

# 最新写方案意思(汇总10篇)

为了确保我们的努力取得实效，就不得不需要事先制定方案，方案是书面计划，具有内容条理清楚、步骤清晰的特点。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？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。

## 写方案意思篇一

撰写心得体会方案是指在完成一项任务、参与一次活动、回顾一段经历等情况下，将个人的所思所感、所想所想以一种系统化的方式整理出来，以便于加深对自己所经历的事物的理解和反思。经过撰写心得体会方案，可以使你更加深入地挖掘出经验中的宝贵资源，并为以后的工作和学习提供有益的借鉴和参考。因此，撰写心得体会方案是一项非常重要的学习和成长方法，也是我们应该积极运用的一种能力。

## 二、为何撰写心得体会方案

撰写心得体会方案的好处不言而喻。首先，通过撰写心得体会方案，我们可以更加深入地思考和总结自己的经验，并从中发现问题和不足之处，以便在以后的工作和学习中改进和提升自己。其次，撰写心得体会方案可以帮助我们巩固所学的知识，并将其运用到实际中去。通过对知识的再次回顾、总结和概括，我们可以更好地理解 and 掌握知识，并将其应用到实际工作中，提高工作效率和质量。再次，撰写心得体会方案还可以帮助我们更好地与他人进行交流和分享。通过撰写心得体会方案，我们可以将自己的经验和思考与他人进行交流，共同探讨问题，提升自己的认识和能力。总之，撰写心得体会方案是一种非常有益的学习和成长方法，值得我们每个人都去尝试和运用。

## 三、如何撰写心得体会方案

撰写心得体会方案需要一定的方法和技巧。首先，我们可以在活动结束后及时进行总结和反思，将自己的所思所感记录下来。这样可以避免遗忘和遗漏重要的信息和感悟。其次，要尽可能详细地描述自己的经历和情况，并提炼出其中的关键词和关键句。这样可以使别人更容易了解和理解你的心得体会。再次，要合理组织自己的思维和表达，使文章的逻辑清晰流畅。可以通过分段、使用标题和段落之间的承接词等方式，使文章的结构更加明确和连贯。最后，要注意语言的准确性和规范性。撰写心得体会方案是一种正式的书面表达，要注意语法和标点的正确使用，以及词汇的选择和用词的准确性。

#### 四、撰写心得体会方案的注意事项

在撰写心得体会方案时，需要注意一些细节问题。首先，要保持客观和公正的态度。撰写心得体会方案是表达个人的所思所感，但要注意尽可能做到客观公正，不偏不倚地对待事物。其次，要把握尺度，不过于主观化和感情化。撰写心得体会方案是一种理性的思考和总结，应该注重事实和逻辑的分析，避免过于主观和感觉化。再次，要注重细节，准确记录自己的所思所感。细节决定成败，准确的描述和表达可以更好地帮助别人了解你的心得体会。最后，要保持语言的简洁和准确性，避免冗长和啰嗦。

#### 五、总结

撰写心得体会方案是我们学习和成长的重要方法，也是我们培养自己的一种能力。通过撰写心得体会方案，我们可以更好地思考、总结和概括自己的经验，并将其运用到实际中去。撰写心得体会方案不仅可以帮助我们巩固知识，提高工作效率和质量，还可以帮助我们与他人进行交流和分享。因此，我们应该积极运用撰写心得体会方案的方法和技巧，不断提高我们的学习能力和表达能力，为自己的学习和成长打下坚实的基础。

## 写方案意思篇二

方案撰写是我们在工作中常常需要进行的一项任务，无论是制定项目计划还是解决问题，都需要良好的方案来指导和支持。今天我将分享一些方案撰写的心得体会，希望对大家有所帮助。

### 第一段：方案撰写的目的和重要性

方案撰写的目的是为了解决问题，指导决策，达到预期目标。一个优良的方案不仅要能够全面深入地分析问题，还要结合实际情况，合理评估资源，并具有可执行性。因此，方案撰写是我们进行工作的基础，是实现工作目标的重要保证。

### 第二段：方案撰写的步骤和方法

方案撰写需要遵循科学的步骤和方法。首先是问题定义，明确解决什么问题，以及期望达到的目标；其次是方案分析，实地考察，对问题进行彻底分析，并提问、拓展思路；然后是方案设计，结合实际情况，制定合理、可行的方案并进行细节控制；最后是方案实施，根据方案的时间节点，有序安排实施。

### 第三段：方案撰写的注意事项

方案撰写需要注意多方面问题。首先是准确表述，方案撰写不能出现不准确、模糊的表述，需要严格按照事实真相进行描述；其次是避免浮夸，不要只提出好处，还需要进行风险评估，清晰说明方案的优势和劣势；最后是合理评估资源，需要根据实际情况进行合理评估，考虑到时间、人力和物力的限制。

### 第四段：方案撰写的评估和更新

方案撰写不是一次性的任务，需要进行评估和更新。在方案实施之后，需要对方案进行评估，了解方案实施效果，并对方案进行优化、调整。这样才能确保方案的长期有效性。

## 第五段：结论与展望

通过对方案撰写的学习和实际应用，我深刻认识到方案撰写的重要性，合理撰写方案是我们工作的关键保证。未来，我将进一步加强方案撰写能力的提升，进一步学习和实践，提高自己的综合素质和工作能力，为公司的发展贡献更大的力量。

在企业中，方案撰写不仅是一个即时任务，更是一个长远打算和方案。经验是珍贵的，总结撰写方案的技巧，有利于今后继续使用并安排工作。愿每位从事方案撰写的人员，都能体会到记录和经验的重要性，实现自我提高，为公司做出更大的贡献。

## 写方案意思篇三

直播已经成为了如今社交媒体的热门话题，越来越多人加入到直播大军中。在过去的一年里，我也尝试了不同的直播方案，并从中获得了一些宝贵的经验和体会。在本文中，我将通过五个连贯的段落分享我对直播方案的心得体会。

首先，选择适合自己的直播平台是成功的关键。因为直播平台的特性和用户群体不同，所以选择适合自己的平台至关重要。我尝试过多个直播平台，发现不同的平台适合不同的用途。比如，如果你想展示个人才艺或分享生活趣事，那么可以选择像B站这样的平台。如果你是在进行教育或培训，那么可以选择和针对特定领域的平台，如知乎或观止。只有在选择适合自己的平台后，你才能更好地将自己的才华展示给大众。

其次，内容质量是直播成功的关键。无论你选择了哪个平台，

内容质量始终是最重要的因素。通过直播，你有机会与观众进行实时互动，所以你要确保提供有价值和高质的内容。这可能包括专业知识、生活经验或有趣的故事。此外，你还应该注意直播的时长和频率，以确保观众能够保持兴趣。通过提供高质量的内容，你将能够吸引更多的观众，获得更多的关注。

第三，互动是直播的核心。直播的一个重要特点是实时互动，这是与其他传统形式的媒体无法比拟的。观众可以通过弹幕、点赞、送礼物等方式与你进行互动，在直播过程中提出问题或给予反馈。因此，作为直播主，你要善于利用这些互动功能与观众进行交流。回答观众的问题，解决他们的疑惑，让他们感受到你的关注和热情。互动不仅可以增加观众的参与度，还有助于建立与观众的良好关系，使你的直播更具吸引力。

第四，直播需要策划和准备。直播并不是随性而为，它需要一定的策划和准备工作。在直播前，你需要确定你的主题和目标，准备好要分享的内容，并做好相关的准备工作，比如测试设备、调整画质等。此外，你还可以利用一些工具和软件来提高直播的质量，如美颜相机、特效演示等。一个好的策划和准备过程将有助于你更好地呈现直播内容，提高直播的质量和效果。

最后，和同行交流和学习是提升自己的捷径。直播行业竞争激烈，要想脱颖而出并吸引更多的观众，你需要不断学习和进步。与同行交流和分享经验是一个很好的方式。可以通过关注其他优秀的直播主、参加相关的行业活动，或者加入各种社交媒体的直播群组，与其他直播者进行交流和互动。通过学习他人的经验和优势，你可以发现自己的不足之处，并找到提升自己的方法和机会。

综上所述，选择适合自己的平台、提供高质量的内容、加强与观众的互动、进行策划和准备、与同行交流和学习，这些

是我在尝试直播方案中得出的一些重要体会和经验。通过综合运用这些要点，相信你也能够在直播领域中脱颖而出，取得成功。

## 写方案意思篇四

### 一、活动主题：

雅安强震同胞罹难——陵县书画家作品义卖赈灾

### 二、活动背景：

4月20日四川雅安地区发生了7.0地震截止26日已造成200多万人受灾1000多人受伤200余人遇难，地震牵动了全国人民的心，也牵动了我们陵县人民的心，灾难面前凸显中华民族的本色，支援灾区人民是我们每个人义不容辞的责任和义务，我们举办《陵县书画名人赈灾书画义卖》，给灾区人民献上一片爱心。

### 三、活动具体事项：

1. 活动名称：陵县书画名人赈灾书画义卖

2. 活动日期□20xx年4月29日上午9:00

3. 活动宗旨：通过进行书画义卖所得善款捐给中国慈善总会，支援灾区人民建设。

4. 主办单位：陵县政协陵县县委宣传部陵县颜真卿文化传媒有限公司

协办单位：陵县文广新局、陵县民政局、陵县城管局、陵县邮政局、陵县文化产业促进会

媒体支持：陵县电视台、陵县报、中国陵县网、中国东方朔

网、齐鲁拍客团陵县站、陵县吧

5. 活动地点：陵县东方公园南门

6. 活动流程：

(2) 9:00，活动正式开始，请县领导讲话。

(3) 由活动主办人宣布活动流程。

义卖书法作品四尺对开50元/幅，四尺整张100元/幅，绘画作品四尺对开200元/幅，四尺整张500元/幅。义买人逐一进行登记。爱心人士如只捐款不需书画作品，捐献金额不做规定。活动结束后现场清点善款，由陵县政协工作人员交民政局慈善总会，全程由记者和拍客拍照见证，发布在齐鲁网、陵县吧、中国陵县网、中国东方朔网等媒体。

(4) 义卖开始。

## 写方案意思篇五

x中西茶餐厅(以顾客是上帝的原则，欢迎上帝回家)

二、经营理念

x是家、客人是朋友

三、创业目标与商业模式

由于市场需求与更新，满足大部分顾客要求所结合的一家中西结合文化餐厅。中餐为主、西餐辅的中低档消费，满足顾客的需求。

四、x茶餐厅经营

中式正餐、西餐牛扒小食，其中设立西点蛋糕部、水吧饮品部、夜间烧烤部、夏季酒吧、冬季火锅、早间粥粉部、下午茶餐等，全天化经营。店内设立以卡座、4人散台、可拼座。二楼设立大包、中包、豪包，可满足情侣、家庭聚餐、同学聚会、贵宾宴请。

## 五、启动资金

## 六、x营销模式

x将启动酒吧街全民营销，凡是夜店工作人员都可与帝宫合作。为x带客进餐消费的同时，x将反馈提成，提成月结，共同打造双赢。在教育培训时代来临之际，营销人员主动出击，与各画室、琴行、培训班、酒吧、ktv、发廊进行合作，与相关负责人商谈提点、提成，优惠政策、签订合作合同。

## 七、顾客群体及行业现状

由于餐饮与娱乐场所的带动，商业街一带以中等消费群体为主，各夜店经营状态良好，消费群体充足。行业标兵有x、x等，都为连锁餐饮。帝宫优势在于：品美丰富，适合大众群体，可满足客人的不同需求，x带领新潮流，打破餐饮服务的优先品牌。

## 八、x宣传模式

x是x一家有别于其他同行业的餐饮品牌公司。更具有对消费者的吸引力，在同一时间，与x红十字会进行合作，设立爱心公益基金，每月顾客的援助与定期活动拍卖游戏向有需要的人进行帮助，并借助电视台、电影微信公司进行免费广告宣传，成为第一个爱心公益餐厅。

## 九、餐饮店设计



店内以镜面效果为主，黑色大理石、金色镜片、白色墙体，黑、白、金三种色彩，不失典雅、奢，临街采用透明钢化玻璃，用植物装饰竹帘，即简单又不失档次，给人感觉绿色、健康。

## 十、直营餐营运作计划

现如今人工工资增加，早餐、吧台、糕蛋、烧烤四类，选择外人承包抽点模式，如蛋糕10元1份，成本2.5元，盈利7.5元，店内抽成2.5元，即节约人工成本，又降低管理制度。承包方需签定合作合同，以及人工、水、电成本自负。

## 十一□x主要服务产品结构

x主要以饮食、酒水为中心。大厅优雅的歌曲播放：夏季夜间8：00-10：30酒吧模式启动。大包、豪包没有ktv点歌系统，在享受美食的同时也可以娱乐，让客人花一份钱两种享受。由于x本地麻将成为大众的娱乐方式，包厢都设有麻将桌。在设立低消后可供客人娱乐消遣□xvip成员将不受低消限制。

## 十二□x企业文化

服务第一，爱店如家。

## 写方案意思篇六

方案实施是指将一个计划或方案中的具体内容实际执行的过程，是企业或组织在改变、提升或创新工作中的必经之路。方案实施的过程不仅要关注具体的操作过程，还要重视实施过程中的思想、宣传、沟通等问题，以及实施前、中、后的评估和反省工作。方案实施对于企业或组织来说是至关重要的，它不仅关系到企业或组织的发展，更关系到企业或组织的可持续发展。因此，实施方案是一个操作性很强的工作，需要不断地总结实践经验，才能取得更好的实施效果。

## 第二段：方案实施的前期准备

方案实施的前期准备主要包括三个方面：明确实施目标、制定详细的实施方案以及筹备实施成本。当企业或组织明确实施目标后，就需要制定实施方案，这个方案应该是详细、可行性高、操作难度小、反应快捷的，这样方便实施过程中的调整。制定实施方案后，还需要进行实施成本的筹备，这样才能确保实施过程不会受到资金问题的限制。

## 第三段：方案实施的具体操作过程

方案实施的具体操作过程根据不同的方案有所不同，但是总的来说，方案实施可以分为以下几个阶段：方案宣传和推广、方案操作过程、成果评估和方案反省。在方案宣传和推广阶段，需要加强对实施目标、方案内容的宣传，让相关部门和人员了解和理解，确保实施方案的共识达成。在方案操作过程中，需要严格按照方案实施的步骤进行，同时充分考虑实施过程中的意见反馈和调整。在成果评估和方案反省阶段，需要对实施过程进行评价，及时查找问题，总结经验，为下一步完善方案打下基础。

## 第四段：方案实施中的难点与挑战

在方案实施中，难点和挑战是无处不在的。其中最主要的几点包括三个方面：人员和资源的问题、方案实施意愿的问题以及反对方的抵制问题。在人员和资源问题方面，可能存在人员减少或是资源缺乏的情况，需要针对实际的制约因素，在方案实施前提出解决措施。在方案实施意愿问题方面，可能存在反感、抵制和不理解的情况，需要明确方案意义，加强组织协调，增强沟通的力度。在反对方的抵制问题方面，可能存在不同利益方间的矛盾，需要调整关系、解决矛盾，进一步加强沟通。

## 第五段：方案实施的心得和体会

在方案实施的过程中，我们需始终坚守以下原则，不断提高实施方案的成功率。首先，我们需要充分发挥团队的力量，协同工作，提高效率。其次，我们需要不断创新改进，寻求更好的解决方案，达成更佳的实施目标。最后，我们需要持续不断地进行反省、总结、学习，提高方案实施的质量水平。总之，方案实施是一个很重要的过程，需要不断的进行思考和总结，才能取得更加理想的结果。

## 写方案意思篇七

近年来，随着城市化进程的加速，建筑行业也在不断发展。作为建筑师，如何为客户设计出富有特色的、实用的、美观的建筑，成了我们最为关切的问题。而建筑的结构方案，则是建筑师设计的重中之重。在我多年的从业经验中，我意识到了结构方案对建筑有多么重要，同时也认清了自己对结构方案的认识和掌握还有很大的提升空间。在今天的文章中，我想分享一下我在结构方案设计中的一些心得和体会。

### 第二段：理论知识的重要性

在建筑结构设计中，循规蹈矩的应用课本知识能帮助我们免去了做出低水平错误的风险，规避工程施工中可能出现的潜在风险，有效提高了项目的成功率。例如在设计桥梁结构时，我们需要考虑各种各样的因素，如桥梁的荷载、结构的力学性能以及耐久性等等。掌握这些理论知识会令我们对方案的合理性、切实可行性以及方案的优劣做出明确的分析和评价。

### 第三段：灵活应对的重要性

理论知识固然重要，但是灵活应对才是更加重要的品质。在实际项目中，我们需针对不同的场景、环境、需求因素、客户反馈等情况来设定方案。因此，我们需要灵活应对，尽可能采取多种多样的手段。就像曾经在我设计一座公寓建筑时，甲方要求要尽量节省占地面积，我就斟酌出了精巧的悬臂结

构方案，最终取得了甲方的赞同。

#### 第四段：创新设计的重要性

结构方案的创新设计是建筑师体现能力的重要一环。通过创新设计，可以打破传统的设计模式，让建筑呈现出更好的效果，同时也减轻对环境的影响。就拿我曾经主导的一项大型学校建筑的设计为例，我们在原先的设计基础上，考虑到学校安全问题，采用了特别的抗震设计并优化了结构方案，最终打造出一座既美观又安全可靠的校园。

#### 第五段：结论

综上所述，建筑结构方案的设计，需要不断地探索和实践，学习和总结自己的体验经验，提升自身能力和水平，更好的服务于客户和社会。而对于普通人而言，要了解、认识、体会它的良苦用心，尊重和理解建筑师们的创造成果背后所承载的巨大的思想和技术投入。在此，我呼吁我们，作为建筑师，要注重理论知识的积累和储备，大胆尝试不同的设计方案，努力追求结构方案的精准、安全和美观并且优化建筑的耐久性和可持续性。

## 写方案意思篇八

近年来，行动方案已经成为了企业、组织甚至个人在实施工作计划中的重要工具。通过制定详细的行动方案，可以更好地规划和组织工作进程，提升工作效率和成果。我曾经参与了一个行动方案的制定和执行过程，在实践中积累了一些心得和体会，下面我将就此进行分享。

首先，制定行动方案时应明确目标和细化步骤。一个明确的目标可以为团队提供方向和动力，在制定行动方案时，需要有清晰的目标设定。这个目标应具备可实现性和有挑战性，而且还要明确量化的结果。在明确目标的同时，还需要通过

细化步骤来分解目标，将大目标拆解成小目标，确保每个成员都清楚自己的任务和责任。只有明确目标和细化步骤，才能更好地组织和安排工作。

其次，行动方案的制订需要注重合理分配资源。资源的合理利用对于行动方案的制定和执行至关重要。在制定行动方案时，需要考虑到各方面的资源投入，如人力、物质、时间和财务等。合理分配资源可以最大限度地提高效率和效益，确保各项工作能够顺利开展。同时，也需要及时调整和分配资源，根据实际情况对行动方案进行灵活的调整和改进。

另外，行动方案的执行需要强调团队协作和沟通。团队协作是行动方案执行过程中不可或缺的一环。只有团队成员之间密切的合作和良好的沟通，才能够顺利完成各项任务。在执行行动方案的过程中，团队成员之间需要明确分工并相互支持，及时交流工作进展和问题，以便快速解决，保障工作的顺利进行。团队协作和沟通能力的提升也是我在行动方案执行中得到的重要体会。

此外，行动方案的执行需要不断监测和评估。制定行动方案并不等同于目标的实现，执行过程需要进行不断的监测和评估，以确保进展符合预期和要求。在实施过程中，可以使用各种工具来进行数据的收集和分析，及时了解项目的进展情况，并根据实际情况进行相应的调整和改进。通过监测和评估，可以发现问题和提高效率，确保行动方案的有效执行。

最后，行动方案的制定和执行需要鼓励积极反馈和经验分享。在行动方案执行过程中，应鼓励团队成员提供积极的反馈和建议。及时的反馈可以帮助我们不断改进行动方案，提高执行效果。同时，也需要积极分享执行过程中的经验和教训，这样可以对其他成员进行借鉴和启示，促使团队整体能力的提升。

总而言之，制定和执行行动方案是一项复杂而重要的任务。

在实践中，我体会到明确目标、合理分配资源、团队协作和沟通、不断监测和评估以及积极反馈和经验分享等因素对行动方案的成功执行起到了至关重要的作用。通过总结和归纳这些经验，我们可以在其他工作中更好地运用和实践，提升自身的综合能力和执行效果。

## 写方案意思篇九

专业人士完美打造七夕情人节大气门头。配合灯光效果绝对吸引路人眼球。要求用品如下。

贴合七夕情人节主题，租用5套天使服装，着装者扮演爱神丘比特的角色，站在酒吧大门口迎接当晚所有的情侣和贵宾们的到来，统一派对用语：“您好！欢迎光临天使之家！”。

酒吧门口玻璃增加10米长的粉色签名墙，设专人手持记号笔等待前去的情侣签名留念。

网上搜索情侣亲密的瞬间的照片，制作成小照片贴满卡罗酒吧的各个角落让客人充分体会到情人节的浪漫和甜蜜。

楼面服务人员统一带上发光爱情头饰，多增加全场的亮点。

15米水晶走秀台搭建，呈十字架形状，（竖排蓝光底面，横排粉光底面。增加色彩视觉上的立体感）

爱情道具车布置，根据婚车的方法打扮摆放于卡罗酒吧门口的停车位上，顶上用kt板打上卡罗酒吧七夕情人节派对的主题logo□建议2辆。

复古灯笼吊顶，底下挂上caro七夕情人节派对现场字样，灯笼挂在dj台正上方。

游戏环节，心心相印主题。派对前场设报名环节。中场做游

戏□dj准备轻松一点的rmb背景音乐。限4个名额游戏玩法大舞台上放4张椅子，椅子上方4个带着相同锁的盒子，里面有一样的奖品。每把锁只有一个正确的钥匙能开启，主持人手中一个盆子里面有相同的4把钥匙，每把锁能开启相对应的盒子，看谁运气最好。每人只能选择一个盒子开启。如果全没猜中则现场再报名。

抽奖奖品设置，比起以前酒吧的奖品，这次奖品必须要上档次，具有意义的东西。希望管理层仔细考虑。抽奖设立一等奖一名，二等奖二名，三等奖三名。

礼品发放，送一点具有意义的情人节主题小礼物。具体详细参考后面淘宝地址。

拍卖则采用酒吧去年情人节拍卖留下来的一对钻戒。

邀请来自专业场合的15位气质模特，10位着泳装，5位着天使装。在整场派对中分2场走秀。

演艺部按情人节主题构思节目，节目不能老套重复力求创新。

全场音乐请主打dj仔细反复斟酌，考虑贯穿整场的气氛和后期留客的音乐慎重选择。

餐饮营销活动策划方案

营销策划方案范文

新媒体营销方案范文

会议营销方案

关于营销策划方案范文

会议营销策划方案范文

服装营销的策划方案范文

空调营销策划方案范文

营销活动策划方案

营销活动方案模板

## 写方案意思篇十

改革开放30年来，我国餐饮业发展经历了起步阶段、数量型发展阶段、规模化发展阶段和品牌建设阶段，初步形成了投资主体多元化、经营业态多样化、经营方式连锁化、品牌建设特色化、市场需求大众化、从传统产业向现代产业转型的发展新格局。20xx年，受金融危机影响，我国餐饮行业出现了大规模的结构调整，高端餐饮企业开始走亲民路线，而中低端餐饮企业则更多地走进了社区，连锁企业配送中心、社区早餐服务网点、主食厨房等在大众化餐饮服务企业蓬勃发展，更多趋向于本色化经营，而且更加注重饮食本身的健康、营养和搭配。

中国的餐饮市场经过二十多年的改革与发展，已进入了一个新的阶段，市场竞争的形势也发生了一些新的变化。中国加入世贸组织后，形势还会进一步变化。把握这种变化趋势，研究制定正确的对策，对餐饮企业来说是至关重要的。中国从改革开放初期相比，全国餐饮市场竞争的态势出现四大变化：

一) 从竞争内容看，重点由单纯的价格竞争、产品质量的竞争、发展到产品与企业品牌

的竞争、文化品味的竞争。在改革初期，餐饮企业之间主要



是打价格战、打品牌、服务、装修战；现在情况发生了变化，消费者用餐既要满足生理需求、又要满足心理需求，因此，越来越多的经营者把注意力转向打造自己的品牌，提高企业的文化品味。这是一种更高水平的竞争。当然，在市场经济条件下，价格的竞争、产品质量的竞争、永远是重要的竞争手段，但竞争的手段是多元的，竞争的重点是变化的，一个高明的经营者，不仅要善于运用传统的常规的竞争手段，还要善于随时根据市场情况的变化而调整竞争策略，运用新的更高层次的竞争手段。

大规模的竞争。随着餐饮市场的扩大，餐饮业的业态已由过去少数比较高档的饭庄酒楼和比较简陋的摊点小馆，发展到具有能够满足不同层次消费群体需要的高档餐厅与大型酒楼、环境较好的家常风味餐馆、快餐店、地方风味浓厚的小吃店和小吃街、购物、餐饮结合的超市食府，休闲、娱乐、餐饮于一体的休闲餐厅与文化广场、异国风情的专营店、方便居民的社区餐馆、以及送餐上门的外卖店等等众多的业态。与此同时，餐饮企业的规模也在不断扩大，在向集团化，连锁化，大卖场发展。据20xx年统计，营业额居全国前100家的餐饮企业，差不多都是集团公司和连锁公司，尤以连锁店的比重最大，其营业额占到100强的85.6%。在许多城市，不少千座以上的大店拔地而起。这种态势加剧了市场竞争的复杂性与激烈程度。

三) 从竞争地域看，由于本地发展走向外地发展、由小城市向大中城市发展、由东部沿

海向中西部地区发展；也有的是由大城市向中小城市延伸、由西部向东部延伸。纵观几年来涌现出的一批大的餐饮公司与连锁企业，一个共同的特点是它们都寻求向外地扩张、立足和占据外地市场、甚至打进中心城市和国际性大都市。如今，地域的概念已经淡化，餐饮企业竞争的市场半径大大延长。

非国有性质的餐饮企业占的比重必将进一步扩大。进入我国的外资餐饮企业现在虽不算多，但其营业额很大，在中国餐饮市场上，百胜（中国）投资有限公司（肯德基）的营业额傲居榜首，达到54.9亿元，占前100名企业营业额的20.3%。中国加入世贸组织后，外资特别是一些国际品牌企业将进一步涌进中国餐饮市场，竞争也将进一步激化。

随着餐饮市场的竞争升级，餐饮业对这个为产品和服务找顾客的“定位理论”，给予了越来越多的关注，因此有必要对这个理论的部分关键环节在餐饮业中的解释进行一些探讨。

## 什么是市场定位

所有的产品和服务，都要竭尽全力地去找那些能够接受它们的顾客群，寻找那些能使它们生存并发展下去的市场。物化到餐饮经营的实际工作中，就是经过各种调查、论证、实验、分析后，设定一个顾客群体，把从产品、服务中提炼出来的诸如美味、营养、绿色、健康、享受、创新等一系列概念转化为信息，通过各种战略的、战术的传播与沟通手段，传达给这些顾客，引导，或者说是诱导、鼓励他们，将这些产品和服务的位置确定在头脑里，进入思想意识中，认可它、接受它。如果找到了这个顾客群体，而且还用恰当的方式获得了他们的支持，就说明市场定位成功，反之则是失败。

## 谁来定位

定位理论强调在市场营销中，只有一种真正有力的定位，那就是消费者定位。消费者通过自己的分析判断，考察体验，最终决定是否接受和支持经营者为产品或服务的定位。显然，决策权实际上还是掌握在消费者手中。

不管是以品质还是以品位定位，也不管是以服务还是以成本定位，总而言之，定位策略一旦出台，企业都希望会对预测中的一种或几种类型的消费者产生吸引力，企业之所以努力

精确市场定位，就是为了争取这部分人，也就是确定所有企业的资源都是有限的，只能尽量优化使用，因此也就决定了经营中必须选择适当的消费群体，有针对性地为他们制定餐饮产品的内容、档次、价格、服务。否则就会看到这两种情形看到偶尔出现的非目标顾客不满意，因为这个市场策略从根本上就不适合于他，也就很难将其变成目标顾客；而经常光顾的目标顾客群则会由于这种无选择经营，感到整体消费环境被破坏了，应该得到的东西难以到位，从而大大降低了满足感，时间一长就会影响客源的数量和质量，显然得不偿失。企业必须明确自己的目标公众，不能为所有的人服务。

## 均衡定位

定位理论重视经营者关心的问题，也关注消费者认为重要的问题，并将二者联系起来考虑。作为潜在消费者，在未进入可能的购买状态之前，都会依据从各种渠道获取的信息，为企业描画出一个以自己的认识为坐标系的期望形象，这其中包括了他个人的利益、需求和愿望。而定位主要就是反映企业为顾客创造价值的方式，可见二者并不矛盾。

那么，当消费者得到了自己认为应该得到的东西时，就会觉得企业的现实形象与自己头脑中的期望相吻合，也就自然地证明了企业经营定位的正确性。企业经营的目标、消费者的需求、产品的表现，三者如达到和谐均衡，就是市场经营定位的完美状态。

## 价格定位

价格竞争永远是市场经济条件下，餐饮行业的主要竞争形式之一。当产品、服务具有可比性时，价格定位是否合理，往往会对餐饮市场份额产生决定性的作用。

要想使自己能在价格定位上占有较大优势，就必须在经营上获得相对的成本优势；而降低成本的方法除了规模经营、环

节控制之外，现代餐饮管理强调关键是建立健康的成本结构，并不断探索一些特殊的环节成本管理，力争使他人难以模仿，形成自己独特的成本控制体系与模式，从而降低餐饮业管理的同质化程度。

餐饮经营改变市场定位一般有两种，一种是“启动”定位，就是完全放弃原来的市场定位，放弃已有的顾客群体，彻底改变经营策略，为企业重新找一个新的定位点；另一种就是“过渡”定位，既在已有的风格基础上，尽量保住原有顾客，对原来的经营策略进行适当的调整，逐渐向新的定位靠拢，并在一定时限内完成。

在实践中，哪一种改变都能找出成功与失败的案例，所以说，改变市场定位本身不能成为经济效益上升或下滑的理由，关键是新的定位是否如前面所说的那样，达到了既使企业盈利，又让你最有价值的那部分顾客能够满意，这样一个平衡状态。因为无论如何改变，只有使企业与顾客得到的利益都比原来的定位更多了，才能说明改变定位方案是合理的。综上所述，餐饮市场定位的成功与否，最终只能归结为在一定的市场背景条件下，企业与顾客两者之间，对市场定位的诸要素是不是具有较大的共识。经营者清楚地知道自己在销售什么，包括知道销售的产品和服务中哪些是要满足顾客的物质需求；哪些是为了满足其精神需求，哪些用于解决消费者生活中的实际问题；哪些则是要在他们的潜意识里种下企业所要宣传的概念，并且还较为深入地了解可能接受这些的大体是哪些人；一般分布在什么阶层；支付能力如何；目前能分流这些客源的对手情况等等。企业至少以这些为基础，才能把经营者心目中理想的. 市场定位，移植到目标公众的头脑中去，从而获得成功的市场定位。

#### 一）充分开发和利用具有竞争优势的潜在资源

确定自己的专业经营领域和经营特点，并集中企业的资源在此领域内奋力开拓，保持领先和特色。按照企业资源观的分

析，有价值且稀有的资源和能力可以成为竞争优势的来源，我国的餐饮企业应该集中精力开发这种具有竞争优势的潜在资源，它可以是餐饮企业的核心产品和技术或技能，也可以是企业在长期运作中形成的具有企业特色的品牌、营销方式和组织形式等能力。

革命，不仅在中国，甚至在全球都将具有深远的影响和意义。

充分利用企业的品牌和文化。品牌和文化是企业的无形资源，是企业保持竞争优势的源泉。品牌作为无形资源，不仅是稀缺的能产生价值的资源，也是难以模仿的资源。它是根植于消费者心中的概念，是有生命的形象烙印。

从某种角度来说，企业的品牌弥补了中餐无法批量生产和标准化困难这一劣势，因为顾客可能更看重的是企业的价值所在和消费体验。就中国十大餐饮连锁著名品牌——“江苏大娘水饺有限公司”来看，在产品标准化上是个典范，但是即便是制作饺子的工序的标准化再细致，也还是会存在质量控制无法量化的问题，比如，面的软硬和劲道程度，煲的汤浓度等。尽管如此，“大娘水饺”目前仍是中国国内直营连锁店最多、跨地域最广的中式快餐连锁企业。

另外，文化在餐饮业中也有特殊的利用价值。对于餐饮行业，特别是中、高档的餐厅来说，如今消费者的需求已从以前单纯追求“产品本身”转向追求“全方位需求”了。在全方位需求中，文化是附加值最高的部分。例如，全聚德前门店的烤鸭技术还是承袭百年前的模式，使用传统烤鸭炉，用果木烤制，烤鸭师傅手持烤杆，在热气扑面的明火前操作。这样的制作过程是烤鸭文化的核心、是历史，其意义是为了保持“产品的全面性”，如果将“传统制作工艺”这块文化特色删去，虽然“最终产品”并未有太多变化，但却会丧失全聚德产品的文化内涵。

企业可以围绕自身的品牌和文化特点制定出相应的策略以吸

引顾客。比如，设计出与企业经营特色相匹配的饮食氛围，尽可能使光顾的客人能成为忠实的顾客，成为企业的义务宣传员。总之，作为经营管理者，应努力创造和谐的内部动作机制，这样，才能在市场竞争中立于不败之地。

## 二) 提升连锁扩张的经营能力

经过几十年的发展，连锁经营已成为餐饮业普遍应用的经营方式和组织形式，并显示出强大的生命力和发展潜力。近年来，在中国涌现了一大批多业态的餐馆、快餐连锁企业。在国家统计局和中国饭店协会公布的中国餐饮“20xx年度中国餐饮百强”中，实行连锁经营的企业有79家，营业额占百强的85.6%。可见，连锁经营对餐饮业的长远发展起着战略性的作用。

连锁经营的核心是实行统一经营，统一管理。其竞争优势表现在改变传统单店进货的特点，压低价格，降低原材料的采购成本，降低各项费用，有利于实现餐饮管理的规范化；连锁店在统一的经营管理模式下，加速资金周转，实现菜品的统一配送，外加对烹饪技艺和对顾客服务的标准化和程序规范化，从而实现餐饮管理的竞争优势；低成本的运营让顾客得到更多的实惠，在顾客中树立良好的形象，提高顾客对企业的忠诚度；通过规模经济、资源的优化配置提高企业在市场中的竞争能力。

对于“麦当劳”、“肯德基”的连锁经营模式我们可以借鉴，但是，如前文所述，作为包含了文化和人文因素的中国餐饮行业，应该充分利用这一独特的文化特色优势，我们可以更多地尝试在特色方面做文章，而不是一味地学“麦当劳”、“肯德基”，用制度化和标准化来发展连锁业。譬如，各中餐连锁店可以根据其所在地区的文化特色做出相应调整，更加密切地融入甚至引导当地的文化取向和大众口味，从而形成各式各样的连锁店——统一，但是仍然各有特色。

## 一）、我国传统餐饮文化的主要特点

### 1. 餐饮观念：“以味为本、至味为上”

“以味为本、至味为上”，即把保持烹饪原料的自然风味或经过烹饪使食物达到尽善尽美的境地（至味），作为烹饪的根本目的和最高要求。众所周知，西方人的饮食更加强调营养，在他们看来，进食犹如为一台生物机器添加燃料，所以特别讲究食物的营养成分，讲究蛋白质、脂肪、碳水化合物、维生素等各种无机元素的含量是否搭配得合适，卡路里的供给是否恰到好处，以及这些营养成分是否能为进食者充分吸收，有无其他副作用等，而菜肴的色、香、味如何则是次一等的要求。对于这一点我们从肯德基的宣传手册中即可了解。我国餐饮文化则完全不同，它以追求美味为第一要求。中国人品评菜肴时总是“味”字挂帅，中国人赞美一道好菜时会异口同声地说：“味道好极了！”中国人请客时常会自谦地说：“菜烧得不好，不一定合你的口味。”他决不会说：“菜的营养价值不高，卡路里不够。”

中国人对饮食美性的最高追求是达到一种难以言传的“意境”，这也只有借助无形的“色、香、味、形、器”等“境界”载体，而单凭营养成分和结构是难以担当此重任的。

我国幅员辽阔，复杂、多样的自然环境提供了多样的动植物原料品种。据西方某植物学家的调查，中国人吃的菜蔬有600多种，比西方多6倍。

常言道：“饮食一道如方言，各处不同。”我国菜肴各地不同，风味多样。20世纪五六十年代兴起“菜系”之说，又有了川、鲁、苏、粤“四大菜系”；70年代以后，又先后出现了“五大菜系”、“八大菜系”、“十大菜系”、“十二大菜系”等等。而每个“菜系”下往往还有许多亚系或分支，如粤菜还有广州菜、潮州菜、东江菜、海南菜等亚系。中国菜系之多真可谓令人目不暇接、眼花缭乱。

在中餐菜肴制作中，虽有整鱼、整鸡或整羊等，但基本上是以丝、丁、片、块、条等为主的料物形状。上火前，它们是独立的个体形式，但放到圆底锅翻炒后便按照厨师的构想进行交合出餐，装入盘的是一个色、香、味、形俱佳的整体。因此中餐菜肴的制作，从“个体”到“整体”的转变，体现了中国传统文化中“合”的哲学思想。

在中国，烹调是一种艺术，它以极强烈的趣味性，甚至还带有一定的游戏性。烹调之于中国，简直与音乐、舞蹈、诗歌、绘画一样，拥有提高人生境界的伟大意义。中国的烹饪不讲求精确到秒与克的规范化，反而特别强调随意性，在菜肴制作时侧重知觉的感悟，强调凭经验对结果进行把握。中国烹饪在刀工、火候等方面具有特强的技艺性，其中绝大部分技艺为机械所不能代替，有的技艺也为科学所不能解释，甚至有些为绝技、绝招，这些技艺或散布于民间，或出入于宫廷，争奇斗艳、层出不穷、变化曼妙，令人有无穷无尽的享受，更是机械所永远无法取代的。

餐饮营销活动策划方案

营销策划方案范文

新媒体营销方案范文

会议营销方案

关于营销策划方案范文

会议营销策划方案范文

服装营销的策划方案范文

空调营销策划方案范文



营销活动策划方案

营销活动方案模板