

2023年餐饮短视频拍摄策划方案(模板5篇)

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。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。

餐饮短视频拍摄策划方案篇一

西餐：

- 1， 高档餐厅： 讲究品位和档次。价格高。适合高收入人士。
- 2， 快餐店， 如麦当劳， 肯得基等。适合青少年消费。

中餐：

- 1， 酒店： 以规模经营取胜。
- 2， 小酒店： 以特色招牌菜取胜。
- 3， 连锁快餐店： 以连锁规模经营取胜。
- 4， 大排档： 以价廉物美， 随意取胜

如果在激烈竞争的市场中寻得立足之地？“卖”点很重要。中国传统食品“粥”为主要产品的系列产品虽然知道的人多，但经营得好的不多。既是盲点，也是卖点。只要有好的产品和好的经营方式，就能在市场上大行其道。取得很好的效益。

一 “粥”字典解释：

稀饭。一种用粮食或粮食加其他东西煮成的半流质食物。食粥是中国人一种传统的饮食习惯。已有数千年历史。是人们的主要饮食之一。特别是佛门弟子的主要食物。灾荒之年朝廷和官富之家搭“粥”棚赈灾说明了“粥”对于生存的重要。随着时代变迁，人们不仅要吃好，还要吃巧。现代研究表明：食“粥”更有保健，美容食疗等功效。应用药粥是摄生自养，简单易行的最好方法。至今“粥”仍是全国甚为流传的食物之一。如北方的小米粥，玉米粥；广东的艇仔粥及弟粥更是流传海外，风行东南亚。其效用除一般饮食外，还可以作为预防疾病，治疗疾病，养生美容。由于种种原因，如方式分散，品种单一，营销方式不对，形成不了产业经营。我们正是看准机会，挖掘整理，搜集选择了几百种实用粥谱，推出《禾口一粥》系列产品满足市场需求。经调查研究表明，这是一个投资风险小，用途广泛，本小利大，市场前景可观，回报率高的产业之一。

二. 市场研究及竞争状况

目前人们对粥的认识还局限于一般的状态，品种单一，常见的白粥配咸菜，八宝粥(红)豆粥小米粥，皮蛋粥等少量品种，且对效用宣传极少，销售方式也陈旧，尚无专门粥店和相应的营销网络，市场缺口很大，无明显的竞争。

普通粥仅能充饥填肚价低利少，人们选择性强。而我们推出的是具有食疗保健，美容益寿为一体的几百种绿色环保产品。

卖点：不是稀饭，是健康！仅把粥作为一般食品的观念早已过时，它的积极意义在于帮助人们提高生活质量恢复自尊和自信，满足人们心理上的需求，使消费者从中获得价值和满足。同时在别人还未醒悟之前抢先一步找出消费者潜在的需求替他们制造出来，抢占商机。

三. 消费者研究

1. 对象：一般消费者，重点：婴幼儿，学生，老人，孕产妇，病人。

2. 主要益处：营养，卫生，口感好，保健，食疗。

3. 主要场合：早餐：经济实惠，营养的早点。配合干点销售。正餐：除以上作用外，重点是医院，学校。夜宵：给吃夜宵的顾客提供休闲场地及营养有味的食品。（给夜间的的士司机提供优质服务也是不可小看的机会）

4. 重要性：病人，学生，老人需要营养；免除自己熬粥的烦恼及购买原，配料不便；更有安全感，卫生营养，功效多。高档粥的补品功效使有身份的人有高人一等的感觉。维护健康，省时，省力，使消费者有占便宜的感觉。

四. 主要产品：

300余种粥及干点62款轮流供应(配方及制作方法另告)

配套产品62款

1糕类36款2饼类16款3其他类10款

优点：品种众多，适应面广，可选度高，原料便宜，易于采购，工艺流程短，无需特别技术，易生产，好销售，无淡旺季。

缺点：因配料众多，初期采购稍麻烦，推广需要过程。

2. 卤菜：各地特色卤菜(如四川卤菜，武汉的鸭脖，南京盐水鸭，开封桶子鸡，江浙糟菜，广东及湖南的烧腊，熏菜)，鲜族泡菜等。

3. 各地特色小吃：

1. 北方风味：东北李连贵熏肉大饼，海城馅饼，大连枣泥蒸饼，天津母子丁香饼，十锦烧饼，煎饼果子，承德的混糖锅饼，鲜花玫瑰饼，北京的一窝丝清油饼，内蒙的哈达饼，西安的肉夹馍，萝卜饼，秦镇凉皮，黄桂柿子饼，山东滨洲的锅子饼，济南的千层饼，周村酥烧饼，孔府桂花饼，等等。

再次，一定要撰写提纲和概要。特别是概要部分，是整个创业计划书的精华所在，也是打动投资人的关键环节，绝不可粗心马虎，简单糊弄。许多投资人就是在看了创业计划书概要部分之后才决定是否要看全文的。而提纲部分可以帮助撰写人理清思路，明确内容，掌控全局，也是写作过程中重要的行为指导。

另外，对于创业计划书具体的内容部分，切记不要长篇大论、粘贴拼凑，还是要严格按照创业计划书的基本格式和提纲来写作，同时要特别注意说明企业在“做什么”、“谁来做”、“怎么做”等方面的情况。通常所见的创业计划书都过于着重描述企业的技术、产品、市场等等，而忽略了几个最基本的问题，即企业是“做什么的”——主营业务是什么；“谁来做”——管理团队如何组成，如何管理；“怎么做”——如何组织生产、销售、运营等等。

还有，对于创业计划书里面的财务和融资部分，许多企业缺乏基本的认知，以为随便拼凑一些数字就可以表明企业有多赚钱，融资金额也越大越好。但对于专业的投资机构而言，可以很容易的发现企业财务数据的漏洞和对资金的需求实情。所以企业切不可随便编造数据，漫天要价。特别需要注意的是，很多企业在这部分当中常常把项目的投资论证当作企业的投资论证，从而偏离了创业计划书的本意，即企业融资，不是项目融资！

此外，在财务预测中，夸大销售，夸大利润等等现象比比皆是，投资人早有心理准备，会非常仔细地推敲企业提供的每一个数据。对于融资额，许多企业也是随便给个大数，缺乏

科学实际的论证和支持。因此，建议企业在这部分一定要实事求是，态度诚恳，这样反而会得到机构投资人的认同和理解，而且还能和企业一起把财务预测和融资事宜商讨清楚。

最后，需要再一次强调创业计划书的写作目的是突出企业的投资价值，而这个目的需要贯彻在创业计划书的每一个部分和言语当中，整个计划书也需要围绕这个中心思想而展开。企业的投资价值简单而言就是企业的成长空间、成长能力以及成长效率。资本市场最关注的就是企业投资价值的增长空间、效率、速度、能力以及风险。所以企业在创业计划书的写作当中，一定要突出自己的生存和发展能力——对市场、产品、竞争、管理、销售、财务等方面的掌控能力和增长能力，最终目的是要有逻辑的体现综合全面的素质和发展态势。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

餐饮短视频拍摄策划方案篇二

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大学生，学生和上班一族就是本店的顾客。

应该怎样服务于顾客，首先，要吸引学生和年轻上班一族的注意目光。

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很多以这形式开店的成功的案例。比如金汉斯。巴西烧烤。咖喱咖喱快餐。都是成功案例。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

从西环路周围餐馆的分析：

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

2、周围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、周围的餐馆很少用到营销策略。除德克士。有很多策略都可以象德克士学习。

三、“餐饮店”的发展计划：

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，“别具一格”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，创造出自己的品牌，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，具有一定的特点。
- 2、招聘三名厨师和4名服务员。在学校招收一到两名学生做兼职。
- 3、装修一定要大方得体。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，最后综合成感觉。
- 4、在为开张之前，有一定的广告宣传。自己先给朋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传。另一个也节约了经费。还有就是人口密集的和各大校园门口发送传单。招数虽然有些过时不过效果好很实惠。（可用兼职）
- 5、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花样的特色，来吸引顾客。
- 6、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，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。

7、我们的质量、服务、环境要做到一流的。

8、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”如果积分越多，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马上走人。

9、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。

五、具体预算开支

1、打铺费预计费用5万一般会送2个月以上。

2、装修自己监工加材料预计费用2万5。预计□20□天装修好。

3、炉具预计费用两万。

4、餐具+杂物预计费用6000。

5、广告预计费用1000。

6、如果想同时容纳60人。打桌子或沙发400一套（1*4）也就是30套预计费用1万2。

7、房租一次交3个月房租按新都价15元一个平方200平方预计费用在30003个月也就是9000。

8、招聘三名厨师（大厨师1名预计费用1500—1800。切配一名700。杀手一名500。）和4名服务员（600），在学校招收一到两名学生400，做兼职。

9、第一个月的进货费现在不太清楚。

10、不加第一个月的进货费是：12.84万。

六、风险分析：

1、上座率不够：

可能是宣传。口味。服务。店面形象。都有不足。应即时纠正以避免风险的纯在性。

2、价位定低。（货价过高。求过于供）：

价位适当抬高。或与供货商再谈价格。

3、在同一地区出现和我们一样的店铺：

我们要做的是抓住老客户尽量拉住新客户多搞优惠活动。把服务与质量品质更加提高。

4、资经回笼太慢：

多搞活动。因为此时因该走上轨道。谁机应变才是最重要的。

七、每天开销：

1、每天开销。进货比如是1000（不太清楚这看厨师定的什么菜来决定原料和菜）

2、每月的房租打2700是每天90

4、水费打1.2一吨15顿左右每天是18元

5、员工工职一共是5400/30=180

6、不可遇见费每天20

八、投资回笼：

1、一天预计60客人一人 $36*60=2160$

3、人 $5w/232.3=215.2$ 天回笼资金

九、扩张计划：

再未来的两年内纯利润每人每年在8万左右就可以开第二家或第三家店。

餐饮短视频拍摄策划方案篇三

大家都说我是一个活泼开朗的男孩，善于与人交流，人缘也比较好，但是很多时候在一些场合缺乏自信，所以错过了一些很好的机会，来到大学后，发现人外有人，天外有天，所以开始懂得只要自己努力了就不后悔，不管结果是不是第一，只要自己尽力了就是最好的了。我是个很好的合作伙伴，做事踏实认真，大家交给我的事情总能很好的完成，一丝不苟。我喜欢看电视，看报纸，上网等。可以说爱好广泛，但是没有什么很专一能做好的事情。我自己感觉我的人生观和价值观都比较正确，信仰共产主义，而且一直坚信，人一生不能只为了钱去追逐，最有意义的一生是活的'快乐幸福，而不是为了追逐金钱和奢侈的生活。

二、专业就业前景分析

我所学的是餐饮管理与服务：培养掌握现代餐饮管理的基本知识和服务技能，从事餐饮业经营管理和服务的高级管理人才与高级技术应用性专门人才。就业前景良好，因此对自己所学的专业我充满信心。

三、swot分析

内部环境因素

优势因素[s]

有学习新知识的能力

目标明确

善于动脑思考

分析问题的能力比较强

弱势因素[w]

专业知识水平不够

做事毛躁，不耐心

自己努力不够

外部环境因素

机会因素[o]

所学专业很好，前景良好

餐饮企业众多，对员工的需求量只多不少

毕业后，经济危机结束

威胁因素[t]

还有众多职业学校的人竞争此行业

酒店老员工排斥

四、未来三年的行动计划：

、大二期间能够考过英语三级、计算机二级、普通话，并取的这三门证书

、在校期间多去酒店实习，做兼职，更多的熟悉和掌握各种酒店操作

、在假期，去找一些酒店的暑期兼职做

、锻炼自己的身体，培养一些运动方面的爱好

五、结束语

职业生涯课督促了我，让我面对就业压力充满动力，

欢迎继续阅读应届毕业生求职网职业规划频道

餐饮短视频拍摄策划方案篇四

发展中国真正意义上的快餐行业，利用合理有效的管理和投资，建立一定大型快餐连锁公司。

二、市场分析

社会生活节奏加快，使快餐业的存在和发展成为不容置疑的问题。虽然中国的快餐业发展十分迅速，但洋快餐充斥使大部他市场都不得与中式快餐无缘。如何去占领那部分市场，是我们需要解决的问题。

调查表明，当人均收入达到美元时，传统的家务劳动将转向社会。由此快餐业务的发展将进入急剧扩张的时刻，所以中国快餐市场将随着我国经济发展而进入高速发展的阶段。

目前，市面上浒的西式快餐其实并不适合国人对快餐的消费观念和传统饮食需求的观念。拿西式快餐最普通的汉堡包来

说，除了新奇，基本上是没有有什么美味可言。而且，快餐在美国的发展向来是以价格低廉而著称的，是大众日常消费的对象。但在中国的市场上，西式快餐的价格，还远非大众化所能接受的程度，这也决定了不可能性让工薪阶层经常去尝试那份新奇快餐。

但考察现行中式快，小、脏、乱、差的状况仍然很严重，现行中式快餐的众多弱点，给我们建中式快餐连锁店提供了绝好的市场机会。只要我们能抓住这些市场机会，改善中式快餐经营上的诸多缺陷，并发展我们的自己的特色那么我们进入中式快餐市场占据较大市场份额的创业计划，是极有可能成功的。

三、实施方案

1. 快餐服务业的模型。

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

2. 目标市场的定位。

大众能接受的中式快餐业。顾客群：上班族+儿童+休闲族+其他。

3. 市场策略。

产生工业化、产品标准化、管理科学化、经营连锁化。

(1)虚拟公司的名称，员工的服装，经营的理念，内部管理和总公司保持统一，但它们没有过多的装饰，也没有营业餐厅，它们更像是一个快餐集装配中心。它们接收公司的配送中心运来的相关制成品，只要单间加工，就可以成型了。虚拟公司的快餐产品订是提供给上班族在工作单位午餐之用。它们

的前台接待服务也是虚拟的，靠的是电话订购体系和快速运送体系，我们将建立送餐专线电话运送业务由统一的公司小巴和服务人员负责运送。

(2) 流动快餐公司——早餐策略

针对早餐人口流动性大，时间紧迫的特点，我们将由模式统一的公司小巴和服务人员流动至各主要需求网点向顾客提供方便、营养的早套餐。

因学生人数众多，还可推出学生营养快餐，既注重经济效益，又兼顾了社会效应。

(3) 快餐公司形象策略

在位于商业区、旅游景点区的快餐厅充分显示本公司的大人形象清洁、卫生、实惠、温馨。请专业公司为我们制定一套广告计划，从公司的特点出发，力求共性中个性。

四、投资计划

由点做起，辐而为面。立足于一个地区特点的消费群，初期发展就应形成一定的规模经营，选择好几个经营网点地址后，同时闪亮全登场。以后再根据发展，辐射全国经营。

发展初期，大力发展西快餐尚未涉足的虚拟快餐公司和流动快餐公司服务，待公司实力有了一定的积累，并有了稳定的顾客消费群体，再大力发展公司全面的服务策略。我们要根据人口流动密度居民收入水平，实际消费等因素，在商业区、购物区、旅游区和住宅区筹地大力发展前厅就餐的快餐经营模式。

五、投资收益

2、饮品部门

——主要经营咖啡

咖啡，自从引进国内之后，一直备受大家亲睐。茶余饭后，更是聊天谈事，消磨时光的好方式。有需求就有市场，咖啡店，便如火如荼。：

一、背景(项目可行性解析、项目概要)：

在校园里，越来越多人更关注私人强健，并且大家更愿意找一个环境优雅的地方restthemselves.据医学研究陈说指出，咖啡豆含有大批对人体有益的强健成份。咖啡对人体并没有想像中的危急；反之，咖啡中一些的成分对于人体有很多的保健功效。自信喝咖啡的人会越来越多，并会有年老化的趋向。咖啡店除宣扬咖啡之功用外，还以“阅读、音乐、怀旧”为咖啡店的主题。

二、宗旨(项目宗旨)：

成效：咖啡店除希望宣扬咖啡之功效，我们更希望从中获利。计划咖啡店将在半年内转亏为盈。预计3年左右发出总投资本钱，并慢慢着手获利，在两年后每月除税纯利抵达两万元，并在四年后能开设另一所主题咖啡店。成为本区域以商务休闲为主、分身情调消费的带领性品牌咖啡店，时髦消费场所。开店工期条件：1个半月。本钱条件：项目总投资约为30万元公民币。

三、市场解析(项目可行性解析)：

现今市场重要被星巴克、上岛咖啡等垄断。但由于这些咖啡店并没有特别主题，很难配合讲求特式的年青人、大学生。所以我们以为开设自助式主题咖啡店能抵达年青人的需要，且有很多发展空间。另外：据网上的青少年饮食习气探访，接

近八成的受访者都有帮衬咖啡店的习气:而且半数受访者均匀每月帮衬三至四次.有近四成的受访者大都帮衬品牌咖啡店。而且环境和精神素是他们帮衬的重要源由。探访还发现,教育水准、家庭月支出和饮用咖啡的频次展现显著的正相关。这意味着咖啡这种东方传入的饮料在中国海洋是一种标志优势阶级的生活方式。咖啡消费市场发展迅速,已经成为都会消费一大潮流,创业。市场前期培育已经终止。而且人们的咖啡消费档次越来越高,纯粹速溶咖啡已远远不能履足消费者条件了,消费者着手认知咖啡的品牌、气概和分明如何享用咖啡带来的乐趣。“特色咖啡”无疑是方今整个咖啡产业的支流,发展相当迅速。

四、地点与装修(项目质量条件)咖啡店的地址条件是环境精美,或有成型的商圈。借助人家的商圈,以此来抵达本身的经营获利。喝咖啡属于文娱休闲的交流互动,典型的区域重要有购物大旨、电影院、高档社区、写字楼、高校等。联合alice&firmpapa是商务、休闲咖啡专卖店的特性,将咖啡店地址定在广州大学城里。且近期广佛地铁开明,大学城地铁交通荣华,也可能吸收更多的外区顾客。

用早餐的顾客提供了便利。咖啡店将设立特色黑板墙,供来宾实行即兴之作,可能有绘画、文字,将成为来宾的情感渲泄地还将设立一个小投影,用来播放电影,让来宾感触就像在家里一样紧张自在。墙壁上除挂上各种咖啡的资料外,也挂上我们所设计的咖啡的相片。假如有条件:我们将在店内放置一架钢琴:营建更好的气氛:也可为顾客提供一个展示自我的平台。

近来出现一种“以物易物”的主题咖啡店,顾客可带上平居不消的物品到店内与人实行商酌换取,各取所需。如今,人们生活太枯燥,他们须要一个能唤起他们感情的位置,他们可能在这里探求旧物纪念,始末物品生意业务结识友人。我们也打算鉴戒开展这种特色供职,吸收更多的顾客。为了包容更多的顾客,我们将购入八张的长方形四人木制餐桌,自

信这比圆桌对比更减省空间。另外，我们会购置十六张布制沙发和十多张靠背椅，看看计划书。希望顾客能在一个舒适的环境下享用我们的咖啡。

在水吧和支付食物柜台布置上，除要放置咖啡机外，水吧设有咖啡杯柜、雪柜和磨豆器，更将加设玻璃吊柜，以摆放以玻璃瓶盛著的咖啡豆作修饰。我们将把蛋糕及质料放在购入的橱窗雪柜内，曲奇则放在暖炉内，网上创业计划书。柜台更设有职业位置供店员在顾客前制造自选水果蛋糕。厨房设有两个h炉、一个大型雪柜、洗手盘和一般厨房器械，如刀子、器皿等。咖啡店设有男、女洗手间各一，以明净为主。

五、重要消费人群(项目可行性解析)咖啡屋面向的消费集体重要是大学里的师生:学生家长，瞻仰人士，小资情调的消费者及局部学生情侣，年龄介于十五至三十岁的青、中年为主。他们没有家庭经济承当，又易于接收新颖和特别事物，专售卖特色咖啡及蛋糕的咖啡店最适合他们不过。另外，番邦游客也是本咖啡店的顾客对象。

餐饮短视频拍摄策划方案篇五

在位于商业区、旅游景点区的餐厅充分显示本公司的形象绿色、清洁、卫生、实惠、温馨。请专业公司为我们制定一套广告计划，从公司的特点出发，力求共性中个性。投资计划“由点做起，辐而为面”。立足于一个地区特点的消费群，初期发展就应形成一定的规模经营，选择好几个经营网点地址后，同时“闪亮全登场”。以后再根据发展，辐射全国经营。

发展初期，积极引导顾客绿色消费，使成为稳定的顾客消费群体。我们要根据人口流动密度居民收入水平，实际消费等因素，在商业区、购物区、旅游区和住宅区等地开餐经营。

二、水晶苑餐饮管理公司的业务职能

- 1、创新烹饪技术，研发经典饮食，整理和申报专利产品；
- 3、运营商标和专利产品，开展餐饮连锁经营业务；
- 4、指导餐饮企业，开展合法经营；
- 5、运营自身专业技能人才的人脉优势，开展厨房承包管理和餐饮企业委托管理业务；
- 6、广泛开展餐饮管理和技术技能的培训；
- 7、为餐饮企业提供管理和烹饪的咨询服务；
- 8、为深陷经营危机和信任危机的企业，提供餐饮经营急救和危机公关服务。

三、水晶苑餐饮管理公司的运营

- 1、做好经营案例的归纳整理工作。
- 2、做好知名度和美誉度的推广工作。
- 3、寻找自身的核心竞争力。
- 4、建立切实可行的盈利模式。

四、水晶苑餐饮管理公司的组织机构

餐饮管理公司的组织机构一般采用职能部制，只有开展连锁经营业务的公司，采取事业部制。

- 1、总经理办公室。是餐饮管理公司的管理核心，负责策划、组织、调配、协调企业的人力和资源，制定工作计划，开展经营业务。

2、财务部。负责公司的财务管理工作，稽核业务收入进账状况，编制会计报表，如实反映公司运营的基本情况，分析运营状态，为管理层决策提供依据。

3、企划部。为所服务的企业和部门，设计企业整体识别系统，制定营销规划，策划营销活动，建立媒体关系，展示企业形象，提炼并推广企业文化内涵。制定广告发布计划和媒体策略，策划广告活动。

4、管理部。制定企业管理制度和运营程序，指导并规范有关企业和部门，开展正常的企业管理工作，监督、考核企业的运营状态和未来趋势，根据绩效考核结果，给予表彰或惩罚。

5、培训部。根据企业的整体需要，开展爱岗敬业、礼貌礼仪、仪容仪表、技能技巧、店史店貌以及管理技术培训等。

6、研发部。研究竞争对手和当前市场流行菜品的设计理念和制作配方，按规定时间，策划、创新招牌菜和应季菜，组织厨师开展创新菜评比活动。

7、后勤部。负责公司的物品、车辆、设施、环境的使用和保养。处理好环保、工商、市政、消防、公安、执法等部门的关系。

8、人力资源部。负责公司人员的招聘、建档、使用事务。开展管理人员能力评估工作。制定公司工资福利的架构建设，平衡与同行业平均收入水平的比例关系。

9、营销部。按照公司的整体战略规划，分析客户需求，挖掘潜在客户，建立业务关系，反馈服务效果，系统开展营销活动。

五、水晶苑餐饮管理公司

市场策略。产生工业化、产品标准化、管理科学化、经营连锁化。

(1) 餐饮公司经营策略

员工的服装，经营的理念，内部管理和总公司保持统一。

绿色餐饮是指食物种养、生产加工、物流配送、餐桌消费及服务环境整个产业链条中的每个环节以一种天然、安全、无污染的状况。在采购过程中，首先要会识别源头原料、自然无污染原料、绿色食品原料，尽可能少购罐装、听装或其它已经加工制作的半成品原料，更要善于识别、杜绝采购被污染或变质的原料。

(2) 餐饮公司形象策略

在位于商业区、旅游景点区的餐厅充分显示本公司的形象绿色、清洁、卫生、实惠、温馨。请专业公司为我们制定一套广告计划，从公司的特点出发，力求共性中个性。

六、水晶苑餐饮管理公司的运营理念

- 1、以顾客需求为导向；
- 2、以效益优先为导向；
- 3、以市场占有为导向；
- 4、以品牌建立为导向。