

餐饮店庆活动策划方案(优秀5篇)

“方”即方子、方法。“方案”，即在案前得出的方法，将方法呈于案前，即为“方案”。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

餐饮店庆活动策划方案篇一

活动主题：

梅利餐饮公司，感恩节特别推出大型优惠活动

活动日期：

11月25日--12月10日

活动地点：

梅利烤鸭店

活动内容：

吃188送，价值28元巴蜀宫爆鸡一份

吃288送，价值38元金牌鲈鱼一份

吃388送，价值48元白果明虾球一份

注：不允许累计，每桌只限赠送一份菜品

凡参与此活动的顾客，不得与婚宴、包桌及一切优惠活动同时使用，详见店内海报。

最终解释权归梅利餐饮有限公司所有。

利用下面的宣传方式进行宣传，吸引顾客的二次消费，当顾客到吧台结帐时，消费到以上所说的金额，收银必须给顾客说明，免费赠送顾客菜品照片(等于代金券)引导顾客的二次消费心理。

宣传方式：

二、印刷5000份大度16开宣传页，利用大河报夹报进行宣传

三、制作大型户外墙面喷绘一块，主题突出活动内容

四、印制菜品照片，注明盖章有效，(照片上面印上金额和王总签名和广告语{美味--不容错过}，背后盖章)

五、水牌上面画上手绘pop[]摆放在酒店门口，主题突出活动内容

六、门头条幅制作一条，关于活动内容的标语

七、短信平台信息10000条，活动开始之前发完(分批发送)

餐饮店庆活动策划方案篇二

活动时间：

20__年9月6日——20__年9月10日。

目的：

不仅可以让消费者花少钱吃百样菜，还可以使消费者知道餐厅的特色。促进该餐厅的消费(增加人气)，获得更多的剩

余价值（利润）。

要求：

要让消费者耳目一新。美其名曰“享受”也。

活动形式：

- 1、自助餐、点餐、新菜、特价菜等。
- 2、打折消费。
- 3、赠送优惠券：凡消费满100元以上的消费者均能获得优惠券。
- 4、免费赠送饭菜：

凡消费满200元以上的消费者均能获得一份免费的特色菜。促销活动方案三——中秋佳节——对酒当歌赏月，念人生之多少良辰美景莫过于此。

地址：

饭店、酒店、餐饮临街空地建行门前。

场地布置：

搭建一个临时舞台背景布幔一个进口音响一套舞台地板上小灯笼16盏其他背景灯光。

活动创意：

- 1、现场猜谜活动：

在活动现场悬挂有谜语的五彩灯（红灯）笼。凡中者皆能获

得10元的消费优惠券。塑造中秋的气氛和饭店、酒店、餐饮的江南文化内涵。专设一个谜底台。

2、演艺活动策划：

(1) 有奖征答问题：关于饭店、酒店、餐饮的发展史等问题。

(2) 载歌载舞：觅歌舞团演出，另外，主持1—2名。

(3) 穿插一些让观众参加的《中秋赞歌》：邀请台下一起参加，凡唱的歌都带有“月”字或是咏“秋”的。最少二句，无需整首演唱，歌曲不能重复，唱出最多首和唱功最好者，均有奖励（100元或50元消费券）。

(4) 拉啤酒商做冠名赞助，从而减少费用的开支，进而促进利润的增加。

(5) 饭店、酒店、餐饮特制月饼大派送：由老板、员工及嘉宾共同举行切饼仪式，统一送至顾客手中。

餐饮店庆活动策划方案篇三

__年3月8日

二、活动地点

__美食城、__海鲜城、__美食海鲜广场、__法尔春天

三、活动主题

美丽女人节，__喜相约

四、活动内容

活动一：各店根据自己的实际情况，活动期间主推春季养颜养生菜品三至五款，列展台展示。

活动二：3月8日当天，前__名到本店消费的女顾客，各店可根据自店条件免费赠送小礼品、养颜汤等，各店做好登记，财务备存。

活动三：利用短信平台发__餐饮三八妇女节活动信息，稳定维护老客户，短信内容：“美丽女人节，__喜相约！在这温馨的节日里，__餐饮与您共度美丽食尚三八妇女节！各种养生美容套餐，精彩呈现。”

活动四：各店门口悬挂横幅，内容：“美丽女人节，__喜相约”

五、注意事项

- 1、各店对员工进行相关知识的培训，当日客人用餐时主动提示，并送上节日祝福。
- 2、活动当天赠券活动、积分卡活动正常进行。

六、相关要求

- 1、企划部负责制作横幅于3月7日前送至各店。
- 2、各店要将新客户名单于3月9日上报公司企划部，以便于企划部及时回访客户，了解各店活动开展情况！

餐饮店庆活动策划方案篇四

餐厅营销计划的启动活动。

开餐馆是吸引顾客尝试新鲜事物的最简单的方式。餐厅可以利用这一点在开业前做好规划，以确保开业期间的热门场景和宣传势头。

餐厅开业活动的常规计划包括活动主题的确定。主题不仅告诉顾客开业时有折扣，还将品牌文化：餐饮特色和服务理念融入餐厅开业背后的故事。应该考虑到活动效果，而不是只关注开幕当天的营业额。

活动的主题还可以整合对核心消费群体的洞察，如老朋友聚餐的意义：同事聚餐的价值、家庭聚餐的快乐，以及有针对性地推出优惠政策、营销内容的制定。

2. 餐馆营销计划的公共数字操作。

餐馆的观众非常受欢迎。每个人都要吃饭，每个人都可能是你的顾客。因此，餐饮业必须作为一个公共号码运营，通过微信的社会生态来吸引顾客：培养粉丝。

餐厅的公共号码可以提供扩展服务，如菜肴展示：会员预订、活动参与、热点信息等。为餐厅顾客提供更好的服务，传达餐厅的品牌和声誉。

3. 餐厅营销计划的内容营销。

餐饮商店不仅要有好的品味，还要有好的营销内容。例如，空气质量很差：烟雾很重，所以餐馆可以提供清肺菜肴，并给会员提供餐券。我们关心我们的顾客。顾客可以照顾他们的朋友，然后用优惠券一起吃饭。

餐饮商店需要及时发现目标消费者特别关注的热门热点或事件，并针对这些事件推出具体的营销内容和营销活动，如《大雨免费餐：周杰伦结婚喝“我的偶像汤”、世界杯免费餐啤酒等。餐饮商店也可以使用常见的视频直播工具，通过内

部内容规划或与用户的简单互动来创建视频内容，并利用这些流行内容来传播餐饮商店的品牌文化、用户体验和人性化服务。

4. 餐厅营销计划的成员营销。

餐馆成员的维护极其重要，因为餐馆主要服务于当地和商店附近，老顾客的比例和老顾客的消费频率是非常关键的指标。

餐厅可以通过在生日：春节、教师节、等特殊时间节点赠送礼物来进入顾客的心灵，让顾客永远记住有这样一个超级人性化的餐厅。礼物不需要花任何钱，无论是送优惠券来吸引顾客消费，还是送顾客可能喜欢的小东西，让顾客能感受到我们的意图。

5. 餐厅营销计划团队建设。

餐饮商店也需要人才，打造团队人才是关键。人才可以通过高薪聘用或与外部专业团队合作获得。例如，专业营销策划公司骏也可以通过参股或参股来吸引高层次人才。

6. 餐厅营销策划中的菜肴创新。

餐馆有必要创新他们的菜肴。除了菜肴的总体口味优化和新菜肴的推出，它还包括更适合送货甚至邮寄的产品创新。

/

餐饮店庆活动策划方案篇五

快餐最新营销方案一、打破传统快餐模式，确立以中、西餐结合的“新派快餐，所谓“新派，即将传统盒饭快餐的便餐丰富为宜快速、时尚、营养、健康为主题元素的中西餐、进而逐渐改变人们对快餐的固有观念，随之更多人接受并喜爱

快餐。

二、营销方式分两块，由以下两个因素决定：固定客户；集散

客户1、固定客户：主要由商务办公区及批发市场固定上班族组成，他们将会固定地持续地购买我们的快餐，那么对于他们的营销方式如下：1)成立以快餐车为基础的销售团队，团队成员由现场销售和业务员组成。

2)将快餐车停放在商务办公核心区附近停车场，现场销售人员在快餐车停车位展开销售工作，业务员到附近写字楼或商业区(批发市场)进行业务工作。

现场销售人员工作：现场促销与宣传为业务员展开公关提供平台支持，现场的促销方式可以有现场赠送礼品、发放打折券等等方式
业务员工作：“扫楼，即不放过任何一个目标客户，将快餐车覆盖区内每一个单位都去到都做到有过业务工作。

尽可能谈成与物业的合作，即在楼下建立固定稳定地销售点。

2、集散客户：主要由人才市场和展览中心组成，这些客户不固定，他们受招聘会和展会限制，不能每天都有购买，但每次的购买量是巨大的，对他们的营销方式如下：1)公关招聘会和展会的主办单位，签订集体供餐合同，建立长期合作关系2)在人才市场或展览中心附近停放快餐车，现场销售。

三、品牌宣传与形象建立1.制作类似于麦当劳、肯德基那种可撕优惠券，客户凭券可得到券面上的优惠2.制作快餐车所用喷绘、易拉宝、遮阳伞、促销台、扩音设备、促销服装、带有哈桑标识的礼品等3.制作餐盒用“寿带，要求制作精美，带有“哈桑标识及所选餐品明示4.建立与公交公司合作伙伴关系，利用“百通卡争取到更多上班族客户5.餐品推出不同组合形式的菜品盒饭和西餐套餐，具体如下：1)不同组合形式的菜品盒饭：由于我们的盒饭为提前封装好不能由客户现

场自主挑选菜品组合，所以众口难调可能出现因为某一个菜客户不喜欢吃而不选择我们的快餐，失去客户，那么解决方法为推出不同组合形式的菜品盒饭，例如：8元餐可分为8元a餐、8元b餐、8元c餐等等，菜品的组合可以为红烧茄子+鱼香肉丝+番茄鸡蛋；酸辣土豆丝+鱼香肉丝+烧青菜；土豆烧牛肉+番茄鸡蛋+烧青菜等等形式2)西餐套餐：借鉴麦当劳、肯德基配餐形式，我们也可以推出类似套餐，首先要丰富西餐单品，套餐由西餐单品组合而成，例如：10元套餐单品组合为水果沙拉+蛋挞+牛肉肠，这些单品我们可以单独配餐销售业可以以这种形式组合成套餐销售，丰富我们的产品种类。

并且我们还可以推出特色套餐，比如：水果之恋套餐、玉米之香套餐、秘制熏肉套餐、生日主题套餐、美味之约套餐等等，玉米之香套餐可由甜玉米+鲜奶+蔬菜沙拉等组成，并推出不同组合。

6. 建立vip客户，预存一定金额可成为不同等级的vip客户，享受不同的优惠待遇，预存越多享受到的优惠就越大，并可得到更多贴心服务，例如：生日赠送礼品、享受新产品免费试吃、购买哈桑出品任何食品均可享受优惠(包括早餐、熟食和形象店消费)7. 间断推出促销活动，并选择大品牌产品作为赠品，例如：选择立顿奶茶小包装产品与我们的餐品捆绑销售，立顿奶茶则为赠品。

大品牌在上班族中享有良好的口碑并且质量稳定客户群庞大，我们可以借势提升自己品牌和提高销量，例如立顿奶茶在办公室里就是很受欢迎的产品尤其是收到广大办公室女性喜爱。

8. 建立400统一订餐电话和服务热线，设专人接听，所有接线员及客服人员均要接受严格培训四、大客户大客户即，学校、医院、工厂、机关等大型单位，有固定大量的消费人群，这类客户有订单稳定、合作长期、购买量大等特点，属于我们的重要客户。

建议设专人跟踪公关这类单位，制作供餐合同书，建立长期稳定合作关系。

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。

二)从竞争规模看，重点由单店竞争、单一业态竞争、发展到多业态、连锁化、集团化、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2001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。

四)从竞争对象看，由民营企业与国有企业竞争为主，发展到民营企业之间的竞争为主，进而发展到国有企业与外资企业的竞争加剧。

餐饮业是改革开放比较早的一个行业，个体、私营企业先于其他行业发展起来，餐饮市场也比较早地向外资开放。

目前全国的餐饮企业，98%以上属于非国有性质。

2001营业额排行前100家的餐饮企业，国有独资企业仅15家，其营业额只占8.7%。

今后，国有性质的餐饮企业的数量只会进一步减少，