

2023年餐饮促销活动策划计划(模板10篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

餐饮促销活动策划篇一

活动时间：10月01日~10月07日

提升客单价，促进销售目标达成)

店内气氛布置：入口展板，活动现场的气氛营造，店内海报。

企划部：负责活动宣传，策划，操作与跟进。

采购部：负责商品的组织，到位。

财务部：负责资金到位。

店长：活动操作的总负责人，负责督促各部门的工作。

- 1、菜式，餐厅促销，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
- 2、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
- 4、价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌
- 5、赠品：提供一些节日相关的赠品可以拉到一定的消费者，

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，赠品要与自己的餐厅品牌风格相应。

服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼欢迎光临，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出，当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客反感，避而远之。

服务人员应对餐厅所经营的菜点和服务内容了如指掌，如食物用料、烹饪方法、口味特点、营养成分、菜肴历史典故、餐厅所能提供的服务项目等，以便向客人作及时介绍，或当客人询问时能够作出满意的答复，如果能事先了解市场和顾客的心理需求以及风俗习惯、生活忌讳、口味喜好等，便可有针对性地推荐一些适合他们心理需求的产品和服务。

服务员在接受客人点菜时应主动向客人提供多种建议，促使客人消费数量增多或消费价值更高的菜点、饮料，一般可采用以下办法：**形象解剖法**：服务员在客人点菜时，把优质菜肴的形象、特点，用描述性的语言加以具体化，使客人产生好感。从而引起食欲，达到促销的目的。

解释技术法：通过与消费者的友好辩论、解释，消除其对菜肴的疑义。

加码技术法：对一些价格上有争议的菜点，服务员在介绍时可逐步提出这道菜肴的特点，给客人以适当的优惠。

加法技术法：把菜肴的特色和优点不断地加深和强调，让消费者形成深刻的印象，从而产生购买的欲望。

除法技术法：于一些价格较高的菜点。有些客人会产生疑虑，服务员应耐心解释，这样会使客人觉得不贵，从而产生购买

欲望。

提供两种可能法：针对有些客人求名贵或价廉的心理，为他们提供两种不同价格的菜点，供客人挑选，由此满足不同的需求。

利用第三者意见法：即借助社会上有地位的知名人士对某菜点的评价，来证明其高质量、价格合理，值得购买。

代客下决心法：当客人想点菜，但或多或少还有点犹豫，下不了决心，服务员可说：先生，这道菜我会关照师傅做得更好一点，保您满意，等等。

利用客人之间矛盾法：餐的二位客人，其中一位想点这道菜，另一位却不想点，服务员就应利用想点的那位客人的意见，赞同他的观点，使另一位客人改变观点，达到使客人购买的目的。

有很多餐饮企业，对促销时菜品的创新与开发不太重视，或者说投入不够力度。认真研究客户的需求，特色菜营销是一把出奇制胜的利剑，从客户的口味出发，从色、香、味、型、营养等方面挖掘，您的餐饮基业一定常青其次是服务，服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼欢迎光临，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出。当然，主动招呼不等于硬拉，强拉硬扯反而会引起顾客反感，避而远之。

在客人就餐时，服务员要注意观察客人有什么需要，要主动上前服务，比如有的客人用完一杯葡萄酒后想再来一杯，而环顾四周却没有服务员主动上前，客人因怕麻烦可能不再要了。所以，在宴会、团体用餐、会议用餐的服务过程中，服务员要随时注意，看到客人杯子一空即马上斟酒，往往在用餐过

程中会有多次饮酒高潮，从而大大增加酒水的销售量。

五一餐饮促销活动方案

餐饮促销活动策划

促销活动方案范文

汽车促销活动策划方案范文

关于促销活动方案范文合集十篇

商场促销活动方案

餐饮促销活动策划篇二

每一个节日的到来，餐饮和酒店都有自己的规划，这里我就把2017国庆节期间酒店餐厅促销活动方案策划拿出来给大家分享咯!以便各餐厅更好地开展自己的促销活动!一活动主题：“庆七天乐，优惠、美味等你来”

二活动时间：10月01日~10月07日

三，活动目的(提升客单价，促进销售目标达成)

五，介绍活动，活动日期及商品活动。

六，气氛布置。店内气氛布置：入口展板，活动现场的气氛营造，店内海报。七，活动执行与分工：企划部：负责活动宣传，策划，操作与跟进。采购部：负责商品的组织，到位。财务部：负责资金到位。店长：活动操作的总负责人，负责督促各部门的工作。

食品促销内容：

1. 菜式，餐厅促销，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
2. 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
3. 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
4. 价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌
5. 赠品：提供一些节日相关的赠品可以拉到一定的消费者，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，赠品要与自己的餐厅品牌风格相应。

餐饮促销活动策划篇三

餐饮行业想要做到的好，好的促销方案必不可少，一个好的促销方案能帮助餐饮行业更好的进行发展，提供餐饮的消费力度和水平，增加收益，下面就来看看小编为大家收集的这三篇餐饮的促销活动方案，来学习下别人是怎么进行餐饮的促销的吧！

对于餐饮行业之间的竞争，餐馆不能只靠宣传自己的菜系、价格、品种来参与竞争，其结果往往达不到预期的效果，所以我们要组织一些促销宣传活动来配合整体的广告宣传。从这点上来看，我们要打造自己的饮食文化，让我们餐馆特有的文化，感染给每一个来就餐的客人。

让就餐客人替我们来做广告宣传

策略：达到一定消费额的客户应该赠送客人精美的点心一盒

，最好是景泰蓝、古木为外观质地。对于喜宴的客人可以赠送来消费的女客人一双筷子，质地也是景泰蓝或古木。对于寿宴的客人可以赠送寿星老花瓶一对，每次用餐如果有女客人的话，达到一点消费数额，将赠送一个精美首饰盒。建议赠送活动为期 2 个月，期间会经过春节这个档期，对于宣传比较有利。寓意：筷子代表成双成对，景泰蓝花瓶代表平平安安。

礼盒：古木： 120/ 盒 景泰蓝： 110/ 盒

花瓶：古木： 200/ 个 景泰蓝： 180/ 个

首饰盒：古木： 85/ 盒 景泰蓝： 80/ 个

举办美食节活动

美食节是为了提升我们在地域的市场竞争优势，扩大社会影响力、提高社会美誉度，赢得社会效益与经济效益双赢的重要手段。

春节是我国民间最隆重、最热闹的一个传统节日，美食节的消费方式，可以采用自助的形式，期间可以邀请，周边比较有影响力的公司企业、机关组织，前来优惠用餐。

通过美食节可以造成比较大的影响力，积攒下初期客户。

自助餐 99/ 人

总终修改后在定

aaaa 开业不久，确实需要一批字画来充实其中，显其文化品位，举办这样的活动，可以很小开支获得一批“廉价书画”。

邀请中国书法协会成员前来用餐。

通过举办这样的书笔会，可以将参加笔会的书画家长期“笼住”让他们替我们宣传，如果定期组织这样的活动，将使aaaa文化含量得到长期的提升，来消费的客人也会是高档次、高品位人群。

在餐厅中的每一个人都是潜在的推销员。这包括餐厅经理、厨师、服务人员以及顾客。有效地发挥这些潜在推销员的作用同样会给餐厅带来利润。

利用厨师的名气来进行宣传推销，也会吸引来一批客人。对重要客人，厨师可以亲自端送自己的特色菜肴，并对原料及烹制过程做简短介绍。

鼓励登门的顾客最大限度地消费，这重担主要落在服务员身上。服务员除了提供优质服务外，还得诱导客人进行消费。其中，服务人员为顾客口头建议式推销是最有效的。但是有些口头建议不起作用，如“你不想要瓶酒来佐餐吗？”，而另一些则具有良好的效果，如“我们自制的索特恩白葡萄酒味道很好，刚好配你们订的鲈鱼片”。可见，服务人员的推销语言对推销效果起着至关重要的作用，要培训所有服务人员(尤其订菜单人员)掌握语言的技巧，用建议式的语言来推销自己的产品和服务。

(1) 尽量用选择问句，而不是简单地让客人用“要”和“不要”回答的一般疑问句。

(2) 建议式推销要多用描述性的语言，以引起客人的兴趣和食欲。“一份冰淇淋”远没有“一份新鲜加里福尼亚桃子做的冰淇淋”来得有诱惑力。

(3) 建议式推销要掌握好时机，根据客人的用餐顺序和习惯推销，才会收到更好的效果。

“顾客是餐厅的上帝”。餐厅赢得他的一句好话，胜过餐厅

任何人的

一句好话都不止。在潜在顾客中的影响尤其大。因为潜在的客人宁愿相信顾客的话也不相信餐厅人员的话。

富源餐馆董事会主席唐-托马斯曾在《餐馆业》杂志上刊登的一篇文章中写到：“如果你对顾客的抱怨听之任之，不加以改正，那么你将会发现，你们餐馆的客人会一天一天地减少。”

可见，在推销过程中，客人报怨是不容忽视的。所以对报怨客人应给予一个补救机会，即提供免费服务，或折扣优惠等方法，纠正顾客对本产品和服务的偏见，使他们再度光临，并乐于向别人推荐你的餐馆。

传统饭店总裁比尔·伯恩斯说过：“我们饭店的总经理、销售部经理和我，每天从12点到下午1点都站在饭店的大厅和餐厅的门口，问候每一位客人，同他们握手。当然我们希望以此赢得更多的生意。”

如果餐厅经理也采用此法，就会让客人感到自己被重视、被尊重了。就乐意来就餐，并有利于刺激消费。

不要轻视经理的名片。经理不管在什么地方，甚至在社交场合，对遇见的每个人，特别是接待员和秘书要非常礼貌，面带微笑但不过分地一边向潜在顾客作自我介绍，一边递上名片。这样，潜在顾客就能清楚地知道你的名字和你所属的餐厅。在下次选择餐厅就餐时，你的餐厅不能说是没有希望的。

对整个饮食行业来说，室内装饰是一个有力的推销手段。像情调和气氛这些难以捉摸的东西却对餐馆的收入有直接影响。

一个餐厅的气氛是在几种因素影响下形成的、即音响、餐厅摆台、餐厅民族特色、座位布置和形式、餐桌和椅子数目、

餐厅形状和面积，服务人员(年龄、性别、外表、服饰)、餐厅卫生和服务人员的个人卫生，其他客人，餐厅温、湿度，餐厅装璜(灯光、色彩等)，舒适程度以及这些因素的协调性。

在设计餐馆时，你得让自己成为好莱坞的一名“导演”，下面的介绍

会帮助读者打开一些思路，提高创造力。

餐厅选用某一国的特色来设计布置，收集该国的民俗工艺品在店内展示装饰，用该国的国旗、国花和民歌渲染气氛，其家具、设备也有一定的异国特色，推销该国的菜肴或酒水。在办异国食品节时也适用此法。

有许多供应野味的餐厅和吸引儿童为主的餐厅常布置成动物园似的餐厅，顾客一进餐厅就听到动物的叫声：鸟、狗、青蛙等，还用鹦鹉招呼客人“欢迎、请进”，或用英文招呼客人。餐厅内张贴各种宠物的照片，如各类狗、猫、昆虫的图片等，附有简介和宠物比赛的新闻，来吸引客人。

有些餐厅在一侧设小型室内高尔夫练习场，依照顾客打入洞次数，餐厅可打折扣。也有的餐厅备有握力计、背肌力测定器、飞标、扩胸器等，来吸引爱好运动的顾客。

以新型太空材料装璜，让人有置身时光隧道般的气氛中。将未来世界的知识性、超现代感来作为吸引人的推销手段。

在餐厅内张贴各种明星们的照片(也许是当代大红大紫的明星的照

片，也许是几十年前著名的明星照片)，陈列明星们用过的东西(服饰、拍片用的道具等)、放些资料片或歌曲，并附有简介，以吸引客人，尤其追星族人。

把大餐厅分隔成一个个小间，每一小间用不同的装饰风格，体现不同的主题。例如有些餐馆每晚都变换一个主题。星期一是“巴黎之夜”，配上法式菜单和法式装饰，女招待也穿法国式服装。星期二又变成“威尼斯之夜”，场景也随之改变。不光改变菜单，整个视觉环境也随之改变。这些做法已被证明是成功的。

7、餐饮形象设计

对整个饮食行业来说，室内装饰是一个有力的推销手段。像情调和气氛这些难以捉摸的东西却对餐馆的收入有直接影响。

五一劳动节餐厅做促销活动一般可以采用以下方式：

- 1、节假日客户生日关怀短信：利用节假日或老客户生日提供价格优惠，吸引客人；
- 2、短信打折券、现场短信交友；
- 3、客户服务：订餐、订房后的确认短信，来店前短信提醒或地址信息；
- 4、广告宣传：利用广告群发手段进行广告宣传，发布特价信息，提高人气；
- 6、现场抽奖：客人发送短信有机会获得价格优惠，或者赠送特色菜。既提高客人兴致，也可借此获得大量客户手机号，成为未来宣传服务的目标。

案例：餐厅五一营销策划方案

时间：4月28日——5月3日(xx店)

- 1、广告语：“游王府，吃川菜，送清爽”。

4月28日——5月3日黄金周期间，凡持当日游览花园门票的宾客来店用餐，每桌可获赠清凉甜爽水果一份(或酸梅汁一杯)。

2、触摸“五一”幸运摸奖活动

4月29日——5月1日放假期间，在x店用餐者以桌为单位，均可凭结账单参加抽奖活动，凡抽出写有“五一”字样的客人将获得花园门票一张；凡抽出写有“五一xx店”字样的客人将可获得三轮车什刹海胡同游览券一张。

3□“x饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

4月28日——5月3日活动期间□x店每日限20只x饭店蔬香樟茶鸭特价销售，原价96元/每只，特价60元/每只。活动期间还有两款特价菜以供宾客选择：上汤扒双鲍118元/份(原价198元)、葱烧赤参 48元/份(原价88元)。

另外，为回报消费者，4月28日——5月3日活动期间□x店特推出“精品川菜、百姓价格”的三款套餐：亲子三人套餐188元、快乐六人套餐588元、全家福套餐(10人量)880元。

4、订“益智斋”餐厅送花园游

4月29日——5月3日活动期间，凡在“益智斋”用餐的宾客可免费游览花园。让宾客充分体会到“xx里的川菜，川菜中的经典”意境。

五一的餐饮节日商机是很明显的，有很多的婚宴、寿宴、家庭宴请等都会选择在这一时间段举办：一是处在小长假期间，亲朋好友难得聚会；二是正处于春暖话开时节，踏春、旅游需求旺盛，旅游的流动消费也会给餐饮市场带来不小的空间！而做好具体的市场环境分析也是极为重要的：

确定促销主题就是怎么包装问题。促销的主题至关重要，因

为它决定了整个促销活动对市场的吸引力，也是宣传广告、餐厅装饰、服务形式、销售方式的中心内容。选用什么样的主题，取决于促销的目的和目标市场的承受能力。任何促销主题的包装，要考虑目标市场的“口味”和特点，要考虑诉求于市场的表达方式，要将其促销内容及“卖点”突显出来，还要讲究创意，没有创意的促销包装是难以有吸引力的。

餐饮促销方式可是多种多样的，而且不断地推陈出新。归纳起来，有特别介绍、主题美食、优惠促销、信函促销、文艺表演、厨艺表演等。

促销方案再好，想法再新颖，不去执行，那也只是一些想法。而只行动了，才能把所有的想法都变成现实。而在执行过程中没有很好的管控，促销活动就有可能偏离轨道。

把所有的促销策划方针方略以促销方案的形式确定下来，才能让商家们更好的去执行，也才能让所有的促销人员更好的去配合完成。

半日活动方案六一儿童节促销活动方案圣诞元旦促销活动方案

餐饮促销活动计划篇四

六月夏日炎炎，六月父爱如山。6月的阳光是一年之中最炽热的，象征着父亲给予子女那火热的‘爱。父爱如山，人生中很多东西不可能永存，但父亲给我们的爱却永恒，一年一度的父亲节即将来临。在这个属于父亲的节日，为了调动起消费者的积极性，吸引更多的顾客，提升营业额，经管理公司研究决定拟父亲节营销策划方案如下：

6月17日xx6月18日

- 1、通过活动刺激亲情消费，提升企业的良好品牌形象；
- 2、拉动消费量，竞争市场份额；
- 3、加大e餐销售量，提高各店的营业创收。

心系父亲节□xx一家亲。

XXXX

- 1、活动期间，各店迎宾人员对来店消费的中老年男性送上节日祝福“您好，节日快乐”。
- 2、活动期间，各店增加播放《报答一生》《父亲》这两首曲目。
- 3、活动期间，订xxxx餐均有好礼相送。

凡电话订餐消费满688元免费赠送xxxx餐扑克牌4副，凡电话订餐消费满888元免费赠送xxxxe餐及时送vip会员金卡一张，各店做好登记，财务备存。

4、活动期间各店厨政部推出几款父亲节爱心套餐，价格各店可根据自己的具体情况而定，菜式以健康，营养为主，菜品名体现父爱(参考：感恩之爱、父爱如山、父爱似水、父子情深)。并且主推一道父亲节特色菜品。

5、活动期间到店内消费的客人，单桌消费满800元可获赠免费全家福(10寸塑封)一张，各店做好登记，财务备存。

6、企划部统一利用短信平台给客户发送父亲节祝福短信：“心系父亲节□xxxx一家亲，多款父亲节爱心套餐温情推出□xxxx餐饮祝天下所有父亲节日快乐！”

2、管理公司企划部于6月16日统一为各店客户发送父亲节祝福短信，“心系父亲节□xxxx一家亲，多款父亲节爱心套餐温情推出□xxxx餐饮祝天下所有父亲节日快乐！”。

1、各店认真组织员工学习活动方案，根据方案对员工进行相关知识培训；

2、各店活动期间充分做好拍照、洗照工作，增加创收点；

3、积分卡活动、赠券活动与此活动同时进行。

餐饮促销活动计划篇五

在餐厅中的每一个人都是潜在的推销员。这包括餐厅经理、厨师、服务人员以及顾客。有效地发挥这些潜在推销员的作用同样会给餐厅带来利润。

1、厨师

利用厨师的名气来进行宣传推销，也会吸引来一批客人。对重要客人，厨师可以亲自端送自己的特色菜肴，并对原料及烹制过程做简短介绍。

2、服务人员

鼓励登门的顾客最大限度地消费，这重担主要落在服务员身上。服务员除了提供优质服务外，还得诱导客人进行消费。其中，服务人员对顾客口头建议式推销是最有效的。但是有些口头建议不起作用，如“你不想要瓶酒来佐餐吗？”，而另一些则具有良好的效果，如“我们自制的索特恩白葡萄酒味道很好，刚好配你们订的鲈鱼片”。可见，服务人员的推销语言对推销效果起着至关重要的作用，要培训所有服务人员（尤其订菜单人员）掌握语言的技巧，用建议式的语言来推销自己的产品和服务。

建议式的推销要注意几个关键问题：

(1) 尽量用选择问句，而不是简单地让客人用“要”和“不要”回答的一般疑问句。

(2) 建议式推销要多用描述性的语言，以引起客人的兴趣和食欲。“一份冰淇淋”远没有“一份新鲜加里福尼亚桃子做的冰淇淋”来得有诱惑力。

(3) 建议式推销要掌握好时机，根据客人的用餐顺序和习惯推销，才会收到更好的效果。

3、顾客

“顾客是餐厅的上帝”。餐厅赢得他的一句好话，胜过餐厅任何人的一句好话都不止。在潜在顾客中的影响尤其大。因为潜在的客人宁愿相信顾客的话也不相信餐厅人员的话。

富源餐馆董事会主席唐一托马斯曾在《餐馆业》杂志上刊登的一篇文章中写到：“如果你对顾客的抱怨听之任之，不加以改正，那么你将会发现，你们餐馆的客人会一天一天地减少。”

可见，在推销过程中，客人报怨是不容忽视的。所以对报怨客人应给予一个补救机会，即提供免费服务，或折扣优惠等方法，纠正顾客对本产品和服务的偏见，使他们再度光临，并乐于向别人推荐你的餐馆。

4、餐厅经理

传统饭店总裁比尔·伯恩斯说过：“我们饭店的总经理、销售部经理和我，每天从12点到下午1点都站在饭店的大厅和餐厅的门口，问候每一位客人，同他们握手。当然我们希望以此赢得更多的生意。”

如果餐厅经理也采用此法，就会让客人感到自己被重视、被尊重了。就乐意来就餐，并有利于刺激消费。

不要轻视经理的名片。经理不管在什么地方，甚至在社交场合，对遇见的每个人，特别是接待员和秘书要非常礼貌，面带微笑但不过分地一边向潜在顾客作自我介绍，一边递上名片。这样，潜在顾客就能清楚地知道你的名字和你所属的餐厅。在下次选择餐厅就餐时，你的餐厅不能说是没有希望的。

对整个饮食行业来说，室内装饰是一个有力的推销手段。像情调和气氛这些难以捉摸的东西却对餐馆的收入有直接影响。

一个餐厅的气氛是在几种因素影响下形成的、即音响、餐厅摆台、餐厅民族特色、座位布置和形式、餐桌和椅子数目、餐厅形状和面积，服务人员（年龄、性别、外表、服饰）、餐厅卫生和服务人员的个人卫生，其他客人，餐厅温、湿度，餐厅装璜（灯光、色彩等），舒适程度以及这些因素的协调性。

在设计餐馆时，你得让自己成为好莱坞的一名“导演”，下面的介绍会帮助读者打开一些思路，提高创造力。

1、异国情调的设计

餐厅选用某一国的特色来设计布置，收集该国的民俗工艺品在店内展示装饰，用该国的国旗、国花和民歌渲染气氛，其家具、设备也有一定的异国特色，推销该国的菜肴或酒水。在办异国食品节时也适用此法。

2、宠物餐厅

有许多供应野味的餐厅和吸引儿童为主的餐厅常布置成动物园似的餐厅，顾客一进餐厅就听到动物的叫声：鸟、狗、青蛙等，还用鹦鹉招呼客人“欢迎、请进”，或用英文招呼客

人。餐厅内张贴各种宠物的照片，如各类狗、猫、昆虫的图片等，附有简介和宠物比赛的新闻，来吸引客人。

3、运动餐厅

有些餐厅在一侧设小型室内高尔夫练习场，依照顾客打入洞次数，餐厅可打折扣。也有的餐厅备有握力计、背肌力测定器、飞标、扩胸器等，来吸引爱好运动的顾客。

4、未来世界情调的餐厅

以新型太空材料装璜，让人有置身时光隧道般的气氛中。将未来世界的知识性、超现代感来作为吸引人的推销手段。

5、明星餐厅

在餐厅内张贴各种明星们的照片（也许是当代大红大紫的明星的照片，也许是几十年前著名的明星照片），陈列明星们用过的东西（服饰、拍片用的道具等）、放些资料片或歌曲，并附有简介，以吸引客人，尤其追星族人。

6、一厅多风格

把大餐厅分隔成一个个小间，每一小间用不同的装饰风格，体现不同的主题。例如有些餐馆每晚都变换一个主题。星期一是“巴黎之夜”，配上法式菜单和法式装饰，女招待也穿法国式服装。星期二又变成“威尼斯之夜”，场景也随之改更。不光改变菜单，整个视觉环境也随之改变。这些做法已被证明是成功的。

7、餐饮形象设计

对整个饮食行业来说，室内装饰是一个有力的推销手段。像情调和气氛这些难以捉摸的东西却对餐馆的收入有直接影响。

五一餐饮促销活动方案

促销活动方案范文

餐饮促销活动策划

汽车促销活动策划方案范文

实用的促销活动方案范文合集六篇

关于促销活动方案范文合集十篇

书店促销活动方案

餐饮促销活动策划篇六

对于餐饮行业之间的竞争，餐馆不能只靠宣传自己的菜系、价格、品种来参与竞争，其结果往往达不到预期的效果，所以我们要组织一些促销宣传活动来配合整体的广告宣传。从这点上来看，我们要打造自己的饮食文化，让我们餐馆特有的文化，感染给每一个来就餐的客人。

目的：让就餐客人替我们来做广告宣传

策略：达到一定消费额的客户应该赠送客人精美的点心一盒，最好是景泰蓝、古木为外观质地。对于喜宴的客人可以赠送来消费的女客人一双筷子，质地也是景泰蓝或古木。对于寿宴的客人可以赠送寿星老花瓶一对，每次用餐如果有女客人的话，达到一点消费数额，将赠送一个精美首饰盒。建议赠送活动为期2个月，期间会经过春节这个档期，对于宣传比较有利。寓意：筷子代表成双成对，景泰蓝花瓶代表平平安安。

费用：

礼盒：古木：120/盒景泰蓝：110/盒

花瓶：古木：200/个景泰蓝：180/个

首饰盒：古木：85/盒景泰蓝：80/个

举办美食节活动

目的：

美食节是为了提升我们在地域的市场竞争优势，扩大社会影响力、提高社会美誉度，赢得社会效益与经济效益双赢的重要手段。

策略：

春节是我国民间最隆重、最热闹的一个传统节日，美食节的消费方式，可以采用自助的形式，期间可以邀请，周边比较有影响力的公司企业、机关组织，前来优惠用餐。

预期：

通过美食节可以造成比较大的影响力，积攒下初期客户。

费用：

自助餐99/人

美食节费用：

总终修改后在定

目的：

aaaa开业不久，确实需要一批字画来充实其中，显其文化品

位，举办这样的活动，可以很小开支获得一批“廉价书画”。

策略：

邀请中国书法协会成员前来用餐。

预期：

通过举办这样的书笔会，可以将参加笔会的书画家长期“笼住”让他们替我们宣传，如果定期组织这样的活动，将使aaaa文化含量得到长期的提升，来消费的客人也会是高档次、高品位人群。

餐饮促销活动计划篇七

庆七天乐，优惠、美味等你来

动时间：

10月01日~10月07日

提升客单价，促进销售目标达成

店内气氛布置：入口展板，活动现场的气氛营造，店内海报。

企划部：负责活动宣传，策划，操作与跟进。

采购部：负责商品的组织，到位。

财务部：负责资金到位。

店长：活动操作的总负责人，负责督促各部门的工作。

1、菜式，餐厅促销，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。

2、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。

3、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。

4、价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌。

5、赠品：提供一些节日相关的赠品可以拉到一定的消费者，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，赠品要与自己的餐厅品牌风格相应。

4、抓住当季的瓜果，推去系列鲜榨果汁、果盘，甚至可以考虑瓜果入菜，进而增加菜品的独特性。

服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼欢迎光临，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出，当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客反感，避而远之。

服务人员应对餐厅所经营的菜点和服务内容了如指掌，如食物用料、烹饪方法、口味特点、营养成分、菜肴历史典故、餐厅所能提供的服务项目等，以便向客人作及时介绍，或当客人询问时能够作出满意的答复，如果能事先了解市场和顾客的心理需求以及风俗习惯、生活忌讳、口味喜好等，便可有针对性地推荐一些适合他们心理需求的产品和服务。

服务员在接受客人点菜时应主动向客人提供多种建议，促使客人消费数量增多或消费价值更高的菜点、饮料，一般可采用以下办法：形象解剖法：服务员在客人点菜时，把优质菜肴的形象、特点，用描述性的语言加以具体化，使客人产生

好感。从而引起食欲，达到促销的目的’。

解释技术法：通过与消费者的友好辩论、解释，消除其对菜肴的疑义。

加码技术法：对一些价格上有争议的菜点，服务员在介绍时可逐步提出这道菜肴的特点，给客人以适当的优惠。

加法技术法：把菜肴的特色和优点不断地加深和强调，让消费者形成深刻的印象，从而产生购买的欲望。

除法技术法：于一些价格较高的菜点。有些客人会产生疑虑，服务员应耐心解释，这样会使客人觉得不贵，从而产生购买欲望。

提供两种可能法：针对有些客人求名贵或价廉的心理. 为他们提供两种不同价格的菜点，供客人挑选，由此满足不同的需求。

利用第三者意见法：即借助社会上有地位的知名人士对某菜点的评价，来证明其高质量、价格合理，值得购买。

餐饮促销活动计划篇八

1、酒店装饰为了营造春节的年气，酒店应按照春节习俗将酒店装饰一翻(例如：在酒店门口处张挂打灯笼，在酒店大堂张挂大红的中国结，在翡翠厅的门上张贴春联等，增加节日的气氛)

2、春节晚宴春节是中国的传统佳节，我们应讲晚宴的地址选择的具有中国风的翡翠轩，由香港名厨领衔为消费者提供中国春节的传统菜肴。因为年夜饭时全家享用的，所以菜肴的设计应该符合全家使用型。

3、酒店特殊服务在消费者享用年夜饭之时打开餐厅的多媒体播放春节联欢晚会，使得消费者像在自己的家中吃年夜饭一样一边享受年夜饭一边与全国人们一起观看春节不可错过的节目。提供在酒店消费年夜饭的一些礼品或优惠折扣等。

具体计划

1、年夜饭套餐(翡翠厅)

第三款2666元每席赠送张裕解百纳葡萄酒一瓶，果汁六瓶赠送春节小食一套赠送年货一份注：有小孩的家庭可加赠送一份小孩的礼物(现在小孩是每个家庭的珍宝，取得小孩的满足是提高服务质量赢得好评的一个重要手段)

2、对于巴西烧烤餐厅的特殊时期的特殊处理对于可能出现的酒店年夜饭热，我酒店可以将巴西烧烤餐厅作为备用餐厅，将年夜饭晚宴设在该餐厅，让消费者在享受美味的年夜饭时可以目睹巴西厨师现场演绎特色烧烤，给消费者一个不一样的年夜饭。

餐饮促销活动计划篇九

每一个节日的到来，餐饮和酒店都有自己的规划，下面是小编整理的小餐饮促销活动方案，欢迎阅读。

庆七天乐，优惠、美味等你来”

(提升客单价，促进销售目标达成)

□

: 入口展板，活动现场的气氛营造，店内海报。

：企划部：负责活动宣传，策划，操作与跟进。采购部：负责商品的组织，到位。财务部：负责资金到位。店长：活动操作的总负责人，负责督促各部门的工作。

1. 菜式，餐厅促销，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

2. 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

3. 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

4. 价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌

5. 赠品：提供一些节日相关的赠品可以拉到一定的消费者，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，赠品要与自己的餐厅品牌风格相应。

服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼“欢迎光临”，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出。当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客反感，避而远之。

服务人员应对餐厅所经营的菜点和服务内容了如指掌，如食物用料、烹饪方法、口味特点、营养成分、菜肴历史典故、餐厅所能提供的服务项目等，以便向顾客作及时介绍，或当顾客询问时能够作出满意的答复。如果能事先了解市场和顾客的心理需求以及风俗习惯、生活忌讳、口味喜好等，便可有针对性地推荐一些适合他们心理需求的产品和服务。

服务员在接受顾客点菜时应主动向顾客提供多种建议，促使顾客消费数量增多或消费价值更高的菜点、饮料，一般可采用以下办法：

：服务员在顾客点菜时，把优质菜肴的形象、特点，用描述性的语言加以具体化，使顾客产生好感。从而引起食欲，达到促销的目的。

：通过与消费者的友好辩论、解释，消除其对菜肴的疑义。

：对一些价格上有争议的菜点，服务员在介绍时可逐步提出这道菜肴的特点，给顾客以适当的优惠。

：把菜肴的特色和优点不断地加深和强调，让消费者形成深刻的印象，从而产生购买的欲望。

：于一些价格较高的菜点。有些顾客会产生疑虑，服务员应耐心解释，这样会使顾客觉得不贵，从而产生购买欲望。

：针对有些顾客求名贵或价廉的心理. 为他们提供两种不同价格的菜点，供顾客挑选，由此满足不同的需求。

：即借助社会上有地位的知名人士对某菜点的评价，来证明其高质量、价格合理，值得购买。

：当顾客想点菜，但或多或少还有点犹豫，下不了决心，服务员可说：先生，这道菜我会关照师傅做得更好一点，保您满意，等等。

餐的二位顾客，其中一位想点这道菜，另一位却不想点，服务员就应利用想点的那位顾客的意见，赞同他的观点，使另一位顾客改变观点. 达到使顾客购买的目的。

有很多餐饮企业，对促销时菜品的创新与开发不太重视，或

者说投入不够力度。认真研究客户的需求，“特色菜”营销是一把出奇制胜的利剑，从客户的口味出发，从色、香、味、型、营养等方面挖掘，您的餐饮基业一定常青。

其次是服务，服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼“欢迎光临”，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出。当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客反感，避而远之。

在顾客就餐时，服务员要注意观察顾客有什么需要，要主动上前服务。比如有的顾客用完一杯葡萄酒后想再来一杯，而环顾四周却没有服务员主动上前，顾客因怕麻烦可能不再要了。所以。在宴会、团体用餐、会议用餐的服务过程中，服务员要随时注意，看到顾客杯子一空即马上斟酒，往往在用餐过程中会有多次饮酒高潮，从而大大增加酒水的销售量。

餐饮促销活动计划篇十

每一个节日的到来，餐饮和酒店都有自己的规划，这里我就把20xx国庆节期间酒店餐厅促销活动方案策划拿出来给大家分享咯！以便各餐厅更好地开展自己的促销活动！

一活动主题：“庆七天乐，优惠、美味等你来”

二活动时间：10月01日~10月07日

三，活动目的（提升客单价，促进销售目标达成）

五， 介绍活动，活动日期及商品活动。

六，气氛布置。店内气氛布置：入口展板，活动现场的气氛

营造，店内海报。七，活动执行与分工：企划部：负责活动宣传，策划，操作与跟进。采购部：负责商品的组织，到位。财务部：负责资金到位。店长：活动操作的总负责人，负责督促各部门的工作。

食品促销内容：

1. 菜式，餐厅促销，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

2. 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

4. 价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌

5. 赠品：提供一些节日相关的赠品可以拉到一定的消费者，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，赠品要与自己的餐厅品牌风格相应。

餐饮淡季促销方法

热情服务促销

服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼“欢迎光临”，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出。当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客反感，避而远之。

服务人员应对餐厅所经营的菜点和服务内容了如指掌，如食物用料、烹饪方法、口味特点、营养成分、菜肴历史典故、餐厅所能提供的服务项目等，以便向客人作及时介绍，或当

客人询问时能够作出满意的答复。如果能事先了解市场和顾客的心理需求以及风俗习惯、生活忌讳、口味喜好等，便可有针对性地推荐一些适合他们心理需求的产品和服务。

服务技巧促销

服务员在接受客人点菜时应主动向客人提供多种建议，促使客人消费数量增多或消费价值更高的菜点、饮料，一般可采用以下办法：

形象解剖法：服务员在客人点菜时，把优质菜肴的形象、特点，用描述性的语言加以具体化，使客人产生好感。从而引起食欲，达到促销的目的。

解释技术法：通过与消费者的友好辩论、解释，消除其对菜肴的疑义。

加码技术法：对一些价格上有争议的菜点，服务员在介绍时可逐步提出这道菜肴的特点，给客人以适当的优惠。

加法技术法：把菜肴的特色和优点不断地加深和强调，让消费者形成深刻的印象，从而产生购买的欲望。

除法技术法：于一些价格较高的菜点。有些客人会产生疑虑，服务员应耐心解释，这样会使客人觉得不贵，从而产生购买欲望。

提供两种可能法：针对有些客人求名贵或价廉的心理。为他们提供两种不同价格的菜点，供客人挑选，由此满足不同的需求。

利用第三者意见法：即借助社会上有地位的知名人士对某菜点的评价，来证明其高质量、价格合理，值得购买。

代客下决心法：当客人想点菜，但或多或少还有点犹豫，下不了决心，服务员可说：先生，这道菜我会关照师傅做得更好一点，保您满意，等等。

利用客人之间矛盾法：餐的二位客人，其中一位想点这道菜，另一位却不想点，服务员就应利用想点的那位客人的意见，赞同他的观点，使另一位客人改变观点，达到使客人购买的目的。

在客人就餐时，服务员要注意观察客人有什么需要，要主动上前服务。比如有的客人用完一杯葡萄酒后想再来一杯，而环顾四周却没有服务员主动上前，客人因怕麻烦可能不再要了。所以，在宴会、团体用餐、会议用餐的服务过程中，服务员要随时注意，看到客人杯子一空即马上斟酒，往往在用餐过程中会有多次饮酒高潮，从而大大增加酒水的销售量。