

餐饮业商业计划书

餐饮业商业安排书 1

一、发展前景

我从初中起先就始终住在校内里，很清晰“吃饭”这个麻烦的问题，也就是食堂吃饭的问题。因为学校食堂一般都是以大锅菜的形式制作，所以即使价格低廉，也很少受到学生的欢迎。

而学生对食堂饭菜的埋怨是“从古至今”。虽然高校生可以在校外吃饭，但由于经济因素，大多数学生都情愿在学校食堂吃饭。食品质量得不到保证，会导致许多问题。学生养分跟不上，甚至有些学生常常不吃饭。由此，养分不良、胃病等本不该出现在高校生身上的疾病屡见不鲜，为学生的身心健康埋下隐患。所以我确定综合食堂和餐厅的优缺点，开一家学生自助养分快餐店。

其次，店铺简介

本店位于高校聚集中心，风险评估的主要客户是高校生、老师、工人。营业面积约 80 平方米。主要供应早餐、午餐、晚餐、特色冷饮和休闲餐饮等。早餐以浙江等南方小吃为特色，当然本地小吃不行或缺。品种多，口味全，养分丰富，让食客有更多的选择。午餐和晚餐，有南北不同口味的菜肴。

代替正餐的还有各种冷饮，假如汁、薄冰、冰粥、刨冰、冻豆甜汤、冻咖啡、水果拼盘等。这家餐厅采纳快餐自助餐，使顾客有更轻松的用餐环境和更多的选择。餐厅装修自然随意，很有现代气息。墙面采纳光温色调，厨房布局合理精致，采光好。整体感觉介于家庭厨

房的性质和酒店厨房的性质之间。

三、发展战略

1.餐厅开业前须要做广告，因为主要的客户群体是针对学生的，学生之间信息传递的速度和广度都很大，所以不须要花费太多精力在宣扬上，只须要传单或多媒体(如音频)形式的简洁广告。

2.餐厅采纳自助餐式，供应免费茶和鲜汤。而且大米质量比竞争对手好，可以采纳不同的方法使口感不同，从而区分于竞争对手，给客户更多的实惠，吸引更多的游客。此外，餐厅还供应烧烤+冷饮、八宝饭等情侣套餐，由于休闲饮食的空缺，这将成为餐厅的一大特色。

3.许多同学都习惯了 3.1 线的生活方式。许多时候，为了节约时间，他们会选择最近的餐厅，而不是远处的餐厅。所以地理位置和校门距离不是很大。

餐厅也会在适当的时候供应外卖服务，并依据不怜悯况实行相应的措施。比如三单以上(含三单)，可以免费送到你家，单独点外卖的须要交肯定的送货费。这还有一个好处。假如一个人想点外卖，为了不交送货费，会点另外两个外卖，这样也可以增加销量。

4.餐厅运用不锈钢材质的自助餐盘，经济环保，垃圾不能随意倾倒。可以联系农夫，让他们免费领取，互惠互利。据悉，竞争对手在这方面做得并不好，所以良好的就餐环境可以吸引更多的顾客。

5.虽然暑假期间游客数量会大幅下降，但终归还是有一些学生留在学校，旁边的居民和农夫工。当时可以实行削减生产、转移服务重点等方式，改善暑假期间的经营状况。考虑寒假学习一个月，削减了

不必要的花费。

6.市场经济发展快速，改变多端，充溢活力。所以，要从长远的角度看一个企业的发展，制定长远的规划。须要总结运营的整体状况，在每个阶段之后制定下一步安排，这是一个阶梯式的发展模式。

运营稳定后，可以考虑扩大运营，增加其他服务项目，找寻新的市场，做连锁经营，渐渐打造自己的品牌，发展成为专为学生供应美食的餐饮行业。总之要从长远的角度看问题，这样才有企业的将来。

第四，餐厅管理结构

1 名店长兼收银员，1 名厨师，2 名服务员。

经营理念侧重于以下几点：

主要文化特征:保健和人文关怀

主要产品特点:具有食疗保健功能的素食餐

主要服务特点:会员跟踪服务

主要环境特征:具有传统文化的绿色餐饮环境

五、市场分析

高校食堂吃饭始终是个问题，高校风险评估中吃饭质量低已经成为公认的问题，只满意了学生的温饱问题，但质量远不能满意学生的要求。一些高校的饮食状况令人担忧，甚至一些高校食堂发生集体中毒事务。

依据这一点，为了保证高校生的食品平安，提高高校生的食品质量，建立了高校餐饮联盟，旨在为高校生供应廉价、平安、优质、有特色的食品，同时为高校供应肯定的勤工俭学工作，帮助贫困学生更

好地完成学业。

六、推广和市场渗透

1.促销策略

预宣扬:大规模、高强度、大投入。

后期宣扬:注意现有客户关系管理,进行口碑营销。安排和组织定期的详细活动,如赞助学校组织的晚会,通过活动时时常的宣扬和提示客户的消费意识。对于节假日,进行有针对性的宣扬策略,比如发传单。

七.财务状况分析

1.依据计算,可以初步得出开店启动资金须要 10600 元左右(场地租赁费 2000 元,餐饮卫生许可证等证件申请费 600 元,场地装修费 3000 元,厨具购置费 1010 元,基础设施等费用 4000 元)。

2.运营阶段的成本主要包括:员工工资、材料选购 成本、场地租赁成本、税金、水、电、燃料成本、杂项费用等。

3.日常经营财务预算和分析依据预算分析和调查,可以初步确定市场容量,每日总营业额粗略估计为 800 元左右,收益率为 30%,从中可以计算出投资回收期为三个月左右。

八、营销组合策略

1.有形营销策略由于餐厅的经济实力还比较弱,所以会在前期实行回避现实、避开大量硬广告营销的营销策略,采纳一套有效的“承诺营销”进行产品推广。通过菜单,海报,文化手册,广告,促销活动等宣扬和提倡消费者。上帝的财宝”我们的经营宗旨和理念。

2.娴熟的营销策略的连续性和安排性将确定餐厅在避开一般餐厅顾客忠诚度低的缺陷方面具有内在优势。为了使餐厅在顾客心中建立起权威感和信任感，餐厅将建立完整的会员信息反馈系统来实现营销承诺。

九、大力打造“绿色食品”的品牌形象

依据食疗产品竞争激烈、仿照性强、季节性强的特点，实现企业显性文化和隐性文化的有机融合，增加企业的品牌爱护意识和实力。围绕“健康、绿色”的品牌特色，餐厅通过树立绿色形象，开发绿色产品，采纳绿色包装和标记。

加强绿色沟通，促进健康消费，实现营销目标。作为一家开展绿色营销的餐厅，我们有自然的优势，这家餐厅将严格执行绿色餐厅的标准，在原材料选购、食品加工和卫生方面都将严格限制。力求在不失时尚的状况下营造一个简约优雅的用餐环境，通过餐厅设计的布局、装修风格、温度体现健康绿色的理念。

卖场设计

1.视觉识别

店名:一方面要与自身业务亲密相关；另一方面，要留意商业场所所在校内内，贴近校内特色，简单被校内群体所宠爱和接受。店名要有风格，要有长远的含义。

颜色:以黄色、红色、橙色等暖色为主，辅以轻愉快泼的冷色调。呈现时尚、潮流、优雅、品尝。

2.商店布局

适当运用灯光、地毯、隔断等元素，一方面尽可能有效利用空间，另一方面又显得东拼西凑，不开阔和沉闷。有些私密餐桌可以适当设计，但长期入住的顾客可以充共享受舒适的感觉。分区布局，让每个细分群体的消费者都有自己喜爱的角落和桌子。

照明和照明：

照明是餐厅装饰的重要元素。选择不同风格的灯光可以有效提升餐厅的美感。灯光是烘托餐厅氛围的重要组成部分。你可以选择不同的颜色来衬托餐厅的开心气氛。同时，客户应依据自己的要求，在自己的空间内保持调整照明的便利性。

墙面装饰和窗帘：

依据季节调整，各种面料材质、图案、颜色尽量协调，呈现餐厅的风格，贴近消费者的感官享受。

工作台位置：

桌子的设计和摆放要整体和谐，有个体差异，避开给消费者一种大排档的感觉。

工艺品摆放：

工艺品的选择要贴近餐厅的氛围和消费者的喜好，体现餐厅的品尝。

餐具：

干净整齐，应体现咖啡馆的特色或形象。

背景音乐：

浪漫，轻音乐柔软，响度适中。

市场风险

1.内部管理风险:

餐饮业是一个技术含量相对较低的行业,但须要严格的风险评估管理来赢得消费者的信任。对于大多数中国经营的餐馆来说,内部管理松散,服务人员素养低。如何建立现代企业制度,完善企业经营机制,加强企业内部管理,关系到企业的生存、成败。

2.原材料资源风险:

这家餐馆的原料主要是果蔬、豆类和真菌,是当今最受欢迎的绿色自然无污染食品。特殊是这家餐厅是一家保健餐厅,所以在原材料的选择上须要专业学问和技术投入,有利于选购 簇新、自然、无污染的绿色食品。

餐饮业商业安排书 2

安排书摘要

一、公司经营目标与商业模式

二、项目建设内容与规模

三、项目财务预料

四、中小企业融资要求

第一章 企业概况

一、企业基本状况

1、项目业主信息

2、公司历史沿革

3、公司组织结构

4、公司人员构成

二、企业经营业绩

三、公司管理团队

1、主要团队管理人员

2、团队素养

其次章 企业产品及服务

一、企业经营模式 14

二、企业主要服务产品结构 14

三、中心餐饮与直营餐饮 15

1、中心餐饮店规划 15

2、餐饮店设计 16

3、餐饮运营管理 18

4、直营餐饮运作安排 21

四、加盟餐饮 21

1、加盟餐饮经营模式 22

2、加盟业务操作与流程 22

3、加盟成本费用和投资预料 24

4、加盟商利益分析 26

六、增值服务 29

1、电子商务服务 29

2、物流服务 30

七、服务质量限制 31

第三章 行业和市场分析

一、行业现状及发展前景 35

1、行业现状 35

2、行业发展前景 38

二、客源市场分析 40

1、市场潜力 40

2、市场增长预料 41

3、目标市场 41

4、市场份额 43

三、市场竞争及对策 43

1、市场竞争状况 43

2、竞争对策 44

四、政府产业政策 45

第四章 营销战略与 CIS安排

一、营销目标 47

二、营销策略 47

1、品牌策略 47

2、服务市场定位与组合策略 48

3、价格策略 48

4、销售方式与渠道营销策略 49

5、广告策略 49

6、促销策略 50

7 51

三、营销队伍建设安排 51

四、CIS安排 52

1、企业 CIS战略 52

2、餐饮统一 CIS系统 53

五、售后服务体系 54

1、服务宗旨 54

2、售后服务体系及基本功能 54

六、饮食文化活动营销策略 55

第五章 项目建设安排

一、项目建设内容与规模 56

二、项目选址及项目地区概况 58

1、项目选址 58

2、项目地区简介 58

三、直营中心餐饮建设安排 60

1、建设内容与投资概算 60

2、建设进度 61

四、餐饮项目建设安排 61

1、建设内容与规模 61

2、建设进度 62

3、餐饮店建设投资概算 63

五、商务网建网安排 64

5 67

六、建设成本限制 68

第六章 发展战略及目标

一、公司长期发展战略 69

二、战略发展目标 69

1、质化目标 69

2、量化目标 69

三、企业经营发展战略 71

1、企业总体经营发展战略 71

2、企业运营体制 71

3、产品服务发展战略 73

4、资本运营战略 73

5、国际发展战略 74

第七章 公司的管理

一、公司管理组织结构 75

1、公司总部机构设置 75

2、餐饮店机构设置 75

二、管理机制 76

1、董事会领导下的.总经理负责制 76

2、人才激励机制 76

3、财务限制机制 77

4、监督机制 77

5 MIS) 77

三、人力资源安排 79

1、公司雇员安排 79

2、教化与培训 79

四、企业文化 80

1、企业文化建设的重要性 80

2、企业文化建设的目标 81

3、企业文化的构成 81

4、企业文化建设方案 81

5、企业文化的实现 83

第八章 财务分析

一、营业收入预料 84

二、营业成本与费用规划 86

1、营业成本 86

2、营业费用 88

3、管理费用 88

4、财务费用 89

5、总成本费用 89

三、资本支出 90

四、损益表和现金流量表 91

1、常规假设 91

2、特定假设 91

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/466132122111010155>