

餐饮活动策划方案

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇方案。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

餐饮活动策划方案篇一

从这次餐饮服务员，改变我认为干餐饮服务员是没有前途的消极想法；树立了干一行，爱一行的思想，知道了一个人是否有所作为，不在于他从事何种职业，而在于他是否尽心尽力把所从事的工作做好。具备了我的从业意志和端正了我的工作态度；知道了成功服务员应有的素质，从而增强我的从业意识，立志要么不做，要做就做一个有理想、有道德、有知识、有纪律的合格服务员。

我学会了服务宾客的原则；服务宾客的程序；服务中工作细则；宴会出菜程序；托盘的技巧及端托行走的步伐；铺台、摆台的注意事项；换烟灰缸的重点；点菜、写菜单、取消菜式的注意事项及推销菜品的技巧；斟酒水的基本方法、程序和酒水的一般知识；处理客人投诉及服务突发事件对应技巧；餐厅开市的准备工作及收市的注意事项以及各种服务礼仪、餐饮卫生知识、消防知识等等。使我成为一个优秀的服务员奠定了基础。

在这次服务员兼 职工作中我总结出作为一个优秀服务员要具备。

热爱你的工作：当你热爱自己的工作，你就会快乐地、更容易地做好你的工作。我们要让就餐的人们获得健康、能量与良好的服务。你就可能将平凡的工作做得不同凡响。而企业最需要的人就是热爱工作的人。

迅速熟悉工作标准和方法：为了自己的企业和自己在激烈的竞争中获胜，我们必须能够尽快地投入工作并胜任工作，以提高工作效率。

要有勤奋的精神：餐饮工作主要是手头工作，通常不会过重，多做一些与不会累坏。所以我们要做到腿勤、眼勤、手勤、心勤。主动地工作，主动地寻找工作。“一勤天下无难事”的俗语说出一个很深刻道理，只要你勤奋成功的大门就为你敞开。

要有自信心：与金钱、势力、出身背景相比，自信是最重要的东西，自信能帮助人排除各种障碍、克服各种困难，相信自己是最秀的。

要学会做人：做人就是做一位敬业、感恩、乐于助人、讲职业道德的人，真诚做人、认真做事，事业将会更成功。

责任：就是以公司利益为重，对自己的工作岗位负责；就是为客人负责，给客人提供优质的出品与服务；就是“敬无在”，即使没有人监督你，你也会认真地做好工作，这就是责任的表现。

平常心面对工作中的不公平：在工作中没有绝对的公平，位在努力者面前，机会总是均等的。没有一定的挫折承受能力，今后如何能挑起大梁。

团队：发挥团队精神是企业一致的追求，餐饮企业的工作由多种分工组成，非常需要团队成员的配合。具有团队精神、善于合作的员工和企业都更成功。

这次的兼职给我的体会非常的深刻，我觉得我们做每一件事情都是，每天进步一点点：积沙成塔、积少成多，很多成功者就是积累一点点小而成大器的。每天创新一点点，是在走向；每天多做一点点，是在走向丰收；每天进步一点点是在

走向成功。

餐饮活动策划方案篇二

花好月圆——购物赚翻天

20xx年xx月xx日——xx月xx日。

借助中秋团圆的概念，拉近企业与消费者之间的距离，以增加销售收入和利润额为目的。为企业第三季度的销售打下坚实的基础。

消费者于9月15日——9月23日期间，到某公司任意一家门店购物均可参加“购物赚翻天”活动。花一次钱，享受两次购物乐趣，让您体验快速赚钱的超级快感！

9月15日——9月23日期间，凡在某公司购买带有“现金回馈标志”的商品，结帐时会在收银条该产品的产品名前显示相应的现金回馈金额。于购物当日到指定地点，兑换现金回馈券。9月9日——9月18日期间，凭现金回馈券购物时可抵用相应消费金额。（团购不参加此活动）

（一）活动要求：

- 1、选择参加此活动的商品。要求：尽量保证大分类齐全，每个品类中有一到两个商品。
- 2、对参与活动的商品，其费用与供应商协商，能由供应商完全承担的由供应商承担；如若有问题，供应商和公司各承担一部分。
- 3、卖场内对参与活动的商品货架、地堆处要有明确的标识。
- 4、现金回馈券上需写明购买日期、收银条号码、回馈金额

（大写和小写）以及本卡的使用注意事项。

（二）注意事项：

- 1、本券不找零、不兑换现金。
- 2、本券使用期9月15日——9月22日，过期作废。
- 3、如若本券遗失不予以补发。
- 4、香烟、团购不参加此活动。
- 5、本券盖章有效。
- 6、本次活动的最终解释权归某公司所有。
- 7、现金回馈券由地区企划部统一制作，各地区财务部监制，加盖公司财务章及店长章，必须有店内编码。
- 8、门店客服安排好购物券的派发及使用（建议指定款台使用），并作好记录。

1、“捷足先登超值送”。

9月15日——9月23日期间，在本超市购物满28元即可到门店指定地点领取新鲜蔬菜一把，先到先得，送完为止。（每天限量500份）

活动目的：提升早间销售和早间客群的客单。

2、“商品任你拼”。

由采购对月饼类、酒类、冲调礼盒类、保健品类选择出若干种商品，消费者可从中任意选择三种（每类只能选一个商品）商品，不论您选择的商品如何，价格均为258（此为模拟价格，

根据采购谈判最终确定)。

活动目的：此活动是为了促进礼盒类商品和季节性商品的销售，同时刺激一定的团购销售。

商品要求：商品进行整体捆绑式销售时，要比单件购买价格低5——10元。

中秋专刊□16k8p简要介绍和宣传中秋活动、活动日期。

专刊内页标准：

p1□封面)：宣传主题、主题活动及活动日期。

p8□封底)：详细介绍主题活动内容等。

p2—3□参与主题活动的商品。

p4—5□月饼礼盒

p6—7□酒及冲调礼盒，保健品等礼盒类商品。

平面媒体。

餐饮活动策划方案篇三

花好月圆——购物赚翻天

20xx年xx月xx日——xx月xx日。

借助中秋团圆的概念，拉近企业与消费者之间的距离，以增加销售收入和利润额为目的。为企业第三季度的销售打下坚实的基础。

消费者于9月15日——9月23日期间，到某公司任意一家门店购物均可参加“购物赚翻天”活动。花一次钱，享受两次购物乐趣，让您体验快速赚钱的超级快感！

9月15日——9月23日期间，凡在某公司购买带有“现金回馈标志”的商品，结帐时会在收银条该产品的产品名前显示相应的现金回馈金额。于购物当日到指定地点，兑换现金回馈券。9月9日——9月18日期间，凭现金回馈券购物时可抵用相应消费金额。（团购不参加此活动）

（一）活动要求：

- 1、选择参加此活动的商品。要求：尽量保证大分类齐全，每个品类中有一到两个商品。
- 2、对参与活动的商品，其费用与供应商协商，能由供应商完全承担的由供应商承担；如若有问题，供应商和公司各承担一部分。
- 3、卖场内对参与活动的商品货架、地堆处要有明确的标识。
- 4、现金回馈券上需写明购买日期、收银条号码、回馈金额（大写和小写）以及本卡的使用注意事项。

（二）注意事项：

- 1、本券不找零、不兑换现金。
- 2、本券使用期9月15日——9月22日，过期作废。
- 3、如若本券遗失不予以补发。
- 4、香烟、团购不参加此活动。
- 5、本券盖章有效。

6、本次活动的最终解释权归某公司所有。

7、现金回馈券由地区企划部统一制作，各地区财务部监制，加盖公司财务章及店长章，必须有店内编码。

8、门店客服安排好购物券的派发及使用（建议指定款台使用），并作好记录。

1、“捷足先登超值送”。

9月15日——9月23日期间，在本超市购物满28元即可到门店指定地点领取新鲜蔬菜一把，先到先得，送完为止。（每天限量500份）

活动目的：提升早间销售和早间客群的客单。

2、“商品任你拼”。

由采购对月饼类、酒类、冲调礼盒类、保健品类选择出若干种商品，消费者可从中任意选择三种（每类只能选一个商品）商品，不论您选择的商品如何，价格均为258（此为模拟价格，根据采购谈判最终确定）。

活动目的：此活动是为了促进礼盒类商品和季节性商品的销售，同时刺激一定的团购销售。

商品要求：商品进行整体捆绑式销售时，要比单件购买价格低5——10元。

中秋专刊□16k8p简要介绍和宣传中秋活动、活动日期。

专刊内页标准：

p1□封面）：宣传主题、主题活动及活动日期。

p8□封底）：详细介绍主题活动内容等。

p2—3□参与主题活动的商品。

p4—5□月饼礼盒

p6—7□酒及冲调礼盒，保健品等礼盒类商品。

平面媒体。

餐饮活动策划方案篇四

随着学校生活结束，我们即将面临就业的挑战，为了更好的实践课堂知识和增强我们的实践能力和对社会的进一步了解。学校安排了这次实习，使我们能够熟练的掌握酒店的理论知识，为此我在xx宾馆，餐饮部进行了为期六个月的实习，收获颇丰，掌握了许多课堂上学不到的服务技巧和工作经验。

2.1 实习时间

20xx年04月08日-20xx年10月08日

2.2

xx宾馆

xx宾馆座落于山东龙口xx工业园旅游景区，是一座集住宿、餐饮、旅游、会议及娱乐、休闲为一体的三星级旅游涉外宾馆，它的地理位置优越，环境舒适，现代化设施设备完美，以优质、高效的服务赢得中外宾客的赞誉□xx宾馆拥有大、中、小会议室15处，会议设施先进，具备多种同声传播、多媒体投影系统，会议服务周到细致，是商务洽谈、新闻发布、学术交流、签约仪式、举办展览、举行会议的理想场所。

3.1 实习岗位

餐饮部

3.2 实习内容

- 1、熟悉酒店及酒店所处环境的基本情况，包括：
- 2、酒店公共设施、营业场所的分布及其功能。
- 3、酒店所能提供的主要服务项目、特色服务及各服务项目的分布。
- 4、酒店各服务项目的具体服务内容、服务时限、服务部门及联系方式。
- 5、酒店所处的地理位置，酒店所处城市的交通、旅游、文化、娱乐、购物场所的分布及到这些场所的方式、途径。
- 6、酒店的组织结构、各部门的相关职能、机构及相关高层管理人员的情况。
- 7、酒店的管理目标、服务宗旨及其相关文化。
- 8、参加公司的岗位培训，熟悉自己的工作职责，了解本岗位的重要性及其在酒店中所处的位置，了解工作对象、具体任务、工作标准、效率要求、质量要求、服务态度及其应当承担的责任、职责范围。
- 9、熟悉菜牌、酒水牌，熟记每天供应的品种；

4.1 实习收获

通过这次实习，我对酒店的管理又有了更深层次的理解，并且对酒店行业有了自己的见解和认识。在酒店实习期间我不

仅更加熟悉酒店的业务操作程序，在待人接物，与人交往方面学到了不少东西。

4.1.1 服务技能的提高

在这次实习中，我重新培训了服务技巧和服务规范，更加深入熟悉服务工作，对服务有了更加深入的了解，服务技能有了进一步的提高。服务更加熟练，可以熟练地完成服务工作。通过酒店的培训，对酒水和菜品更加熟悉可以熟悉的向客人介绍和推销菜品和酒水。并且随着服务技能的提高成，提高了员工的工作效率，减少了工作失误，能够向客人提供更周到便捷的服务，由于烟台是一个旅游城市，龙口更是每年夏天游客会聚的地方，因此酒店特地培训了xx景区的一些基本旅游知识，和xx附近的旅游景点的路线等，以便为客人提供更加周到优秀的服务，当然，这在以后的服务中也验证了这次培训的正确性与重要性，客人不止一次的向我们了解xx的风俗人情旅游景点等，而我们周到的服务也不止一次的获得了客人的好评。

4.1.2 从业能力的提高

酒店培训和实习经验的积累，对我毕业以后就业增加了机会，从业能力得到提高，在此过程中语言能力，交际能力，观察能力，记忆能力，应变能力得到了提高。

(2) 交际能力 因为酒店是一个迎来送往的行业每天要接待许多不同的客人，有老顾客有新顾客，如何使这些客源保留下来很大一部分是看酒店员工的交际能力，虽说酒店有专门的营销部负责销售和拉拢客源，但作为一个餐厅的一员，尤其是主管和经理一定要有自己的固定客源，因此从现在开始就要锻炼我们的交际能力，为我们以后的工作做准备，第一印象对人际交往的建立和维持是非常重要的，给人记忆最深的常常是第一次接触所留下的印象。因此仪表、仪态的优美，真诚的微笑，无微不至的礼貌则是给客人留下美好第一印象

的关键。真诚的对待每一位客人，客人第一次来到酒店式对酒店的所有一切都是陌生的，而人对陌生的事物往往都是包邮戒备心理的，这时候我们就要依靠真诚的心来与客人交往，获取客人的信任，向朋友一样为客人提供对客人有力的选择及服务，让客人感觉到你是为他着想的，他自然会对你产生信任，从而为成为你的客户进了一步，人际关系的建立还应当有始有终，持之以恒，每一个酒店员工都应当持之以恒地与客人建立良好的人际关系，不能因自己一时的失误和思考的不周而使客人感到怠慢，从而断送自己在其他时候以及其他员工与客人所建立的良好人际关系。

(3) 观察能力的提高 观察能力的实质就在于善于想客人之所想，将自己置身于客人的处境中，在客人开口言明之前将服务及时、妥帖地送到。。既要使客人感到酒店员工的服务无处不在，又要使客人感到轻松自如，这样使客人既感到自由空间的被尊重，又时时能体会到酒店关切性的服务。善于观察客人心理状态客人的心理非常微妙地体现在客人的言行举止中，酒店员工在观察那些有声的语言的同时，还要注意通过客人的行为、动作、仪态等无声的语言来揣度客人细微的心理。做到了这些你的服务一定能获得客人的称赞。

(4) 记忆能力 餐饮服务中涉及很多需要服务员牢记的信息，如菜品做法，样式，味道，价格，酒水的年份，度数，种类，价格等，还有酒店设施，酒店信息，酒店周边信息等，都需要服务员牢牢记住，这就需要员工有良好的记忆力，如此才能使客人所需要的服务能够得到及时、准确的提供。另外如果能正确的记住客人的爱好品味，为客人提供优质的细致化的服务，客人将会感到有种受尊重、被重视感，从中感受到自己存在的意义与价值，这有助于客人对酒店产生相当良好的印象。

(5) 在酒店中可以遇见形形色色的人，当然也会遇到各色的突发事件和矛盾，这就需要有良好的应变能力，当遇上突发事件，酒店员工应当做到：迅速了解矛盾产生的原因，客人的

动机，并善意地加以疏导。用克制与礼貌的方式劝说客人心平气和地商量解决，这样的态度常常是使客人忿忿之情得以平息的“镇静剂”。尽快采取各种方法使矛盾迅速得到解决，使客人能得到较满意的答案。并尽量使事情的影响控制在最小的范围，在其他客人面前树立酒店坦诚、大度、友好的服务态度。

4.2 实习体会

4.2.1 酒店培训的重要性

随着社会经济的发展，中国的旅游业已经逐步发展并与国际接轨，而旅游业也逐渐发展成了占中国经济举足轻重的产业，因此与有业发展的好坏直接关系到国名经济的法展，而酒店在旅游业中占重要地位，而酒店企业的效益和所有的经营活动都要靠人、靠员工的辛勤劳动和出色的创造。市场同业所有的竞争最终还是队伍的竞争、人才的竞争。只有拥有优秀的人才，才可能在竞争中立于不败之地。因此培训就显得格外重要了。

(1) 从公司来讲 这是公司应尽的责任，有效的培训可以减少事故，降低成本，提高工作效率和经济效益，从而增强企业的市场竞争能力。培训是饭店成功的必由之路，培训也是饭店发展的后勤之所在，没有培训就没有服务质量，没有理由不培训，培训也是管理，培训就是按照一定的目地，有计划，有组织有布置的向员工灌输正确的思想观念，传授工作，管理知识和技能的活动，有助于饭店经营目标的实现，而酒店也不可能在任何时候都招聘到合适的人才，即使招得到，也有一个提高、更新知识以适应新形势、新任务的问题。因此，从长远来看，人才的培训才是企业发展的关键。

(2) 从员工来讲 可以帮助员工本人充分发挥和利用其人力资源潜能，更大程度地实现自身价值，提高工作满意度，增强对企业的归属和责任感。任何时候一个人的素质高低与否，

都是决定这个人发展前途的重要因素，素质是知识技能和思想的总结和表现，一个员工的道德素质，文化素质，技术素质，身体素质，能力素质等，不可能是完美无缺的，通过公司的培训，员工可以提高自己的素质，达到企业的要求，也是自己的进步。

(3) 一个好的酒店应该有一个完善的培训系统 正是由于培训的重要，酒店设立一个完善的培训系统也就显得格外重要了，在现在好多酒店对员工的培训不重视，甚至是不培训直接上岗，这对一个酒店的后续发展是致命的，没有一个服务过硬的员工团体，酒店是无法长期发展的，一个酒店建立初期的培训应该主要培训实用性强的专业技能和员工的学习意识，工作观念等，等酒店发展到一定阶段后，变硬专项管理反面的培训，培训出一个管理过硬领导班子。

餐饮活动策划方案篇五

1、唤醒沉睡顾客，并促进老顾客转介绍购买

2、带动五一及母亲节的销量

3、提升品牌影响力

4月30日——5月2日

“五”重大礼，“一”购到底

5、即使不买，还能送：

1) 老顾客转介绍成功购买，即可获赠双层保温饭盒一个；

2) 只要在朋友圈转发活动，即可获赠油壶一个；

备注：本活动内容与储值活动、贵宾9折可同时参与。

餐饮活动策划方案篇六

五一假日的到来，为紧张工作的人们提供了一个放松的机会，对于酒店餐饮商家来说，就是送来了一个赚钱的好机会。餐饮商家做促销，闭着眼睛是不会摸到成功的，脱离实际情况的促销更是要不得的。五一餐饮促销要想成功，就要做了自己个性的五一餐饮促销。

在消费者心目中理想的餐厅是什么，最简单的便是满足三方面：一是餐厅的环境氛围；二是餐厅的服务态度；三是餐厅的菜肴口味；四是餐厅的消费价位。这四方面是酒店餐厅五一促销活动方案最重要的部分。可像以下详细分析。

1、假期餐厅的气氛。

灯光，餐厅灯光的强弱与光色的照射，对餐饮消费者的就餐情绪有着重要的影响。合理的餐厅光色，既可以激发消费欲望，又可以使消费者乐于在视觉舒适的餐厅环境中就餐。

色调，不同的色彩能引起餐饮消费者的不同联想意境，产生不同的心理感受。餐厅的色彩如果调配得当，醒目宜人，对餐饮消费者和餐厅服务员的情绪调节、预防冲突都将具有重要意义。

布局，餐厅的整体氛围是消费者产生愉悦的就餐心理的又一重要因素。如果其布局能根据餐厅主题和餐饮市场定位的消费者心理进行设计，必将受到顾客的青睐。

餐台，在餐桌上摆一瓶色泽鲜艳的插花或盆花，如月季、杜鹃、米兰等。其艳丽的色彩，清馥的香味，可使人的大脑处于悠然之境，并能增加消费者的食欲。

音响，餐厅中特定的音响效果能够产生独特的气氛，在餐厅中布置山水小景，山石滴泉叮咚声响使人如同漫步泉边溪畔。

餐厅播放一些行云流水的背景轻音乐，如克莱德曼的钢琴曲等。都能使餐饮消费者的就餐心情变得格外舒畅。

有人喜欢高山流水，有人喜欢情意绵绵，布置出优雅的酒店餐厅环境，是做好五一促销活动的第一步。

2、五一劳动节餐厅的服务。

促销活动中人的因素是很重要的，它体现了一个餐厅的态度，每一个人都喜欢被尊重，被关注，优质的服务能够征服消费者的心，让消费者都牢牢记住你。所以在促销之前，要做好人员的基本服务培训，促销特色培训，态度意识的培训等等，这样可以使促销活动更好的发挥它的效果。

3、五一劳动节餐厅的菜肴菜谱创新。

消费者都喜欢新鲜事物，对于新菜都有一种要品尝的欲望，利用几款新菜来吸引消费者，满足消费者的新鲜感。

4、五一劳动节餐厅的消费阶段。

菜式，劳动节很多商家会推出相应的套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择。

制作，让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望。

观赏，在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌。

价格，通过价格来吸引消费者，这也是商家常用的方法，太要拿捏到位，不要降低价格的同时也降低了餐厅的品牌。

赠品，提供一些节日相关的赠品可以拉动一定的消费者。比如说提前预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到

一些赠品。赠品要与自己餐厅的品牌风格相应。

团圆五一促销活动即将开始

为了更好的酬谢各位宾客对我店的厚爱“5-1”周期间特推出促销活动!另外，我店餐饮部自五月起推出“偷得浮生半日闲，团圆假日吃天然”为主题的蘑菇宴，欢迎您咨询品尝!

xx餐厅五一期间优惠促销

活动时间：即日起至5月7日

xx餐厅在五一期间举办二周年店庆活动，自即日起至5月7日，每天11：00-16：00六折优惠，17：00-22：00的第一桌客人将享受单人名单优惠。

餐饮活动策划方案篇七

餐饮促销方式，依据不同标准进行划分，可以有很多种。然而，餐饮企业最为实用，也是国内外餐饮企业广泛选用、实践证明比较经济高效的促销方式主要有餐饮企业店内促销、店外促销、企业全员促销以及近年很盛行的美食节促销。下面将围绕这些方式进行系统阐述。

餐饮店内促销是餐饮企业策划的范围主要在企业内部进行宣传、推广的食品促销活动。餐饮店内促销以招徕住店及店外客人之目的，主要采用一些富有新意、能提供客人娱悦或吸引客人参与的促销方法。仍旧把餐饮业理解为只提供客人食品、饮料及其环境的行业的观点已经落后。如今的餐饮业，除了提供餐饮服务外，首先它是客人交际、沟通的场所。也就是说，餐饮业应该是营造场所为客人与客人交流、客人与饭店交流提供服务的一门生意，餐饮的其他功能也正显得越来越丰富。

店内促销范围受到限制，活动的构思和方式就更要有创意。

1、活动要具有话题性

举办的食品促销活动要具有新闻性，能够产生话题，引起大众传播媒介的兴趣，从而引起各方面的注意，吸引客人。

2、活动要带有新潮性

餐饮促销活动要有现代感，陈词滥调的花样，非但不能起到促销的作用，还可能影响餐饮的声誉。

3、活动应突出新奇性、戏剧性

人们普遍有好奇的心理，一个世界上最大的火锅会吸引许多人去观赏、品尝；一根世界上最长的面条也具有同样的推广效果。

4、活动要注意即兴性和非日常性

既是促销活动，一般只能在短期内产生效果，否则就毫无话题性、新奇性可言了。

5、活动要强调单纯性

要突出活动的主题，有时一件极富创意的促销活动，却由于过多地掺杂其他官方事务，或拘泥过多细节，而变得复杂化，失去了效果。

6、活动要富有参与性

举办的活动应尽量吸引客人参与，以提高客人兴趣和加深印象，歌星独唱、钢琴演奏远不如卡拉ok的参与性高，后者要更能调节气氛。

店内促销是一种经济方便而富有效果的促销方式。根据餐饮企业规模、结构以及促销主题，可分别选用不同的店内促销方式。

1、节日促销

产品的推广促销要抓住各种机会甚至创造机会吸引客人购买，以增加销量。各种节日是难得的促销时机，餐饮部门一般每年都要做自己的促销计划，尤其是节日促销计划，使节日的促销活动生动活泼，富有创意，以取得较好的促销效果。

(1) 春节：这是中国的民族传统节日，也是让在中国过年的外宾领略中华民族文化的节日。利用这个节日推出中国传统的饺子宴、汤圆宴、团圆守岁宴，特别推广年糕、饺子等等。同时举办守岁、撞钟、喝春酒、谢神、戏曲表演等活动，丰富春节期间人们的生活，用生肖象征动物拜年来渲染气氛。

(2) 元宵节：农历正月十五日，可在店内组织客人看花灯、猜灯谜、舞狮子、踩高跷、划旱船、扭秧歌等，参加民族传统庆祝活动，可开展以各式元宵、汤圆为主的餐饮促销活动。

(3) “七夕”中国情人节：农历七月初七鹊桥相会，这是一个流传已远的民间故事。将“七夕”进行包装渲染，印制“七夕”外文故事和鹊桥相会的图片送给客人，再在餐厅扎座鹊桥，让男女宾客分别从两门进入餐厅，在鹊桥上相会、摄影，再到餐厅享用情侣套餐，选用彩凤新巢、鸳鸯对虾等特选菜式，无疑别有一番情趣。

(4) 中秋节：中秋晚会，可在庭院或室内组织人们焚香拜月、临轩赏月，增添古筝、吹箫和民乐，推出精美月饼自助餐，品尝花好月贺、百年好合、鲜菱、藕饼等时令佳肴美食，共享亲人团聚之乐。

(5) 圣诞节：12月25日，是西方第一大节日。人们着盛装，互

赠礼品，尽情享受节日美餐。在饭店里，一般都布置圣诞树和小鹿，有圣诞老人赠送礼品。这个节日是餐饮部门进行促销的大好时机。一般都以圣诞自助餐、套餐的形式招徕客人，推出圣诞特选菜肴，如火鸡、圣诞蛋糕、圣诞布丁、碎肉饼等，唱圣诞歌，组织举办化装舞会、抽奖等各种庆祝活动。圣诞活动可持续几天，餐饮部门还可以外卖的形式推销圣诞餐，扩大销售。

(6)复活节：每年春分月圆后的第一个星期日为复活节。复活节，可绘制彩蛋出售或赠送，推销复活节巧克力蛋、蛋糕，推行复活节套餐，举行木偶戏表演和当工工艺展销等活动。

(7)情人节：2月14日。这是一个浪漫的节日，餐饮企业可设计推出情人节套餐。推销“心”形高级巧克力，展销各式情人节糕饼。特别设计布置“心”型自助餐台，推销特别情人自选食品，会有良好的促销效果。

中外传统节日还有很多，如清明节、端午节、重阳节、感恩节、万圣节、开斋节等等，只要精心设计，认真加以挖掘，就能设计推出一系列富有诗情画意的餐饮促销活动，以借机扩大销售。

2、内部宣传促销

(1)定期活动节目单。餐饮企业本周、本月的各种餐饮活动、文娱活动宣传单放在餐厅门口或电梯口、总台发送、传递信息；也可将活动信息进行特别设计处理，例如：写在口布上，写在扇子上，印染或书写在布帘上，直接写在桌面，写在墙壁所挂的大型汤匙或其他饰物上，写在cdvcd封套上，写在茶怀垫上，写在服务员制服上等等，以引起客人关注，增加宣传效果。

(2)餐厅门口告示牌。张贴诸如菜肴特选、特别套餐、节日菜单和增加新的服务项目等的告示牌。如秋季螃蟹上市，在大

厅旁或电梯边张贴色泽艳丽、形象诱人的螃蟹产广告来推广销售等。

(3) 菜单促销。固定菜单的促销作用是毋庸置疑的，各类特选菜单、儿童菜单、情侣菜单等对不同的宾客均有推广促销的作用。

(4) 电梯内餐饮广告。电梯的三面通常被用来做餐饮等促销广告。陌生人一起站在电梯内是较不自在的，周围的文字能吸引转移其注意力，也能取得较好的宣传效果。

(5) 小礼品促销。餐厅常常在一些特别的节日和活动时间，甚至在日常经营中送一些小礼品给用餐的客人。这些小礼品要精心设计，根据不同的对象分别赠送，其效果会很理想。常见的小礼品有：生肖卡、特制的口布、印有餐厅广告和菜单的折扇、小盒茶叶、卡通片、巧克力、鲜花、精制的筷子等等。值得注意的是，小礼品要和餐厅的形象、档次相统一，要能起到好的、积极的宣传促销效果。在实施小礼品促销前，应进行必要的预算。在有限的预算范围内，可以寻找购买价廉而又富有意义的物品。“价廉”并不意味着低质，尤其在预算开支、选择礼品更受欢迎。赠品是联系客人的最佳沟通渠道，因此，应特别注意其设计或选购的独创性、纪念性和实用性。

另外，内部宣传促销还可借助餐饮企业自办录像的方便，穿插播放特别推广销售的精英食品及餐厅录像片，给客人以直觉形象的宣传。

3、服务技巧促销

寓促销于服务中，是常见而有效的方式，它不仅可以起到推广销售的作用，同时还可以渲染和活跃餐饮环境气氛。

形象解剖法。服务员在客人点菜时，用生动的语言形容、描

绘菜点的形象、特色，使客人产生好感，从而引起食欲，达到促销的目的。

除法技术。对一些价格较高的菜点，有些客人会产生畏惧心理。如188元一盘的黑椒煎牛排客人会感到太贵，服务员即可向客人解释，这个菜可供10个人食用，平均每人花费还不到19元，这样客人就会觉得并不贵，从而产生购买欲望。

提供两种可能性。针对有些客人求名贵、讲阔气或求价廉的心理，为他们提供两种不同价格的菜点，任其挑选，由此满足不同的需求。

利用第三者的意见。即借助社会上有地位、有影响的知名人士对其菜点的评价，来证明其质量高、价格合理，值得购买。

(2) 餐厅现场烹调促销。餐厅营业过程中，将部分菜肴的烹调过程放在餐厅里完成，或将某些菜点的最后烹调过程让服务员在餐桌上完成，如中餐烹调中的铁板大虾、锅巴虾仁、火焰醉翁虾等；西餐中的生煎牛排、煎蛋等，让客人看到菜肴烹调过程，闻其香，观其色，赏其形，从而促使客人产生冲动进而进行决策，使餐厅获得更多的销售机会。

(3) 菜点成品试吃或半成品的现场加工促销。对于一些需要特别推销的菜点，可由服务员用托盘或餐车将菜点推送到客人的桌边，先让客人品尝一点，如喜欢就现点，不合口味则请点其他菜点。对一些鲜活且名贵的原料，在客人确认之后，当面进行原料的初加工，这既是一种特别的促销，也体现了良好的服务。

餐饮店外促销指为开拓餐饮产品销路、扩大产品销售所进行的向目标顾客传递产品信息、激发其购买欲望，进而促成购买行为的系列活动。

外卖间指在餐饮企业消费场所之外进行的餐饮销售、服务活

动，它是餐饮销售在外延上的扩大。它不占用企业自身的场地，可以提高销售量，扩大餐饮营业收入，在旺季可以解决就餐场地不足的矛盾，在淡季也可增加销售机会，使生意相对平稳。

1、外卖促销的对象

(1) 驻本国的使馆和领事馆等涉外官方机构。这在首都和一些大型口岸城市较多。

(2) 外国驻本国的商社、办事处。他们频繁的商业来往会给饭店带来许多生意，在他们的住所举办宴会比较随便、隐蔽。

(3) 大中型企业。大中型企业的年庆、年终联欢新产品研制成功、单项工作落成等都会举行一些活动来庆祝。这些企业往往有一定规模，场地条件好，是外卖的好买主。

(4) 金融机构。金融机构举办的活动也较多，尤其是银行的年会等，对中、外金融机构，都有销售的机会。

(5) 政府机构。政府抓廉政建设，机会、大企业等到饭店大吃大喝是一种浪费现象，但如果在本单位举办适当规模的餐会，既花钱少又可起到联欢的作用，也不违背廉政政策。

(6) 大专院校。适合于举办一些自助餐等，通常在开学、毕业、结业等时候举行。

(7) 有条件的家庭。随着人民生活水平的提高、住宅条件的改善，家庭外卖宴席在大城市和口岸地区、沿海部分富裕地区也同样有一定的市场。

2、外卖促销的注意事项

在选择外卖促销对象、确认有外卖业务的基础上，首先要制

订周密详细的计划，包括餐具的准备、人员组织、外卖场地的布置，以及卫生(野外需考虑活动洗手间)、安全、消防等措施的落实。其次，要有针对性制定好外卖宴会、自助餐等菜单，尽可能安排选用能在饭店厨房加工生产成半成品或成品，然后再到食用单位烹制或组装，而不至于影响产品质量的品种;要有专用货车、司机及装卸人员，可雇用钟点工，但必须招之即来;货车应有低温冷藏设备，以保证食品质量。再次，外卖的促销同样依赖于广告宣传和餐饮企业在店外的口碑作用。因此，外卖既是广告宣传作用的结果，同时又是广告宣传的载体和机会，应注意外卖货车及开餐的宣传和扩大影响的作用。

1、提供儿童菜单和儿童份额的餐食和饮料

尽可能制作提供一些花色品种丰富、造型生动别致，而吃起来又比较方便省事的菜点，多给一些特别的关照会使儿童的家长备感亲切而经常光顾。

2、提供儿童服务的设施

为儿童在餐厅创造欢乐的气氛，提供儿童座椅、儿童围兜、儿童餐具，一视同仁地接待小客人。

3、赠送儿童小礼物

礼物对儿童的影响很大，要选择他们喜欢的与餐厅宣传密切联系的礼品，以起到良好的促销效果。

4、娱乐活动

儿童对新奇好玩的东西较感兴趣，重视接待儿童的餐厅常常在餐厅一角设有儿童游戏场，放置一些木马、积木、翘板之类的玩具;还有专门为儿童开设专场木偶戏表演、魔术和小丑表演、口技表演等，尤其在周末、周日，这是吸引全家用餐

的好方法。儿童节日中常常露面的主人公，电台、电视台深受欢迎的儿童节目主持人如在餐厅露面，对儿童也是一种带有惊喜的诱惑。另外，餐厅还要以放映卡通片、讲故事、利用动物玩具等吸引儿童。这样做的另一个作用，是儿童尽情玩耍的时候，其父母可悠闲地享用他们的佳肴。

5、儿童生日促销

对儿童的食品促销不应仅仅局限于儿童节前后，可以针对不同月份过生日的儿童，印制生日菜单进行宣传，给予一贯性的优惠。现在儿童生日越来越受家长的重视，餐饮企业通常围绕儿童推销的宴席有：“宝宝满月”、“娃娃百日”、“周岁宴会”等等。

6、抽奖与赠品

常见的做法是发给每位儿童一张动物画，让儿童用蜡笔涂上颜色，进行比赛，给获奖者颁发奖品，以增加儿童乐趣。孩子离开餐厅时，也可送一个印有餐厅名称的气球，作为纪念。

(1) 了解旅行团的构成和特点，包括其客源国、旅行团成员的年龄、消费水平、饮食偏好和其他特别要求。只有弄清了客人的需求，才能合理地组织自己的产品和服务去迎合他们，使他们满意。

(2) 加强与接待单位的沟通和联系，特别是有较多客源的当地接待旅行社。餐饮企业要与旅行社密切配合，主动征求意见，提高菜点质量，保证客人用餐满意。只有这样，才能取得旅行社的支持。

(3) 了解旅行社的整个活动路线和各站的接待情况，做好充分的计划准备工作。只有当厨房产品和餐厅服务与众不同时，才能给客人留下深刻的印象。因此，每个团队的菜单都应经过精心设计，避免与前一站或前几站的菜单雷同，同时又能

反映出地方特色。

(4) 一般旅游团都以观光为主，希望多了解当地的风土人情、民族文化和自然景色、在吸引旅行团用餐时，可安排一些民族艺术表演和其他文娱活动，让他们边享有餐饮，边欣赏演出，会起到更佳的效果。同时，增加一些特别娱乐活动，也可以创造综合销售的机会，使旅行团客人花了钱又开心。

(5) 旅行饭盒是旅行团常带的旅途食品，也是厨房的一笔可观的收入，饭盒推销还可服务社会，成为餐饮企业的一项正常生产和经营项目。

在服务接待上还要体现旅行团的特点，从桌次安排到时间控制，从饭菜的数量和质量到礼节礼貌，都会反映对旅行团生意的重视程度，这直接会影响到地旅行团业务的促销。

1、打折优待

打折优待的方法：

- (1) 自助餐方式，降低价格；
- (2) 带伴的宾客九折优待；
- (3) 女士可以享受特别优待价，以吸引更多客人用餐；
- (4) 采取团体优待制度；
- (5) 每月x日，凡是x岁的客人八折优待；
- (6) 与附近的商店、公司联合发行优待券；

2、举办优待日活动

为了吸引和稳定客源，可借各种名义酬谢老主顾，定期举办

优待日活动，如每月举行一次食品的免费招待。针对不同节日、不同对象，开展优待活动。如重阳节老年人一律半价优待。

3、优待时间

为调节客人就餐节奏，减少旺淡忙闲不均现象，可选择一定的时间进行优待促销。如播放某首特别歌曲的时候，在场的客人均可被奉送某道菜点；预定优待时段，凡此段时间光临的客人，可获得免费赠送的调味小菜或饮料等。

4、奖品优待

(3)连锁的餐饮店，可以举办走遍连锁店、盖满图章者，可获得精美赠品的活动。

餐饮活动策划方案篇八

挖掘传统文化，引领当今市场宴席是很多人聚餐的一种餐饮方式，从实际内容来讲，它是按筵宴的要求、规格、档次，程序化的整套菜点。从社会意义来讲，它是进行喜庆、团聚、社交、纪念等社会活动的重要手段。宴席菜点的组合原则有诸多方面：如突出主题，属性和谐，价值相符，荤素搭配，口味鲜明，营养合理等。那么春节筵宴，则要紧紧围绕“年文化”、“年风俗”来设计，紧扣主题。

年夜饭又叫团年饭，是“年文化”的重要组成部分，也是餐饮业春节期间开拓的主要市场。家庭是中华民族社会的基石，一年一度的团年饭充分表现出中华民族家庭成员的互敬、互爱。说起年夜饭的重要性，我们从邓云乡先生《燕京乡土记》中记载的一个除夕凄凉的故事中得到体会：旧社会穷人生活困难，年三十晚上是个关。有户人家，丈夫年三十晚上很晚尚未拿钱回来，家中瓶粟早罄，年货毫无。

女人在家哄睡了孩子，一筹莫展，听得邻家的砧板声，痛苦到了极点，不知丈夫能否拿点钱或东西回来，不知明天这个年如何过，又怕自己家没有剁肉的砧板声，惹邻居笑话，便拿刀斩空的砧板，边斩边落泪。这个故事听了的确让人心酸，但更充分体现了年夜饭在人们心目中的重要位置。年夜饭中，人们往往会给菜品起一些吉祥如意的名字，并赋予一定的含义，下文还有专门分析，在此不再赘述。饮酒也是年夜饭的重要组成部分，同时也是我们经营者所容易忽视的部分。

在中国古代，人们过年喝酒非常注重酒的品质和特点，有些现在已经没有了，但留下了很多动听的名字，供我们餐饮经营者去挖掘，如“葡萄醅”、“兰尾酒”、“宜春酒”、“梅花酒”、“桃花酒”、“屠苏酒”等，每一种酒都有其特殊的工艺配方和含义，有待我们每一个经营者根据企业情况去挖掘和研究，或许能成为本企业经营的一个亮点。除夕守岁是中国“年文化”的一个传统习俗，守岁从年夜饭开始，根据《荆楚岁世时记》记载，至少在南北朝时代，中国已有了吃年夜饭的风俗，守岁既有对逝去岁月的惜别留恋之情，又有对即将来临的新年寄以美好希望之意。守岁时，所备瓜果小吃也有讲究，如：吃枣(春来早)，吃柿饼(事事如意)，吃杏仁(幸福人)，吃长生果(长生不老)，吃年糕(一年比一年高)，我们是否也可将其整合包装，在春节期间附带销售呢?相信大家对“年”是怪兽的传说都已经非常熟悉了，过年放爆竹是“年文化”的又一个传统习俗，但在我国很多城市中，出于安全、环保等方面的考虑，城区内禁放烟花爆竹，如若我们在年夜饭结束后附带加上一条，组织大家去郊区燃放烟花、爆竹，相信又会给人们增加一些吸引力。

二、“年夜饭”上出特色——创新本店菜品。

2、色形艳丽，富有创意春节宴会，食客心情愉快，气氛热烈，为迎合此心情，在宴会设计方面，菜点要有丰富多彩的色调、赏心悦目的形态和整体热闹的效果。此时客人对菜点的需求已是物质和精神双重享受的结合，大饱口福与大饱眼福并举，

店家满足了食客的这种需求，食客才会对你的饭店留下美好的印象。所以，在宴会的设计和制作方面，特别要注重细化、美化，在注重食用性的同时，还要突出其观赏性和艺术性。如艺术菜、花色菜、盛器的选用、点缀装饰的手段等等。

3、精选菜点，突出特色春节菜单的设计，应突出本店特色。所谓特色菜至少要具备两个基本特点，第一从菜品原料、营养、口味、色彩等方面要有区别于其他饭店出品的特点；第二菜品在本店点击率高，是菜单中的亮点、是品牌菜。所以春节菜单组合，首先要选择本店特色菜，然后再加上部分创新菜、时令菜，这就成为一套很好的菜单了。

4、经济实惠，突出美味

春节人们去饭店、酒楼摆家宴的另一个需求是，追求美味，即平日家庭做不出的、饭店日常不曾推出的特色菜点，这在调剂春节宴会菜肴的口味方面特别显得重要。在这方面，要注重五味平和，喜闻乐见，所有菜点均应做到“甘而不浓，酸而不醋，咸而不减，辛而不烈”。

春节期间主要是个人消费，以家庭、朋友聚餐为主，中华民族的节俭本性，也会在春节期间外出就餐上得到体现。这时，多半为至亲好友共餐，丢掉了平时商场、官场上的虚荣与面子，追求的更是一种实惠与适口，建议我们在“年菜”的设计上体现出实惠与美味、美感的有机结合。