

2023年开快餐店方案设计 父亲节快餐店活动方案(大全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”。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。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来看看吧。

开快餐店方案设计篇一

一、活动目的

二、活动时间

三、活动地点

四、活动内容及时形式

五、活动氛围营造

六、注意事项

七、宣传文稿

八、工作分工

通过6.15父亲节前期和当天的宣传，对用餐的顾客进行温馨提示和礼品赠送，以及给顾客提供其他的超值服务的系列行为，来感动顾客并增加顾客对我们麻辣风芙蓉会馆的情感关注，不断聚焦麻辣风，进而提高我们的营业额和顾客的回头率以及对我们麻辣风芙蓉会馆品牌的忠诚度。

通过我们的情感营销(提供超值服务)不断提高我们麻辣风芙蓉会馆在该廊坊餐饮市场的占有率，不断领先于竞争对手。

是我们完成品牌战略的一次行为。

麻辣风芙蓉会馆

- 1、父亲节当天来我店用餐的顾客都可以免费给父亲打个电话，无论是市话、国内长途。限时15分钟。
- 2、父亲节当天来我店用餐的顾客都可有机会免费拍照一张，并免费寄到本人父亲的手中；
- 3、父亲节当天如有客人请本人父亲来我店用餐，可享有如下优惠：(1)、免费合影一张；(2)、送影框一个；(3)、送纪念父亲节特制菜品1—3份；(4)、送礼品一份(领带等)。
- 4、如果是请自己的父亲用餐，除了可享受以上优惠，还可以享受全单8.8折优惠；
- 5、父亲节当天过生日的父亲，我店免费提供“父亲节家庭套餐”一桌供10人以内用。(父亲的生日必须以二代身份证上的日期为准，年龄达到法定结婚年龄一年以上，有和儿女合影照片)

(一)、对外广告宣传

- 1、做2期平面媒体广告；
- 2、电视广告2期；
- 3、网络广告；
- 4、高档楼宇广告

(二)、短信群发。

短信内容：6.15父亲节到了，麻辣风全体员工祝福您的父亲或身为父亲的您健康快乐！当天(6.15)生日的父亲可享受免费家庭套餐！还有更多惊喜呐！订餐电话：

(三)、通过店内各种广告(图片和文字)在不同位置的'布置，进行全方位立体化的宣传，在店内营造出浓浓的“父亲节”文化氛围。具体工作布置如下：

1、店外水牌，第一次提示顾客；

2、店内广告和氛围营造：

(1)□x展架3个；

(2)、喷绘图片30张；

(3)、特制父亲节菜单；

(4)、免费父亲节家庭套餐；

(7)、员工问候语：父亲节快乐！等等对顾客进行第二次第三次父亲节提示，让顾客产生父亲节的情感或由此而想起了家乡的父亲或由此而想起自己做父亲的艰辛与不易……为后面的感动做好铺垫！

3、现场互动：

(1)、送“父子(女)连心”菜品一份。祝福语：祝愿天下父子父女都永远心连心、幸福快乐！

(3)、为现场的父亲和天下父亲敬上一杯祝福酒，祝酒词：今天是父亲节，祝现场的父亲和远在家乡的父亲节日快乐、身

体健康!

(4)、(祝酒词讲完之后)说:各位领导,我和我的助手一起为现场的父亲和客人献上一曲《父亲》,再次祝您和您的父亲节快乐身体健康!(将氛围推向高潮)

- 1、宣传文稿、词句感情表达要贴切、准确、到位,过则显假,欠缺则无法与顾客产生情感共鸣,就很难感动顾客。
- 2、对父亲节活动内容要进行全员培训,达到熟知的地步。
- 3、父亲节优惠活动不能与其它优惠活动同时享有。
- 4、615父亲节那天来我店过生日的“父亲”必须提前预约。
- 5、当天在我店过生日的“父亲”或在我店里请父亲吃饭时,要组织管理层一起为“父亲”说句祝福的话语。
- 6、要保障父亲节特制菜品原材料充足。

开快餐店方案设计篇二

永达始终秉承“追求卓越品质,为顾客创造价值”的经营理念,以食品安全为第一要务,以品牌为先导,以服务客户为宗旨,坚持出口、内销并重,打造市场营销网络,创建强势企业品牌。多年来,公司注重品牌建设,加大媒体宣传投入,品牌传播的侧重点在于商超产品陈列的标准化、生动化,专卖店的形象展示,专业展会、终端售点店面的宣传上,大大提升了“永达”品牌的知名度和美誉度。

自古以来民以食为天,随着生产力的发展生活水平的提高,人们对饮食的要求也越来越高。为了适应时代的需求和产品的销售,参考西方的快餐模式结合中国本土特色的饮食习惯,创建属于自己公司的快餐店。这样能让人们直接的了解自己

的产品和树立公司的形象。为了更好的开展销售工作，达到经济效益与社会效益双丰收，特制定此方案。

为了能让消费者直接的了解自己的产品和公司的真诚，热情和服务，创建有特色的属于自己的快餐店。从而拉近与消费者的距离，做到全方位的放心服务。使永达放心鸡的商品融入生活，进而达到品牌的升值，销售量的提升和大的市场占有率。

宏观环境分析

在国内市场，公司对市场进行细分，以商超、连锁专卖、快餐企业、速冻产品批发市场为主渠道，通过直营和分销进行精耕细作，实施“渠道下沉、直控终端”的终端营销战略。在全国中心城市开发分销商，由其负责商超、集贸市场的批零、团购。国内市场覆盖30个省（市），拥有230多家分销商、5000多个终端售点。同时，也是麦当劳、肯德基长期的主要供应商。

在国际市场，产品主要出口到日本、南非、中东、东南亚、香港等十个国家和地区。具有高品位、高价位的调理产品主要出口到日本高端市场，目前拥有日本常年合作客户14家；具有高品位、中价位的调理产品主要贴牌出口到香港市场。永达公司是国内对日出口禽肉熟食注册的35家工厂之一、对南韩出口生、熟禽肉双注册的8家工厂之一。

xxx快餐店的消费群主要是儿童，学生和那些追求时尚，不愿落伍的年轻人，情侣。

对于特殊人群特殊服务，特殊要求尽自己最大力量满足。

近年来，技术中心先后研发各类新产品200多种，完成工艺改良项目50多项。“永达”牌速冻调理熟食品所用原料肉均源于我司生产的无药残、无疫病、无公害清真鸡肉，严格按照

国际标准，根据不同客户、不同产品工艺要求组织生产。公司制订的产品企业标准，处于国内同行业领先水平。目前出口、内销产品分别有四大系列80多个品种、五大系列130多个品种，其中20多个品种已形成拳头产品。公司先后通过了haccp、iso9001、iso14001、qs、无公害农产品等国际国内产品质量保证及环境保护体系认证；公司产品出口先后实现了对马来西亚、日本、韩国、智利等国家的注册认证。永达产品畅销国内30个省、市、自治区以及香港特别行政区，公司是肯德基、麦当劳等国际快餐连锁企业的长期供应商，在国际市场，永达产品出口到日本、南非、中东、东南亚等十个国家和地区。20xx年10月份，公司被国家列入首批（中西部地区唯一一家）农产品出口免验企业，标志着永达作为出口企业已经跨入全国同行业第一方阵。

众所周知的肯德基，麦当劳，必胜客，德克士等等。（肯德基分析）肯德基是世界最大的炸鸡快餐连锁企业，在世界各地拥有超过11,000多家的餐厅。这些餐厅遍及80多个国家，从中国的长城，直至巴黎繁华的闹市区、风景如画的索非亚市中心以及阳光明媚的波多黎各，都可见到以肯德基为标志的快餐厅。世界上每天有1000多万顾客在各个肯德基餐厅品尝着由山德士上校近半世纪前开创的肯德基原味鸡，它是由十一种神秘配方裹粉烹炸而成。顾客还可在世界各地的肯德基餐厅内品尝到近400多种其他食品，例如科威特的鸡肉饼和日本的鲑鱼三明治。为满足消费者不同层面的需要，对顾客服务的方式也在不断变化，除了店内用餐，外卖，从奥克兰到阿尔布克尔克，在美国已有超过300家在其他国家越来越多的城市已开展送餐到家的业务。而且在美国的一些城市中，肯德基餐厅还与集团内的姐妹餐厅必胜客和taco bell合作，在设在繁忙街区同一餐厅网点同时为顾客提供餐点。现在，从波多黎各到加利福尼亚州的大学生们已将肯德基快餐列入了日常食谱。

以年轻人为主要目标市场（年龄由4—30岁男、女性），以年

轻、活泼作诉求，希望提供一个轻快的用餐环境。以家庭成员的消费客层为主要诉求对象，定位在“家庭成员的消费”，提供一家庭式温馨团圆的用餐气氛。将消费将以回头率划分消费者，可以分重度、中度、轻度三种类型。重度消费者是指一个星期来一次的，中度消费者是大约一个月来一次的，半年来一次的算轻度消费者。经过调查，重度消费者几乎占了30%—40%，对重度消费者，营销策略是要保持他们的忠诚度，对他们惟一且简单的方法，就是不要让他们失望。除了服务、态度之外，让他们有新鲜感，也是非常重要的一个方面。

比拟名牌，攀附名牌来给自己的产品造声势，借名牌之光使自己的品牌升辉。寻找市场上尚无人重视或未背竞争对手控制的位置，使自己推出的产品能适应这一潜在目标市场的需求的策略。

公司刚刚成立不久，在资金，人力等方面都面临着困难。因此，在公司的投入期主要以广告和适当的人员推销为主，使公众认识和了解公司的产品和服务目的，基本的在消费者心里树立公司的企业形象，使一定数量的消费者能在公司购买产品并利用他们对本公司良好服务态度宣传公司。

学校食堂和休闲娱乐场所。以强有力的广告宣传攻势顺利拓展市场，为产品准确定位，突出产品特色，采取差异化营销策略。打造适应中国的“新快餐”用16个字来概括就是“美味安全、品类多样；营养均衡、健康生活；”以产品主要消费群体为产品的营销重点。建立起点广面宽的销售渠道，不断拓宽销售区域，不断开发新产品。

产品质量就是产品的市场生命。针对中国消费者的口味，研发不同的产品；通过均衡达配套餐，打造中国模式的食品安全体系等。研发产品时，坚持清洁[clean]快速[fast]品质[quality]服务[service]价值感[value]永达研发的产品要形成一定知名度，美誉度，要像肯德基的炸鸡那样让人们熟

知，人消费者接受，热爱这种产品。让它成为xxx快餐的一种标志。必须有强烈的创牌意识。举办社会爱心回馈活动、写作比赛、亲子活动、快乐家庭等顾客参与性的宣传与促销活动，推广健康，营养的产品。体育赞助活动以及捐血活动等慈善活动是健康向上的，应该大力支持。包装作为产品给消费者的第一印象，需要能迎合消费者使其满意的包装策略。永达标志为红、白、黄三色，这几种颜色的组合不仅引人注目、牵动心绪、焕发联想，而且营造了一种热烈的氛围，使人热情高涨。产品的包装在此基础上要加进中国特色文化，让顾客更有亲切感。强化和深化了企业识别标志情感交流和氛围渲染的意象力量从而加快了产品信息传播的速度，加大了信息传播的力度。

市场快餐连锁店的价格普遍偏高，是众所周知的事实。，根据市场访问资料显示，影响商品价格的重要因素，可归纳为下列各点：成本因素（包括经营成本与行销成本）、竞争者订价水准、顾客心理价格标准、公司的行销目标、公司的行销利润与市场占有率衡量□xxx快餐的订价策略应依消费者对消费价值感的知觉来感受价值，加以订价并参考竞争者所订的价格加以订价，目的在于市场竞争。价格策略中很重要的一项就是促销活动。促销活动最常使用的方式是赠品与赠奖，举凡赠送小礼物、集点券、赠奖券等都非常流行与有效的。定价在一般人都能接受的范围内，让每个人都能品尝和回味产品的味道。

以地区性市场推广为主；走市场机会者的定位策略。利用机会制造新闻事件，各种活动吸引各媒体注意。

扩张加盟商；进驻学校；开拓农村市场销售制成品或速冻产品。

合作促销生日餐会；赞助回馈社会活动。打折；赠送礼品；举办促销活动；举办抽奖郊游活动。

- (1) 开业之初，在集贸市场、商场、小区设起临时或固定摊点。（免费品尝）
- (2) 在店面附近拉横幅，发宣传单。
- (3) 成立一些群众组织，发优惠卡，凭卡消费可优惠打折。
- (4) 建立密切的客户关系，在客户生日、结婚纪念日或生病时，我们赠送一份小礼品。
- (5) 新品推出时，配合小袋免费赠品。
- (6) 请当地名人或政府官员参观、题词、留影。
- (7) 在当地举办素食文化活动，扩大店面影响。
- (8) 在节假日开展“献爱心”、“孝心”，“亲情”，“甜蜜爱情”活动。
- (9) 参与有关健康、养生、美容、健身的公益活动。
- (10) 节假日跟当地媒体合作，推出美食讲座，美食专栏□xxx美食菜谱。

广告：在各地方台黄金时段播出；在学校进行宣传，发放优惠卷；杂志上图片展示；在醒目的地方做大幅广告。

广告宣传：180000元

大幅广告牌：34580元

传单/优惠卷：7800元

活动：686000元

总计：908380

开快餐店方案设计篇三

为了迎接20xx年中秋节的到来，丰富酒店顾客的业余生活，为大家在紧张的工作之余能够充分放松，享受节日的快乐。矢志不移地加强精神文明建设，形成健康和谐的社会风尚，既要工作，更要和谐。

1、为了迎接20xx年中秋节的到来，丰富顾客的业余生活，为大家在紧张的工作之余能够充分放松，享受节日的快乐。

2、矢志不移地加强精神文明建设，形成健康和谐的社会风尚，既要工作，更要和谐。

3、发挥群体效能，共同创造亲切和睦的空间。

4、循序渐进地开展社区文化活动，充分发挥社区文化的导向功能、约束功能、凝聚功能、激励功能和辐射功能。有利地促进管理处较好的管理与服务，塑造酒店品牌形象，加深酒店与顾客之间的交流和沟通。

(一)、夹弹子：

1、在30秒钟的时间内用游戏指定的筷子从杯中夹出弹子放进酒瓶内，数量越多

越好；

2、在夹弹子过程中不得用另一只手辅助或用其他外力及物品进行辅助，否则成绩无效；

若在夹出弹子以后弹子掉在地上了，此次成绩无效，选手可以继续夹下一颗弹子；

3、分值：在规定时间内(30秒)内夹出15颗以上弹子的为获胜者，将得礼品一份。

(二)、扔飞镖

1、在1分钟的时间内，站在3米线外用飞镖向镖靶准心投郑，环数越高越好；

2、选手在投郑飞镖时脱靶或未按规定的距离、时间进行投郑的，此次成绩无效；

3、分值：在规定距离、时间内得到35环以上者获胜，得礼品一份。

(三)、猜灯谜

1、将猜中的灯谜撕下，根据灯谜编号到领奖处进行核实灯谜答案，答案正确后领取相应的礼品。

(四)、飞镖射气球：

1、本活动共分为男子组、女子组、少儿组三组进行。

2、男子组选手距离泡沫板3米，女子组选手距离泡沫板2.5米，少儿组选手距离泡沫板2米。

3、每人可以掷飞镖5次，飞镖击破气球后根据气球里的纸条内容回答一个脑筋急转弯问题，答对者获礼品一份。

(五)、套圈：

1、物品摆放在圈定地面上。

2、距离最近物品2米远(小孩1米远)抛圈。每人限抛3次。

三、以上活动的比赛成绩必须由此次活动的裁判进行签定，否则无效，每桌最多可派出2名代表参加2个不同的活动，并凭酒店统一发放的“中秋成绩卡”参加，根据签定的成绩至酒店吧台领取奖品。

开快餐店方案设计篇四

对整个饮食行业来说，室内装饰是一个有力的推销手段。像情调和气氛这些难以捉摸的东西却对餐馆的收入有直接影响。

一个餐厅的气氛是在几种因素影响下形成的、即音响、餐厅摆台、餐厅民族特色、座位布置和形式、餐桌和椅子数目、餐厅形状和面积，服务人员（年龄、性别、外表、服饰）、餐厅卫生和服务人员的个人卫生，其他客人，餐厅温、湿度，餐厅装璜（灯光、色彩等），舒适程度以及这些因素的协调性。在设计餐馆时，你得让自己成为好莱坞的一名“导演”，下面的介绍会帮助读者打开一些思路，提高创造力。

1、餐饮形象设计

要规定餐厅统一的店徽，印刷在自己的菜单、节目单、广告和其他宣传品上，用来突出自己的形象。

2、异国情调的设计

餐厅选用某一国的特色来设计布置，收集该国的民俗工艺品在店内展示装饰，用该国的国旗、国花和民歌渲染气氛，其家具、设备也有一定的异国特色，推销该国的菜肴或酒水。在办异国食品节时也适用此法。

3、宠物餐厅

有许多供应野味的餐厅和吸引儿童为主的餐厅常布置成动物园似的餐厅，顾客一进餐厅就听到动物的叫声：鸟、狗、青

蛙等，还用鹦鹉招呼客人“欢迎、请进”，或用英文招呼客人。餐厅内张贴各种宠物的照片，如各类狗、猫、昆虫的图片等，附有简介和笼物比赛的新闻，来吸引客人。

4、运动餐厅

有些餐厅在一侧设小型室内高尔夫球场，依照顾客打入洞次数，餐厅可打折扣。也有的餐厅备有握力计、背肌力测定器、飞标、扩胸器等，来吸引爱好运动的顾客。

5、未来世界情调的餐厅

以新型太空材料装璜，让人有置身时光隧道般的气氛中。将未来世界的知识性、超现代感来作为吸引人的推销手段。

6、明星餐厅

在餐厅内张贴各种明星们的照片（也许是当代大红大紫的明星的照

片，也许是几十年前著名的明星照片），陈列明星们用过的东西（服饰、拍片用的道具等）、放些资料片或歌曲，并附有简介，以吸引客人，尤其追星族人。

7、一厅多风格

把大餐厅分隔成一个个小间，每一小间用不同的装饰风格，体现不同的主题。例如有些餐馆每晚都变换一个主题。星期一是“巴黎之夜”，配上法式菜单和法式装饰，女招待也穿法国式服装。星期二又变成“威尼斯之夜”，场景也随之更改。不光改变菜单，整个视觉环境也随之改变。这些做法已被证明是成功的。

在餐厅中的每一个人都是潜在的推销员。这包括餐厅经理、

厨师、服务人员

以及顾客。有效地发挥这些潜在推销员的作用同样会给餐厅带来利润。

1、餐厅经理

传统饭店总裁比尔·伯恩斯说过：“我们饭店的总经理、销售部经理和我，每天从12点到下午1点都站在饭店的大厅和餐厅的门口，问候每一位客人，同他们握手。当然我们希望以此赢得更多的生意。”

如果餐厅经理也采用此法，就会让客人感到自己被重视、被尊重了。就乐意来就餐，并有利于刺激消费。

不要轻视经理的名片。经理不管在什么地方，甚至在社交场合，对遇见的每个人，特别是接待员和秘书要非常礼貌，面带微笑但不过分地一边向潜在顾客作自我介绍，一边递上名片。这样，潜在顾客就能清楚地知道你的名字和你所属的餐厅。在下次选择餐厅就餐时，你的餐厅不能说是没有希望的。

2、厨师

利用厨师的名气来进行宣传推销，也会吸引来一批客人。对重要客人，厨师可以亲自端送自己的特色菜肴，并对原料及烹制过程做简短介绍。

3、服务人员

鼓励登门的顾客最大限度地消费，这重担主要落在服务员身上。服务员除了提供优质服务外，还得诱导客人进行消费。其中，服务人员为顾客口头建议式推销是最有效的。但是有些口头建议不起作用，如“你不想要瓶酒来佐餐吗？”，而另一些则具有良好的效果，如“我们自制的索特恩白葡萄酒

味道很好，刚好配你们订的鲈鱼片”。可见，服务人员的推销语言对推销效果起着至关重要的作用，要培训所有服务人员（尤其订菜单人员）掌握语言的技巧，用建议式的语言来推销自己的产品和服务。

建议式的推销要注意几个关键问题：

（1）尽量用选择问句，而不是简单地让客人用“要”和“不要”回答的一般疑问句。

（2）建议式推销要多用描述性的语言，以引起客人的兴趣和食欲。“一份冰淇淋”远没有“一份新鲜加里福尼亚桃子做的冰淇淋”来得有诱惑力。

（3）建议式推销要掌握好时机，根据客人的用餐顺序和习惯进行推销，才会收到更好的效果。

4、顾客

“顾客是餐厅的上帝”。餐厅赢得他的一句好话，胜过餐厅任何人的

一句好话都不止。在潜在顾客中的影响尤其大。因为潜在的客人宁愿相信顾客的话也不相信餐厅人员的话。

富源餐馆董事会主席唐一托马斯曾在《餐馆业》杂志上刊登的一篇文章中写到：“如果你对顾客的抱怨听之任之，不加以改正，那么你将会发现，你们餐馆的客人会一天一天地减少。”

可见，在推销过程中，客人报怨是不容忽视的。所以对报怨客人应给予一个补救机会，即提供免费服务，或折扣优惠等方法，纠正顾客对本产品和服务的偏见，使他们再度光临，并乐于向别人推荐你的餐馆。

寓推销于提供的额外服务中是常见的推销方法。许多餐厅常常用各种服务上的名堂来吸引客人，如：

1、知识性服务

在餐厅里备有报纸、杂志、书籍等以便客人阅读，或者播放外语新闻、英文

会话等等节目。或者将餐厅布置成有图书馆意义的餐厅。

2、附加服务

如在午茶服务时，赠送一份蛋糕、扒房给女士送一支鲜花等等。

3、表演服务

用乐队伴奏、钢琴演奏、歌手驻唱、现场电视、卡拉ok、时装表演等形式起到推销的作用。

4、情调服务

白天是正统的餐厅，晚间则改为俱乐部、酒廊、卡拉ok歌舞厅等，具有充分利用场地的优点。

这些服务上的名堂，在推广时要注意：

- (1) 有一定的新奇性，不落俗套；
- (2) 有话题性，能吸引人们的注意，并产生影响；
- (3) 具有幽默性，生动活泼。

1、借约广告

借约是指以服务抵偿债务，即餐厅以食品饮料的服务来抵偿餐厅为登广告而购买的版面和时间。一般说来，餐厅在缺少广告经费时，才会考虑采用借约广告。而且，必须把这种抵偿的时间限制在餐厅生意清淡的日子，否则借约就不值得了。

2、免费广告

免费广告是由信用卡公司提供的。当餐馆是信用卡公司的客户时，该公司会及时地为其客户购买广告版面，另外公司还在发给个体信用卡持有者的信函上登广告，这些广告都是免费的。如你拥有某信用卡公司的信用卡，则应及时与他们取得联系，希望他们给你登广告。

3、路旁广告牌

路旁广告牌能将广告的内容传递给成千上万个驾车驶过的人。如果这些广告牌位于市中心的道路两侧，看到这些广告牌的，除了车主和乘客以外，还有众多的过往行人。不管怎样，许多高速公路上的标牌仍使许多旅行者住宿在其指定的汽车旅馆。

4、标志牌

变动的字母还能及时地告诉人们饭店的活动和服务项目。

5、餐厅门口的告示牌

招贴诸如菜肴特选、特别套餐、节日菜单和增加新的服务项目等。其制作同样要和餐厅的形象一致，经专业人员之手。另外，用词要考虑客人的感受。“本店下午十点打烊，明天上午八点再见”，比“营业结束”的牌子来得更亲切。同样“本店转播世界杯足球赛实况”的告示，远没有“欢迎观赏大屏幕世界杯足球赛实况转播，餐饮不加价”的推销效果佳。

6、电梯内的餐饮广告

电梯的三面通常被用来做餐厅、酒吧和娱乐场所的广告，这对顾客是一个很好的推销方法。陌生人一道站在电梯内是较尴尬的，周围的文字对其则更为有吸引力，也能更好地取得效果。

7、帐篷式台卡

用于推销某种鸡尾酒、酒水、甜品等等，印刷比较精美，也应印上店徽、地址、电话号码等资料。

1、定期活动节目单

餐厅将本周、本月的各种餐饮活动、文娱活动印刷后放在餐厅门口或电梯口、总台发送、传递信息。这种节目单要注意，一是印刷质量，要与餐厅的等级相一致，不能太差；二是一旦确定了的活动，不能更改和变动。在节目单上一定要写清时间、地点、餐厅的电话号码，印上餐厅的标记，以强化推销效果。

2、火柴

餐厅每张桌上都可放上印有餐厅名称、地址、标记、电话等信息的火柴，送给客人带出去做宣传。火柴可定制成各种规格、形状、档次，以供不同餐厅使用。

3、小礼品

餐厅常常在一些特别的节日和活动时间，甚至在日常经营中送一些小礼品给用餐的客人，这些小礼品要精心设计，根据不同的对象分别赠送，其效果会更为理想。常见的小礼品有：生肖卡、特制el布、印有餐厅广告和菜单的折扇、小盒茶叶、卡通片、巧克力、鲜花、口布套环、精制的筷子等等，值得

注意的是，小礼品要和餐厅的形象、档次相统一，要能起到好的、积极的推销、宣传效果。

1、奇数订价法

针对客人的不同心理进行产品的订价，并以此进行促销，同样会引导、刺激顾客消费。心理订价最常用的是奇数订价法。

有人对美国二百四十二家餐厅作过一次调查，结果发现，58%的餐厅的菜单价格以阿拉伯数字9结尾，35%的价格以5结尾，6%的价格以0结尾。

餐厅价格的末位数上以不出现1、2、3、4、6、7这几个数字。在经济等级餐厅的菜肴价格的尾数常是9，而在一些档次较高的餐厅，数字5常在价格的尾数上出现。

2、折扣优惠

折扣优惠一般是要鼓励客人反复光顾和在营业的淡季时间里购买、消费。因此在消费达到一定的数额或次数后，将给予一定的折扣优惠，另外，餐厅在淡季和非营业高峰时间推广“快乐时光”，实行半价优惠和买一送一等推销方法。对大量积压的产品，也可采用此法进行推销。但是，并不是所有的降价手段都能为餐厅产品带来更多的销售量、相反，它有时甚至可能引起餐饮产品在市场中的地位或形象的降低。所以折扣考虑以下因素：

- (1) 价格折扣能否促进销售数量和增加销售额；
- (2) 是否处于经营的低谷时间；
- (3) 是否非价格折扣不可，能否采取其他措施提高销售额；
- (4) 价格折扣后能否保本，能否盈利。

固定菜单的推销作用是毋庸置疑的。除固定菜单外，还有其他类的推销菜单，如：

1、特选菜单

特别推销一些时令菜、每周特选和新创品种等，可以丰富固定菜单，也使常

客有新的感觉；

2、儿童菜单

增加对儿童的推销，供应符合儿童口味的数量的菜肴

3、情侣菜单

供应双份套餐，菜名较浪漫，菜肴也比较符合年轻人的口味

4、中年人菜单

根据中年人体力消耗的特点，提供满足他们需求的热量的食品，吸

引讲究美容的这部分客人。这种菜单往往被客人带走的较多，应印上餐厅的地址、订座电话号码等等，以便推销。另外房内用餐菜单和宴会菜单等都具有同样的推销作用。

餐厅应根据具体情况，交换菜单进行推销，但变换菜单必须依据：

- (1) 根据不同地区的菜系变换；
- (2) 根据特殊的装饰和装璜变换；
- (3) 根据餐厅中特殊娱乐活动变换；

(4) 根据食品摆布及陈列的特殊方法变换。

在餐厅橱窗里陈列菜肴的模型或图片，包括摆设整齐餐桌，宴会现场照片或陈列一些鲜活的禽猛海鲜，以此来吸引顾客，推销自己的餐饮产品。

将部分菜肴的最后烹制在餐厅里进行是一种有效的现场推销形式。它可以渲染气氛，通过其烹制，让客人看到形，观到色，闻到味，从而促使他们的冲动型决策，使餐厅获得更多的销售机会。餐厅烹制要具备一定的条件，特别是有较好的排风装置，以免油烟影响到其他客人，污染餐厅。

请主办人来品尝一下，取得认可，也使客人放心，这同时也是一种折扣优惠，免费送一桌筵席。

餐厅邀请当地的知名人士或新闻人物来餐厅就餐。并充分抓住这一时机，向新闻机构大力宣传，并给名人们拍照，签名留念。然后把这些像片、签名挂在餐厅里，来增加餐厅知名度，树立餐厅形象。

推销只有能让客人自己参与进去才能起到好效果，也才能成为话题，让客人留下较深的印象。如：当某一特别的菜肴推出时，附一张空白的烹制方法卡给客人，让客人填写后交还餐厅，这种类似小测验的推销，既能为客人赢得中奖免费用餐的优惠，又提高了该菜肴的销售量。又如为了鼓励客人反复购买某一菜肴产品，像汉堡包、意大利pizza等，附一张卡片，说明收齐10张卡片后，可免费获得一份赠送品。

开快餐店方案设计篇五

中秋节是我国仅次于春节的第二大传统节日，这一天家家吃团圆饭，品月饼，赏明月，到处洋溢欢乐喜庆气氛。今年中秋紧临十一黄金周，也是举办活动的黄金时机。

中秋之夜，明月当空，清辉洒满大地，顾客集聚的情形，不仅体现出酒店大家庭般的和谐氛围，进一步提升酒店形象。

(一)活动主题

中秋佳节，团圆美食

——“团员”二字也可由酒店的名称替代

(二)活动目的

- 1、以“中秋”这个众所周知的传统节日为由头，让顾客每逢中秋便会回忆起这次中秋活动的欢乐景象，印象良好。
- 2、通过这次文娱活动，增进酒店与顾客之间的沟通了解，留下美好的印象，保持了两者之间友好和谐的关系。
- 3、提升酒店的影响力和吸引力，树立良好形象。

(三)活动形式

以“中秋”为主题的文娱活动，形式丰富多彩

(四)活动对象

进店就餐的顾客

中秋节活动专用节目

(五)活动时间

20xx年9月13日晚(由酒店自行决定)

(六)活动地点

可选择酒店宽阔的场地或者是包厢

(一) 前期造势

- 1、提前主动向顾客提起此项活动，并热情邀请顾客的参加。
- 2、海报形式的宣传
- 3、宣传单形式(选用)

(二) 活动的前期准备

- 1、活动前10天，宣传动员会，确定活动主题、活动方式、娱乐节目、活动流程发到每名员工手中，这样让员工知道自己的任务，同时也可以明确告诉顾客有什么亮点及娱乐项目，吸引顾客的积极参与。
- 2、通过预热把台词及文艺节目进行实战演练，并总结问题再熟练、自然地运用。针对不同的工作设置专职主持人和会务人员负责。
- 3、活动现场的彩排及音响调试及布置
- 4、安排专任布置场地
- 5、活动前一天晚上，召开活动动员会，总结宣传活动，明确活动现在的分工及出现意外情况的应急预案。
- 6、活动当中用到的礼品要在活动前5天到位，不要到活动开始那天，出现礼品不足或者不到位的问题。
- 7、寻找顾客中有艺术特长的儿童，并进行邀请。
- 8、了解顾客中是否有新婚夫妇，进行邀请，并可事先跟他们说好活动规则和安排。

(三) 企划准备

1、现场布置所需物品：横幅、气球等营造节日气氛

2、制作礼包，准备礼品

3、画出活动现场平面布置图，事先演练

1、赏月，分发月饼，同时用心体会中秋主题意义，如有可能建议顾客给家里的父母或者亲人打电话，捎去对远方亲友的思念之情。

2、简单介绍关于中秋的来历、意义等相关信息，可以让顾客们说出以前或者最难忘的一次过中秋的情形，与大家一起分享幸福和乐趣。

3、互动游戏：

(1) 吟对与中秋有关的诗句。谁吟对的多，就赠送精美小礼品

(2) 吟唱歌曲，歌曲里带“月”字，谁唱得好唱得多，赠送小礼品。

4、中秋“最棒家庭”竞赛

可以进行拉唱节目，即歌唱带“月”字的歌曲(或吟对与月有关的诗句或成语)，邀请几桌顾客进行对抗，以所唱歌曲的多为胜，赠送礼品，其他参加的家庭也赠送小礼品。每组家庭只需赠送一份礼品。

5、最好安排老顾客家中儿童的才艺表演，儿童表演一般都是观众愿意看到的节目。

6、相传中秋之夜，静沐月光，可使妇女怀孕。因此在一些地区，逢中秋月夜，妇女会走出家门，沐浴月光，希望早生贵

子，谓之“照月”。酒店可以借鉴这个传说，邀请新婚不久的夫妻上台，恭祝早生贵子。