒店工作的大力支持，向嘉宾介绍酒店近期发展情况及愿景规划;

2、由餐饮部员工演唱《感恩的心》、房务部员工演唱《妈妈的吻》;

3、进行抽奖活动;奖品为：藻泥浴足剂二十盒(原桑拿遗留，账面无价值记录);皮带17条(账面价值90元/条);

4、邀请各位参加“母亲节”的嘉宾及员工至五楼西餐厅用餐，席间请酒店领导及各部经理向各位母亲敬酒。

**餐饮店经营策划方案2**

顾客是最好的老师，餐饮营销者要不断地主动收集顾客的意见或建议，因为一般情况下，顾客是不会主动诉说的，顾客往往只有在十分满意或十分气愤的情况下，才会表扬或投诉餐饮。所以，营销管理者要设法通过多种渠道，调查和预测顾客的需求，获取顾客的反馈。

目前还有相当一部分餐饮的营销管理停留在简单的推销或低级的削价手段上。餐饮若缺乏正确的营销观念作为经营指导，就很难在竞争激烈的市场中取得胜利。餐饮所面对的餐饮市场，细分为若干个小部分，餐饮只对其中的一个或几个小市场发动攻击，用有限的资源，图谋长期形成自己的势力范围。现代餐饮市场竞争，包打天下的餐饮企业已经失去立足的根本，要想生存下去，必须有目的的屏蔽市场，划分势力范围，建立自己的根据地。小企业是这样，大企业同样是这样。因为选错目标市场导致餐饮企业一败涂地的例子，不胜枚举。

分享推荐的营销

随着社交媒体、SNS社区、020的出现，以“粉丝”、“会员”、“达人”分享和朋友之间的推荐的营销模式逐渐形成，因为餐厅受地址的限制，餐厅的地域性就形成了，所以餐厅适合微信、微博等社会化的营销模式。

主动推送信息

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。

微信漂流瓶营销

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。

LBS+信息推送

餐厅首先要申请微信认证账号提高账号的权威性和可信度，然后在个性签名中输入餐厅信息、打折优惠或能够吸引用户点击进入餐厅微信主页的简短话语等，(如:菜系特色菜优惠劵等)在用户查看“附近的人”时第一时间引起他们的注意。反之的投放实现精准投放。

美食微信分享

分享与链接是互联网传媒的重要通路，更是人之本性使然。应用开发者可通过微信开放接口接入第三方应用，可以将餐厅的logo放入微信附件栏中，让微信用户方便地调用第三方应用进行内容选择与分享。利用微信与朋友分享吃到的美食，分享餐厅优惠等等。

餐厅朋友圈互动

餐厅可以通过运营人员的微信平台，将餐厅的`精彩信息介绍、优惠活动或餐饮品牌推广软文分享到朋友圈中，推广内容支持网页链接方式打开。餐厅通过及时更新和分享用户希望了解的信息，或是能够取得用户好感的相关内容，既可以赢得品牌口碑，吸引新用户关注餐厅和产品，又可以增强忠实用户的粘性，减少用户流失数。微信用户在没有关注该餐饮品牌或餐厅公众账号的时候，仍然能够通过朋友圈看到该餐厅最新信息的链接，从而为餐厅赢得新用户提供有效的通路。

餐厅扫一扫加会员

微信扫一扫是链接餐厅官方微信和用户的便捷通路。用户只需用手机微信中的“扫一扫”功能扫描餐厅独有的二维码，就能获得一张存储于微信中的电子会员卡，可享受餐厅提供的会员折扣、餐品信息、活动介绍和服务。

餐厅微信代言人

微信信息以订阅模式出现，意味着用户希望在这里获得比自己更专业、更全面的视角、观点，原始事实要经过整合再输出。餐厅可以根据自身特点，推出专家级个人账号，该账号发送与餐厅相关信息(美食信息、服务特色、餐饮亮点等内容)，不直接推送品牌信息，做成隐性广告模式，不会让用户产生反感，却能更好宣传品牌，增强用户粘度。

餐厅微信—微博—SNS社区互动

企业营销手段越来越多元化，微博、微信、SNS社区、传统媒体等都是企业营销的主战场。营销手段和渠道的整合是未来营销大趋势。餐厅(特别是连锁性质的餐饮)用好微博、微信、SNS社区三种营销渠道，相互结合、互动，移动端和PC端产生良性结合，不仅可以提升用户体验，还可以增加自身品牌的知名度和美誉度。

餐厅微信营销矩阵模式

微信营销矩阵模式其实就是其一，“以客户为中心”;其二，是立体营销。餐厅根据自己的特色、价位、地点、品牌等诸多因素，在微信公众账号输入“餐饮信息”后会出现餐厅圈子、微刊等相应产品的微信账号，用户可以根据自己的需要选取。

餐厅微信O2O模式

线上线下整合营销，微信的成功在于能够非常细心地把握住现代消费人群的心理。他们是生活在现实世界的互联网使用者，“现实世界”和“虚拟世界”这两个元素将他们一网打尽。餐厅通过微信平台与顾客在线上交流，同时这些意见在线下的实体店消费中将得到体现。

总结

顾客满意是餐饮赖以生存的基础，营销管理者要统计顾客满意情况，测算顾客满意率，同时要将本餐饮的顾客满意率与竞争对手相比较。只有保持较高的顾客满意率，餐饮才能获得满意的收益，才能保持长期发展的后劲。微信的出现是更好地实现精准营销，实现餐厅对顾客的一对对服务。实现微信020让更多的分析从消费者变成回头客，从回头客变成常来客，从常来客变成忠诚的粉丝，忠诚的粉丝通过自己的实际体验，向朋友推荐，实现口碑营销。

**餐饮店经营策划方案3**

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国庆促销活动，有效的照应不同的人群。

四、活动时间：20\_\_年10月1日—10月10日

五、活动具体内容

促销期间凡在本店用餐，百元以上均可享受九折优惠。并随桌赠送特别加菜。

促销期间凡在本店指定系列套餐，\_\_公关传媒即可获得相应礼盒。

活动期间，凡在本店用餐，均可以参加国庆有奖竞猜活动。同时可免费得到快照一张。

六、活动广告宣传

人流量集中的地方，火车站，公交车站等，做户外广告。

报纸、当地电视台也要进行宣传。\_\_巡展公司并进行传单发放。

七、其它相关策略

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。

**餐饮店经营策划方案4**

促销整体策略分析：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。

促销策略一、软文硬做

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。

促销策略二、主题互动。

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。

促销策略三、亲和待客

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\_\_\_领导\_年\_月\_日生日，\_公司\_年\_月\_日年庆，\_\_\_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。

促销策略四、媒体整合

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%。

**餐饮店经营策划方案5**

一、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20\_\_年更好的发展打下良好的基础。

二、活动时间

20\_\_年10月1日至20\_\_年10月10日，共计10天。

三、活动地点

\_\_餐厅

四、活动参与人员

餐厅全体员工、餐厅新老顾客

五、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、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。

2)随顾客所点菜品加赠部分菜品，如当次消费满100元，加赠2碟凉菜;满200元加赠4碟凉菜等;

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

有计划发放餐厅国庆节纪念品、小礼物，增强与客人亲近感，扩大宣传面。

餐厅统一印制部分国庆节纪念品要求小而实用、漂亮大方，如带有国庆节标志的签字笔、气球、打火机、帽子等，按桌发放。

3、抽奖活动——\"品美食、中大奖、游\_\_\"

凡是于1日至10日国庆节期间，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\"\_\_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，奖国庆节红包1个，现金100元;三等奖100名，奖国庆节红包1个，现金5元。

二)内部员工活动

1、服务大比武

10月1前各店召开动员大会;2日至10日服务员之间开展\"服务大比武\"竞赛，在大厅设立一个专门版面，每日评出\"当日服务最优之星\"，并给予物质奖;

2、内部征文——\"我的选择——\_\_餐厅\"

要求：

1)题材围绕\_\_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、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《\_\_都市报》、\_\_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、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、借国庆节之机，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。1日至10日国庆节期间，设立大型宣传板，上面张贴餐厅的精神口号，\_\_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、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\"国庆节\"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国庆节告示牌;礼仪小姐发放餐厅国庆节纪念品;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、\_\_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，五店联合国庆节，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。

style=\"color:#FF0000\">餐饮店经营策划方案

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！