

2023年餐饮店开业活动方案策划(模板6篇)

无论是在个人生活中还是在组织管理中，方案都是一种重要的工具和方法，可以帮助我们更好地应对各种挑战和问题，实现个人和组织的发展目标。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。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。

餐饮店开业活动方案策划篇一

一个好的促销方案能良好的展示产品形象，促进销售。中秋节已经过去，让我们回顾一下上海月饼市场上各大品牌的月饼促销方案，看下它们是怎样来促销产品的。

一. 堂吃尝鲜

有没有想过，中秋月饼也可以在优雅咖啡馆、精致的中餐厅里“堂吃”？今年就有商家提出了这一大胆想法。咖啡连锁店星巴克前些年就推出了西式甜点式的星巴克月饼，今年不仅保留这些带有西式甜点特色的月饼，还推出了冰淇淋月饼，并且推出月饼配咖啡的堂吃计划。根据星巴克“月圆、杯满、聚合缘”的主题，各色月饼可以买来搭配冰榛果拿铁或冰榛果美式咖啡，在咖啡馆里慢慢品味。

二. 包装上作文章

月饼包装过度一直是颇受人们批评的地方，今年厂家仍然是在包装上玩花样，不过不同于以往，而是通过人情味，让朴素的包装散发别样的光彩。

“今年月饼会唱歌”——这是冰淇淋店爱茜茜里打出的月饼广告。别以为月饼真的能唱歌，因为真正唱歌的是月饼包

装盒：生产企业在月饼礼盒里设置了简单的录音设备，既可以播放提前录制的音乐，也可以由消费者自己进行录音留言，让收到月饼的亲友一打开盒子就能听到祝福。而宜芝多月饼口号是“只送给最重要的人”，除了口味上的翻新，今年的月饼促销方案上的一个亮点是在包装盒上加了一块有机玻璃：购买者可以将自己心中“最重要的人”或“最想说的话”写好，夹在这块有机玻璃下，使得原本千篇一律的包装盒成为独一无二的心意。

三. 口味年年翻新

口味创新是月饼生产企业的必争之地，也是月饼促销方案上重点宣传的地方。在这点上，传统月饼和时尚月饼可谓各显神通。

记者发现，杏花楼月饼、新雅月饼等众多老字号除了保留豆沙、莲蓉等传统口味外，今年的变化主要集中在选择更精美的原材料，以便使月饼馅能呈现出食材的原汁原味。但那些时尚月饼，则充分发挥了“混搭”的作用——不仅口味上混搭，制作工艺上也同样混搭。

例如，哈根达斯冰淇淋月饼今年新出了“榛萃心意”脆皮冰淇淋月饼，将威化的夹层脆皮和冰淇淋融合；德雷尔冰淇淋更是推出““芯”享事成”系列月饼，在馅料的口味上有巧克力、草莓、香草等多种，还特意将馅料做成爱心的形状，在切开月饼的一瞬间，食用者就能感受到其中的浓浓情意；元祖月饼推出“脆雪月”产品，由威化外皮、冰淇淋原料搭配果粒制成，口味独特，已在上海中秋月饼市场上刮起一阵“元祖雪月饼，天凉好个秋”的流行风。

sp策略中，常用的主要有四种，即降价和打折、买赠、派送、有奖促销。在具体的操作比较上，降价和打折所涉及到的具体的活动支出费用最少，对一些价格敏感的消费群体的影响力也最大，价格的下调极易对品牌造成伤害，品牌产品所集

聚的目标群体会因品牌的贬值而流失，另外，消费者是买涨不买跌，价格一旦下调，将很难回复，强行上调，只会是失信于顾客，让顾客对品牌产品心灰意冷。

餐饮店开业活动方案策划篇二

开业活动。开业就有好的销售业绩。

策划思路

策划吸引消费者的活动，让开业时，沈阳倾城倾心茶餐厅就充满人气。

提炼诉求卖点，在宣传中突出卖点来吸引消费者产生购买欲望。

设计有诱因的促销方案，让消费者重复购买，提高市场竞争力，提高销售额。

策划方案：

提炼诉求（宣传）卖点：

社区理想茶餐厅

打造市区理想茶餐厅

价格实惠、服务好、质量过硬

足不出户也可以享受到真正的实惠

设计推广方案：

方案1：开业演出及开业仪式

——利用演出来吸引消费者

——全天演出

方案2：向消费者告示“打造社区理想茶餐厅”

——突出“理想”也就是质量、服务

——用报纸向社会公告

——用巨幅向社会公告

——在进门处，向消费者告示（或用吊旗告示）造成高雅的强烈感觉

方案3：开业有礼，红包多多

——以2元的代金券设计成红包的形式

——开业期间，见人发一张

——目的是引诱消费者产生购买行为

——可以长期推行——要推销售额大的，影响才会大

——赠送实用的生活用品或者消费品

——开业一个月后，可考虑送其它低价高质的产品

方案7：每天限时开展6折打折活动（与其他茶餐厅比）

——开业1个月后推行

——与其他餐厅价比的6折

设计促销活动

方案1：餐厅吉祥物广告宣传

——宣传点选择人群多的地方，比如门店前路口、曙光路一线、——选择人流量大的时候，比如早晨上班、晚上下班的高峰期，——要有10人以上才有气势，才有宣传效果，方案2：每天一台戏（连续10天）

——开支控制在平均每天500—1000元以内

——以炒热场地为目的——找文艺老师来合作操作（青少年宫的老师）

——内容包括唱歌、跳舞、器乐、体育、绘画、时装、小品等

新闻炒作：（建议暂不执行，放在未来）

五、广告宣传：

宣传卖点：

“首家社区理想茶餐厅落户xxxxxx社区”

倾城倾心茶餐厅x月x日全新开业

媒体选择与宣传内容：

墙体巨幅广告（倾城倾心茶餐厅外墙）

——打造社区理想茶餐厅

——倾城倾心茶餐厅x月x日全新开业宣传单广告

——一份以介绍门店为主（员工发放）

——另一份以特价品种和促销内容为主（夹报发放）

费用预算

墙体巨幅广告

——面积：

——预算：

宣传单广告

——第一份印制：单页双面单色10000份（1000元）——第二份印制：四色双页双面20000份（3600元），夹报（1200元）

其它宣传

开业彩旗

开业气球

开业条幅

开业室外灯光

开业音响

开业军乐队或秧歌队

关于**店开业营销方案的请示

一、活动背景：**餐厅位于江汉路商圈，该商圈人气较旺，主要以年轻人为主。消费

能力处于中低档水平，每日人流比较大，以流动人群为主，地铁便利性为**带来

了更多人气。

二、活动目的：开业前通过宣传推广让更多的消费者获得开业期间的优惠，为开业期

间聚集人气，吸引更多的顾客前来消费。在活动期间将依托现有网络和微信平台

与年轻的客群进行互动，进行口碑传播。

三、活动内容：

（一）开业主题：中西合璧创意火锅

璀璨开幕倾情钜献

（二）营销活动内容：

1、预热活动：倾情5折预约卡：凭开业5折预约卡进店可享受5折优惠。（锅

底、调料、套餐、海鲜类、酒饮等不参与打折）

（1）发放时间：2013年5月18日-5月24日

（2）发放办法□a.在兄弟餐厅发放5折预约卡；

b.开业前参与微博和微信互动的可获得5折预约卡（微信顾

客回复短信获得电子5折预约卡，微博顾客参与转发活动信

息后凭内容到领取5折预约卡）

c.开业前在周边区域通过宣传单方式进行派发。

(3) 预约卡使用有效期：2013年5月25日-6月8日2、开业期间店内活动：

(1) 开业5折钜惠仅此一天a.活动时间：2013年5月25日

b.活动细则：开业当日进店消费享受5折优惠（锅底、调料、套餐、海鲜

类、酒饮等不参与打折）

(2) 开业特惠周6.9折优惠

a.活动时间：2013年5月26日-5月31日

b.活动细则：开业一周进店消费享受6.9折优惠（锅底、调料、套餐、海

鲜类、酒饮等不参与打折）

(3) 开业后期以产品优惠活动为主（具体将跟进开业活动情况进行安排）

3、产品优惠：（1）台湾麻辣老豆腐锅（双人套餐），原价148元，现价98元

（2）肥牛套餐，原价49元，凭宣传单享受38元特价。

（3）阳光九珍果汇、普陀青梅绿茶、蜜柑铁观音：6元/杯，凭

宣传单可免费品尝任意一款

得30元雅酷时空卡。后期定时开展超低折扣活动（折扣部分将由雅酷时空给

予补贴）

6、银行合作：招行特约商户及相关优惠活动的开展。

（三）推广方式：

1. 兄弟餐厅的宣传：店内门口摆放开业预告，收银台派发5折预约卡。

5折预约卡获得方式：5月25日之前，在**旗下任意餐厅消费任意金额即

可在收银台领取5折预约卡一张。2. **内部广告位的宣传展示。

发“**新煮艺**店璀璨开幕5折钜献”微博并@3个微博好友的网友将会免获得5折特权卡。

（2）微信活动：凡在5月25日之前添加并关注**官方微信回复“**新

煮艺**店”了解****店开业信息即可免费获得电子5折特权卡。

（3）5折特权卡领取方式：

1. 开业前公司将统计汇总参与微信和微博活动粉丝的名单。

2. 顾客到店后出示参与活动的信息或电子特权5折卡，提供账号名（账

户名需在名单之内）即可获得5折特权卡。

餐饮店开业广告策划书

餐饮行业强手如林，企业仅仅凭借提高技术、强化管理就能稳操胜券的时代已成为过去，而必须突出产品品质及企业形象差异性，让这种明显的差异性以行为活动、视觉识别为载体展示出来，形成一个人格化的企业形象并借助人文特征，界定产品及企业在目标消费群体心里的清晰定位[imc]（整合营销传播）作为涵括实体性与非实体性的整体经营策略和一种现代企业的先进运作方式，它通过塑造企业形象，使企业以鲜明的形象从众多的资讯中脱颖而出，迅速占领目标消费群体，从而提升业绩，达到既定的经营目标和经营战略，基于这个认识[imc]实质上是致力于企业形象的塑造和文化源流的沟通，是企业参与市场竞争的先锋，而且imc要求企业把自我认同的独特的经营理念和经营行为，以信息化、鲜明性的方式传达给公众，从而在企业内外凸现出本企业区别于其他企业的鲜明个性，它的终极目的是希望能建立良好的企业形象，取得目标消费群体的认同，达到企业赢利最终目的。

根据imc原则，我们针对“店面”做出

第一阶段市场推广方案：

一、投放大量钱夹纸与dm宣传单，（钱夹纸与dm宣传单明确标出活动时间、活动优惠、店内特色菜品，店面地址和订餐电话）。

对于开店周围人流环境，选择性发放宣传单或通过报社进行定投。可以在酒店、品牌服装店、网吧、附近的综合购物中心等开展联动促销赠送消费券。必将最大限度的吸引读者眼球，以达到开业阶段快速升知名度和凝聚人气目的。

1、活动海报发布“凡开业当天出生的市民前往店内用餐的本地市民可获赠价值200元的代金券（酒水消费除外）；以身份证为准，活动仅限开业三天内有效，代金券使用期限为6个月内有效，每次抵扣餐费只可使用一张优惠券（酒水消费除外）。

3、开业一个月内，每日晚9：00在所有用餐的客人中进行现场抽奖活动，以桌为基准，每桌只能有一次抽奖机会，且当日消费总额不得低于100元，设一等奖1名，奖品为：（），二等奖两名，奖品为：（）。

4、针对进店消费的顾客结账后发放10、20、30元代金券，为后期回头客做到铺垫。

5、开通微信账户。建立网络交流平台，在网上发布相关的优惠券及促销信息，向现有会员发送即时的促销信息。使顾客随时都可以通过网络知道店内各项优惠活动，吸引新一代消费群体。

二、如果有条件可以选择电视媒体，报纸媒体做以宣传。

“店面”第二阶段市场巩固方案

没有竞争的市场不能称为市场，任何产品都有直接的竞争对手，“知己知彼，百战不殆”，了解竞争对手动向是增加开发新市场成功的筹码，我们要通过各种途径了解对手产品的规格数量、品质的好坏、包装、产品是否畅销等，从而判断那些产品将会产生竞争，重点去关注直接竞争的产品；了解对手产品在渠道的覆盖如何；产品的价格如何定位，有那些促销政策；采用何种促销方式；市场维护管理状况，对手的陈列维护状况，多少人做市场维护等等。以我们的优势去搏击对手的弱势，达到占有市场的目的。

市场巩固应综合考虑的因素有：市场需求饱和度，新产品的开发情况。市场巩固的主要方法是综合运用各种市场的竞争策略。市场巩固的主要内容：采取防范措施，阻止竞争对手进入市场，加强现有产品的竞争能力，稳定消费者需求，牢固占领市场，巩固市场占有率。

1、考察店面周围其他餐饮店销售情况，进店体验，是否有新

品推出，总结分析。2、根据之前店面销售情况，及员工反映、顾客反映、对之前工作做一总结，再做顾客问卷，以收集信息。分析销售情况，找出不好原因作出有针对性的改进。

（诸如，没有新品推出、菜品质量，员工服务，环境等是否需要改进，或是宣传力度到不到位。）再定出销售方案。3、针对各个节假日，发布各项优惠活动，在店内电子屏24小时滚动播放。

4、分析店面周围消费群体生活习惯，开通网路团购。

5、对于老顾客推出会员卡制，稳定客源。老顾客是餐饮中的主流消费群体，通过建立会员制，巩固现有顾客，并发展新顾客，可以建立以下会员机制：

（1）消费满xx元即可办会员卡一张，每次用餐可以享受9.x折，并获赠xx积分；

（2）当积分满xxx即可兑换升级会员卡，享受8.x折优惠；

（3）当升级卡积分满xxx即可兑换顶级卡，享受7.x折优惠。

6、服务品质通过店内软件质量的提升，让顾客充分体验到宾至如归，服务上的细节：

（1）入店问候语；

（2）用餐时温馨提醒；

（3）对菜品的了如指掌；

（4）茶水、饮料的送达及时；

7. 免费品尝
新款新品为客户供免费品尝，以带动更多的顾客、更高的人气。8. 会员答谢日

利用一年中的店庆或是特殊的日子，作为会员答谢活动，专门为会员提供免费或折扣力度大的菜品。

9、百货商场□4s店、信用卡特约商户

联系当地的知名购物中心□4s店、银行信用卡会员，向他们提供一定额度的优惠，从而会员资料共享。

客户关系

一、客户定义

客户：能够给企业带来价值的顾客叫客户，分为有形价值客户和无形价值客户。

1. 有形价值客户：来酒店消费的，能

够给企业带来有形价值的客户。例如：宴请客户、结账

人。2. 无形价值客户：自己不消费，但是能够给企业带来客户的客户。例如：被宴请客户、职能部门、社会影响力大的人（军队首长、部委部长、人大代表、新闻人物等）。

二、客户开发规范

店内客户开发成功标准

店内客户开发

发现潜力客户

现场关系处理1. 交换名片2. 赠送菜品

3. 提供超值服务4. 敬酒、经理巡台

餐后送客再次收集信息1. 亲自送客

2. 征询客人就餐满意度

3. 营业员主动跟各岗位人员沟通，采集信息并汇总记录到客情表上

如何处理客户关系

1. 新认识的客户当日或次日发短信进行关怀

2. 当客户10日以后一直没有来消费时，要电话关怀，了解最近状况（出差、度假、或忙其它）

3. 如果有客户的生日、纪念日，则编制相关内容的短信或上门关怀、信函关怀、电话关怀

4. 当客户再次入店消费时，营业员餐中重点关注，提供超值服务

营业员将自己开发的客户转为正式客户

店外客户开发

寻找目标客户

1. 网上查询目标客户

准备资料登门拜访

电话开发电话形式联系，公关客户

三、客户响应规范

1. 客户响应的表现形式：经过开发来就餐、回复短信、电话。

2. 在开发客户中，如果同一种开发方式客人没有回应的，不

要重复使用。要请示前厅经理，重新制定公关方案或由经理确定是否放弃开发。

四、客户接待规范

订餐

(1) 营业员无论上班或休假手机都须在早上8:00—22:00之间保证开机。接到客人电话时，电话响起3声内必须接听，并且3分钟内必须给客人回执房间安排的情况。

(2) 接听客人电话过程中，不要直接跟客人讲“没有房间或房间已满”之类的语言，要真诚的帮客人协调或安排就餐。如果正常开餐时间的房间协调不出来，要告诉客人到几点可以有房间。

(3) 营业员根据客人喜好安排相应的房间。

五、客户沟通规范沟通分类迎送的沟通

见面问候、送客沟通公共话题：天气、健康、新闻（不要评论）、人文地理、风俗习惯

不同的宴请性质宴请重要领导、商务宴请、家宴、旅游、朋友或同学聚会等

特殊节日生日、生日、结婚纪念日、开业、升迁等对方比较重视的日子特殊人群

领导、军人、老人、小孩、孕妇、教师、司机、游客，根据不同的身份进行沟通

对方喜好服饰、嗜好、特长、自以为豪的事情等

企业文化的沟通

餐饮店开业活动方案策划篇三

花好月圆——购物赚翻天

二、活动时间

9月15日——9月23日

三、活动目的借助中秋团圆的概念，拉近企业与消费者之间的距离，以增加销售收入和利润额为目的。为企业第三季度的销售打下坚实的基础。

四、主题活动内容

消费者于9月15日——9月23日期间，到某公司任意一家门店购物均可参加“购物赚翻天”活动。花一次钱，享受两次购物乐趣，让您体验快速赚钱的超级快感！

9月15日——9月23日期间，凡在某公司购买带有“现金回馈标志”的商品，结帐时会在收银条该产品的产品名前显示相应的现金回馈金额。于购物当日到指定地点，兑换现金回馈券。9月9日——9月18日期间，凭现金回馈券购物时可抵用相应消费金额。

(团购不参加此活动)

活动要求：

- 1、选择参加此活动的商品。要求：尽量保证大分类齐全，每个品类中有一到两个商品。
- 2、对参与活动的商品，其费用与供应商协商，能由供应商完全承担的由供应商承担；如若有问题，供应商和公司各承担一部分。

- 3、卖场内对参与活动的商品货架、地堆处要有明确的标识。
- 4、现金回馈券上需写明购买日期、收银条号码、回馈金额(大写和小写)以及本卡的使用注意事项。

注意事项:

- 1、本券不找零、不兑换现金。
- 2、本券使用期9月15日——9月22日，过期作废。
- 3、如若本券遗失不予以补发。
- 4、香烟、团购不参加此活动。
- 5、本券盖章有效。
- 6、本次活动的最终解释权归某公司所有。
- 7、现金回馈券由地区企划部统一制作，各地区财务部监制，加盖公司财务章及店长章，必须有店内编码。
- 8、门店客服安排好购物券的派发及使用(建议指定款台使用)，并作好记录。

五、辅助活动:

- 1、“捷足先登超值送”。9月15日——9月23日期间，在本超市购物满28元即可到门店指定地点领取新鲜蔬菜一把，先到先得，送完为止。(每天限量500份)

活动目的：提升早间销售和早间客群的客单。

- 2、“商品任你拼”。由采购对月饼类、酒类、冲调礼盒类、保健品类选择出若干种商品，消费者可从中任意选择三种(每

类只能选一个商品)商品，不论您选择的商品如何，价格均为258(此为模拟价格，根据采购谈判最终确定)。

餐饮店开业活动方案策划篇四

花好月圆——购物赚翻天

20xx年xx月xx日——xx月xx日。

借助中秋团圆的概念，拉近企业与消费者之间的距离，以增加销售收入和利润额为目的。为企业第三季度的销售打下坚实的基础。

消费者于9月15日——9月23日期间，到某公司任意一家门店购物均可参加“购物赚翻天”活动。花一次钱，享受两次购物乐趣，让您体验快速赚钱的超级快感！

9月15日——9月23日期间，凡在某公司购买带有“现金回馈标志”的商品，结帐时会在收银条该产品的产品名前显示相应的现金回馈金额。于购物当日到指定地点，兑换现金回馈券。9月9日——9月18日期间，凭现金回馈券购物时可抵用相应消费金额。（团购不参加此活动）

（一）活动要求：

- 1、选择参加此活动的商品。要求：尽量保证大分类齐全，每个品类中有一到两个商品。
- 2、对参与活动的商品，其费用与供应商协商，能由供应商完全承担的由供应商承担；如若有问题，供应商和公司各承担一部分。
- 3、卖场内对参与活动的商品货架、地堆处要有明确的标识。

4、现金回馈券上需写明购买日期、收银条号码、回馈金额（大写和小写）以及本卡的使用注意事项。

（二）注意事项：

1、本券不找零、不兑换现金。

2、本券使用期9月15日——9月22日，过期作废。

3、如若本券遗失不予以补发。

4、香烟、团购不参加此活动。

5、本券盖章有效。

6、本次活动的最终解释权归某公司所有。

7、现金回馈券由地区企划部统一制作，各地区财务部监制，加盖公司财务章及店长章，必须有店内编码。

8、门店客服安排好购物券的派发及使用（建议指定款台使用），并作好记录。

1、“捷足先登超值送”。

9月15日——9月23日期间，在本超市购物满28元即可到门店指定地点领取新鲜蔬菜一把，先到先得，送完为止。（每天限量500份）

活动目的：提升早间销售和早间客群的客单。

2、“商品任你拼”。

由采购对月饼类、酒类、冲调礼盒类、保健品类选择出若干种商品，消费者可从中任意选择三种（每类只能选一个商品）

商品，不论您选择的商品如何，价格均为258（此为模拟价格，根据采购谈判最终确定）。

活动目的：此活动是为了促进礼盒类商品和季节性商品的销售，同时刺激一定的团购销售。

商品要求：商品进行整体捆绑式销售时，要比单件购买价格低5——10元。

中秋专刊□16k8p简要介绍和宣传中秋活动、活动日期。

专刊内页标准：

p1□封面）：宣传主题、主题活动及活动日期。

p8□封底）：详细介绍主题活动内容等。

p2—3□参与主题活动的商品。

p4—5□月饼礼盒

p6—7□酒及冲调礼盒，保健品等礼盒类商品。

平面媒体。

餐饮店开业活动方案策划篇五

不管是对于一位新手而言或者是有餐饮行业从业经验的老手而言，新店开业都是让大家很紧张很忧心的一件大事，特别是对于我们第一次的新手而言，相信前一天晚上大家都会跟我当初一样整夜睡不着，一直在想明天会不会生意很好？餐厅活动能不能吸引足够多的客流量？包括餐厅人手是否足够？等等这些从准备装修之时便一直困扰着我们的餐厅创业经营者。

今天给大家分享这篇文章，希望能够给予正在准备开业的小伙伴一些借鉴与思考。

1、做开业宣传的目的是什么?一是为了吸引顾客光临，二是能够借此机会宣传自身餐厅，三是最好不要第一天就亏损严重，四是给顾客留个好印象等等。

2、打折有没有可采纳性，要结合自身的餐厅定位以及即便是打折，可以让餐厅与消费者同时接受的打折范围是多少?必须进行衡量。

3、如何造势?打折有的时候并不能完全起到吸引顾客的作用，那么如果发生这种情况，还可以从哪些方面来采取措施弥补，以及吸引顾客的眼球呢?都是需要考虑的问题。

接着上面来说，要想借助开业这个由头，吸引顾客，并且获得良好反向，一炮而红，那么开业前期的准备工作是必须要做足的，试想一下，如果能够吸引很多的顾客光顾，将会出现什么样的情况。

其次就是最直接与顾客接触的服务问题，如何在人多的情况下忙而不乱，不至于导致顾客等太久产生抱怨的情况，如何来服务好我们的顾客。

另外就是与后厨的协调配合适合很好，能够保证上菜速度，同时不出现上错菜的情况。作为管理者如何在全局上做好把握好协调。这些都是开业前必须要做好的工作，也是给顾客留下第一印象的必要工作。

营销时机的把握，最佳营销时机的选择

因在产品质量无法保障的情况，营销活动的开展，会加速将该缺点扩大的速度。而在短时间内造成顾客对餐厅不良的印象，这将对餐厅后续经营产生很大的不良影响。您将用十倍

与百倍的精力来挽回您不适时的营销而造成的损失。

当前，您应摒弃那种一开业就必定做促销的思想，而是将经营的重点放在产品质量的提升与内部管理的规范上面，当有一天，您可以保障您的菜品、服务都可以为您打造一批批的满意及回头客的时间，也是餐厅适合做营销的时候。

实施本方案的前提必须是店堂完成，设施到位并能正常运行(定岗、定编)，人员到位并能各司其职，当地的消防、卫生、工商、市政、城管、环卫等单位关系已协调到位且协调一致。餐饮消费的原则——就近消费原则。

1、本开业方案具体实施期□20xx年10月1日--20xx年10月10日，共计10天。

2、本开业方案宣传主题：吃中国名火锅“xxx火锅”，给您双重惊喜(一重：开业优惠酬宾；二重：好礼送不断)。

3、实施本方案所需物品及经费预算。

方案的主要内容

(一)开业前的筹划准备工作

1、由公司外筹备指导人员组成开业筹委会，迥然不同人员的招聘与培训工作，物品设施与设备的采购、调试、安装等，并协调好与当地职能部门的关系，了解当地广告业的情况等一系列涉及后期开业的相关事宜，要求在执行本方案前三天完成。

2、与加盟商共同研究并熟悉本方案，确保本方案能顺利实施与执行。

3、将正式开业的前三天做为试营业期，且此三天不做任何广

告与宣传，主要用于检验内部营运情况。

4、正式确定开业日期应尽量避免在周末开业。

(二)开业前期店内气氛营造与烘托。

1、vi形象礼堂部分中的餐巾纸、筷套、订餐卡、优惠券(代餐券)、dm单、pop吊旗、xxx专用气球、专用灯笼、老照片、相关写真图片等由公司为各加盟店设计制作并督导落实到位。

2、店堂布置：视各店实际场地情况在屋顶的梁上悬挂pop吊旗、xxx专用灯笼、彩带；墙面上悬挂老照片、柱子上悬挂老照片、名人名画、木雕、专用中国结，注意整齐与数量。

3、背景音乐：餐厅播放一些喜庆的音乐(民乐、古典音乐、民歌等)，忌放现代流行快节奏歌、舞曲(如disco音乐等)。

4、店堂内员工整齐站台、统一着装，开业期内员工按营运要求(早9:00，晚16:00)在店外整齐列队(例行检查、企业、掌声、练舞、班前营业安排等)。

(三)店外气氛营造

1、如达到公司有关加盟店的分级要求，店外应有xxx雕像。

2、门头上悬挂两面xxxpop旗。

3、门头下方悬挂xxx专用灯笼，每个灯笼上印有“xxx”专用字体。

4、前放置一气拱门，拱门直径根据当地实际情况而定，拱门上内容：“中国名火锅”“重庆xxx火锅”全国连锁**店隆重开业，拱门的旁边各放一气柱，每个气球上贴两条竖幅，内容：热烈庆祝xxx火锅全国连锁**店开业；消费满100元，

送**元消费券(一正一反)。

(1)外墙悬挂竖幅、尽量布设餐厅所在的那幢大楼(大楼的展示面)。

1、**单位，恭祝****火锅**店隆重开业。

2、**单位，恭祝****火锅**店生意兴隆。

3、**单位，恭祝****火锅**店生意兴隆。

4、**单位，恭祝****火锅**店财源滚滚。

5、**单位，恭祝****火锅**店财源广进。

注：竖幅统一用红底，黄字或白色字体。

6、找一个显要位置做一幅布幅，内容：全国x家店同庆x店隆重开业!开业大酬宾：吃100元(菜品)，送x元(消费券)、吃xxx火锅，好礼送不断。活动时间□20xx年10月1日--20xx年10月10日。

注：另可采用打折方式、赠送菜品的方式、发放贵宾卡的方式或免费酒水的方式等。不另制作促销细则。活动解释权归店方。

7、开业花蓝至少不少于20个，且要求为真花。

8、大门口铺红地毯。

9、在当地主要路口主要是转盘，进出城口放置空飘，一般一处四个，空飘下竖幅内容为：吃重庆名火锅--xxx火锅，好礼送不断;开业酬宾吃100(菜品)，送x元(消费券)，可重复放置。

10、店附近前后200m插刀旗，刀旗上印“xxx火锅”、“全国绿色餐饮企业”、“重庆名火锅”、“中国优秀企业”。

(四)广告宣传

1、媒体一定要投放资金做宣传(可采取软文+广告)同时并举。如：电视字幕、报纸等形式。

2、随报夹带，选择当地发行量较大的报纸做随报附送广告，区域为当地店所在区及周边区域。且选择订阅户，时间为开业前第二天和开业当天、开业第二天。

3、dm单的发放，选择当地人流量较大且人口质量较高的区域，如：大型商场门口、小区门口、高档门面、写字间、政府部门门口。发放要求：

(3)发放的姿势及语言，左手托dm单，腰微屈，且面带微笑，并配以“欢迎光临xxx火锅店”，用右手将dm单送到目标对象的手中。

(4)统一着装，披授带，可选用店内员工，也可以临时聘用附近的大中学生。

(5)注意事项：若对方不接dm单不能强行塞到对方手里，且注意将附近散落的dm单捡拾起来，以免造成不好印象，数量每天10000-20000份，三天共计30000-60000份左右。

(6)广告气球的发放(赠送)：选择中、高档茶楼、、咖啡厅，数量视店周围情形定。

(7)广告餐巾纸的发放：广告餐巾纸的发放选择踵就餐时段，即11:30到12:30之间，发放的地点为政府、行政机部门旁的一些高档次的快餐店，因为里面的人多为实行朝九晚五改革后的政府机关人员，现代企业的高级打工人员。同时将广

告餐巾纸向临街的门面发放，但应注意不要其它饭馆、面摊上。

注：随报附送的dm单做大度16k的规格，而街散发的dm单适当配合广告餐巾纸一起发放。

(8)腰鼓队(或其它有当地民众风格的节目)：60人的一个方队，另派两我们的迎宾披授带走在最前面，撑一横幅内容为：“重庆xxx火锅店开业酬宾，吃100元(菜品)，送x元(消费券)”。另一横幅内容：“开业期间好礼不断+地址+订座电话”(可走在队尾)，腰鼓队暂定为三支，开业三天各一支，路线选择人口密集区或主街道；时间为早上10:30-13:00(沿途配合发放dm单)。

(9)短信发送内容：“吃xxx火锅，给您双重惊喜：热烈庆祝重庆xxx火锅x店开业，吃100元(菜品)，送x元(消费券)；好礼不断，订座电话xxxx□

(10)电视字幕：可以参照短信广告内容，另加入地址信息，欢迎光临等字样。

(11)当地交通台。

(五)开业促销细则

此此类推，如顾客有扑克数量的要求，可适量加赠，其它类推。注：代餐券的使用说明应明确、不包括酒水消费。

注：1、凡来就餐每桌均赠送xxx手提袋1个□xxx中国结1个。

2、持代餐券前来消费请见代餐券使用细则。

3、活动解释权归店方。

另有以下促销细则可供参阅：

- 1、赠送现金券相关于就餐人员来回的交通费。
- 2、活动期间的就餐人员免费喝xxx各种滋补酒。
- 3、凡在活动期限内就餐的人员享受x折优惠。

餐饮店开业活动方案策划篇六

餐厅经营的基础可以概括为“一个中心”和“两个基本点”。

- 1、餐厅经营的“一个中心”。餐厅经营的中心是市场，是目标顾客。餐厅必须关注市场，以市场为导向，围绕市场开展工作。餐厅以市场为中心就是要遵循市场规律，做好市场调查，了解市场需求，不能靠主观臆测进行经营，而要随市场变化及时调整经营策略，有目的的开展餐厅经营活动。
- 2、餐厅经营的“两个基本点”。市场经济无时无刻不存在竞争，有时竞争还是非常残酷的。餐厅要在激烈的竞争中获胜，必须首先练好内功，把企业内部各方面的工作管理好、协调好，才能增强经营实力，在变幻莫测的市场中立于不败之地。要做到这一点，就要在培育和造就高素质的员工队伍以及树立正确的经营理念上狠下功夫。这是餐厅经营的两个基本点。餐厅服务的生产与消费是同时发生的，客人与提供服务的员工接触也是多层面和广泛的。没有一流的员工，就不会有一流的服务；没有满意的员工，就不会有满意的客人。员工是餐厅最宝贵的财富和资源。培育和造就具备良好素质，丰富知识，娴熟技能，规范礼仪，诚信商业道德和热忱工作态度的员工队伍是餐厅经营最根本的工作。餐厅是传统的服务行业，服务要尊客为上，让顾客来到餐厅切实感受到宾至如归、处处满意。做到这点，就要在餐厅上下全面推行“宾客至上”的经营理念，树立“使顾客满意为第一己任”的工作理念，全方位为顾客着想和服务，从思想建设上奠定良好的经

营基础。

我国近年来餐厅产品雷同、千篇一律、百店一格的现象比较突出，致使餐厅间竞争愈演愈烈，导致成本上升，效益下降。消费者需求的多样化，要求餐厅产品也必须多元化。餐厅硬件不能一味攀比豪华、气派、大而全，而应该立足于在有限的投资中尽量设计出各自不同的风格、品味、气氛和文化特色。餐厅软件也要在具备“老三化”（规范化、标准化、程序化）的基础之上做到“新三化”（个性化、特色化、形象化）。餐厅如果不去进行这种创新改造工作，就会被市场无情地淘汰。餐厅创新要遵照顾客的要求去进行，充分征求顾客的意见，听取多方面的反映。对于老顾客应主动征求改进意见，及时改进工作，使老顾客不断感受到新的服务和新的变化，提升他们对产品的忠诚度。对于新顾客要加强宣传餐厅的功能特色，突出与其他餐厅不一样的地方。要留住顾客，产品就必须有变化、有创新、有突破。餐厅若要表现出与众不同的差异性，最容易的突破点就是文化。文化的地域特点特别明显，入住的客人绝大多数是异地客人，且越高客人与餐厅所在地的距离往往越远，文化差异性也就越大。餐厅可以在房屋造形、室内装修、服务人员服饰、服务形式、饮食文化、背景音乐、娱乐活动等方面突出表现本地方特点，吸引顾客选择自己的餐厅消费。餐厅提供的是生活服务，客人的一般心理总是求新、求异、求变的，对于异地的各种文化往往表现得乐意接受。如果在服务中一味去迎合客人原有的生活方式，不一定能取得理想效果。因为客人来自四面八方，程式化的模式不可能适应所有客人，有时候客人也许会觉得这种迎合是一种蹩脚的服务。当然，创新服务不能强加于人，要给客人提供多种选择的余地，并尊重客人的选择，做好个性化服务。

餐厅内部营销就是餐厅内部全员促销，这是餐厅营销的继续和延伸，是节约营销成本的形式。

首先，内部促销是面向已经入住的客人或老顾客进行的促销，

稳住已有的顾客就是稳住已有的市场份额。其次，内部促销不需要专职人员，与外部促销活动相比既容易又方便。从总经理到服务员，从前台到后台，人人都可参与，餐厅全员都是义务推销员。只要把全体员工的积极性、主动性调动起来，再适当地掌握一些方法和技巧，餐厅就会形成强大的内部推销力量。再其次，内部促销不需要专门的经费投入。它不象广告、公关等要有专项经费开支，而是在完成本职工作的同时，不失时机地、恰到好处地向客人推销，只需多一些灵活的方法、语言技巧和形式的变换而已。这是成本最低，见效最快的促销手段。另外，内部促销不受任何限制，在服务过程中随时随地都可以展开促销，非常便捷。所以，内部促销是一种非常有效的营销。它是外部促销的一种延伸。内部促销取得成效的保证是服务的优质化。只有优质的服务才会令客人满意，才能让客人乐于接受内部促销的诱导，愿意增加消费和再次消费。此外，建立健全一套激励内部促销机制是做好内部促销、树立全员营销意识的制度保证。

1、假期餐厅的气氛。在餐厅消费，很大程度上人们消费的是餐厅的整体服务，而不仅仅是食品，因此，在整个餐厅的气氛上要做好相应的布置。

餐台。在餐桌上摆一瓶光彩艳丽的插花或盆花，如月季、杜鹃、米兰等。其艳丽的色采，清馥的香味，可以使人的大脑处于悠然之境，并能增加消费者的食欲。

音响。餐厅中特定的音响效果能够产生独特的气氛，在餐厅中布置山水小景，山石滴泉叮咚声响令人犹如漫步泉边溪畔。餐厅播放一些行云流水的背景轻音乐，如克莱德曼的钢琴曲等。都能使餐饮消费者的就餐心情变得格外愉快。

灯光。餐厅灯光的强弱与光色的照耀，对餐饮消费者的就餐情绪有侧重要的影响。公道的餐厅光色，既可以激起消费欲看，又可使消费者乐于在视觉舒适的餐厅环境中就餐。

色调。不同的色采能引发餐饮消费者的不同联想意境，产生不同的心理感受。餐厅的色采假如调配得当，醒目宜人，对餐饮消费者和餐厅服务员的情绪调理、预防冲突都将具有重要意义。

布局。餐厅的整体氛围是消费者产生愉悦的就餐心理的又一重要因素。假如其布局能根据餐厅主题和餐饮市场定位的消费者心理进行设计，势必遭到顾客的青睐。

2、劳动节餐厅的服务。促销活动中人的因素是很重要的，它体现了一个餐厅的态度，人们消费更喜欢服务周到人性化的地方。所以在促销之前，要做好职员的基本服务培训，促销特点培训，态度意识的培训等等，这样可让促销活动更好的发挥它的效果。

3□xx节餐厅的食品促销。餐厅里食品的促销方法有很多。

菜式。劳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。

制作。让消费者参与到整个制作进程中，更能满足消费者的成绩感与体验的欲看。

观赏。在消费者眼前进行食品的制作，吸引消费者的留意力，也为餐厅增加无形招牌。

价格。通过价格来吸引消费者，这也是商家经常使用的方法，太要拿捏到位，不要下降价格的同时也下降了餐厅的品牌。

赠品。提供一些节日相干的赠品可以拉动一定的消费者。比如说提早预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到一些赠品。赠品要与自己餐厅的品牌风格相应。