2023年餐饮销售方案(优质5篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。那么方案应该怎么制定才合适呢？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

餐饮销售方案篇一

为促进篷房会所宣传，提升餐饮部经济效益，激励员工推销餐饮产品的积极性，达到员工个人和球会互利的`目的，特制订餐饮部月度销售奖励方案，具体如下：

一、奖励项目及奖金：

1、餐饮部每月评选出餐饮部月度销售冠军1名

2、餐饮部月度销售冠军获奖金300元，计入当月工资。

二、评选细则：

1、评选范围：餐饮部服务团队服务员

2、评选方法：根据本月26日-次月27日止，每人在餐饮部营业区域（含篷房会所、咖啡厅、前九、后九）内实际销售产品的营业收入合计，以点经手人为准，评选出当月销售冠军。

3、评选奖金：评选奖金由每月餐饮部营业收入总提成中提取。

三、如发生以下几种行为，将取消对个人的奖励，并予以相应处罚（通报批评、经济处罚）：

1、个人推销业绩倒卖或馈赠给其他员工者；

2、接受他人馈赠推销业绩者；

3、因只顾推销而对客服务不周到者；

4、因过度推销导致客户投诉者；

5、以任务为借口向客人透露部门奖励方案，从而给会所带来不良评价者。

四、此方案自篷房会所开始营业日起开始试行，试行1个月之后修订正式执行。

餐饮销售方案篇二

为了激励餐饮部员工的工作积极性，提升管理标准和工作效率，根据餐饮部目前实际情况，现申请对餐饮部相关岗位员工做如下提成方案：

2、会议场租：按照收入的2.5%奖励，保证厅内台型正常及卫生，要求全程无投诉（含客诉和营销投诉）。

3、领班：奖励所负责区域平均提成的1.5倍，主管1.8倍。

4、上述费用总额的25%留存为部门基金，用于部门聚餐或外派学习费用等，45%随工资分配给当月在岗的主管、领班、服务员，30%分配给厨房。员工的分配比例按照考核结果，多劳多得、优者多得，能者多得，严禁分配施行平均主义、大锅饭行为。

5、此方案从10月1号开始执行，试运行三个月，到期另行审批或修订调整。

备注：以9月份经营数据为依据，为万为测算基础测算如下：

会议场租：149000元x2.5%=3725元，宴会厅零点、包间及自助餐营收：387000元x2%=7740元，则：提成合计：3725+7740=11465元。

扣除25%基金（2866元）后，分配给服务员（45%）5159元，按照15人的编制，则服务员人均344元，领班按1.5倍算，其提成为516元，厨房按照25人编制分30%（3440元），人均138元。

执行此奖励方案的优势：

1、员工和基层管理人员收入相对透明，体现了多劳多得的原则，员工收入拉开差距也会刺激技能差的员工主动学习相应技巧技能。

2、员工为了更高的业绩和收入，会积极主动承担接收更多的接待任务，从心里上不再抵触客人晚到晚走或者翻台现象。

3、员工主动性和潜力一旦激发，管理人员可以适当提高管理标准，并且集中更多的精力放置到管理层面从而形成良性循环。

4、部门根据员工日常表现，专业知识，及责任心等会进行每周汇总，每月的考核，考核会分出等级来，根据表现得分不同奖金分为高低□a□b□c等级。等级考核根据部门制定的考核表得()分情况和直属领导的意见做参考，有旷工和早退员工奖金为零，考核表另附。

当否，请领导批示！

餐饮销售方案篇三

营销部总监

市场营销部，餐饮部

20xx年7月20日至8月5日

1、通过这次活动，进一步宣传西苑，扩大知名度

2、营造夏季清凉畅快的饮食文化。拉动夏季酒店的餐饮消费

3、进一步挖掘潜在客户，增加客源

（一）筹备：

1、采购菜肴原料，确定美食节的菜肴品种、价格以及优惠措施

2、通过报纸媒体、传单、横幅、短信群发等传递此次美食节的`信息，引起消费者的关注。

（二）内容：

2、服务人员的服装符合本次活动的主题，仪表姿态也应进行一定的要求

3、在就餐环境的气氛营造上，需要富有创意和文化的业内人士来策划本次美食节整体环境的布置，基于西苑饭店的院落式布局，可在室外进行布置。消费者在一种良好的氛围下就餐，心情和食欲自然不同。

（三）活动促销：

2、每日推出三到五款特色菜品，扩大特色菜品的接受度，并从中进一步筛选，一便更为消费者接受。

3、现场活动派发神秘礼品，多重惊喜，意外收获。

（四）宣传策划：

1、印制美食节广告彩页随京华时报、新京报附送。

2、夏季美食节宣传户外幕布，活动主题海报，电梯间宣传海报，活动主题台卡、大堂放置美食节宣传广告牌。

3、短信群发，消息散播

（五）费用预算：

1、媒体广告宣传费用1000+宣传单印刷夹报20xx+短信群发20xx=5000元。

2、赠送礼品费用：按每天100元计算，合计□100x8=800元。

3、装饰费用横副+金布+彩旗+气球等（15天）+杂费=3000元

餐饮销售方案篇四

一、背景及目的：为充分发挥全体人员的作用，积极开拓客源市场，提高本茶楼和鱼府的竞争力，增加经营业绩，协调好与客户之间的关系，特制定本营销激励办法。

1、营销部员工的营销：设立底薪，根据由其预定的客户消费记提奖励基金。

a□底薪1000：此底薪要求每月客户定座达到60桌客人消费方可享受全额，如未达到按完成比例发放底薪。

b□提成奖金：根据预定客户在本店消费的’2%计提销售提成，本提成不设上限和下限。

2、其他员工营销提成（本类包括除总经理、副总经理及营销

人员以外的一切鱼府及茶楼与员工）：

a□预定消费提成：如有客人向服务人员预定前来消费的，根据其消费金额的2。5%计提销售提成。

b□特别推荐菜品提成：餐厅和茶楼定期将滞销产品和特别新推产品经公司批准后作为特别推荐产品，点特别推荐的产品根据规定的数量给予推荐提成。

c□餐厅和茶楼互推奖励：推荐餐厅客人到茶楼消费成功的一次给予奖励5元；推荐茶楼客人到餐厅消费的一次奖励10元。

3、预存消费提成奖励：如员工能联系到任何单位预存金额来本餐厅消费，根据其预存金额可给予一次性提成1。5%。

a□提成的统计：茶楼吧台当值收银负责预定本的管理和登记，所有人员接到预定电话后第一时间到吧台登记，收银员进行登记确认后方可进行提成结算。

b□提成的确认原则：

a□预定客人从打电话后15分钟后抵店的客人方可计提，15分钟以内抵店的一律不予计提。

b□销售提成只按预定电话确认的计提，如客人预定抵店在餐厅或茶楼消费后再决定再茶楼或餐厅消费的按互推消费计算。

餐饮销售方案篇五

1，服务员提成根据所盯台总营业收入的1%进行提成（折后价）。

以上方案均按8：2的比例分配：

1，提成收入80%兑付给盯台服务人员。

2，提成收入20%按比例兑付给传菜员工、吧员、收银、保洁员、洗捡等。

3，制定表格每餐有领班以上管理人员确认人数、金额、桌数、顾客满意度无误后签字，再有收银员签字确认，月底有管理人员汇总到经理处签字报总经理审批发放。

注：

1，如有员工营业额造假和违犯提成规定的按设计营业额提成的’10倍处罚当事人；

2，当日服务不达标按照服务不合格项对应处理；

3，服务员看台原则上固定台号，10天轮换一次；

4，营销及楼面主管负责每餐时收集客人对服务的满意度；

6，每月提成滞后一月发放；新进员工作满一个月后开始记提成；员工按公司规定离职可发放提成。

7，原则上值台服务员必须做完当值餐桌收市工作；

8，管理层必须随时巡台，监督管理服务员服务质量；

10，员工上班时间：

a班9：00——22：00

b班16：30——23：00

a班人员必须把所看台收市工作做完，客人在21点之后到的客

交由b班看台；收市工作包括收台、卫生、餐具回收；客人打麻将等可交由b班。

服务不合格分类：

目的：提高服务质量，规范管理。

范围：使用楼面服务员。

分类：按性质可分为一般不合格、非常不合格和严重不合格项。

1，未主动迎客，面对客户不微笑，不符合礼貌礼节规范，礼貌用语不到位；

2，未按要求站台，服务过程中擅离岗位；

3，操作时声音过大，特别是收餐时声音过大，引起噪音、影响客人用餐；

5，上菜不展示，不报菜名，不分餐，不划菜单。简化上菜程序的行为；

6，餐中出现呼叫服务员；

7，餐后不按规定送客；不及时收台，关闭电源等，客人打麻将需关闭餐桌灯，装饰灯等。

1，站台时扎堆聊天；

2，对客人不打招呼，目视无睹；

3，对客人提出的要求不及时解答或上报；

4，未经管理层同意私自调换岗位；

5，有顾客时，没有经过客人同意就收台和清扫地面；

6，工作交接不清楚，收市不到位。

1，因服务态度不好而引起客人投诉。

2，因服务技巧不佳而引起客人投诉。

3，私自扣留客人酒水物品不上交者。拾获客人遗留物品不上交者；

4，因推销不当引起的客人投诉，其它任何因餐厅人员因素而引发的客人投诉；

处罚：一般不合格项取消当桌看台提成并处罚当桌看台提成的1倍罚款；非常不合格项取消看台提成并处罚当桌看台提成的2倍罚款，严重不合格项看台提成并取消处罚当桌看台提成的3倍罚款。