

2023年饭店策划方案案例(优质9篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？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。

饭店策划方案案例篇一

根据惯例，五一假日的到来，都会直线拉动提升的销售额。周详实用的`五一劳动节营销策划方案，便成为各餐饮商家的营销秘笈。虽然是三天的五一小假期，但商机重重。五一餐饮促销要想成功，就要根据自己实际情况来策划了营销方案。

饭店五一营销策划方案

5月1日——5月13日(XX店)

活动内容：

1、广告语：“游王府，吃川菜，送清爽”。

5月1日——5月7日黄金周期间，凡持当日游览xxx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

5月1日——5月7日黄金周期间，在xxx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xxx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□“xxx饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

5月1日——5月13日活动期间□xxx店每日限20只xxx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，5月1日—5月13日活动期间□xxx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”饭店送花园游

5月1日——5月13日活动期间，凡在“益智斋”用餐的宾客可免费游览xxx

饭店策划方案案例篇二

市场营销在组织开展时，要做到以下几项：

1、划定销售区域和范围。营销部经理配合销售人员划定销售的区域和范围，以包干的方式，积极引导销售人员拓展销售面，销售区域和范围的分配要根据常客的销售潜力，客户的地理位置和类别来加以分配。

2、规定销售指标。营销部经理根据饭店的销售目标和政策制定销售指标。销售指标分为数量指标和质量指标。数量指标有：

(1)销售数量，如客房销售的天数，餐饮销售额，平均房价，销售收入等。

(2)销售次数，每天或每月应进行的销售访问次数。

(3)销售费用的指标与控制，每月销售人员所涉及的销售费用，如交通费和招待费用。

3、由于各销售人员分管的客户需求潜力不同，在规定销售人员达到销售数量的同时，要确定销售的质量标准，质量标准有销售人员的产品和销售知识，销售访问的效果，销售人员的工作态度，工作能力以及与客户的关系等。

4、销售人员的业绩评估。

5、编排合理的组织机构。

(1)公务客人组合产品。

(2)会议组合产品。

(3)家庭住宿组合产品。

(4)蜜月度假产品。

(5)婚礼组合产品。

(6)周末组合产品。

(7)淡季度假产品。

(1)可选择电视、电台、报刊等媒体，经常性地报道酒店新近推出的特色菜肴、客房环境、活动项目等，提高宾客对酒店的感官印象。

(2)运用行业性杂志、报纸、旅行线路小册子、指南、广告传单、直接信函等方式对酒店产品进行宣传。

(3)以邀请知名演出的方式壮大声势，增强影响面，营造酒店的消费热点，如邀请举办省市模特大赛，时装秀；大型歌舞

器乐演奏等促销方式。

(4) 设计推出啤酒节，菜肴赏品的方式提高酒店消费，增加效益。

饭店策划方案案例篇三

这似乎是一个很肤浅很幼稚的问题，但在酒楼的经营中，有个别的还是无意识地经常犯这种低级错误。他们往往在生意好的时候埋头数票子，生意差的时候才营销一下。

酒楼的营销工作是一个贯穿于企业始终的连续的经营行为，而绝不会是一个个断点，不管你承不承认，接不接受，营销始终伴随着你企业的经营而存在，只是从局面上看有主动营销和被动营销之分，从结果上看有成功的营销与失败的营销之别。所以，营销工作没有打盹的时候，不管在淡季还是旺季。

别在春节旺季里看着天天顾客爆满就沾沾自喜，可能大年一过你就天天唱空城计。由于中国传统习俗的使然，一临近春节，全社会的消费力在短期内有一个喷发行情，大大小小的酒楼几乎家家爆满，而这很难说是因为你的营销工作做得多么出色。真正考验营销的成效，还在于到了淡季是不是一落千丈，一年里是不是能持续、稳定地经营，在顾客中是不是享有较高的满意度和美誉度，在同行企业中是不是属于方阵的。

成功酒楼营销的目标都是非常明确的，策略都是很清晰的，且都是按计划有步骤地推进实施。有一点非常关键，那就是如何做好旺季与淡季营销策略的转换。

“旺季取利，淡季取势”，这应该是酒楼营销的核心思想。取利，就是要夺取的销量，获取的收益；取势，则是获取制高点，争取有价值的东西，包括经营人气、顾客口碑、品牌知

名度，等等，从而建立长期的战略优势。这“势”和“利”的关系是截然不可分开的，没有淡季的“势”作为铺垫，就很难获得旺季的“利”；而没有旺季的“利”，也无法支撑酒楼在淡季里去取得所需要的“势”。往往淡季营销工作做得好的酒楼，到旺季不用再投入太大的营销成本也能获利颇丰，这就是水到渠成。

淡季里，营销工作重点可归纳为三个方面：1、老客户的维护；2、新客源的开发；3、品牌形象的塑造。要做好这三方面的工作，适度的营销成本是必不可少的，而不是一味地没有策略性地压低经营成本。这个阶段应相对轻视收益率，而更重视上座率和顾客的满意度，终而实现旺季取利以及全年的收益目标。

营销活动是一个讲求系统性、计划性、连贯性的经营行为，营销工作应该尽量做到先于市场的变化，尤其是在市场变化趋势很明朗的情况下。中餐酒楼应该在春节旺季开始之前就制定好节后淡季的营销方案，然后充分利用春节期间良好的人气，提前开展淡季的营销促进工作。具体的方法不一而足，其效果往往事半功倍。如果待到滑入淡季、人气低落时再来开展营销推动，营销的成本会更高一些，难度也大一些。

这需要根据酒楼的市场定位，从客源构成、消费动机，以及节后餐饮市场的调整趋势等方面作出正确的判断和分析，然后把有限的营销资源投入到最有效的目标市场。

对于中、高档酒楼来说，春节旺季的时候最主要的顾客群体是官方(包括政府和军队)、商务以及其他社会团体的集团消费，这期间很多酒楼对一般的散客都无暇顾及，有所怠慢。但是春节过后一段时期，餐饮市场的客源结构就会发生变化。由于节前集中的突击消费，节后集团消费的热情会降低，消费的频次也明显降低。相应家庭消费和散客消费的份额就有所抬头。而节日期间淹没在众多团年宴、庆功宴之中的婚寿宴、百日宴等，在淡季里会显得比较突出，成为很多酒楼的

支柱收入来源之一。而另一块市场，比如象会展、旅游团队等，在春节期间几乎停顿，但在节后也会成为餐饮市场不可忽略的部份。

针对这些市场变化，酒楼应根据自身的定位调整营销的手段，做到有的放矢、简单有效。比如，中档酒楼可推出较为实惠的家庭套餐、白领午餐，以吸引家庭和白领上班族的消费；推出“平价酒水超市”，以此降低客人的酒水消费成本，且有效克服客人自带酒水的矛盾；策划更加细致、周到的婚寿宴、百日宴营销预案，以更多的优惠赠送项目以吸引预定婚寿宴、百日宴的消费，等等。当然，对中、高档酒楼来说集团消费仍然是主流，那针对这部份客源也应该有相应的营销举措，切不可顾此失彼了。

营销理论中有一个的2:8定律，即80%的销售量往往是由20%最重要的顾客带来的。毋庸置疑这20%的客户就是酒楼最重要的衣食父母。酒楼应对过去一年中的客户进行梳理，找出这20%的客户是哪些，制订出专门的vip客户维护方案，由训练有素的专门的团队不折不扣地去实施这些方案。客户维护当然是个长期的工作，但在淡季里更显得尤为重要。

经过一个忙碌的旺季，酒楼并不能就可以暂时的休养生息，因为在大的市场竞争环境下，企业经营也似逆水行舟，不进则退。节后应根据节气、消费、以及营销主题的变化，及时菜品、宣传品、店内氛围等作出调整。很多酒楼喜欢将春节的喜庆布置一直保留着，直至这些装饰陈旧破烂才肯拆除，这就是缺乏系统营销的显著特征。

一个注重品牌形象、充满生命力的酒楼，在营销的主题和具体的表现形式上，一定会不断推陈出新，不断给顾客制造新鲜感，这样更有利于培养长期的忠实客户。春节之后，应陆续补充一些新菜品，并尽快开发适合夏令季节的新菜谱，并赶在4月份市场回暖的时候呈献给顾客。在缺少节日的淡季里，酒楼应设法通过造节来造势，既吸引眼球又达到吸引顾客、

提升人气的目的。比如：开展春季感恩酬宾活动，向会员或老客户主动发出邀请，对他们给予特殊的消费优惠，并开展一系列的互动游戏活动，回馈老客户；邀约各大旅行社的相关负责人，集中搞一次别开生面的联谊活动，广交朋友，同时推荐酒楼对旅行团队的服务举措；联合与酒楼定位相匹配的百货商场、专卖店、高档汽车4s店、酒吧等其他行业的企业开展联动促销，对他们的客源提供特别的优惠，以拓宽客源，扩大影响力；等等。

当然，淡季里不适合投入太多金钱做大量的促销，那样反而得不偿失，适度就好。

饭店策划方案案例篇四

通过元旦年夜饭策划活动，扩大饭店的知名度，加强与客户的感情联系，引导洪洞县人民的消费，从而取得一定的经济效益和社会效益。

一、年夜饭套餐价格：

a□五福迎门宴

b□六六大顺宴

c□恭喜发财宴

d□吉祥如意宴

e□飞黄腾达宴

f□金蛇闹春宴

二、包厢年夜饭优惠细则：

一、凡来就餐的客人，每桌赠送糖果一盘，干果一盘，果盘一份。

二、每桌均可参加幸运大抽奖活动，桌桌有礼，100%中奖。

三、用餐标准达到888元及以上，赠送普通标间打折卡一张。

用餐标准达到1288元及以上，赠送普通标间打折卡一张，并免费畅饮软饮料。

用餐标准达到1688元及以上，赠送普通标间打折卡一张，免费畅饮软饮料及本地啤酒，并赠送本地红酒一瓶。

四、每桌免费赠送新年吉祥饺半斤，大年三十晚持续到正月初五。

三、实施步骤：

1、与餐饮部和出品部沟通，熟悉套餐的详细内容，做到心中有数。

2、划分客户群(挑选vip客户)

3、拜访客户并极力争取订单，并告知客人订餐时间需提前十天(控制包厢入座标准)

4、规划接待桌数控制在饭店能承受的范围之内并通知餐饮部提前做好准备(再次划分入座标准)

5、布置大厅营造喜庆气氛。

特制定xx年春节饭店装饰布置方案，请领导给予指示。

主题：春节(爆竹声中一岁除，春风送暖入民俗)-情人节(鲜

花vs巧克力)-元宵节(元宵灯火人如炽，一派歌声喜若狂)具体装饰方案如下：

饭店外围：

1、外围植物绕拉花、满天星，饭店正门口立大盆金桔，顶棚挂大红灯笼，停车场斜拉彩旗。

2、led屏飘字“山西大槐树民俗饭店恭祝全县人民新春快乐”

3、大门口两侧贴“辞旧岁喜看江山更美，迎新春展望前程似锦”对联，“恭贺新禧”横批。(对联内容请领导修改)

4、饭店大堂玻璃门贴蛇年生肖剪纸图案或招财进宝图案，四扇门一一对称。

5、三、四楼阳台栏杆插上彩旗。

大堂：

1、大堂吊顶筒灯与筒灯之间用红、黄两色装饰带做弧形波浪，两个弧形间挂一中国结或宫灯。

2、总台收银顶部红、黄两色装饰带做弧形波浪，两个弧形间也挂一中国结或宫灯。

3、总台两边(原放置圣诞树的位置)立两棵大金桔盆栽，上面绕满天星，挂袋作装饰，总台两边大柱子上各挂一大号中国结。

4、总台上摆放塔，其他植物均绕上满天星、拉花装饰。

(联系绿化盆栽供应商及时更换盆栽)。

- 5、大堂吧墙面上贴生肖剪纸图案。
- 6、后院通道门玻璃贴类似大门装饰图案。
- 7、播放春节背景音乐，大年二十八开始播放。

餐厅：

- 1、包厢通道吊顶筒灯与筒灯之间用红、黄两色装饰带做弧形波浪，两个弧形间挂一中国结或宫灯。
- 2、宴会台背景墙装饰一春节图案。
- 3、餐厅收银台上方吊顶挂小灯笼装饰，摆放金桔盆栽。
- 4、所有包间植物上挂袋、洒彩花、小。
- 5、电梯口的背景墙上悬挂2米高“恭喜发财”祝福画，挂于人手碰不到的位置。
- 6、迎宾处通道门原圣诞老人图案改成财神图案
- 7、二楼餐厅通道墙壁上贴各种吉祥祝福语，8、播放春节背景音乐，大年二十八开始播放。
- 9、大年三十有人穿唐装扮演财神、在饭店给小朋友发(内装1-5元不等)总台及楼层：

- 1、总台及大堂顶部挂小红灯笼。
- 2、各楼层电梯口挂红灯笼。

以上春节装饰布置方案，仅供参考！

a□店内led屏飘字(大槐树民俗饭店年夜饭火爆预定中……)

b□宣传单页与房间打折卡

(1)由营销部负责设计制作年夜饭、元宵节宣传页，并联系印刷公司，于1月25日前印刷完毕并派发各包间及各大企业单位：

(2)派发宣传单页的对象为政府机关领导、在店消费过的老客户以及新住进的新房客及用餐的新客户等，将饭店对他们节日的问候和祝福与饭店的节日促销活动内容结合在一起。

c□电视台广告：

文字内容：岁末将至，大槐树民俗饭店根据洪洞县人民传统习惯，为大家精心烹制了风味独特、美味可口的年夜饭套餐，并有装扮喜庆温馨的大小包间以及一流的服务让您和家人朋友在温馨祥和的气氛中共叙这一年的酸、甜、苦、辣，展望新一年的美好生活。订餐就送大礼包，就餐桌桌有礼品。更多惊喜等着您！订餐电话6258999d□祝福短信。

饭店从1月25日至2月14围绕年夜饭主题进行的一系列经营策划活动，只要策划准确、宣传到位、促销积极、落实认真，一定能够取得良好的经济效益和社会效益。

饭店策划方案案例篇五

1，主景点布置：

大厅外：考虑到酒店大堂比较小，不能摆大气的装饰，今年准备在大厅外空地做一个三米高的城堡及风车装饰(木工制作)，在酒店大门处放一个春老人，增加春节气氛。(包括周边装饰一起费用预算1500元)。

大堂：大堂准备摆两个景点：一是总台前做一个长城雪景图(木工制作，费用预算1000元)；二是在客梯前空地做一个(用泡木雕，费用预算500元)。

二楼楼梯口:放一颗精美的春树。(费用预算200元)

咖啡厅:以气球和装饰灯,喷绘为主体装饰物.(500元)

大厅内外柱子:以灯和喷绘做主体装饰物(800元)

2, 其他:

四楼多功能厅晚会场地及走廊,三楼电梯口,二十一楼电梯口,二楼大厅及包房,客房走廊以及其他各营业区尽量用去年的存品,估计仍须采购物品9000元.

3、礼品:主要是春节当晚在各营业区及晚会现场所发的礼品和在客房常客,商务客人所送的礼品,预计礼品费用1500元.

以上共计预算费用15000元.

二: 春节主题活动安排:

1、平安夜,狂欢夜自助大餐

时间: 2016年1月28日、29日18:00——20:00

地点: 四楼多功能厅,二楼大厅

规模: 四楼260人/场,二楼160人/场

内容: 大型自助餐,综合性文艺节目,大型抽奖活动。(奖品以赞助为主)

气氛布置: 热烈、明亮、欢快

票价: 比去年提高,今年以提高票价,控制人数为原则.

二楼:-----元/张儿童票半价(无套票)

四楼：-----元/张儿童票半价

套票：-----元/张(两大一小)

节目安排：由娱乐部负责，中间穿插抽奖活动，市场营销部负责节目审核和总协调。动力部在二楼安装电视同步播放器，同时播放四楼晚会节目及抽奖活动，四楼抽奖对二楼同时有效。

2、烛光晚宴：

时间：_年1月28日、29日19：00——22：00

地点：21楼旋转餐厅

规模：80——100人

内容：烛光晚宴、家庭套餐。适合家庭、情侣。

气氛布置：全场烛光，放轻音乐，强调安静祥和，浪漫温馨气氛。

票价：_____元/张儿童票半价_____元/张(两大一小)

(以上演员及主持人费用由娱乐部另呈领导批示)

三：ktv狂欢春晚晚场

时间：_年1月28日、29日19：00——24：00 24：00——凌晨7：00

地点：四楼歌舞厅

规模：所有包房

内容：1、包房价格上涨

小包房：晚场580元/场(送啤酒4瓶，大果盘一份，大碟两份，清茶免费)，晚晚场380元/场(清茶免费)。

中包房：晚场180元/场(送啤酒1瓶，大果盘二份，大碟八份，清茶免费)，晚晚场580元/场(清茶免费)。

大包房：晚场1580元/场(送啤酒24瓶，大果盘三份，大碟十二份，清茶免费)晚晚场880元/场(清茶免费)。

四：客房礼品放送：春节当晚给常客，重要商务客人以及外宾送春礼物。用传统的春老人袜装好送到房间，给客人惊喜。

五：酒店整体气氛布置

1、给各营业区发春小姐服装，由春小姐为客人服务，给小朋友发礼品。

2、安排两名春天使迎宾。

3、整个酒店安排两名春老人和小丑发礼品。

4、酒店提供照相留影服务。(自助餐客人)

六、广告宣传

1、在电视台，交通频道及晚报作广告宣传(费用已含在全年广告费用预算中)

2、印制宣传单1000份(费用财务另呈领导批示)

3、印刷贺卡送客户(费用销售部另呈领导批示)

4、大堂广告，大厅外横幅，电梯广告宣传。

七、春节各项工作安排

- 1、11月10日——1月3日拉赞助，1月5日到位摆置大厅。
- 2、11月25日大堂及电梯广告到位。
- 3、1月1日具体布置方案制出，物品采购到位，开始装饰。
- 4、1月2日春票、贺卡、宣传单。
- 5、各部门1月2日开始卖春票，并各媒体上广告。
- 6、1月6日景点布置完毕。
- 7、1月8日送贺卡。
- 8、1月1日核定娱乐部节目。
- 9、1月15日下发晚会备忘录。
- 10、1月23日下发服装。各部门相关工作及人员安排到位。
- 11、1月24、25日作好晚会各项工作。

饭店策划方案案例篇六

根据惯例，五一假日的到来，都会直线拉动提升的. 销售额。周详实用的五一劳动节营销策划方案，便成为各餐饮商家的营销秘笈。虽然是三天的五一小假期，但商机重重。五一餐饮促销要想成功，就要根据自己实际情况来策划了营销方案。

饭店五一营销策划方案

5月1日——5月13日(XX店)

活动内容：

1、广告语：“游王府，吃川菜，送清爽”。

5月1日——5月7日黄金周期间，凡持当日游览xxx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

5月1日——5月7日黄金周期间，在xxx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xxx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□“xxx饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

5月1日——5月13日活动期间□xxx店每日限20只xxx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，5月1日—5月13日活动期间□xxx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”饭店送花园游

5月1日——5月13日活动期间，凡在“益智斋”用餐的宾客可免费游览xxx

饭店策划方案案例篇七

一、活动时间：

__年 11月 18 日至 11月 30 日

二、活动地点：

紫金港国际饭店

三、活动组织机构：

顾问：史磊 活动总指挥：周雄 方案总执行：周雄 方案操作实施：各部门负责人

四、活动背景：

平民价位星级酒店的品牌印象，牌概念一旦形成，将会对本酒店未来的发展有极大的推动

五、活动目的：

通过此次美食节活动拉动酒店人气，让更多人了解紫金港国际饭店的特色餐饮。

六、活动总主题：

《浓情秋意，尽享美食》紫金港国际饭店第一届美食节

七、活动分主题：

广告词：品正宗瓯菜，忆江南美景

八、广告基调：

精致美食唇齿绽放·幸福滋味人人分享

九、活动方案：

2: 赠送半价券-----凡第一次到店消费即送半价消费卷, 在第二次光临时只需支付一半现金。(实名登记, 获取数据库)

2: 凡点制定套餐赠送价值 __ 元 进口红酒一支

十、店堂布置

a□一楼西餐部 一楼西餐部

1、整体要求: 热烈、喜庆、突出主题。

2、电子屏体现活动主题。店内水牌电梯内广告牌全以活动内容为主。 3、为了突出热烈和喜庆、气球和彩带是必不可少。

4、外围气球拱门活动之日起摆放 3 天, 烘托气氛。

5、大堂内彰显主题设计, 按沙盘性质制作人工海滩和海水, 并放置小型海鱼! 周围插置小型椰子树, 人造沙滩上用刨木雕刻渔船和渔民, 大海螺竟可能突出主题! 大主题上增加 倒计时告示表。

6、活动之日为突出海鲜美食节氛围一楼员工统一着装“海岛服”, 一楼餐厅和走道悬挂活动 宣传牌(大厅 12 个、二楼走道 10 个、)

6、在海鲜池上挂饰垂掉装饰品, 增加其他观赏性较强和好饲养存活的海鲜物种。(如鱼类、海龟、海豹蛇、海鳗、大鲨鱼等)

7、宣传册的设计精美。

b□二楼中餐部 二楼中餐部 1、 以古越国为历史背景, 增加古典的装饰品 2、 将现有的喜鹊壁纸, 更换为述说越国历史

彩绘或使用述说温台菜系的卷轴挂画 3、对现有的装饰品进行调换，换上一些有文化气息的装饰品，如瓷器等 4、制作餐牌。 5、采购油纸伞等江南特色装饰品。

十一、媒体宣传

十二、活动费用：

费用

十三、各部门主要工作安排(进度)

日之前完成店内菜牌制作、印刷品、店堂 pop 喷绘、特价桌牌等的设计制作; c) 认真全面细致做好重点客户的拜访与活动宣传工作; d)

做好活动的气氛烘托，外围汽球拱门及店堂内的装饰 e) 做好店内的装饰。主题的制作把关。

b 综合办 (负责人: 负责人) a) 做好城管局主要领导的协调工作，以便顺利地户外做好广告，张贴和布置工作 b)

活动期间协助餐饮部做好接待工作 c) 质检负责对一线员工进行活动内容的抽查 d) 宣传海报内容。

c 计划财务部 (负责人: 负责人) a) 负责对美食节期间的毛利率，向总经理提交报告、分析原因 b)

配合餐饮部做好第九届海鲜美食节活动的. 顾客接待工作。

d 负责宣传单的印刷(8 月 18 日之前到位)

e 做好“第一美食节”活动的各类原材料的调价与采购工作，以此保证活动期间内的 物资数量与质量。

对抽奖的细节把关。

十四、活动故事

浙江菜系的五个流派之一，温州菜系的代称。因温州古名东瓯，建国后，为了提高温州菜的知名度，经过餐饮专家共同研究，将温州菜改称“瓯菜”。

饭店策划方案案例篇八

别在春节旺季里看着天天顾客爆满就沾沾自喜，可能大年一过你就天天唱空城计。由于中国传统习俗的使然，一临近春节，全社会的消费力在短期内有一个喷发行情，大大小小的酒楼几乎家家爆满，而这很难说是因为你的营销工作做得多么出色。真正考验营销的成效，还在于到了淡季是不是一落千丈，一年里是不是能持续、稳定地经营，在顾客中是不是享有较高的满意度和美誉度，在同行企业中是不是属于方阵的。

成功酒楼营销的目标都是非常明确的，策略都是很清晰的，且都是按计划有步骤地推进实施。有一点非常关键，那就是如何做好旺季与淡季营销策略的转换。

“旺季取利，淡季取势”，这应该是酒楼营销的核心思想。取利，就是要夺取的销量，获取的收益；取势，则是获取制高点，争取有价值的东西，包括经营人气、顾客口碑、品牌知名度，等等，从而建立长期的战略优势。这“势”和“利”的关系是截然不可分开的，没有淡季的“势”作为铺垫，就很难获得旺季的“利”；而没有旺季的“利”，也无法支撑酒楼在淡季里去取得所需要的“势”。往往淡季营销工作做得好的酒楼，到旺季不用再投入太大的营销成本也能获利颇丰，这就是水到渠成。

淡季里，营销工作重点可归纳为三个方面：

1. 老客户的维护；

2. 新客源的开发；

3. 品牌形象的塑造。要做好这三方面的工作，适度的营销成本是必不可少的，而不是一味地没有策略性地压低经营成本。这个阶段应相对轻视收益率，而更重视上座率和顾客的满意度，终而实现旺季取利以及全年的收益目标。

这需要根据酒楼的市场定位，从客源构成、消费动机，以及节后餐饮市场的调整趋势等方面作出正确的判断和分析，然后把有限的营销资源投入到最有效的目标市场。

对于中、高档酒楼来说，春节旺季的时候最主要的顾客群体是官方(包括政府和军队)、商务以及其他社会团体的集团消费，这期间很多酒楼对一般的散客都无暇顾及，有所怠慢。但是春节过后一段时期，餐饮市场的客源结构就会发生变化。由于节前集中的突击消费，节后集团消费的热情会降低，消费的频次也明显降低。相应家庭消费和散客消费的份额就有所抬头。而节日期间淹没在众多团年宴、庆功宴之中的婚寿宴、百日宴等，在淡季里会显得比较突出，成为很多酒楼的支柱收入来源之一。而另一块市场，比如象会展、旅游团队等，在春节期间几乎停顿，但在节后也会成为餐饮市场不可忽略的部份。

在春节后的餐饮淡季里，也有一些小的消费热点，比如3.8妇女节，很多单位就会组织女性员工聚餐庆祝，很多女性消费者也会跟朋友相约一起享受美食。各地也会有一些各不相同的展会商机，比如3月份的20xx春季糖酒会就在成都举行，届时数十万来自全国甚至国外的客商齐聚蓉城，且一定会安排很多迎送往来的招待宴会，短期内会掀起一股不小的餐饮消费热潮。酒楼应及早制定营销预案，有条不紊地开展营销促进工作，力争在这些淡季中的小*有不错的斩获。

旺季的时候，你的广告往往会被淹没在广告的海洋中。而在淡季，适度的营销活动再配合适度的广告宣传，会使得你的酒楼在整个行业中显得比较醒目，品牌宣传的效果会更好，营销活动的效果也会更好。

淡季里的营销工作应该两手抓，一手抓市场，即所谓的“砍柴”；另一手练内功，即所谓“磨刀”。前面主要阐述的是抓市场的一些策略，关于练内功，我有如下一些建议：

1. 总结旺季营销工作的得与失，不断改进营销的思路和方法；
2. 对已经制定的后续的营销工作计划重新检讨，进行修正和完善；
4. 淘汰不合格的营销人员，招募新的营销人员，并进行全面的强化培训；
5. 检讨酒楼过去在品牌展示方面的不足，充实品牌，努力打造高品位的品牌形象。

饭店策划方案案例篇九

酒店开展此次中秋节促销活动，旨在通过中秋节节日的氛围推销自己，提高酒店的知名度，为节日后的人气奠定基础。

一、现场布置

中秋是中国人民的传统节日，在布置方面不能另类和实在要以大众化，以喜庆方式为主，以红为主，为了减少布成本，可能用些中秋都要的布景。

- 1、周边以弹力为主，主要是补一些空荡之处，使整场变得比较丰满，不会显得单调。

- 2、舞台周边，顶部，可用一些镀金球□vcd碟片悬挂，以补助灯光的折射，增加现场灯光的效果。
- 3、周边的天花板上可以悬挂一些灯笼，渲染中秋节的氛围，到国庆节时可以取下，等到春节时再可利用。
- 4、在国庆节可以悬挂一些大小国旗，增添祖国生日的氛围。
- 5、在进门口右侧玻璃和流水玻璃可以做大型宣传画，注明节日的活动内容。
- 6、在dj台边的显眼处，悬挂“中秋节快乐”的字样。
- 7、大门进门口节日奖品摆放陈列。
- 8、楼梯口及显眼处张贴广告。

二、活动优惠

所有消费者在9月12日前预定可得公司赠送特色小吃一份

- 1、安排厨师各推出2道“中秋——国庆”特色菜肴或点心。
- 2、中秋节当晚每台位，包厢送月饼一份。
- 3、消费满200元送面额50元的等值消费券一张。
- 4、凡消费茅台啤酒一瓶送当晚对奖券一张。
- 5、对有消费能力和潜力的及部分小姐赠送咖啡券。
- 6、要求茅台啤酒赞助商对当晚消费茅台啤酒的消费者赠送小礼品。
- 7、活动期间的消费者，可得中秋月饼一份和特色小吃一份。

三、活动当天时间安排

09: 00———17: 00白天营业时间

18: 30———21: 00流行音乐，慢摇音乐

21: 00———24: 00歌手，铜管，铜管秀，慢摇

00: 00———00: 20活动抽奖

00: 20———结束慢摇

四、广告宣传

一) 外围

1、条幅40条

2、宣传单13000份（都市报3000份、沿街发放张贴10000份）

二) 内围

1□dj台，服务员宣传

2、海报

五、活动需要购买和定做的物品

条幅40条/宣传单1份/内围宣传广告若干；

消费券/咖啡券。