

最新酒店餐厅运营方案计划书 职工餐厅 自主运营方案(精选5篇)

为有力保证事情或工作开展的水平质量，预先制定方案是必不可少的，方案是有很强可操作性的书面计划。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

酒店餐厅运营方案计划书篇一

1. 安全第一，效益第二

“民以食为天，食以安为先”，饮食安全关系到顾客的健康和生命、关系到景区的信誉、公司的进退存亡及社会稳定和谐，没有饮食安全，企业效益必将是一句空话。饮食安全是公司的头等大事，公司从上到下，从管理制度到操作细节无一不严格贯彻执行，“安全第一，效益第二”的经营理念，时刻牢记着“餐饮安全责任重如泰山”。

2. 热饭、热菜、热心肠

景区自助餐冷了之后不但外观难看，口味差，更不易被消化，为此我们将采用“分次小炒、现炒现卖”以确保游客吃到可口、美味、营养、美观的热菜热饭，体现“顾客至上，以人为本”的指导思想。同时，我们提供“友善、高效、热心”的服务，以诚待人，以情待人，让游客在享受美味佳肴的同时，享受到环境和服务的美与温馨。

3. 星星之火可以燎原，关键在于做好细节

我们深知，细节决定企业经营的成败，我们以项目管理的模式对餐厅进行整体筹划，从小处着眼，小处入手，把制度文本化为员工的执行力和工作习惯，使之贯彻到餐厅作业流程

中的每一个细节里，从而实现三方满意的经营目标，达成双方共赢的核心局面。

1、我们秉承“天道酬勤，厚德载物”的精神，倡导积极健康的企业文化氛围，我们有经验丰富的餐饮管理团队，全心全意打造景区品牌餐厅，以强烈的企业责任感博取游客及社会的认同。

2、“品德好，能吃苦，求上进”是我们的用人理念。我们拥有一大批经验丰富的管理人才，数十名训练有素的厨师团队及相关服务员工，有力保证了各项制度和管理标准的执行。

3、好的制度通过积极的人和有效的执行，我们奉献给游客的是一流的质量产品，能充分满足游客多样化的服务及饮食需求。

4、餐厅全体员工始终铭记“食品安全责任重于泰山”，餐厅严格以安全卫生管理控制体系，把景区餐厅的食品安全事故降到最低，有力保障游客、景区、餐厅的切身利益。

5、一流的管理水平和服务质量大大提高餐厅满意度和就餐率及、景区入园率，贡献了景区、餐厅、游客“三方满意”的社会效益。实现了景区餐厅保值、增值品牌，提高景区整体管理绩效，为打造景区品牌的和谐发展提供有力的后勤支持。

6、市场经济时代，行业优势互补之诚信合作，促进了合作双方的共同发展和互利双赢，提高景区市场竞争力，促进了景区及餐厅整体的管理水平。

把景区餐厅打造成一个以中式自助特色素斋为主，集时尚、养生、休闲为一体的美食会所。

a 档次：生态餐饮

高效的管理+安全的环境+贴心的服务+和谐的文化

1、景区配套餐厅适应了景区今后的发展，满足了游客增加的服务需求，有利于游客对景区的满意率，促进景区的稳定发展。

2、景区作为三亚生态旅游的代表，其经营与管理自不言待，是故餐厅的管理必须达到相同的高度，餐厅要有“市场意识、服务意识、品牌意识”，方能领先旅游景区业发展的潮流。

b 功能全面丰富，绿色生态，品种丰富，营养均衡游客来自五湖四海，不同地域，不同文化背景和经济能力，饮食需求差别较大，全面优质的餐饮服务是景区发展提高品牌知名度的有力保障。

总体经营目标：三方满意(游客满意、景区满意、社会满意)

1、切实保障游客的用餐需求，综合区域游客人数，景区餐厅数量未来发展的因素，合理配置经营规范，提供优质、全面的餐饮服务，满足各个层次游客用餐需求。

2、从软、硬件着手建设餐厅，使之硬件达标，软件一流，三方满意的高标准餐厅，为景区的和谐发展提供有力的后勤保障。保证餐厅服务水平能满足景区和游客的要求，使游客“高兴而来，满意而归”，树立良好的景区品牌形象。

3. 在保证饮食卫生安全和旅行社、游客等需求前提下，以科学、高效的管理力创优异的经营业绩，以实际行动回报景区的支持与信任，努力实现景区、餐厅经济效益的双丰收，实现景区餐厅保值、增值，倾力打造“和谐餐饮、特色素斋”餐饮品牌。领跑海南团膳的高端品牌形象，达成甲乙双方互利发展，共赢的合作目标。

酒店餐厅运营方案计划书篇二

经营思路：

提供特色的服务 特色客房 。

市场定位：

客源市场：

从一次性订房数量上来区分，可分为散客市场、会议市场与团体市场3类；从订房渠道上作区分，则可细分为：自来散客、出租车司机推介、商务公司、订房中心推介、联营推介、长住客、旅行社、旅游集散中心、政府机构与员工所推介的特殊折扣客源。

营销手段：

价格定位：

考虑到本地市场的淡旺季之分阶段，我们刻意制定稍高于本市三星标准的酒店之门市牌价，于旺季中，可尽可能争取到最高的房租收入；同时，我们执行价高折大的灵活价格政策，暗地里与商务公司及中介代理商签订较低价格的特价合同，实行薄利多销的手段，尽量争取客源市场的份额。

酒店餐厅运营方案计划书篇三

主题酒店的定义是展示某种文化特色的酒店。在实践中，主题酒店必须通过特色文化来凸现、来支撑市场，文化主题一定要有差异性，切忌重复和随大流。因此，寻找特色文化、挖掘特色文化、设计特色文化、制作主题产品和服务，是酒店管理者最重要、最具体、最花心思和精力的大事。

在确立主题之前，不能忽视所选择的主题是否与当地的环境相协调。在一些形象突出，历史文化底蕴丰厚的城市，过于异类的主题会对城市形象造成冲击，在形象推广中会产生互相抵消的效果。然而在那些文化单薄，经济发达的城市，或者文化比较多元化的城市，主题的选择有着很大空间，而且对于创造城市文化和树立城市形象发挥着重要的作用。同样，过于专业、狭窄和离消费大众较远带有猎奇色彩的文化，都是不宜拿来作主题的。

重视主题酒店功能需求

酒店的功能性需求，只是人们的基本需求，消费是理性的；感觉上的满足才是高层次的需求，消费往往是感性的、随性的。社会的发展与进步，制造出了越来越多为感觉而买单的消费者，从时下奢侈品消费的兴盛、手机与汽车的频繁更换等迹象，也可以透视这种消费变化的趋势。

为功能性酒店附加一个主题，制造出一个概念，首先在宣传营销上会有别于一般的酒店，为领先酒店的发展提供了基础。但一个成功的主题酒店不仅仅是制造出一个概念那么简单，要使主题名副其实，乃至让主题串联一个产业，形成超附加值，则要深入研究酒店的区位及其文化底蕴、市场需求、酒店投资、企业文化等等因素，使酒店的主题融入到区域文化环境之中、融入酒店投资企业文化和旅馆的心境及感官体验之中。

强化酒店市场营销策略

主题酒店是中国市场上能比较好解决酒店同质化竞争的有效方法，不同的主题酒店有其不同的内涵，能迎合满足不同需求的客源群。主题酒店的市场营销目的就在于推出和强化主题品牌及其内涵概念。

主题酒店设计效果图

主题酒店设计注重主题元素

主题酒店设计关键是主题的确。在主题确定后，再确定建筑形态，如城堡型、碉楼型，还是帆船型、塔型等。然后就是内部装饰的确定，主要在细节上见真功，如在床单、窗帘、灯具、茶具、座椅、电话，乃至卫生间等等细节都注意主题元素的融入。

一个成功主题的确，应满足一下四个基本条件：一是适应市场需求，二是根植于本土文化，三是融合企业文化，四是串联相关产业。此外，一个成功的主题不应该是单一的主题，应该在总体主题的引领下，形成针对细分市场需求的分主题系列，使酒店的客户群不因主题而被拒之门外。

酒店运营主题化延伸

主题酒店的运营，主要包括四大部分：客房、餐饮、服务和衍生品。

客房服务主要根据细分市场的不同消费偏好与需求，在总体主题下。

餐饮部分则可以结合主题开发设计“主题宴”，包括菜系的配置、菜单的设计、餐饮环境氛围的营造(如室内装饰、音乐歌舞的设计)等等。

主题酒店设计公司

最后wego设计特别提醒：策划主题酒店，必须注意这样两点：第一，在选择主题的时候，一定要考虑清楚，要避开那些容易变动的主题，尽可能选择寿命长的主题。第二，主题必须做到不容易被取替，所以策划要客观，集思要广益，判断准确性要高。

上一篇：安全生产工作目标和保障措施下一篇：没有了

酒店餐厅运营方案计划书篇四

1、出入口的.亮化。

2、区域各部维修。

3、墙面刷新。

4、空调安装。

5、线路检修改造。

6、企业文化。

1、厨具维修、添置。

2、线路检修改造。

3、部件更新。

1、餐具更换：(1)餐盘(2)筷子(3)勺子

食堂的原餐具使用年限过长，更换一批具有特色的消毒餐具，使学生舒心用餐。

2、餐桌检修。

1、根据学生需求，公司规划将学院一层餐厅打造成以中式快餐为主，风味小吃为辅的美食城。

2、将二层餐厅打造成集各种丰富的小炒、特色鲜明风味小吃、时尚休闲的美食广场。

1、迎合学生心理，菜品比例上我方计划多做抵挡菜(菜品最低5角，最好3元，每餐中低档菜供应50个以上，叶类菜5个1元及1元以下的菜10个)

2、大幅增加菜品的花色品种，提高菜品质量，坚持我方多年积累的经验“分次少炒、荤素分锅、现炒现卖”，确保学生能吃到可口、美观、营养的热饭、热菜。

酒店餐厅运营方案计划书篇五

现在阶段，酒店业竞争日益激烈，消费者也变得越来越成熟，这就对我们酒店经营者提出了更高的要求。在即将来临的__年我们计划对我们酒店做出一系列方案，如酒店品牌形象塑造，酒店品牌推广，如开业庆典活动策划，2月14号情人节活动策划，春节年夜饭销售方案，因本地风俗习惯都偏爱春节前后举办婚礼，婚宴市场开发方案等等，吸引消费者到我店消费，提高我店的品牌效益和经营效益。

【一】 市场环境分析

、我点尚未营业，暂时不去讨论研究我店经营中存在的问题

2、周围环境分析

3、竞争对手分析

风景区内的酒店和七仙女大酒店他们有雄厚的资金实力，有良好的软硬设施，是我们非常强劲的竞争对手，他们的弱势是离县远，市场定位高，目标市场单一，他们主要针对旅游业和政府接待这一市场。潜阳国际大酒店总的经营状态还可以，地理位置也还优越，但现在随着竞争日益激烈，他们最近的客房折扣太大，标准间熟客一百四都开过，和快捷都相差无几，他这种行为是会员行动却忽视会员营销的形式。是提高了客房入住率，但严重损害了酒店品牌形象的塑造，和

酒店本身的定位有冲突。如果让客人办一张会员金卡，那效果会不一样。恒华大酒店、皖城大酒店、天柱国际大酒店这是县城档次较好的酒店。他们总体经营状况还不错，但也有经营上的通病：

(1)、目标顾客群定位不太准确，过于狭隘。主要原因是酒店过多，供大于求，而且经营模式雷同，没有自己的特色或定位过高，消费者难以接纳，另外就是部分酒店服务质量存在一定问题，影响了服务质量问题。例：雪湖大酒店在几年前想开通农村婚宴市场，是拉到了客户。但在菜品质量上没有下功夫，他们的忽视导致间接没有充分尊重到客户。婚宴结束有的人说菜口味不好，有的说分量太少，总之给客户的第一影响就是饭店的菜还没农村家里烧的好，最后其酒店餐饮部经营不善只好找个人承包，到最近才收回来重新装修。

(3)、我店周围还有不少快捷宾馆、小旅馆、小餐馆。虽然其在经营能力上不具备与我们竞争的的实力，但其以低房价、低档菜肴物美价廉来吸引大量的的附近居民和客商。总体上看他们的经营情况是不错的，而我们虽然设施和服务都不错，但由于市场定位的差异，对我们未来开拓县城市民潜在的市场影响力是很大的，他们也是非常强劲的竞争对手之一。

(4)川楼酒店是潜山餐饮业经营很好的酒店，他位于汽车客运站旁，地理位置非常优越。其复古装饰风格做的很全面，经营时间久，有自己深厚酒店文化和品牌形象和老顾客群。每次经过都能看到不同标语如：某位学生的拜师宴，某领导来潜山考察，某小姐婚宴，最近新挂的是某大厨亲临川楼酒店。最近几年在潜山开了川楼快捷宾馆，在合肥开川楼分店，他的市场占有率不断扩大，他离我店距离只有几步之遥，是我店餐饮部第一大竞争对手。

(二)和一些伙伴合作

1、没有提供餐饮的快捷宾馆

- 2、茶楼足浴等合作
- 3、和旅行社合作
- 4、婚庆公司或结婚登记处合作
- 5、婚纱影楼合作

四 现场活动

- 2、开业当天来消费的顾客可以参加抽奖活动
- 3、开业促销折扣
 - a) 凡是在1月x号到1月x号，到舒州国际大酒店进行消费的可以享受x折的享受
 - b) 凡是在1月x号到1月x号，到舒州国际大酒店进行消费的可享受x+1折的享受(x代表开业日期期间的折扣，这是非常实际性的信息是领导层决定的事情，所以我用代号)

5、 客房促销

1 在开业活动一定时期内开特价房

1 在开业活动一定时期内办理会员金、银卡会比以后办理收纳的卡费优惠

1 1[]在开业抽奖活动中赠送本酒店豪华客房一晚，体验四星级的奢华

1 2[]在开业活动期间在我店消费情侣赠送甜蜜情侣早餐或青绿手套或情侣饰品

1 3□在开业活动期间来我店消费的一家三口可以给她们在酒店内拍几张纪念照片

1 4□外地游客来消费可以赠送瓜蒌子礼盒

6、 餐饮部促销

1 1□在开业活动期间预定婚宴会有适当折扣，还提供接送婚宴宾客班车(车档次要根据婚宴消费能力确定,但不能太低，太低会有损酒店声誉)

1 2□在开业活动期间预定本酒店高档包间高标准菜肴赠送酒水一瓶

1 3□在开业活动期间预定本酒店中标准菜肴免费赠送一份高档菜

1 4□在开业活动期限餐饮消费一千以下送一份精美礼品

1 5□在开业活动期限有来我店消费客户生日，会赠送一份比平时送给消费客户要大很多的蛋糕(如果是小姐送一娃娃也可)

1 6□在开业活动期限酒水也可适当给予折扣

五现场布置

1、 在酒店正门前方以红色地毯铺地，两则各置中式花篮(具体数字由舒州国际大酒店安排)

2、 双龙拱门一个，灯柱两个(一天)

3、 酒店大门上方悬挂多幅有关酒店开业的标语

4、 酒店宴会厅或大厅置挂气球200串，约一千个(要根据酒

店竣工看情况设计气球布局)

5、 放鞭炮和音乐。吸引行人注意(音乐间接性，也不能放的时间过长，一便打扰附近居民生活)