

和青春的活动 卫计委爱耳日相关活动方案 (优质6篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。相信许多人会觉得计划很难写？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

餐饮项目计划书篇一

人类社会进入民主化时代管理思想和管理方式发生重大变化的表现。本书主要阐述公共关系管理学的基本思想和主要业务技能，可以分为以下几个方面。

一、什么是公共关系管理

(一) 公共关系管理的发展过程：

- 1、19世纪中叶，企业开始利用报纸进行经营性宣传，公共关系管理在美国资产阶级民主革命中产生。
- 2、20世纪初期的艾维李时代，公共关系管理被看成是“真诚”地“介绍自己的情况”，以“影响公众舆论”的一种宣传活动。
- 3、20世纪20年代公共关系管理基本成熟，公共关系的含义由“单向引导”变成组织与公众的“双向交流”。
- 4、20世纪30年代公共关系达到较为科学与完善的境界，在突出“公众利益”的前提下，强调了“个体或组织”行为的协调和调整。
- 5、20世纪四五十年代公共关系的实践和理论研究都处在一个

新的繁荣时期，开始在全世界范围内传播和应用。

6、20世纪60年代以来，定义了公共关系：公共关系是一个单位或组织制定和实施赢得公众理解和接受的活动规则、评价公众态度、确保自己的政策和行为与公众利益保持一致的一种经营管理功能。

（二）理解公共关系本质属性三个角度：

1、公共关系的“关系”性质：组织与公众环境之间的信息交流关系。

2、公共关系的“职能”性质：组织与社会公众之间的传播沟通的目标、资源、对象、手段、过程和效果等基本要素的管理，即传播（沟通）管理。

3、公共关系的“科学”性质：作为一门综合性的应用学科，是一门以传播学和管理学为主要依托的传播管理学或组织传播学。

总之，公共关系是组织的“传播沟通关系”，组织的“传播沟通职能”，组织的“传播管理学科”，“组织与公众之间的传播沟通”是其本质属性。

（三）公共关系管理的基本理论要素：

1、公众利益：社会组织赖以生存的内部和外部各种社会群体的综合利益，是公共关系管理学的核心思想。

2、社会组织：按照一定的目的、任务和形式，为履行某种职能而建立起来的社会群体或社会集团，是公共关系管理的主体。

3、公众：以社会组织为中心，依靠利益关系而连接为社会组

织的基本生存环境，是社会组织生存发展的基础。

4、传播沟通：是公共关系管理的基本手段，是组织与公众得以联系的重要方式。其职能的实现将伴随协调关系、管理信息、预测趋势、咨询决策、规范行为等一系列公共关系管理职能的启动。

5、行为规范：公共关系管理维护群众利益的必然选择，也是树立优秀形象的基础性工作

6、组织形象：是公共关系管理的中心对象，它的提出标志了公共关系管理的特殊性和基本内容，说明了管理科学的新发展。

二、公共关系管理的基本职能

1、组织形象的策划和管理：公共关系管理一形象管理为中心，而组织的形象管理是一个永无止境的工作。树立良好的组织形象的步骤有组织形象的定位、组织形象的策划和组织形象的管理。

2、传播沟通：是公共关系管理的基本工作，它使组织与公众建立联系，并不断的维持和加强这种联系。

3、管理信息和监测环境：一切有关组织生存、发展的信息都要进行收集、处理，并能够发现问题，预测出环境的变化趋势，以便于组织不断地调整，改造环境和适应环境。

4、交往联络及协调关系：通过社会交往活动，建立广泛的联系，协调组织与其所在环境的关系，谋求组织与环境协调发展的平衡状态。

5、决策咨询服务与公关危机处理。

6、教育引导及规范行为：树立优秀形象，不仅要靠公关人员的努力和一些公关活动，还要靠组织的各方面的管理人员以及全体员工的共同、持久的努力。

三、需要理解的几个概念

（一）1、关系：组织与公众之间的联系。

1、这种联系的性质和程度，是衡量公共关系状态的客观标志。

2、舆论：在公共关系中指社会公众对组织的政策、行为、人员或产品所形成的看法和意见的总和，是大多数人对组织的看法和意见的公开表达。

3、形象：指组织的总体特征和实际表现在社会公众中获得的认知和评价。

（二）与公共关系相关的两个“关系”概念：

1、人际关系：指个人关系、私人关系，即个人在社会交往实践中形成的人与人之间的相互作用和相互影响。

2、人群关系：指群体内部活动和组织管理过程中人与人、人与群体的关系。

3、搞好内部公众关系的目的和意义：

（1）、组织要通过自身成员的认可和支持来增强内聚力。

（2）、组织要通过全员公关来增强外张力。

（三）公共关系活动的业务方式：

a.宣传型公关：运用印刷媒介、电子媒介等宣传性手段，传递组织信息，影响公众，迅速扩大组织的社会影响。

b.交际型公关：运用各种交际方法和沟通艺术，广交朋友，协调关系，缓和矛盾，为组织创造良好的社会环境。

c.服务型公关：以实际的服务行为作为特殊媒介，吸引公众，获得好评，使组织与公众间的关系更加融洽、和谐，提高组织的社会信誉。

d.社会活动型公关：以组织的名义发起或参与如公益、环保、教育等社会性活动，扩大组织的整体影响。

（四）公共关系年度工作报告：指以本年度的公关计划和预算为根据，将一年来的实施结果与预期目标和计划相比较，就公共关系各层次的目标及计划的实现程度和存在差距，提出总结报告。

发展。

四、礼仪

1) 一般社交礼仪：

1、日常交往礼仪——见面礼仪微笑；称呼；介绍；握手及其方式；

2、交谈礼仪听的艺术；说的艺术。

3、电话礼仪打电话的礼仪；接电话的礼仪；电话的声音礼仪。

4、仪容和服饰礼仪仪容礼仪：个人卫生；举止礼仪；美容美发礼仪。

5、服饰礼仪：服饰打扮的原则；服饰选择艺术及其礼仪要求。男士西装的“八忌”和女士着装的礼仪。首饰选择及搭配艺术。

总结：这些礼仪对一个人的正常发展和交流有着不可替代的作用。

2) 公务活动礼仪：

1、接待礼仪；

2、宴会礼仪；

3、商业仪式；

5、涉外礼仪等若干事项；

6、国际公共关系：就是公共关系跨越国界，在国际范围内进行公关交流和开展公关活动。国际公共关系有利于国家的对外开放，促进一个国家的对外开放。从事国际公共关系活动应遵循国际惯例的原则，国际性与民族性相结合的原则和兼收、运用的原则。

五、企业公共关系管理的CS新思维

(1) 基本内涵：顾客满意度。顾客分为内部顾客和外部顾客。要使外部顾客满意，首先要使内部顾客—企业员工感到满意。顾客满意是顾客消费了企业提供的产品和服务之后所感到的满足状态，是个体的一种心理体验。

(2) 基本策略：

1) 产品满意—CS经营的基础。

2) 服务满意—CS经营的保证。

3) 顾客忠诚—CS经营的目标。

(3) 加入wto中国应注重品牌建设:

1) 中国名牌产品到了最危机的时刻

a□国外名牌产品知名度高, 时尚性强, 诱惑力大。

b□国外名牌产品技术先进, 质量可靠, 竞争力强。

c□国外品牌在价格上取得优势, 对国内市场产生更猛烈的冲击。

2) 品牌建设是中国企业的唯一出路

a□品牌经营是名牌扩张的必由之路。

b□品牌作为企业产品的标志, 对顾客起着重要的导向作用。

c□品牌可以为企业带来忠诚的顾客, 是企业赖以生存的基础。

d□品牌具有多重的使用价值, 是企业的一笔巨大的无形资产。

文档为doc格式

餐饮项目计划书篇二

人类社会进入民主化时代管理思想和管理方式发生重大变化的表现。本书主要阐述公共关系管理学的基本思想和主要业务技能, 可以分为以下几个方面。

(一) 公共关系管理的发展过程:

1、19世纪中叶, 企业开始利用报纸进行经营性宣传, 公共关系管理在美国资产阶级民主革命中产生。

- 2、20世纪初期的艾维李时代，公共关系管理被看成是“真诚”地“介绍自己的情况”，以“影响公众舆论”的一种宣传活动。
- 3、20世纪20年代公共关系管理基本成熟，公共关系的含义由“单向引导”变成组织与公众的“双向交流”。
- 4、20世纪30年代公共关系达到较为科学与完善的境界，在突出“公众利益”的前提下，强调了“个体或组织”行为的协调和调整。
- 5、20世纪四五十年代公共关系的实践和理论研究都处在一个新的繁荣时期，开始在全世界范围内传播和应用。
- 6、20世纪60年代以来，定义了公共关系：公共关系是一个单位或组织制定和实施赢得公众理解和接受的活动规则、评价公众态度、确保自己的政策和行为与公众利益保持一致的一种经营管理功能。

（二）理解公共关系本质属性三个角度：

- 1、公共关系的“关系”性质：组织与公众环境之间的信息交流关系。
- 2、公共关系的“职能”性质：组织与社会公众之间的传播沟通的目标、资源、对象、手段、过程和效果等基本要素的管理，即传播（沟通）管理。
- 3、公共关系的“科学”性质：作为一门综合性的应用学科，是一门以传播学和管理学为主要依托的传播管理学或组织传播学。

总之，公共关系是组织的“传播沟通关系”，组织的“传播沟通职能”，组织的“传播管理学科”，“组织与公众之间

的传播沟通”是其本质属性。

1、公众利益：社会组织赖以生存的内部和外部各种社会群体的综合利益，是公共关系管理学的核心思想。

2、社会组织：按照一定的目的、任务和形式，为履行某种职能而建立起来的社会群体或社会集团，是公共关系管理的主体。

3、公众：以社会组织为中心，依靠利益关系而连接为社会组织的基本生存环境，是社会组织生存发展的基础。

4、传播沟通：是公共关系管理的基本手段，是组织与公众得以联系的重要方式。其职能的实现将伴随协调关系、管理信息、预测趋势、咨询决策、规范行为等一系列公共关系管理职能的启动。

5、行为规范：公共关系管理维护群众利益的必然选择，也是树立优秀形象的基础性工作

6、组织形象：是公共关系管理的中心对象，它的提出标志了公共关系管理的特殊性和基本内容，说明了管理科学的新发展。

1、组织形象的策划和管理：公共关系管理一形象管理为中心，而组织的形象管理是一个永无止境的工作。树立良好的组织形象的步骤有组织形象的定位、组织形象的策划和组织形象的管理。

2、传播沟通：是公共关系管理的基本工作，它使组织与公众建立联系，并不断的维持和加强这种联系。

3、管理信息和监测环境：一切有关组织生存、发展的信息都要进行收集、处理，并能够发现问题，预测出环境的变化趋

势，以便于组织不断地调整，改造环境和适应环境。

4、交往联络及协调关系：通过社会交往活动，建立广泛的联系，协调组织与其所在环境的关系，谋求组织与环境协调发展的平衡状态。

5、决策咨询服务与公关危机处理。

6、教育引导及规范行为：树立优秀形象，不仅要靠公关人员的努力和一些公关活动，还要靠组织的各方面的管理人员以及全体员工的共同、持久的努力。

（一）1、关系：组织与公众之间的联系。

1、这种联系的性质和程度，是衡量公共关系状态的客观标志。

2、舆论：在公共关系中指社会公众对组织的政策、行为、人员或产品所形成的看法和意见的总和，是大多数人对组织的看法和意见的公开表达。

3、形象：指组织的总体特征和实际表现在社会公众中获得的认知和评价。

（二）与公共关系相关的两个“关系”概念：

1、人际关系：指个人关系、私人关系，即个人在社会交往实践中形成的人与人之间的相互作用和相互影响。

2、人群关系：指群体内部活动和组织管理过程中人与人、人与群体的关系。

3、搞好内部公众关系的目的和意义：

（1）、组织要通过自身成员的认可和支持来增强内聚力。

(2)、组织要通过全员公关来增强外张力。

(三) 公共关系活动的业务方式:

a.宣传型公关: 运用印刷媒介、电子媒介等宣传性手段, 传递组织信息, 影响公众, 迅速扩大组织的社会影响。

b.交际型公关: 运用各种交际方法和沟通艺术, 广交朋友, 协调关系, 缓和矛盾, 为组织创造良好的社会环境。

c.服务型公关: 以实际的服务行为作为特殊媒介, 吸引公众, 获得好评, 使组织与公众间的关系更加融洽、和谐, 提高组织的社会信誉。

d.社会活动型公关: 以组织的名义发起或参与如公益、环保、教育等社会性活动, 扩大组织的整体影响。

(四) 公共关系年度工作报告: 指以本年度的公关计划和预算为根据, 将一年来的实施结果与预期目标和计划相比较, 就公共关系各层次的目标及计划的实现程度和存在差距, 提出总结报告。

发展。

1) 一般社交礼仪:

1、日常交往礼仪——见面礼仪微笑; 称呼; 介绍; 握手及其方式;

2、交谈礼仪听的艺术; 说的艺术。

3、电话礼仪打电话的礼仪; 接电话的礼仪; 电话的声音礼仪。

4、仪容和服饰礼仪仪容礼仪: 个人卫生; 举止礼仪; 美容美

发礼仪。

5、服饰礼仪：服饰打扮的原则；服饰选择艺术及其礼仪要求。男士西装的“八忌”和女士着装的礼仪。首饰选择及搭配艺术。

总结：这些礼仪对一个人的正常发展和交流有着不可替代的作用。

2) 公务活动礼仪：

1、接待礼仪；

2、宴会礼仪；

3、商业仪式；

5、涉外礼仪等若干事项；

6、国际公共关系：就是公共关系跨越国界，在国际范围内进行公关交流和开展公关活动。国际公共关系有利于国家的对外开放，促进一个国家的对外开放。从事国际公共关系活动应遵循国际惯例的原则，国际性与民族性相结合的原则和兼收、运用的原则。

(1) 基本内涵：顾客满意度。顾客分为内部顾客和外部顾客。要使外部顾客满意，首先要使内部顾客—企业员工感到满意。顾客满意是顾客消费了企业提供的产品和服务之后所感到的满足状态，是个体的一种心理体验。

(2) 基本策略：

1) 产品满意—CS经营的基础。

2) 服务满意—cs经营的保证。

3) 顾客忠诚—cs经营的目标。

(3) 加入wto中国应注重品牌建设:

1) 中国名牌产品到了最危机的时刻

a□国外名牌产品知名度高,时尚性强,诱惑力大。

b□国外名牌产品技术先进,质量可靠,竞争力强。

c□国外品牌在价格上取得优势,对国内市场产生更猛烈的冲击。

2) 品牌建设是中国企业的唯一出路

a□品牌经营是名牌扩张的必由之路。

b□品牌作为企业产品的标志,对顾客起着重要的导向作用。

c□品牌可以为企业带来忠诚的顾客,是企业赖以生存的基础。

d□品牌具有多重的使用价值,是企业的一笔巨大的无形资产。

餐饮项目计划书篇三

1、住宅社区:开面馆最好的选择,住宅社区的人口组成均匀,都以家庭为单位,出门用餐机率高,每一个家庭2-6人,座位应具有能足够容纳的环境,菜色选择也要丰富,装修必须花较多成本,才能满足大人与小孩的需求,消费以午餐、晚餐与假日为主,不会出现明显淡季与旺季之分。

2、工商业区:上班族群聚的地方,活动时间以白天为主,因

此消费时机在于午餐，由于午餐时间并不长，而用餐都在11-13点之间，对供应速度要求较高，工商业区用餐环境要求不高，讲求卫生清洁，服务态度要好，座位可以较密集，以容纳顾客，晚餐只有加班人用餐，如讲究你的特色面食，对晚餐营业有所帮助，每星期一至星期五是消费者集中时间，周六日则相对清淡。

3、学校园区：每年扣除休假只做九个月，以面馆只适合大学、专科学校，这类学校学生消费水平并不高，但是消费能力较高，学生消费族群容易受流行趋势改变，因此对菜色变化要求不断，对餐饮环境卫生要求较高，这是他们选择用餐地点的重要依据；午餐、晚餐、夜宵皆可做，都有生意上门；寒假暑假可能主要是周边人群消费，会相对冷清些，但利润绝对仍然能得到很好保证。

4、市场夜市：夜市人，各样各色人聚集之地，它综和娱乐、购物、餐饮等五花八门的行业，人流量较大，同时竞争也相对直接而且激烈，所以面馆要强力讲求特色，别人能做我能做，我做别人做不了！营业食间都以晚上为主，下午是准备材料：晚上从下午5点开始至零晨2点。逛夜市普通都想吃吃看，所以供应面的份量可以比一般少些，种类多些。

针对人群：时尚的年轻人、小孩、学生，以及喜欢吃面的家庭。

彩面投资成本小，市场广阔，基本上能够保证稳赚不赔，假定一家50平米的面馆，主要投资为：

彩面制作设备：2~4000

厨房设备：6000

店内装修及配备：10000

人员工资：4000

流动资金：1800

水电气：1000

开业宣传：1000

转让费：0-60000（铺面转租后仍能回收）

总投资约为：30000~80000

早餐50碗，午餐120碗，晚餐90碗。一天营业额约为1300，一个月利润约为22600元。

主营营养彩面，可以结合彩色饺子、包子、馒头、馄饨等销售！

餐饮项目计划书篇四

通过近期对酒店餐饮部的经营情况分析，为了稳定、开发客户同时使我们的餐饮产品保持较强的生命力，将针对以下几方面展开工作。

一、产品推广：

- 1、五月份以“瓜果飘香入菜来”健康菜肴推介；母亲节妈妈菜套餐。
- 2、六月份推出“清凉一夏”活动月及父亲节套餐。
- 3、建议七、八月份开展“美味手札”，推出不同款式菜肴；
- 4、九月份推出团圆月赏月活动。

6、十二月份推出“家常菜也spa”系列美食菜肴、“十大招牌菜”年度盛宴活动。

二、队伍建设：

完善劳动用工制度、培训制度、提高员工整体素质

(1) 严格劳动用工制度，餐饮部招聘新员工符合条件的择优录取，保证招工的质量。同时上级领导深入员工之间挖掘人才、不断充实队伍。通过现有员工介绍的方式招收有从业经验的服务人员。

(2) 完善培训制度，为了使培训收到预期的效果，餐饮部管理人员首先明确了培训要具有“目的性”、“实用性”、“时间性”的指导思想。其次成立培训小组，再三是制定培训方案，采取理论与实际相结合、以老带新的方式分期分批进行培训。

三、开拓经营、发展增收渠道、扩大营业收入：

随着餐饮业竞争的日益激烈，定期的市场调查、经营分析，准确的市场定位，才能使我们的产品保持长久的市场占有率。

1、与当地婚庆公司合作，签署互惠促销协议，开拓我店婚宴信息来源发展增收渠道。

2、切实落实好每月美食推广活动，通过系列经营活动，提高了知名度，取得良好的经济效益和社会效益。

3、开展联营活动，餐饮部与客房部等相互配合，共同促进经营。

4、全员公关，争取更多的回头客。对员工灌输公关意识和知识，与顾客沟通、点菜，以不同的形式征求他们的宝贵意见。

逢节假日、客户生日向关系户电话问候。同时专人负责客户资料的征集及补充，并于日常例会期间及时沟通。

餐饮项目计划书篇五

每个具有竞争优势的公司都会有一套优秀的战略。创业战略是在创业资源的基础上，描述未来方向的总体构想，它决定着创业企业未来的成长轨道以及资源配置的取向。

lv辣菜馆(love辣味，定位为包含年轻、时尚、爱情、火辣、快捷等元素的湘赣菜系餐厅)

上海五角场标准门面房，具备办公中心、商业中心、居住中心三个条件，同时还是上海最大的大学社区，交通便利、视野宽阔。唯一不足是没有合适的停车位置，只能借助周围各大商场的地下停车场。

经过初步的投资前期市场调查，我们定位的目标消费群以五角场商圈的办公白领、商业从业人员和顾客、周围庞大的大学生群、周围庞大的杨浦区居民群；竞争对手主要为现存和即将开业的中餐厅，其中特别以入主大商场的各大品牌快餐厅，以年轻、时尚、快捷为元素对手比较多，但以爱情、火辣为元素对手较少；五角场所在商圈过去非常发达，新的商业氛围全面营造好后，短期内将成为可以与徐家汇比拟的巨大消费商圈；与餐饮行业相关的法律手续、租赁合同等已经明确，供应商关系有待加强。完善、详细、有计划的市场调查，特别是消费者偏好调查需要进一步的展开。

以湘菜和赣菜为主菜系，宣扬湘赣饮食文化，以“辣”为主色调进行菜色设计，将辣菜文化与时尚元素结合年轻、爱情、火辣、快捷融合推广；设计快餐套餐，积极开拓湘赣菜快餐消费市场和外送市场。

建筑面积100平方米，1开间门面商铺楼上楼下各50平米，月

租金3.3万元。

2名厨师，2名助理厨师，4个店面服务员(含领班和收银)，月工资总额控制在1万元以内。

2月中旬签约，两个月免租，3月办理工商税务消防等政府事务、人员招聘和培训、岗位制度的制定、菜点设计和价格设计、装修配套和店内装饰、供应商接触、首批物料备货、网络推广等等，4月中旬试营业，5月1日正式营业。

试营业两周，正式开业庆典两周，活动期间均可享受活动宣传的优惠；媒体推广策划、户外现场策划、店内布置、促销活动设计等。

房租和押金周转资金16.5万元，固定资产投资15万元(装修10万元，电器和厨房设备3万元，家具装饰等2万元)，物料周转资金1.5万元，合计33万元。

房租3.3万元/月，水电0.2万元/月，人工1万元/月，促销推广平均0.3万元/月(节庆日集中使用，每次5000元左右，全年做5次，其余1.1万元平时使用)，税金0.1万元/月，其他开支0.4万元/月，合计每月成本支出5.3万元，每年成本支出63.6万元。

固定资产折旧：

固定资产15万元，预算2年折旧完毕，即平均每月折旧0.625万元，折旧资金可用于周转，但必须预算2年后重新装修。

预计月营业额15万元，预计65%毛利(内部必须控制75%以上毛利，留足10%空间用于折扣销售)即9.75万元，固定资产折旧0.625万元/月，成本支出5.3万元/月，净利润为3.825万元。年净利润为45.9万元。

单店盈亏平衡点为每月营业额9.12万元，即平均每天营业额0.304万元，年营业额109.44万元。第一年的年营业额如果低于109.44万元，则不具备生存条件，必须尽快调整或转卖；第一年的年营业额高于109.44万元，则具备了生存条件，可以设法改善；第一年的年营业额达到180万元则可以迈开步子考虑进一步发展。

年净利润45.9万元的60%用于提升品牌、继续投资开店，即27.54万元；年净利润的40%用于股东分红，即18.36万元。

如果第一年的年营业额达到180万元且净利润中用于继续投资的资金大于25万元，则第二年开3家分店。

餐饮项目计划书篇六

日益激烈的就业压力以及人们日益增长的饮食需求，使餐饮行业变得更加有潜力。

1、选址方面：明月西餐厅位于学院的美食街内，与连串的快餐店连在一起，但都作为美食街唯一的西餐厅。与其它快餐店所不同的是有更好的就餐环境和更优质的服务。

2、格调方面：明月西餐厅为温馨浪漫的风格，为顾客提供优质的服务，给顾客贵族式的享受，力求营造一种幽雅、舒适、休闲的消费环境，引导消费者转变消费观念，向崇尚自然、追求健康方面转变。

4 SWTO分析

学院现有一万三千几个师生，调查资料表明他们多消费用于饮食方面占了54.7%，正因如此，饮食也是在学校创业首选之路。同时在校院里经营西餐厅的SWTO分析图如下：

S 美食街附近是男生宿舍最聚中的地方，偶尔去美食街的人

占了全师生65.8%

o□现时有40.2%师生觉得现在学校最缺的服务是就餐环境，而适合明月西餐厅设计是幽雅、舒适、休闲的消费环境，这可表明了，明月西餐厅开业后会有更受欢迎的可能性。

t□美食街有众多快餐店和学校内有五间饭堂。

1、尊重餐饮业人员的独立人格。

2、互相监督：管理层监督员工的工作，同时员工也可以向上级提出自己的意见或见解。

3、营造集体氛围：既要上下属感受到西餐厅纪律的严明，也要关怀员工，让员工感受到来自集体的温暖，有利于加强凝聚力，提高工作积极性。

4、公平对待，一视同仁，各尽所能，发挥才干

以西式扒类为主，结合快餐、中西炖汤、中西式局饭、皇牌主食套餐，小食天地、美颜甜品、水吧饮料等来满足消费者的需求：

1、推出皇牌主食套餐，经济实惠，例如：泰汁鸡扒印尼炒饭套餐、青咖喱猪颈肉扒伴意粉套餐、鳗鱼泰汁鸡扒局饭套餐等，各套餐还配有（粟米忌廉汤、油菜、热奶茶或冻柠乐），最适合校园情侣品味。

2、西餐结合快餐

例如：扒类（牛扒、猪扒、鸡扒）、各式快餐、各式小食、各种中西炖汤、中西式局饭、粉面类（意粉、米粉等）。

3、美颜甜品

例如：姜汁鲜奶雪蛤膏炖蛋、金粟南瓜西米露、栗子蓉鲜奶露、椰汁香芋西米露等等，最适合爱美的女大学生品尝。

4、根据不同的季节制定一些冷饮，热饮，点心、沙拉等

例如：现磨咖啡、花式精致冰啡、香滑奶茶、特式风味茶、天然花茶、精美饮品、鲜榨果汁、雪糕新地、滋润甜品等等。

1、品牌策略：

“明月西餐厅”这个店名易记，易读，好听。“明月”一词可以营造典雅的个性氛围传播快捷，符合目标市场消费者的消费需求。而且招牌的字体设计要美观大方，要具有独特性；易吸引人的注意。

2、价格策略：

(1) 主要走中低档价格策略，在食品“色”，“香”，“美味”，服务等方面力求尽善尽美，努力给客户最大限度的享受和心理满足。

(2) 针对消费者比较价格的心理，将同类食品有意识地分档，形成价格系列，使消费者在比较价格中能迅速找到自己习惯的档次，得到选购“满足”。

3、促销策略

(1) 西餐厅的促销战略应以竞争为导向。餐厅必须了解竞争对手的情况，比较自己与竞争对手产品和服务的区别，在此基础制定出具体的促销计划和方案，在实施计划的过程中，通过宣扬本餐厅的独特产品或经营风格，树立起鲜明的企业形象。

(2) 为迎合本餐厅的经营宗旨为：“著意求新”，促销战略

中应包含以下4方面：

a□求新：我国的西餐厅不但历史久远，而且品种丰富，已初步形成了高、中、低档的格局，冲、泡、蒸、煮、烤、炸、炒，可谓五花八门，一应俱全，但都是多年一层不变的老面孔，消费者对此缺少新鲜感，尤其是文化品味太低，跟不上发展的潮流，因此，要在传统基础上做足做够“新”字文章，增强其吸引力。

b□求变：过去20年，人们以能解决温饱为主，而今天人们则以营养和享受为主，所以，西餐厅也要以变应变，在工艺、烹调、配料上求变来满足人们的口味，一变天地宽，这样才能牢牢抓住消费者，以拓展西餐厅业市场空间。

c□求奇：要在求新和求变的基础上求奇，同样一个商品，变换一个新名词就能赢得消费者的青睐，我们应该从国外饼干、水果等进入中国市场时的新名词而受到启发，同时，求奇，还表现在西餐厅结合上取长补短，用洋西餐厅的技术改造中式西餐厅，也可以用传统的中国工艺嫁接洋西餐厅，做到出奇制胜。

d□求特：这个特，就是中国特色的特色西餐厅。回望中国西餐厅绝大多数是“一人一把号，各吹各的调”，固守一块阵地，老死不相往来，结果是谁也做不大快上“蛋糕”，有的甚至失传或萎缩了，因此，要尽快选择几个特色西餐厅，上规模，拓市场，强强联合，打造特色品牌，抢占名牌制高点。

1、按照直营店的实施情况来执行：

2、西餐厅服务业的模型：

以顾客为中心，以顾客满意为目的，通过使顾客满意，最终达到本店经营理念的推广。

3、人员与制度：

1) 店长

店长负责综合协调和管理店内各部门工作，督促员工工作，同时接受学校的监督，做好西餐厅与学校的交流工作。

工作内容：督促各部长及员工的工作，鼓舞员工的工作热情，听取员工的意见。综合决策各种工作的运行。代表西餐厅与学校进行交流，向上反映员工的意见及要求，向下传递学校所要求的工作。

2) 行政人事

主要职责：人员到职与离职的相关办理，各类人事资料的汇总，建档及管理，员工档案资料管理，员工请假，调休假作业，出勤状况，稽查，统计作业。

3) 厨师

对厨师的要求很高，他必须有灵活的脑子，在每一周都能变一个化样的特色，来吸引顾客。

4) 服务员

以礼待客，遵守制度，积极进取。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。招的兼职工就负责点菜和端菜，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，如果有顾客或者出现不干净的事物或环境马上处理，赔礼道歉重新更换食物或者打扫卫生，如顾客还不满意可以以陪赏进行道歉。

5) 薪酬制度：记时工资制

不同类型的工作人员时间上的薪酬不同；采用此制度比较灵活，可以准确地记录各个工作人员的工作时间，准确地计算出职工的工资。

6) 奖励制度：根据员工考核总分进行奖励（半年实行一次奖励）

一) 销售计划

a□开业前进行一系列宣传工作，发放问卷调查表，根据消费者的需求，完善本店的产品和服务内容。

b□推出会员制，季卡、月卡，从而吸引更多的顾客。

二) 财务计划

1、实行严格的财务管理，实现损益控制的手段是通过“周报表”和“月报表”上的科目审核。审核内容包括销售额，顾客数，顾客平均消费数量，现金超收或不足，收银机的操作错误，亏损，其他营业项目，食品原料的价格，记时工作人员的工资，电费，煤气费，水费等。

2、每日的收入应进行及时清点，所有点菜的菜单及收款的凭据必须保存并一式两份，以便核对及入帐。

4、如果经过每月的结算后，收入比计划高，将适度调整工资，以调动大家的工作热情，如发现在工作中无故破坏本店的财产，将从责任人的工资或奖金中扣除。

5、每日流动资金为5千元（主要用于突发性事件以及临时进货）对于帐目，要做到日有日帐，月有月帐，季有季帐，年有年终总帐，这样本店的盈亏在帐面上一目了然，避免经营管理工作的盲目性。

6、财务部管理目标：追求利润最大化，投资目标最大化，满足内部方面的利益

a会计处：

(1) 顾客的消费结算

(2) 结算每天，每班的票据，款项和帐单，并编制相应的营业报表

b□出纳处：

(1) 收集，整理，点核店里各处银台的现金收入和转帐票据，并将其送存银行

(2) 支付店内各部门报销帐款的现金以及签发各种付款费用

(3) 办理同银行的结算事项，处理有关的结算问题，管理银行帐户的收支

(4) 准备各项备用金及监督和管理备用金的使用情况

按照直营店的实施情况来执行：

我们初期的实施方案主要也是按照直营店的实施情况来执行。单店的选址将会通过严格的市场调研和细密的市场分析及谨慎的作业态度来操作，开业前规划，经营地考察从潜在消费分析，门店规划，营业点圈边消费水平，市场竞争状况做科学评估，预测开业后的经营状况。初期的创业重要人员均到位，其他岗位人员装修开始着手招聘培训。层次定位在10—20元的人均消费，创业初期计划所需资金为10万人民币。

餐饮项目计划书篇七

主要经营范围：

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。经营面积约为100平方米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及休闲餐饮等。早餐以我们江苏小吃为**主打特色**。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则有我国各种口味菜式。而休闲餐饮又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。我们餐厅采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。

餐饮项目计划书篇八

1. 住宅社区：开面馆最好的选择，住宅社区的人口组成均匀，都以家庭为单位，出门用餐机率高，每一个家庭2-6人，座位应具有能足够容纳的环境，菜色选择也要丰富，装修必须花较多成本，才能满足大人与小孩的需求，消费以午餐、晚餐与假日为主，不会出现明显淡季与旺季之分。

2. 工商业区：上班族群聚的地方，活动时间以白天为主，因此消费时机在于午餐，由于午餐时间并不长，而用餐都在11—13点之间，对供应速度要求较高，工商业区用餐环境要求不高，讲求卫生清洁，服务态度要好，座位可以较密集，以容纳更多顾客，晚餐只有加班人用餐，如讲究你的特色面食，对晚餐营业有所帮助，每星期一至星期五是消费者集中时间，周六日则相对清淡。

3. 学校园区：每年扣除休假只做九个月，以面馆只适合大学、专科学校，这类学校学生消费水平并不高，但是消费能力较高，学生消费族群容易受流行趋势改变，因此对菜色变化要求不断，对餐饮环境卫生要求较高，这是他们选择用餐地点的重要依据；午餐、晚餐、夜宵皆可做，都有生意上门；寒

假暑假可能主要是周边人群消费，会相对冷清些，但利润绝对仍然能得到很好保证。

4. 市场夜市：夜市人，各样各色人聚集之地，它综和娱乐、购物、餐饮等五花八门的行业，人流量较大，同时竞争也相对直接而且激烈，所以面馆要强力讲求特色，别人能做我能做，我做别人做不了！营业食间都以晚上为主，下午是准备材料：晚上从下午5点开始至零晨2点。逛夜市普通都想吃吃看，所以供应面的份量可以比一般少些，种类多些。

针对人群：时尚的年轻人、小孩、学生，以及喜欢吃面的家庭

彩面投资成本小，市场广阔，基本上能够保证稳赚不赔，假定一家50平米的面馆，主要投资为：

彩面制作设备：2~4000

厨房设备：6000

店内装修及配备：10000

人员工资：4000

流动资金：1800

水电气：1000

开业宣传：1000

房租：3000—5000

转让费：0—60000（铺面转租后仍能回收）

总投资约为：30000~80000

早餐50碗，午餐120碗，晚餐90碗. 一天营业额约为1300，一个月利润约为22600元。

主营营养彩面，可以结合彩色饺子、包子、馒头、馄饨等销售！

餐饮项目计划书篇九

随着经济稳定快速增长，城乡居民收入水平明显提高，餐饮市场表现出旺盛的发展势头。

目前我国的餐饮市场中，正餐以中式正餐为主，西式正餐逐渐兴起，但目前规模尚小；快餐以西式快餐为主，肯德基、麦当劳、必胜客等，是市场中的主力，中式快餐已经蓬勃发展，但当前尚无法与“洋快餐”相抗衡。

相比洋快餐专业化、品牌化、连锁化的成功营销模式。

中式餐饮发展显然稍逊一筹，如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

随着人们对自身健康及食品安全关注程度的提高。

而洋快餐油炸、高能量为主的食品长期食用导致肥胖等问题曝光后。

饮食安全成为一个热门话题?如何给消费者一个放心安全的饮食，成为餐饮业今后发展的主题。

可以预见运用环保、健康、安全理念，倡导绿色消费将是今后餐饮业的发展趋势。

绿色餐饮的提出其实也是社会文明程度的进步，是一个新的餐饮文化理念。

在未来几年内，我国餐饮业经营模式将多元化发展，国际化进程将加快，而且绿色餐饮必将成为时尚，这无疑给投资绿色餐饮业带来了契机。

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。

经营面积约为80平米左右。

主要提供早餐、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，营养丰，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。

而非餐点又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。

本餐厅采用自助快餐的方式，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，墙面采用偏淡的温色调，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。

1. 本餐厅开业之前，要作广告宣传，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，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体(如：音响)等形式的简单广告即可。

2. 本餐厅采取自助餐的方式，免费茶水和鲜汤。

并且米饭的质量相对竞争者要好，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的优惠，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. 有许多学生习惯于三点一线的生活方式，许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，根据不同情况采取相应得做法。

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一定的送货费，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. 餐厅使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，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，但毕竟还有部分留校学生、附近居民以及打工人员，届时可采取减少生产量，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，已减少不必要的成本支出。

6. 市场经济是快速发展的，变化的，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，制作出长期的计划，

每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划，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，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，可以往专为学生提供饮食的餐饮行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

自上初中以来我便开始住校，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抱怨则更是“自古有之”。

虽然大学生可以到校外就餐，但大多数学生迫于经济因素，还是愿意在校食堂就餐。

饭菜质量得不到保证，会导致很多问题，学生营养跟不上，甚至有的学生经常不吃饭。

于是，营养不良、胃病等不该出现在大学生中的病症也屡见不鲜，这为学生身心健康埋下了隐患。

因此我决定整合食堂和饭店的优缺，开一家学生自助营养快餐店。

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。

经营面积约为80平方米左右。

主要提供早餐、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，营养丰，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。

而非餐点又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。

本餐厅采用自助快餐的方式，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，墙面采用偏淡的温色调，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。

1. 本餐厅开业之前，要作广告宣传，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，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体(如：音响)等形式的简单广告即可。

2. 本餐厅采取自助餐的方式，免费茶水和鲜汤。

并且米饭的质量相对竞争者要好，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的优惠，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. 有许多学生习惯于三点一线的生活方式，许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，根据不同情况采取相应得做法。

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一定的送货费，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. 餐厅使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，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，但毕竟还有部分留校学生、附近居民以及打工人员，届时可采取减少生产量，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，已减少不必要的成本支出。

6. 市场经济是快速发展的，变化的，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，制作出长期的计划，每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划，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，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，可以往专为学生提供饮食的餐饮行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

店长兼收银员1名 ， 厨师1名， 服务生2名。

经营理念侧重于以下几点：

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

餐饮项目计划书篇十

以往的相关经验(包括时间)：

虽然我之前没有开过餐馆，但我平常很喜欢做菜，还喜欢看一些做菜之类的书，所以我对经营餐馆很有信心。我还有做前期的大量的资料查阅，基本上了解要开一个餐馆的基本情况。而且我打算到我一个经营饭店的亲戚店里去学习一段时间，去了解整个运作的过程，这对以后的经营会很有帮助。而且我在某公司上过班，在一些为人处事方面也学到了一些东西，我想一定有用的。

教育背景，所学习的相关课程(包括时间)：

1、现在正在读工业工程专业课程；2、我参加过syb师资培训班