

2024 年餐饮策划书篇篇

餐饮策划书 1

一、活动时间：x 月 x 日（星期 x）——x 月 x 日

二、活动地点：饭店、酒店、餐饮。

三、活动主题：双十一促销

四、活动目的

1、宣扬公司形象、品牌形象，影响主要目标消费群的消费心理，在目标消费群中塑造一个美妙的形象；

2、通过活动的概念引导，在消费者中留下较好的印象，增加消费者和企业员工的信念，提高品牌知名度和美誉度，影响消费者品牌忠诚；

3、变更消费者认知，形成良性相识；

4、培育潜在消费者，加深目标消费群对饭店、酒店、餐饮的了解；

5、周年庆典意图让人们加深对饭店、酒店、餐饮的相识，接受并情愿到饭店、酒店、餐饮来消费，而双十一则是让大众亲身体验饭店、酒店、餐饮的特色与服务，同喜同乐，进而干脆提高利润。

五、活动分析

（一）饭店、酒店、餐饮自身分析

1、饭店、酒店、餐饮的消费对象属中、高档阶级，他们一般都有良好的文化背景或经济背景，与饭店、酒店、餐饮深厚的文化气氛相契合。

2、饭店、酒店、餐饮菜肴主要以中式菜为主，不存在口味差异的问题，但是美食当前，圣人也会流涎的。也是其他商家缺少的。

（二）竞争对手威逼分析

饭店、酒店、餐饮地处中山路与九一路交界处，属于市中心繁华地带，同一地段、同类经营的场全部“老树咖啡”和“我家咖啡”，而这两家无论从装修格调还是经营风格来讲，都比较西式化，现代感较强，店面招牌较突出，易吸引路人视线。其菜肴也主要以西餐、商务套餐为主，消费水平属中高档，比较适合时尚一族的消费心理。纯子柔情，也是饭店、酒店、餐饮的一大竞争对手。因而本次活动的主要目的就是办一次绘声绘色的活动，从而一举成名。

另外，在双十一时，几乎全部的酒楼餐馆都会或多或少地举办促销宣扬活动。活动概念关系连结，从双十一起先，以美食节作为连结，从而使本次活动在削减宣扬费用的同时促进消费。进而获得更大的利润。

户外布置：

布置宗旨：隆重、喜庆气氛与饭店、酒店、餐饮的文化特色相结合。

外景布置：

拱门或汽模 1 个：上扎小气球 200 个，拱门庆贺语单面。摆放一个礼拜。条幅 8 条。

花篮 20 个：摆于门口。

每个窗户设置一幅对联，其内容须与“双十一”有关。另外，每条对联上方有盏灯笼。

霓虹灯的悬挂：与悬挂对联相冲突，故只能两者选一。

活动时间：xx 年 x 月 x 日——xx 年 x 月 x 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、赠送实惠券：凡消费满 100 元以上的消费者均能获得实惠券。

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。

地址：饭店、酒店、餐饮临街空地建行门前。

场地布置：

搭建一个临时舞台。

背景布幔一个。

进腔调响一套。

舞台地板上小灯笼 16 盏。

其他背景灯光。

活动创意：

1、现场猜谜活动：在活动现场悬挂有谜语的五彩灯（红灯）笼。凡中者皆能获得 10 元的消费实惠券。塑造双十一的气氛和饭店、酒店、餐饮的江南文化。专设一个谜底台。

2、演艺活动策划：

（1）有奖征答问题：关于饭店、酒店、餐饮的发展史等问题

（2）载歌载舞：觅歌舞团演出，另外，主持 1—2 名。

（3）穿插一些让观众参与的《双十一》：邀请台下一起参与，凡唱的歌都带有“一”字或是咏“双”的。最少二句，无需整首演唱，歌曲不能重复，唱出最多首和唱功最好者，均有嘉奖（100 元或 50 元消费券）。

（4）拉啤酒商做冠名赞助，从而削减费用的开支，进而促进利润的增加。

（5）饭店、酒店、餐饮特制月饼大派送：由老板、员工及嘉宾共同实行切饼仪式，统一送至顾客手中。

广告宣扬传策略：

一箭双雕，即通过一次广告宣扬周年庆典和双十一促销活动，在信息达到大众的时候削减广告费用。

简易描述：

一、媒体的选择：以《xx 日报》、DM 单为主，海报等其他为辅。

二、广告宣扬口号：xx 饭店、酒店、餐饮，年年双十一。

xx：数词，代指 x 月 x 日——xx 日

正好从饭店、酒店、餐饮周年庆典到双十一夜。

符合逻辑性。

三、宣扬内容：

1、周年庆典的活动内容

2、美食节实惠信息

3、双十一与其他信息

四、留意：

1、时间性：x 月 x 日一期《xx 日报》。DM 单除了活动期间发放外，还可以在 5 日前发放。

2、宣扬内容的新奇性和完整性。

费用预算：

媒介费用 x 元

户外布置 x 元

现场布置 x 元

其他宣扬 x 元

总计：x 元整

餐饮策划书 2

一："餐饮店"的现状和发展

餐饮业的火锅和中餐发展几乎达到饱和。所以我们在投资时，从几方面的考虑和调查分析得出，换回大的效益，再以回笼的资金扩大市场，发展经济。

快餐自主经济的市场有很广的发展领域，消费者也是很单纯的消费，相对外部市场竞争要小，个体经营单纯，以小投资为主，服务于年轻上班一族和在校高校生，学生和上班一族就是本店的顾客，应当怎样服务于顾客，首先，要吸引学生和

年轻上班一族的留意目光。

让他们能在最短的时间来光顾本店，所运用的营销方法是多种途径的；其次，是怎样让第一次光顾的顾客变为潜在的顾客、常客、种子顾客，所运用的营销方法也是多种多样的在成都有许多以这形式开店的胜利的案例。比如金汉斯。巴西烧烤。咖喱咖喱快餐。都是胜利案例。最重要的是新都没有一家是这种形似店，竞争就等于无。

二：新都周边的市场调查

从四周餐馆的分析：

1、大多数餐馆都是以一般小型中餐经营，没有多大特色，菜品都是以川味和火锅为主。

2、四周有两家西餐快餐为主的店在经营，一家是韩国烧烤。一家是德克士。两店经营都算不错，但味道已经过时，最重要的两个致命缺点，就是性价比不高。

两家想要吃饱最少一个人花费在 50 元左右，在 36/人的价位上我们能做出更好品质的菜品和更高的服务。

3、四周的餐馆很少用到营销策略，除德克士有许多策略都可以象德克士学习。三："餐饮店"的发展安排

现在成都是新特区。新都是成都的重点发展对象。我们要以"诚信、服务"为宗旨，"独具匠心"为发展的首要举动，"餐""饮""乐""闲"为发展目标。开一家餐饮店为首要发展方式，创建出自己的品牌，

在以"多元化发展战略"在新都经济发展快速的时候更上潮流，扩大自己的市场。争取在一两年时间内，赚取本金后还有一部分利润，用这部分利润来扩展市场。四：店铺主要策划

- 1、找一两百平方的店铺。最好在二手市场买一些桌椅和沙发，九成新，具有肯定的特点。
- 2、聘请三名厨师和 4 名服务员，在学校招收一到两名学生做兼职。
- 3、装修肯定要大方得体，有一种别距特色的感觉，抓住消费者的消费视觉，先是吸引视觉，后是味觉，最终综合成感觉。
- 4、在为开张之前，有肯定的广告宣扬。自己先给挚友介绍请他们免费品尝亲身的感受，不用说，他们都会给你做一个活宣扬。另一个也节约了经费。还有就是在人口密集的和各大校内门口发送传单，招数虽然有些过时不过效果好很实惠。
- 5、服务员最主要的工作是清理餐桌和店铺的卫生，随时都是一层不染，没有油腻的感觉，给顾客留下深刻的印象，对每一个职员要求先把自己的卫生处理好，才能更好的`服务于顾客，假如有顾客或者出现不干净的事物或环境立刻处理，赔礼致歉重新更换食物或者打扫卫生，如顾客还不满足可以以陪赏进行致歉。
- 6、我们的质量、服务、环境要做到一流的，
- 7、为了提高服务质量，就得抓好员工这一关，让他们真正的容入到服务中来，以"良好的服务，积分制"假如积分越多，在月末的时候奖金就越多，赏罚分明不管谁做错了都要自己负责要不立刻走人。
- 8、在经营中，可以在某一个时期，进行营销活动，来吸引更多的顾客。

餐饮投资安排书二：

随着经济的高速发展，人们的收入也变的越来越丰厚，起先由原来的吃饱向吃好吃得平安健康转变。起先削减了对大鱼大肉的亲睐，起先喜爱一些清淡的素食产品。而我们餐厅的产品就是针对消费者的这种需求所供应的。这些高收入的人群对健康有着更高的要求，而且他们也有着方面的消费需求，我国经济的高速发展必定会产生一批又一批高收入的人群。而高档素食也越来越会被他们所接受，并且素食也会成为一种潮流。对于追求时尚的年轻人会对其产生别样的情趣。

（一）餐厅选址

餐厅的选址确定了餐厅经营成败的一半，我们必需把好选址关，开餐厅所选的地址必需交通便利，便宜的交通是顾客确定购买行为的重要因素，它能确保有足够的客流量。假如交通不便利，过往的客人就没有就餐机会，也就产生不了就餐欲望。而我们的餐厅是针对高消费群体的设计的。所以餐厅的选址应当在高档住宅区、高档写字楼、高档商业区旁边，这些地段人群密度高，人群的收入高有较高的消费实力。并且有高的消费动力。环境特征高收入群体对环境的要求自然要高一些，我们所开餐厅调查发觉假如餐厅及四周环境幽雅、整齐会给消费者带来不同的视觉感受。能够赢得更多的顾客光顾量的档次就确定了我们餐厅环境必需要好。

（二）餐厅定位

餐厅的定位对一个餐厅的经营的状况有着重大影响，这是意味着我们赚谁的钱的问题，是我们餐厅的一个目标，我们必需了解我们的客源类型。我们餐厅所坐落的地段就确定了我们餐厅经营定位是以高档素食为主的餐厅，所以我们的消费群体主要是高收入的人群，而他们也具备这种消费实力和消费实力。我们的餐厅是现代化的装饰而且餐厅内也会富有浪漫的气息。所以这对20—30岁的高收入青年人群有着剧烈的吸引力，品尝高层次生活，感受精致菜肴和优质服务。让他们感受餐厅深厚的现代气息。给消费者带来全新的体验。对于这一年龄段的年轻人，有着追求时尚和潮流的簇新感，拥有独特的特性，对餐厅有着高品质的要求。而在这个环境幽雅、环境整齐、装修独具匠心的餐厅里会让消费者有着别样的感受。

(三)餐厅装修

餐厅的装修分属有外观设计和内部设计。1：外观设其主体上肯定要体现企业外观形象，与企业的核心文化要一样，并且餐厅的外观设计要与四周的环境和谐统一。做到相得益彰。建筑物的外观与餐厅的档次要一样。而餐厅的经营内容、经营形式、特色也就确定了其建筑外观造型的表现形式，本餐厅主营高档素菜，所以餐厅的外观应带给消费者一种清爽、自然、高雅与大自然和谐的理念。同时也要融入一些现代元素呈现青年人的朝气和活力。使二者达到和谐统一，成为一个有机整体。可以选一幅大自然的图画而在其中几颗带着露珠的疏菜，并且还有鸟儿在枝头，这样就可以给消费者表现诞生态的感觉，在餐厅的入口处放两个盆栽。本餐厅的经营规模在150—200 平米左右。餐厅规模虽然不大，但是装修肯定要精致。。

（四）餐厅经营与营销

针对以素食为主的餐厅目前市场上还不是许多而且规模也不大。其档次也很低不能做好这个市场。但这个市场可供挖掘开发的空间大，潜在市场广，同行业的竞争也小。因此把这种产品推向市场会有一个好的销路。能赢得市场。尤其是高收入者得欢迎，餐厅的目标就是针对这些人群。餐厅的营销手段对餐厅的收益有着重要的影响。关系企业产品的销量，因此我们餐厅的目标是满意顾客需求以获得最大程度的利润，就是要以顾客为

中心、各科之上的原则，餐厅要以以顾客需求为需求，为顾客供应他们最须要的产品，我们要给顾客便宜、与顾客沟通、关注顾客成本，以生产适销对路的餐饮产品。将餐厅无形的服务转换成有形的东西。例如：我们餐厅的优质服务、理念文化、环境、产品质量转化成有形的东西进行营销。是顾客对我们的产品产生一种信任感，餐厅要通过高质量的产品来树立自己的品牌，建立优质的品牌效应。

（五）餐厅的宣扬与推广

我们餐厅要通过媒体向顾客传宝产品信息，通过广告对顾客起到唤起意识引起留意、引起爱好、启发愿望导致行为的作用。针对我们餐厅的定位及消费群体的特征我们餐厅的宣扬—电视报纸杂志和网络宣扬为主。运用报纸杂志的应用范围广，形式多种多样这种方式可以通过文字和图片来宣扬餐厅的产品和特点，通过电视广告宣扬主要是视听广告，通过语言和画面的结合，在短时间内就能给人以剧烈的影象。这种方式收视率高影响范围广。同时我们餐厅也可以辅以流淌广告来宣扬，随着网络时代的来临，商务网络占据着重要的地位，而年轻人有偏爱网络，因此在网络上要对餐厅做大力宣扬，同时在网络上进行销售。同时也可以通过网络团购来增加我们餐厅的客源。吸引更多的人来我们餐厅消费。

（六）菜单设计

我们餐厅的菜品以高档素菜为经营特色，并辅以小碟精致荤菜。体现膳食平衡与养分。满意高收入人群的健康饮食需求，保证蛋白质、谷类、豆类、根茎类、叶才类均衡摄取。下面介绍素食的优点。素食是最有效最根本的美容食品。素是可以削减癌症发病率，尤其是直肠癌结肠癌的发生。素食可以削减患心脏病、高血压、糖尿病和肥胖等慢性疾病的发生。苏轼有助于防止骨质增生。素食是减肥良药。让人大脑更醒悟思维更灵敏。因此素菜是对人很有利点的菜品。我们餐厅菜品原料都必需来自无污染的，原料经过严格选取，并且要经过检测，假如达不到要求就不能进入烹饪环节。旨在打造我们高质量的品牌。维护我们产品的品牌度。树立顾客对我们的信任感。下面就是我们餐厅的部分菜肴，我们把它分成了几个方面，第一：把素菜做成荤菜的形式。菜点有糖醋素排骨茄子鱼等其次：就是把素菜做成其原来的形式菜点有香菇菜心、西芹枸杞炒百合、香芹木耳炒白果、茼蒿炒豆干、木耳蒸蛋。第三部分：滋补素菜玫瑰山药第四部分：就是结合西餐的形式如香菜焦糖双桃沙拉、金枪鱼素菜沙拉。这些都是精工制作的菜品，每份的数量都不多，菜品通过器皿、盘饰来增加菜品的美感，并且通过不同颜色的搭配来丰富菜品美感。吸引消费者的食欲。因此高档次的定位就确定了我们必需有优质的菜品以及高质量的服务，让顾客在我们这

里即能感受到中餐菜品的白滋百味，也能享受到在西餐厅里的浪漫气氛，享受非凡体验。

（七）餐厅的投资

本餐厅所坐落的繁华和餐厅的档次就确定了本餐厅的投资是一个很大的数目 经营成本也高。这包括了餐厅的装修费，餐厅设备费用、租金、人事费用、水电气、税收、修理等费用支出大。所以餐厅的消费价格相对较高，从而保证盈利。但是更须要餐厅每个环节都要节约，在最大程度上限制成本。厨房保证原料的出净率，做到人人限制成本。同时最重要的还是制定一整套管理制度，实现厨房标准化生产，对整个餐厅做标准化管理。以最小的消耗生产更多的餐饮产品，使企业获得最大利益。

（八）总结

通过这个策划书我有些感悟，首先：一个餐厅的选址的确太重要了这关系着经营成败。餐厅的定位要明确，如何赚钱？赚谁的钱？面对市场，市场须要什么我们就生产什么。高档的餐厅不仅是做高品质的菜品还有卖的就是企业的文化，将菜品给予文化的含义，菜品要有特色必需去挖掘别人没有的东西从而去占据市场，树立自己的品牌，打响自己的品牌。同时企业要有自己的盈利模式，不仅要通过菜品来获得利润，更重要的是去找一个全新的模式去获得一个长期的发展空间，我信任经过这个课程的学习我有了一些这方面的学问储备。并且在以后工作时候将会对我有莫大帮助。

餐饮策划书 3

自古至今，“民以食为天”，为了提高城市在餐饮业上的知名度，为使广阔民众品尝来自世界各地的簇新、美味的各色小吃，为促进城市经济发展的同时赢得广阔消费者的宠爱和支持，特此拟定此广告策划营销方案，以供市政府参考。

一 前言

随着经济的发展和人民生活水平的不断提高，餐饮业如雨后春笋般蓬蓬勃勃地发展起来，而这其中“各领风骚一两年”的现象，又引起大多数经营者的反思和借鉴。就目前而言，高校校外的餐饮业就有很大的发展潜力。

高校不仅仅是一个让人学识深造的地方，同时也是许多热血青年走向社会的一个缓冲点，在这里他们学会了许多将来要在社会上学到的东西，比方请客、应酬。。对他们来说或许这些刚起先他们并不适应，只是在高校得到了一个熬炼实习的机会。现在高校里请客吃饭已经好像成了一条不成文的规定，特殊是在周末时段，校外小吃店可以说是川流不息；或许是发觉了这其中的潜力，市场竞争力在这里得到了完备体现，各种小吃商贩各出计策，以至于周边小吃店数不胜数，但是，或许是没有一个很好的规划，在这里各种小吃店混杂不堪，甚至可能不正规，卫生平安是最大的问题。

为了给高校生供应一个卫生、平安的吃饭场所，市餐饮部确定建立一条具有风格化、地域化、时尚化的美食街，在能便利大众的饮食的同时也能让来自全国各地的人能领会到我们城市的独特魅力，不仅仅是风景上、人文上的。。

二 市场调研

本次广告营销策划案的市场调查工作分为几个方面：市场背景分析、消费心理解析、市场定位以及广告炒作路途分析。

1．市场背景分析

纵观近几年的校外的餐饮业发展形式，慢慢地已经引起了投资者的关注。尤其是最近几年教化部加大了教化力度，出台了许多政策。校外餐饮业的发展不仅仅能促进社会人士的再就业率，还能为广阔的高中生供应兼职，从另一个方面来熬炼学生的动手实践实力，使他们更能干脆的接触社会得到熬炼。。再者美食行业始终都是不败行业，从消费者对饮食行业的需求来看，这种需求是有增无减的，面对这空前的利润发展空间，这也增加了投资者在这方面的投资信念。。

--规模化、综合化的美食街能为城市饮食行业注入新的活力。

2．消费心理解析

自古名菜“川”“鲁”“苏”“粤”，这是中国人白吃不厌的“家宴”，随着时代的发展，海外饮食文化的渗进，西餐、日式料理、韩国菜、自助餐等等也渐渐出现于中国餐馆中，这是一种另类的文化沟通，基于求簇新、求实惠、求享受的心理，它们受到了广阔民众的宠爱，获得了喜人的业绩。。

--进一步满意人们求簇新、求实惠、求品位的消费心理。

3．市场定位以及广告炒作路途分析

远的不说，就本市区的餐饮发展来说，这里有着深厚的饮食文化底蕴。各种高级酒店、咖啡厅等胜利的例子数不胜数，在借鉴的同时，精确的市场定位和广告炒作路途是重点思索内容。

--确立人文内涵、突出文化主题。

餐饮策划书 4

1、市场定位

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，因此我们也要刻不待时，马上制定营销安排，全面实行销售战略战术，为酒店创建更高的利益。

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，但是离不开核心力气，那就是酒店的出品，必需走特色路途，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，依据所驾驭的一手资料对出品路途进行调整，其次要马上着手组建强有力的营销团队，培育专业的服务团队。

2、市场分析：

纵观中国八大菜系,是各具风格与特色,依据市场的需求与社会的发展,现在已经延长到 12 大甚至更多的菜系,从不同层面满意不同人群、首先我们要清晰了解当地的餐饮需求,其次再核定出品路途,而且肯定不要太杂,太多,最多不能超过三个菜系,中高档,特色菜,及本地菜,中高档是为满意一些企业的商务宴请,而特色菜则是吸引各界人士的,最终的本地菜才是满意当地居民的,所以我们要得出一个菜系占据市场的份额比例高档菜 30%特色菜 10%本地菜 60%,精确出品定位后不要停滞,要不断的更新出品,创新菜品,优胜劣汰,为了更好的满意顾客的需求要在出品方面大做文章、

3、服务的专业性

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,首先从聘请这个环节就要起先重视,服务业中,外表和形象当然重要,但千万不要忽视了员工的内在素养和可塑性,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,注意员工的素养教化及职业道德的培训,有必要还要选择企业骨干组织外出学习,增加专业学问与团队精神,培育全员营销,制定合理的员工嘉奖机制,促进员工的工作主动性,()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淌性与不稳定,我们要注意员工的精神激励以及业余爱好,不要求人多但是肯定要精、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、

4、营销团队的建立:

从社会各界汲取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,仪容仪表再到专业学问,要清晰了解他们的个人爱好及特长爱好给于不同层面的开发与培育,营销人员的专业性特别重要,不要求他们会做但肯定要会说,要刚好了解国内国际新闻及养分健康学,让客户觉得此团队很专业,懂得东西许多,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肯定的距离，清晰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探望，吸取客户的看法总结并组织会议进行有效整改，制定新奇的营销方案，跟踪服务，维护好老客户，开发新客户、

5、详细营销策略：

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

2、制定带有酒店标记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找寻产妇连续免费送三天我们细心制作的月子汤，并附上我们的套餐菜单，一方面增加酒店宣扬，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、依据不同的节日制定相应的实惠政策。

6、其他宴会可免费制作精致的合影集送给客户。

7、制作充值卡推销给顾客，高不封顶充 10000 送 20xx 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，并每桌只可运用一张。

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。

6、总结

总结以上所述，须要一个专业的执行团队去完成，要注意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细心设计，多一些特色和文化色调在里面，要让每位顾客能深切的体会到我们的专心，我们为客户投资了，客户自然会回报我们，最终要做的就是节源开流，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宝。

一、发展前景

就目前的饮食状况考虑，虽然养分搭协作理，但是缺乏新意。

据考察，现在不论在城乡、集贸市场、大街小巷、还是公园、小区及夜市，烧烤及休闲小吃随处可见，它已成为消费者饮食文化中不可缺少的一部分，造就了一个浩大的消费市场。随着时尚更新，烧烤和煮烫食品因其自然淳朴的做法和原始野性的味道，收到越来越多消费者的青睐。约上几个挚友围桌而坐，叫上冰凉的鲜啤酒，边烤边吃、边喝边聊，四溢的烤肉香加上“滋滋”的烤肉声，都是令人垂涎欲滴的理由，足以让每一位美食家按捺不住。

目前烧烤小吃已成为人们热衷的食品，风靡国内外，但真正有特色、能吸引回头客的特色烧烤却不多见。特殊是在夏天，夜晚休闲的时候人越来越多，那么品尝烧烤小吃是一个不可或缺的活动，这样不仅可以丰富咱们的业余生活，而且还会增加彼此的沟通和沟通，所以开一家有特色有风格的烧烤小吃店还是会有不错的市场收益的。

二、店面简介

本店位于我们公民区，主要针对的客户群是夜市游民、区域居民、行人。经营面积约为 100 平米左右。主要供应各种烧烤和煮烫食品，烧烤和煮烫食材主要有各种肉类：猪肉、鸡肉、鸡翅、翅中、牛肉、羊肉、羊排、羊腿、各种香肠和肉丸等，海鲜类：鱿鱼、虾、扇贝、各种鱼肉及肉丸等，蔬菜类：土豆、香菇、豆腐、白菜、茄子、红薯、黄瓜、尖椒、韭菜、白菜、生菜、豆芽、冬瓜等各种蔬菜，并供应啤酒和各种饮料。本餐厅采纳自助的方式，使顾客有轻松的就餐环境与选择空间。本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采纳偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

三、发展战略

1.本餐厅开业之前，要作宣扬，因为主要客户群是夜市游民、区域居民、行人，餐厅位置坐落在集合区，所以不需作很大的宣扬，起先的时候实行一些实惠政策即可。

2.本餐厅实行自助餐的方式，免费茶水。烧烤和煮烫食材都是簇新的，我们将始终秉承物美价廉的原则为顾客供应高质量的服务，本着服务广阔食客的原则，给顾客供应更多的实惠，价格上实惠于其他同标准的餐厅，以吸引更多的客源，用长远的眼光看待企业的发展，着眼于企业的持续发展。

3.餐厅运用精致的陶瓷自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随意倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。

4.夏天吃烧烤的会多一些，冬天由于天气寒冷，吃火锅的人又会增多，鉴于季节影响，我们实行烧烤和火锅一体的商业模式，这样不至于由于季节因素影响我们的营业状况，在不同的季节均可盈利。

5.市场经济是快速发展的，改变的，动态的，因此要以长远的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制作出长期的安排，每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步安排和调整，如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后，可以考虑扩大经营规模，增加其它服务项目，并可以找寻新的市场，做连锁经营，并渐渐打造属于自己的品牌，做大做强，可以往专为区域供应饮食的餐饮行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的将来。

四、餐厅管理结构

店长 2 名，主管 1 名，收银员 2 名，厨师兼选购 2 名，服务员 3 名。

经营理念侧重于以下几点：

主要的文化特色：休闲放松、开心饮食

主要的产品特色：具有休闲特色的烧烤和煮烫食品

主要的服务特色：会员制的跟踪服务

主要的环境特色：在肃穆惊慌的工作中打造一个休闲舒适的进餐环境

五、市场分析

居民的饮食始终是个问题,居民的饮食养分搭配虽然比较合理,但方式单一,只是简洁的炒,炖,无法满足食客的精神追求,时间长了自然会产生厌烦感。

本企业就是依据这一点,为了丰富食客的饮食文化,提高食客的饮食方式的多元化,旨在为食客供应更加舒适开心的饮食环境。下面我们看一下本项目存在的优势和劣势:

优势分析:

目前来看,烧烤和煮烫小吃已经成为一种时尚,因其自然淳朴的做法和原始野性的味道,收到越来越多消费者的青睐。所以本项目能吸引消费者的眼球,特殊是在饮食方式单一的区域中。本餐厅经营解决了区域餐厅饮食方式单一的问题,为区域食客丰富了业余生活,为他们解决了外出就餐的麻烦,这是本店的一大特色。另外,本餐厅采纳自助就餐方式,很简单受到顾客欢迎,并能节约部分人力资源。同时,餐点还供应冷饮、冰粥等,并供应免费茶水。顾客都喜爱在干净卫生的餐厅就餐,然而大部分的烧烤都是在露天的流淌小摊上进行的,这种就餐环境威逼消费者的饮食平安,因此舒适整齐的就餐环境将是本店的另外一大特色。

劣势分析:创业初期餐厅的规模较小,餐厅的人力资源、服务项目等都比较有限,而区域区外的竞争也是比较激烈的,因此还存在着不小的劣势。另一方面,由于我们平常时间有限,在管理上有时会无暇顾及,这就须要聘请一位有丰富阅历的主管来帮我们打理这家餐厅,由于我们是在区域里边,管理比较严格,所以聘请优秀的店员也是个比较麻烦的问题。

机会分析:据我们的市场调查与分析,本店产品的市场需求是存在的,并具有很强的竞争力。而本人正是蚁族--这个最大客户群中的一员,更能了解顾客须要什么样的产品和服务,从这些方面来看,还是很有机会把握住市场的。

威逼分析:因为这是我们投资的第一个项目,之前也没有相关的开店阅历,所以在管理上我们可能会存在问题,这就须要我们多借鉴其他创业者的阅历以及自己的渐渐积累,形成一套有效地管理模式。其次,虽然我们的餐厅是自助式的,但烧烤食品的配料确定着其口味,所以我们应当选择好的配料,使我们的产品有独特迷人的口味,让消费者流连忘返,这样我们才会有好的经营业绩。

六、促销和市场渗透

促销策略:

前期宣扬:大规模,高强度,投入较大。后期宣扬:重视已有顾客关系管理,借此进行口碑营销。定期详细活动的策划和组织如赞助区域组织的晚会借此进行宣扬,通过活动时提示顾客的消费意识。针对节假日,开展有针对性的促销策略如发传单等。

七、财务状况分析

.据计算分析,餐厅设立初期,会发生如下费用:

- 1、办理营业执照、税务登记证、卫生许可证等各项费用 20xx 元,
- 2、场地租赁费 5000 元,
- 3、餐厅装修费 15000 元,
- 4、烧烤设备 15 台,每台 300 元,大约 4500 元
- 5、冰箱、冰柜冷冻设备 3 台 5000 元,
- 6、桌椅、厨房用具等设备 10000 元
- 7、聘请主管 1 名,月薪 3000 元,厨师兼选购 2 名,月薪 3000 元,收银员 2 名,月薪 20xx 元。服务员 3 名,月薪 20xx,共计 19000 元左右。
- 8、水电燃气费等 10000 元。

综合分析,餐厅建立初期,须要大约 70000 元。

下面我们再来分析一下我们餐厅预料将来盈利状况。

我们可以以份为单位计量，一份即一盘（盘为中盘）。

（1）肉售价 8 元/份左右，成本为

5 元/份，利润是 3 元/份。

（2）蔬菜 2 元/份，成本为 1 元/份，利润为 1 元/份。

（3）海鲜 10 元/份，成本 6 元/份，利润为 4 元/份。

（4）啤酒售价 3.5 元/瓶，成本 3 元/瓶，利润为 0.5 元/瓶。

下面再来分析一下客流量

大部分顾客吃烧烤食品以肉食为主，蔬菜瓜果只是辅食。因为中午时间有限，客流量会少一些，预料 50 人左右，每人消费量在 2 份肉，2 份海鲜，1 份蔬菜，我们即可获利 15 元左右，所以中午利润在 750 元左右。晚上时间相对充分，预料 100 人左右，总利润额 1500 元左右，啤酒预料每天销售 400 瓶，利润 200 元，所以每天利润总额为 2500 元左右，月利润总额为 80000 元左右。

每月除去水电费、员工工资、税费、利润净额为 50000 元左右。

根据预料利润，我们可在 2 个月内收回成本。

八、营销组合策略

有形化营销策略：

由于本餐厅的经济实力尚弱，因此初期将实行避实就虚的营销战略，避开大量的硬广告营销，而实行一整套行之有效的承诺营销进行产品宣扬。通过菜单、海报、文化手册、广告、促销活动等向消费者进行宣扬、提倡天之素的经营宗旨与理念。

技巧化营销策略：

做出持续性、安排性将确定本餐厅在避开一般餐厅的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势,为了使本餐厅能够在顾客心目中树立起权威感和信任感,本餐厅将会建立一套完整的会员信息反馈系统,实现营销承诺:

- 1、顾客反馈表。在服务中严格要求工作人员树立顾客第一的观念,仔细听取顾客看法。
- 2、将顾客满足进行究竟。树立“顾客满足自己才满足”的观念,做到时时刻刻为顾客着想。
- 3、建立餐厅顾客服务调查表,定期由专人负责为顾客进行跟踪服务。

九、 大力打造“休闲食品”的品牌形象

因为我们餐厅采纳的是健康环保的无烟烧烤,烧烤出的食品口味鲜美独特,绿色健康。因此我们餐厅围绕“绿色、健康、休闲”为核心,树立自己独特的品牌,推动健康休闲来实现营销目标。作为一个餐厅开展休闲营销,我们有着自然的优势,本餐厅将严格贯彻绿色休闲餐厅的标准。无论从原料选购、食品加工还是卫生环境,都将严格把关。努力营造出休闲舒适又不失时尚的就餐环境。通过对餐厅设计的布局、装饰风格、温度等,体现健康休闲的理念。

十、 重视搞好一系列的企业公关活动

本餐厅将通过一系列的公关活动,处理各方面的关系,为餐厅的发展供应宽松有利的经营环境。

- 1、与员工建立团结、信任一样的合作关系。在员工之间搭建起同等、便捷的沟通方式,通过发行内部刊物、免费会员供应嘉奖,集体消遣等活动增加员工的凝合力和工作主动性。
- 2、与顾客建立良好的关系。为保证足够的人力资源,获得稳定的顾客群,得到牢靠的后勤保障,应主动参加维护区域环境、积社区极支持区域文化事业。敬重顾客的合法权利,供应优质餐品和服务,正确处理顾客的要求和建议。
- 3、政府关系。刚好了解并遵守政府相关法律法规,加强与政府部门的联系,主动帮助解决一些社会问题。与宣扬媒介建立并保持广泛关系;向其供应本行业的真实信息。

十一、管理风险

内部管理风险：

餐饮业是一个技术含量相对较低的行业，但是它须要严格的管理才能赢得消费者的信任，对于大多数中国自办的餐厅来说大部分存在着内部管理松散，服务人员素养较低，如何建立现代企业制度，健全企业经营机制强化企业内部管理关系着企业的生与存，成与败。

如何应对：

一、找出有关成本的各项组合前提。

充溢利用“What 询问法”，把店肆中全部会影响成本的因素，逐条细细列出。如厨师、干部、P-T、厂商、季节（时蔬）、售价、制度、库存方式——再集结相关人等共思良策，并时时保持着“毋恃敌（成本偏高）之不来，而恃吾有以待之”的仔细看法。

二、制定标准调理手册。

三、成立良好的库存（仓库）办理。

从先进先出的表格成立运用，到交叉污染的制止、物品的定位置放、湿度、温度（冷藏、冷冻设备）的节制、虫害防治、盘点（日、周、月盘）的确，甚至灭火器的位置、数量、意外险类的投保---都是库存办理的必备驾驭要件。

四、多看、多听、多比较。

所说的货比三家不吃亏，更况且经营者本身不该该盲目的身陷疆场（店务），而不知外面早已群雄环生、虎视眈眈，欲噬于己的环境衍生。“出奔办理”是当下盛行的经营模式，善用此法走走量贩店、百货公司或相关商号，将特价、折价品等适量适物的调用在己店内，成本自然可降低。

五、导入奖惩制度。

不乏发觉店内在业人员大都朝“被动性”的属性偏走时，此制度就得顺势推出（事前可先完置备用），到达制定标准就施以嘉奖（如奖金、礼券、歇假??），未达成（需明白缘由）则赐与薄惩（如减薪、记缺点??）。恩威并施可收较好效益。

六、同业可以为师。

此法较合用于连锁加盟行业可透过会议、联谊活动及总部的资讯来源(当然必需是总部经营数字透亮化的前提下),如此则可清晰懂得同样经营形态的店肆是怎样合理节制成本,接着往前扬长避短地让本身获得更大的利益。

十二、树立自己的品牌和客户群

初期(1-3月)

主要产品是针对城市三种群体不同身体健康状况的餐品,市场策略为通过主动有效的营销策略,树立“休闲食品”的良好的品牌形象,提升知名度、美誉度;收回初期投资,主动进行市场推广。

中期(1年)

巩固、扩展已有的市场分额,进一步健全餐厅的经营管理体制,提高企业的科学管理水平;着手打算品牌扩张所必需的企业形象识别系统、统一的特色优势餐品、统一的管理模式等方面的建设。

长期(2年)

届时,餐厅运营已经步入稳定良好的状态,随着企业的势力与影响力的增加,服务范围不再能满足潜在顾客的须要时,以特许经营的方式,开拓新的市场空间,扩大餐厅的辐射范围和影响力。

十三、店面设计

视觉识别

店名:一方面应当和自己的经营业务有紧密的相关,另一方面要照看到经营的场所是在区域内部,要贴近区域文化特色,易于为区域群体宠爱和接受,店名应有格调,意味悠长。

颜色：以黄色，红色，橙色等暖系色调为主，辅以轻愉快泼的冷系色调。彰显时尚，潮流，雅致，品位。

店面布局

恰当运用灯光，地毯，隔断等元素，尽量一方面有效利用空间，一方面显得错落有致，不显开阔平淡之感。可适当设计一些较为私密的桌位，然长时间逗留的顾客充共享受那份怡然自得的情调。分区布局，让每个细分群体的消费者都有自己宠爱的角落和桌位。

灯饰和灯光：灯饰是餐厅厅装饰的重要元素，选择各种不同样式的灯饰可以有效增餐厅的美感。灯光是烘托餐厅气氛的重要部分，可以选择不同颜色的灯光，烘托出餐厅宜人的气氛。同时，顾客应当保留在自己的空间根据自己的要求调整灯光的便利。

墙面装饰和窗帘：根据季节刚好调整，各种织物材质，图案，颜色尽量显得和谐，显示餐厅的格调，贴近消费者感官享受。

桌位：桌位设计和摆放应当总体上和谐，个体上有差异，避开给消费者大排档那样的感受。

工艺品摆放：工艺品的选择应当贴近餐厅气氛和消费者偏好，烘托出餐厅的品位。

餐具：干净，整齐。

背景音乐：以浪漫，柔软的轻音乐为主，响度适中，切合季节改变。

餐饮策划书 6

一、餐厅基本状况介绍

本店位于高校聚集中心地段，主要针对的客户群是高校生、老师、以及打工人员。经营面积约为 80 平米左右。主要供应早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。学生食堂的早餐一般只有包子、馒头、豆浆之类的，而且后门的各早餐店很少有供应面包、蛋糕之类的早餐。因此本餐厅的早餐将以供应温热的鲜牛奶，现加工的各种口味的面包、蛋糕，以及水煮蛋为主。主要特点为簇新有养分，且一点也不油腻，充分符合女生的瘦身饮食。而且对于女生来说，早晨醒来最好要喝一杯温热的蜂蜜水，这样既有益于皮肤，又有益于顺肠排毒，以保持良好的身材。因此本餐厅每天早晨特免费为每一位来就餐的顾客供应一杯温热的蜂蜜水。

而本餐厅的午餐和晚餐则以中餐为主。许多同学常常会埋怨学校食堂每天都是一样的菜，每天打来打去还是一样的菜。因此本餐厅每天都至少要供应 6 样与前两天均不一样的菜式。根据目前的想法，每天要打算 5 个冷菜，30 个品种的热菜，然后每月进行统计，淘汰 1—2 个最冷门的菜，加进几个新菜，品种限制在 30 个以内。菜色在保持全年基本不变的状况下依据季节进行肯定调整。除了川菜，本餐厅每天还会特推出两三道其他地方特色的菜。且米饭会保证香软可口，并免费供应蔬菜汤。晚餐还另外供应各种稀饭，八宝饭等。

且本餐厅在各时点均供应各种饮品。夏天的时候，本餐厅可供应各种冷饮，如水果杯，刨冰，冰奶茶等。而冬天的时候则可供应各种热饮，如热咖啡，热奶茶，热柚汁等。此外，本餐厅特为女生供应美容养颜的蔬果粥，蔬果饮品等。

本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采纳偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

二、餐厅市场前景分析

1、竞争者现状分析、客源市场分析

目前 xx 高校校内可就餐的地方很少，只有东苑餐厅、西苑餐厅、南苑餐厅、北苑餐厅，仅这食堂完全无法满意就餐须要。有部分同学选择在学校后门的一些流淌商贩或是一些小店里就餐。

但是这些地方的饮食平安根本无法保障且价格要稍贵。主要针对的客户群是高校生、老师、以及打工人员。他们来本餐厅就餐的概率也很大。因此基本不会存在客源问题。且本餐厅具有与其他食堂、餐厅完全不一样的特色与服务，声誉好了之后，必能吸引更多顾客前来就餐。

2、市场份额预料

本餐厅可同时容纳 150 人左右就餐，且同时供应外带以及送餐服务。因此据估计，本餐厅早餐可为四五百人服务，而中餐和晚餐则可达到五六百人。也许占理工全部市场份额的 2.5%。

三、餐厅经营理念、经营模式和经营策略

1、经营理念

本餐厅的经营理念是充分向顾客展示别样的我们。主要体现在以下几个方面：

（一）别样的产品具有美容养颜功效的蜂蜜水，蔬果粥、饮品，以及每日不一样的各地特色菜，让顾客品尝到不一样的味道与感受。

（二）别样的服务供应网上订餐，电话订餐以及外带服务，从微小之处为顾客着想，切实让顾客感受到我们不一样的服务。

（三）别样的环境本餐厅的装修风格简洁却又不失前卫，朴实却又不失特性。充分体现学生群体的特性特征，迎合他们的喜好。

2、经营模式

目前有四种方案可供选择：

- 1、本餐厅不运用任何饭卡，只能凭现金消费；
- 2、本餐厅推出只适用于本餐厅消费的饭卡，刚开业期间只要充值 50 以上便可免费办理；
- 3、本餐厅联合理工龙腾后勤服务中心办理目前理工通用的饭卡，但本餐厅仍自负盈亏。
- 4、即可用现金消费也可用本餐厅饭卡或结合方案 1 和方案 3。

3、经营策略

（一）定价策略

本餐厅在理工范围内的全部竞争者中价格属于适中，然而相对于所供应的产品与服务而言，性价比较高。

面包、蛋糕价格一般为 0.5—2.5 元，牛奶价格为 1.5 元/杯，素菜为 0.6—1.5 元/份，荤菜为 1.5—3 元/份，各种饮品价格为 1.5—3 元。另推出 5 元套餐和 7 元套餐。5 元套餐为一荤两素加一杯饮品，7 元套餐为两荤两素加一杯饮品。

（二）促销策略

前期宣扬:大规模,高强度,投入较大。主要通过发放传单进行宣扬,宣扬单上要主要突出本餐厅的特色与开业期间的实惠活动。开业前三天在本餐厅消费满 10 元以上者可赠送一张 5 元实惠券。

后期宣扬:重视已有顾客关系管理,借此进行口碑营销。定期进行详细活动的策划和组织,通过活动时提示顾客的消费意识。可赞助学生社团活动。

（三）服务特色

任何一家餐厅假如没有良好的服务就不能许久兴盛地生存,服务的背后其实是员工的看法,只有员工满足,才能让顾客满足。因此我们要对员工进行培训和激励,先培训后上岗,同时门店制定细化标准以供实施操作与监督考核。有了满足的员工,我们就能为顾客供应良好的服务,高品质的菜肴。而我们的服务特色就是要从微小之处体现专业,站在顾客的立场去移情设想,刚好的去了解和供应客人所真正所需。我们的特色服务项目则是网上订餐业务(一次性订餐 10 元以上才送)。现在许多学生越来越依靠于网络,尤其周末的时候甚至情愿窝在寝室而不情愿出去,然而吃饭问题却不能解决。现在只要登陆本餐厅的主页,点击“网上订餐”,即可选择所需的餐点以及数量,再填写一下寝室号就可轻松完成,送餐上门后付款。另外也可电话订餐,我们有特地配有 2 名送餐人员。

4、店面设计

恰当运用灯光,地毯,隔断等元素,尽量一方面有效利用空间,一方面显得错落有致,不显开阔平淡之感。可适当设计一些较为私密的桌位,然长时间逗留的顾客充共享那份怡然自得的情调。分区布局,让每个细分群体的消费者都有自己宠爱的角落和桌位。

墙面装饰和窗帘:根据季节刚好调整,各种织物材质,图案,颜色尽量显得和谐,显示本餐厅的格调,贴近消费者感官享受。

桌位：桌位设计和摆放应当总体上和谐，个体上有差异，避开给消费者大排档那样的感受。

工艺品摆放：工艺品的选择应当贴近本餐厅气氛和消费者偏好，烘托出本餐厅的品位。

餐具：干净，整齐，应当体现本餐厅特色或者形象（例如 LOGO）。

背景音乐：以浪漫，轻柔的轻音乐为主，响度适中，切合季节改变和本餐厅格调。

餐饮策划书 7

一发展前景

自上初中以来我便起先住校，深知令人头疼的“吃饭”问题，也就是食堂的饭菜问题。由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的，因此虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。而学生对食堂饭菜的埋怨则更是“自古有之”。虽然高校生可以到校外就餐，但大多数学生迫于经济因素，还是情愿在校食堂就餐。饭菜质量得不到保证，会导致许多问题，学生养分跟不上，甚至有的学生常常不吃饭。于是，养分不良、胃病等不该出现在高校生中的病症也屡见不鲜，这为学生身心健康埋下了隐患。因此我确定整合食堂和饭店的优缺，开一家学生自助养分快餐店。

一店面简介

本店位于高校聚集中心地段，主要针对的客户群是高校生、老师、以及打工人员。经营面积约为 80 平米左右。主要供应早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。早餐以浙江等南方小吃为主打特色，当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，养分丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则有南北方不同口味菜式。而非餐点又供应各种冷饮，假如汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。本餐厅采纳自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。

本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采纳偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

三发展战略

1.本餐厅开业之前，要作广告宣扬，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣扬上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体(如：音响)等形式的简洁广告即可。

2.本餐厅实行自助餐的方式，免费茶水和鲜汤。并且米饭的质量相对竞争者要好，可采纳不同的做法(如：蒸熟，是一种南方饭馆常见的米饭做法)，使口感别出心裁，以求有别于竞争者，给顾客更多的实惠，以吸引更多的客源。此外，本餐厅还推出烧烤+冷饮、八宝饭等情侣套餐，由于休闲饮食的空缺，这也将成为本店的一大特色。

3.有很多学生习惯于三点一线的生活方式，很多时候为了节约时间会选择最近的就餐地点而不愿到较远点的餐馆，所以在地理位置选择上不会与学校大门有太大的距离。餐厅在适当的时候还将推出送外卖的服务，依据不怜悯况实行相应得做法。如：若有三份以上(包括三份)的叫量可以免费送货上门，单独叫外卖的需交付肯定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外卖，为了不出送货费则会拉上另外的两份外卖，如此也是能增加销量的。

4.餐厅运用不锈钢制的'自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随意倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。

5.暑假期间虽然客源会骤降，但终归还有部分留校学生、旁边居民以及打工人员，届时可实行削减生产量，转移服务重点等方式，以改善暑期的经营状况。寒假期间就考虑修业一个月，已削减不必要的成本支出。

6.市场经济是快速发展的,改变的,动态的,因此要以长远的眼光看待一个企业的发展,于是可依据 PDCA 循环(即戴明环),进行分析,并制作出长期的安排,每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结,并做出下一步安排,如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后,可以考虑扩大经营,增加其它服务项目,并可以找寻新的市场,做连锁经营,并渐渐打造自己的品牌,可以往专为学生供应饮食的餐饮行业发展,总之,要以长远的眼光看待问题,如此才能有企业的将来。

餐厅管理结构

店长兼收银 1 名,厨师 1 名,服务生 2 名。

经营模式

经营理念

本公司特色营销将侧重于以下一些重点:

主要的文化特色:健康关怀、人文关怀

主要的产品特色:具有食疗保健功能的素食餐品

主要的服务特色:会员制的跟踪服务

主要的环境特色:具有传统文化气息的绿色就餐环境

四市场分析

在高校中始终被诟病的就是高校食堂的饮食问题,高校的饮食质量不高已成为公认的问题,仅仅是满意了学生们的温饱问题,而质量却远远没有达到学生们的要求。部分高校的饮食状况令人担忧,甚至有的高校食堂出现了集体中毒事务。

本企业划就是依据这一点,为了保障高校生的饮食平安,提高高校生的饮食质量,成立高校饮食联盟,旨在为高校高校生供应价格低廉平安高质并富有特色的食品,并且同时为各高校供应肯定的勤工助学岗位,帮助贫困生更好的完成学业。

优势与劣势:

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/505344242144011213>