

餐厅美食节方案（专业14篇）

范文是学习写作的好帮手，可以提供写作思路和参考词汇。小编为大家精选了几篇优秀范文范本，供大家参考和借鉴。

餐厅美食节方案（专业14篇） 篇一

调查项目：

调查日期：

调查人：

分析报告：

1、地理优越性。

2、目标顾客调研。通过在本区域经过一周的调查，人群结构为□xx□生活消费水平：综合分析本区用餐以为主，应占%以上。

3、竞争对手态势(sowt)分析。

4、主要竞争对手：

5、促销与广告的预设值：

开业前期应在主要道口设置广告宣传、指示牌、餐厅门口的环境气氛应重点突出。开业要配合长时间的促销以凝聚人气。

一、促销活动：

二、宣传方式。

1)店外装饰：玻璃招贴、店牌、水牌、绿植。门口设立开业

半价条幅、开业花篮及升空气球。

2) 店内：开业气氛装饰品(如灯笼、气球、中国结)开业pop各种标牌及提示牌、易拉宝展架。

3)dm直投：份。

4) 《报纸》、网站：

三、营销执行控制与评估：

1)准备时间：(天)。

2)实施时间：(天)。

1、宣传品(dm)□

1)人工投递宣传单。

2)宣传单制作费：

3)宣传单投递费：

2、报宣传。

分店分发：版份。

委托分发：(3天)在本区域内的生活区委托代发，包括商场服务台，美容美发的休闲台、洗染店、批发市场咨询台及相关行业单位。预计委托代发点拟定个，每个点分发份报纸，赠送餐券。

3、店内易拉宝支架：

4、店外宣传此项费用：元。

5、费用总计(直接费用)：元(不含餐券)。

营销活动进度表：。

加盟店法定代表人(或负责人)认可签字。

特别提示：

1、该资料包含市场调研分析、营销策划、费用预算及活动执行的细则。拥有这份资料您可清晰的知道如何是拟制一份营销策划方案。

3、一份完整的营销策划方案需要按照5w3h的原则进行拟制，必须要具体时间、地点、活动内容、执行人、跟进人、所需费用等，否则则为不完整的。

餐厅美食节方案（专业14篇） 篇二

通过对该西餐厅的经营状况分析，周边环境分析等，首先要明确目前希望通过七夕营销活动解决什么问题？是快速提升西餐厅的知名度、品牌形象？还是以提升销售为主？不同的直接目的会导致活动主题及细节上的差异。

而据普遍行业情形分析，节庆时期餐饮行业并不愁没有客人上门，而对于中高档定位的西餐厅，我认为更关键的是通过对目标消费群的分析（20-40岁群体为主），通过活动主题的包装及提前宣传，营造该餐厅很好的形象与消费氛围，借此去提前吸引目标群的关注。简单的说就是在节日之前怎样更好、更多、更精准的抓住目标客户群以保证节日期间的销售力度。

吸引更多受众的眼球是此次营销活动的关键，不论该事件落实成什么形式的活动，都要具备很强的吸引力；不论场地选择在什么地方，都要有相当的人流量；不论参与活动的人有

多少，抓住目标受众群体最重要。

考虑三个问题，谁会去中高档西餐厅消费？他们如何消费？消费过程中的期望是什么？

中高档西餐厅逐步成为人们休闲交友、商务洽谈、聚会的理想之地，除了消费餐点本身之外，消费者更注重环境、氛围的好坏。这群人拥有既定的价值观、热爱生活、有一定主张和品味、他们除了关注产品本身之外，更注重精神上的享受。

他们在进餐厅用餐除了希望餐点美味之外，也注重环境、氛围、文化等附加值因素；

七夕是“中国的情人节”，因为节日的定位使它具备文化性，如何希望目标群的关注？活动期间用充满七夕文化氛围的包装树立该西餐厅中高档、独特的形象；以满足目标受众需求，具备创意性的活动主题引爆市场；看得见的折扣优惠吸引更多目标人群加入。

环境氛围亮点：以著名“七夕香桥会”文化风俗对西餐厅进行环境氛围的包装，使其具备独特、创意、文化、格调。

餐厅美食节方案（专业14篇）篇三

让光棍节见鬼去吧。

提升餐厅营业额，提升餐厅知名度。

大厅。

20xx年11月11日。

今年的`光棍节也格外引人关注，社会上越来越多的光棍们，想摆*光棍的生活状态，因为我们餐厅推出光棍节活动满足光

棍们的需求，避免下一个光棍节的光棍。

2、凭埋单收据，参与大转盘，（奖品设计有玫瑰花、公仔、精美小礼品）。

1、一楼大门口大型海报一张、店内k展架3幅、电梯小海报4张；。

2、策划部市场单位x展架13幅、不同规格海报3张。

（短信、展架、网页）。

让光棍节见鬼去吧，两人男女行，一人免单。

快快行动吧，在花容酒楼告别你的单身！

11.11光棍节，给单身的你找寻另一“半”的机会！

餐厅美食节方案（专业14篇）篇四

提升餐厅营业额，提升餐厅知名度。

大厅。

20xx年11月11日。

今年的光棍节也格外引人关注，社会上越来越多的光棍们，想摆*光棍的生活状态，因为我们餐厅推出光棍节活动满足光棍们的需求，避免下一个光棍节的光棍。

2、凭埋单收据，参与大转盘，（奖品设计有玫瑰花、公仔、精美小礼品）。

1、一楼大门口大型海报一张、店内k展架3幅、电梯小海报4

张;。

2、策划部市场单位x展架13幅、不同规格海报3张。

(短信、展架、网页)。

让光棍节见鬼去吧，两人男女行，一人免单。

快快行动吧，在花容酒楼告别你的单身!

11.11光棍节，给单身的你找寻另一“半”的机会!

餐厅美食节方案（专业14篇）篇五

xxx一家有主题特色的餐厅(以西餐为主)，别于传统的餐厅经营模式□xxx将餐饮与酒吧合为一体。将非洲原始部落装修风格的酒吧与同样风格的主题餐厅融合，是一个颓废与华丽、个性与自由、张扬与艺术的独具特色餐饮部落□xxx是现代人充满个性，崇尚艺术，追求自由自在无压的生活方式的一方乐土。在享受美味的美食后，同时别有雅致的嘬上一口美酒，也能在畅饮之后，暖暖小胃。如此完美的结合打造出一个受青年人喜爱的小部落。

xxx总资产360万，店面面积200平方米，总面积为400平方米。店面是两层式，一楼餐厅，二楼静吧，均为非洲原始部落装修风格。

宗旨：从不同的视角带给你不一样的生活，重拾青春从这开始。

我们的主要目标群体就是在时尚前线的青年人，根据南昌的实际情况，我们主要对象便是青春洋溢的大学生。

(1)在xxx团购上推出xx专场，将我们的周末主题party/节

日party进行团购销售。根据当前的时尚潮流会推出相应的主题，每周推出不同的party[]我们同时也会根据不同的节日进行相应的聚会策划。

(2)对xxx的xx卡进行线上销售。这个是将本店的vip挂在拉手上进行团购，直接取缔我们消费满多少才能办理会员的方式，当然线下我们还是采取传统的会员模式。

a.通过在拉手这一团购平台推出新颖的聚会party/节日party[]将我们酒吧独特的风格灌输给消费群体。

b.优惠卡团购活动,以打折的诱惑吸引顾客，并将vip称为本店的首长，将会员卡称为酋长卡，以此新颖的称呼来吸引顾客群体，同时也将本部落的特色彰显出来。

c.锁定我们目标市场，让我们的party成为时尚青年的不二选择。

(1) 政治环境分析。

(2) 经济环境分析。

(3) 消费需求分析。

(4) 行业内部环境分析。

1、利于取得未来的竞争优势。

2、决策的便利性、自主性。

3、成本优势。

4、良好的沟通。

5、优化服务。

6、多媒体效果。

1. 缺乏信任感。

2. 缺乏生趣。

3. 技术与安全性问题。

4. 价格问题。

1、站在顾客的角度浏览竞争对手网站的所有信息，研究其能否抓住顾客的心理，给浏览者留下好感。

2、研究其网站的设计方式，体会它如何运用屏幕的有限空间展示企业的形象和业务信息。

3、注意网站设计细节方面的东西。

4、弄清其开展业务的地理区域，以便能从客户清单中判断其实力和业务的好坏。

5、记录其传输速度特别是图形下载的时间，因为速度是网站能否留住客户的关键因素。

6、察看在其站点上是否有别人的图形广告，以此来判断该企业在行业中与其他企业的合作关系。

1、消费者价值观的改变—激烈的企业竞争迎来了消费者主导的营销时代。

2、商业竞争日益激烈化—一般的表层的营销手段已经失去了竞争力。

3、网络特性对传统经营方式的冲击—网络具有互动、虚拟、私人以及全球性等特点，使分析、计划、执行、控制等工作都变得轻松、便捷和高效，传统的经营模式就相形见绌起来了。

1. 吸引更多的青年人的关注，并将其变为我们的xxx□
2. 通过此团购宣传，营造出我们xx个性张扬的主题风格。
3. 让我们的xxx成为南昌市最受大学生喜爱的xxx□
4. 经济效益达到：周末party卷为每月销售量为1600张，酋长卡的每月销售量为200张，预计毛利为12万元。

我们锁定的目标群体是时尚青年，所以我们在南昌站上推出的专场会就大学生的购物心理进行设计，即求新，求怪，求实惠。

1. 我们将推出我们的每周的周末主题party□节日party的团购活动。如：古装圣诞趴，情人节星动趴，野人趴，等等.....每场趴我们的团购价格均在39~59之间，如可乐享我们的【力加套餐】原价150元xxx力加套餐!力加anchor6瓶+花生米/香蕉片/薯条/麻叶片/多味花生/米果(6选3)!节假日通用!在摇曳的灯光下，享受轻松惬意美好时光!

2. 我们也会推出我们部落的酋长升级会员卡，我们的酋长卡分为：普通酋长，超级酋长，贵族酋长。那么这些卡可分别享受全店的9折，8折，7.5折优惠。并且凭卡第一次消费可免费享受部落双人套餐一份。如普通酋长卡享受的价值210元(水果沙律30元，黑椒鸡扒98元，煎猪扒夏威夷风味82元)。同时我们推出的酋长卡是积分升级的，每消费一元就有一分积分，普通卡只需积满800分就可升级为超级酋长，超级酋长积满20xx分就可成为我们的贵族酋长，贵族酋长则需积满4000分才可成为本店的至尊。对于不同级别的酋长我们所

提供的餐具和服务会有所不同，以此产生级别差异。不过只有我们的至尊和贵族酋长才能享受到我们的专享服务。我们的酋长卡的团购价为50元，60元，70元。

1. 在xxx的首页做一个周末集结号广告宣传，以我们的周末兴趣趴的不同主题相应的挂出广告，如古装圣诞趴。即可挂出‘穿越时空的玩圣诞，够不够逆天啊!!’的广告，并且打出‘我的部落，我的酋长’的口号。以吸引广大网民。
2. 在各大学校的贴吧或一些论坛上发帖。引起关注。
3. 我们同时每周还会招聘周末兼职，通过这样的方式达到我们宣传的效果。因为来兼职的大部分都是学生，所以每周换用不同的兼职人员就可以达到我们的宣传效果。

就我们推出的拉手团购的酋长卡和主题party我们做出了不同的营销策略。

首先我们会由策划部做出这期晚会的主题和预算，然后我们会由宣传部做出宣传和推广。最后我们会由执行部进行布置和party的举办。当然我们的餐厅同时也会转变为相同主题，达到格调一致的效果。如我们推出的古装圣诞趴。

1. 由于圣诞将近，策划部做出古装圣party□

的主题，将传统的圣诞party抛之脑后，推出具有古代气息的欢聚盛会。当天店内的所有餐具都会改用古代的酱油碗筷，酒杯也会改用酱油碗代替。并且所有的服务人员均换上小二的服饰用古代的招待方式进行服务，如用上客官等一些称呼。餐厅每个桌位都设为不同的名字，如吕布桌，乔峰桌，贵妃桌.....酒吧则也会将当晚的皇宫御演为主打，它是古代演出与现代摇滚的结合，也就是穿着古装，打着dj,扮着白娘子舞着disco,总之让你意象不到，绝对的逆天。

2. 宣传部拿到预算后就要将这次趴的广告。

宣传和团购活动在xxx上做出来，如古装圣诞要逆天啦，等的宣传口号。

3. 执行部将店内布置成类似于古代酒楼的。

环境，如利用帘子和灯笼一些来装饰。其次就是酒吧的御演，将古代服饰与现代舞结合，性感和古典的演艺，劲爆全场。最后将圣诞的老人改为月老的红线大派送将整场趴推入高潮，给单身男女的部落狂欢，即现场速配。

4. 同时我们会在party的结束之际推选出。

此次趴的最high潮人，其可享受我们的全年免费party并将其照片挂在部落版上进行年终的最具魅力酋长选举。

5. 在party中我们会让消费者选出下一期所期待的party盛宴，以此作为我。

们下一期的活动。以此锁定我们的部落员。

1. 将部落vip会员卡进行网上销售，即酋长升级卡。通过每次的消费进行酋长升级。以此激发消费者的好胜心理达到锁定顾客的效果。

2. 像持有酋长卡的xxx们不定期的发送一些部落小礼品，如富有民族特色的小饰品，或是后期我们店内的自制小礼品等。

3. 同时我们会给我们的年度部落酋长们制作影集册，供给部落格里给其他消费者欣赏，在给予老顾客的荣誉时，也同时宣传了我们的品牌。

在推出以上团购活动后，我们实现了预期目标，将xxx打造成

了一个时尚青年休闲娱乐的小部落后。我们还会在推出以下几个方面扩展：

a.向我们市的各个中小型公司推出我们的联谊party套餐，为他们的员工提供一个愉悦的交流平台和释压的娱乐空间。

b.老年人专场相亲晚会，让xxx不仅仅只受时尚青年的热爱，同时也让我们可爱的老人们再次重获青春。

以上就是酒吧西餐厅网络营销方案的全部内容，这篇网络营销策划书写的很全面，希望它对您有用。如果您还想了解更多的网络营销方案，请继续浏览本栏目的其它内容，相信总有一篇适合您。

餐厅美食节方案（专业14篇）篇六

通过6.1__前期和当天的宣传，对用餐的顾客进行温馨提示和礼品赠送，以及给顾客提供其他的超值服务的系列行为，来感动顾客并增加顾客对我们麻辣风芙蓉会馆的情感关注，不断聚焦麻辣风，进而提高我们的营业额和顾客的回头率以及对我们麻辣风芙蓉会馆品牌的忠诚度。

通过我们的情感营销(提供超值服务)不断提高我们麻辣风芙蓉会馆在该廊坊餐饮市场的占有率，不断领先于竞争对手。

是我们完成品牌战略的一次行为。

□20__-06-__□

：麻辣风芙蓉会馆。

1、父亲节当天来我店用餐的顾客都可以免费给父亲打个电话，无论是市话、国内长途。限时15分钟。

2、父亲节当天来我店用餐的顾客都可有机会免费拍照一张，
并免费寄到本人父亲的手中；。

3、父亲节当天如有客人请本人父亲来我店用餐，可享有如下
优惠：(1)、免费合影一张；(2)、送影框一个；(3)、送纪念父
亲节特制菜品13份；(4)、送礼品一份(领带等)。

4、如果是请自己的父亲用餐，除了可享受以上优惠，还可以
享受全单8.8折优惠；。

5、父亲节当天过生日的父亲，我店免费提供父亲节家庭套餐
一桌供10人以内用。餐厅父亲节活动--餐厅父亲节活动策划
方案--策划书。(父亲的生日必须以二代身份证上的日期为准，
年龄达到法定结婚年龄一年以上，有和儿女合影照片)

(一)、对外宣传。

1、做2期平面媒体广告；。

2、电视广告2期；。

3、网络广告；。

4、高档楼宇广告。

(二)、短信群发。

短信内容：6.15父亲节到了，麻辣风全体员工祝福您的父亲
或身为父亲的您健康快乐!当天(6.15)生日的父亲可享受免费
家庭套餐!还有更多惊喜呐!订餐电话：

(三)、通过店内外各种广告(图片和文字)在不同位置的布置，
进行全方位立体化的宣传，在店内营造出浓浓的父亲节氛围。
具体工作布置如下：

1、店外水牌，第一次提示顾客；。

2、店内广告和氛围营造：

(1)、_展架3个；。

(2)、喷绘图片30张；。

(3)、特制父亲节菜单；。

(4)、免费父亲节家庭套餐；。

(7)、员工：父亲节快乐!等等对顾客进行第二次第三次父亲节提示，让顾客产生父亲节的情感或由此而想起了家乡的父亲或由此而想起自己做父亲的艰辛与不易为后面的感动做好铺垫！

3、现场互动：

(1)、送父子(女)连心菜品一份。：祝愿天下父子父女都永远心连心、幸福快乐！

(3)、为现场的父亲和天下父亲敬上一杯祝福酒，祝酒词：今天是父亲节，祝现场的父亲和远在家乡的父亲节日快乐、身体健康！

(4)、(祝酒词讲完之后)说：各位领导，我和我的助手一起为现场的父亲和客人献上一曲《父亲》，再次祝您和您的父亲节快乐身体健康!(将氛围推向高潮)。

1、宣传文稿、词句感情表达要贴切、准确、到位，过则显假，欠缺则无法与顾客产生情感共鸣，就很难感动顾客。

2、对父亲节活动内容要进行全员培训，达到熟知的地步。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/108067107136006047>