

最新餐饮类活动策划(优秀8篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。那么我们该如何写一篇较为完美的范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

餐饮类活动策划篇一

__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！

餐饮类活动策划篇二

双十一是一个很有趣的节日，下面小编整理了餐饮双十一活动策划方案，欢迎阅读！

“光棍节联谊晚餐”

11月11日光棍节是所有单身者节日，也是所有单身朋友展示自己的舞台。沉重的心理需要得到释放、寂寞的心需要朋友来安慰、平淡的生活需要一点刺激和浪漫。希望单身的你在我们的餐厅开怀释放，痛饮放松，尽情快乐，结识更多的人生朋友。也许你能在此遇到你心仪的他(她)。在顾客欢悦中促进餐厅营销。

1. 活动时间：11月11日晚上《 7:00---10:00》

2. 活动对象：所有单身者和他(她)的亲朋好友

3. 活动程序

(2) 餐厅演奏《单身情歌》；

(3) 击鼓传花，中奖者免费赠送菜品；

(4) 传苹果游戏。男女隔开坐成一排，用脖子和下巴、肩膀夹住苹果，一一传递，谁把苹果掉了，罚饮酒或饮料。

1. 音响设施

2. 小鼓一个或厨房用具代替。

3. 有关单身情歌和乐曲

《单身情歌》 《一个人》 《我想我会一直孤单》

4. 餐厅前门标语：光棍节联谊晚餐(霓虹灯)

11月11日，如果没人搭理，那就是一个不着四六儿的日子；但如果说是光棍节，所有人都会会心地一笑：呵呵，可不是嘛，没有哪天比这一天更形象、更贴切了。光棍节这个不土不洋的节日，也被餐饮行业盯上了，餐厅纷纷推出活动庆祝这个时下年轻人中流行的节日。

活动要点：顾名思义，这个套餐完全是由11组成的，对于那些炫耀型的光棍们是个不错的创意。11个光棍一起吃饭，必须在餐厅的11号包厢、进门拿的是11号的报纸、用11套餐具、吃11道菜、喝11杯饮料。每道菜都必须是符合11这个数字，例如：11个烤肉串、11个四喜丸子。吃饭要吃1小时零1分。用的餐巾纸上都要有与光棍节相关的宣言。餐厅还要为光棍节精选11首光棍情歌，作为背景音乐。

活动要点：餐厅为参加活动的每位光棍发一个号牌，每一个号牌分为光光和明明两种。活动开始号牌一样的光光和明明组成一队做模仿快闪游戏。配合号的发给剩斗士标签，配合不好的重新组合，在进行决斗大家都找到光光和明明为止。最后大家一起享受脱光套餐。

餐饮类活动策划篇三

1、唤醒沉睡顾客，并促进老顾客转介绍购买

2、带动五一及母亲节的销量

3、提升品牌影响力

4月30日——5月2日

“五”重大礼，“一”购到底

5、即使不买，还能送：

1) 老顾客转介绍成功购买，即可获赠双层保温饭盒一个；

2) 只要在朋友圈转发活动，即可获赠油壶一个；

备注：本活动内容与储值活动、贵宾9折可同时参与。

餐饮类活动策划篇四

“庆佳节，优惠、美味等你来”

二、活动时间：

x月x日-x月x日

提升客单价，促进销售目标达成

消费者在x月x日-x月x日期间，只要消费满x元，即可加x元换取我们精心为消费者准备的商品中的任意一件。

备注：单张小票不累计。

由当日的工作人员负责

店内气氛布置：入口展板，活动现场的气氛营造，店内海报。

企划部：负责活动宣传，策划，操作与跟进。

采购部：负责商品的组织，到位。

财务部：负责资金到位。

店长：活动操作的总负责人，负责督促各部门的工作。

食品促销内容：

4、价格：通过价格来吸引消费者，不要降低价格的同时也降低餐厅的品牌

5、赠品：提供一些节日相关的赠品可以拉到一定的消费者，比如说提前预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到一些赠品，赠品要与自己的餐厅品牌风格相应。

餐饮淡季促销方法：

热情服务促销：

服务员的主动招呼对招徕顾客具有很大作用。比如有的顾客走进餐厅，正在考虑是否选此餐厅就餐，这时如果有一个面带笑容的服务员主动上前招呼“欢迎光临”，同时引客入座，一般情况下，顾客即使对餐厅环境不十分满意也不会退出。当然，主动招呼不等于硬拉。强拉硬扯反而会引起顾客反感，避而远之。

服务人员应对餐厅所经营的菜点和服务内容了如指掌，如食物用料、烹饪方法、口味特点、营养成分、菜肴历史典故、餐厅所能提供的服务项目等，以便向客人作及时介绍，或当

客人询问时能够作出满意的答复。如果能事先了解市场和顾客的心理需求以及风俗习惯、生活忌讳、口味喜好等，便可有针对性地推荐一些适合他们心理需求的产品和服务。

服务技巧促销：

形象解剖法：服务员在客人点菜时，把优质菜肴的形象、特点，用描述性的语言加以具体化，使客人产生好感。从而引起食欲，达到促销的目的。

解释技术法：通过与消费者的友好辩论、解释，消除其对菜肴的疑义。

加码技术法：对一些价格上有争议的菜点，服务员在介绍时可逐步提出这道菜肴的特点，给客人以适当的优惠。

加法技术法：把菜肴的特色和优点不断地加深和强调，让消费者形成深刻的印象，从而产生购买的欲望。

除法技术法：于一些价格较高的菜点。有些客人会产生疑虑，服务员应耐心解释，这样会使客人觉得不贵，从而产生购买欲望。

提供两种可能法：针对有些客人求名贵或价廉的心理.为他们提供两种不同价格的菜点，供客人挑选，由此满足不同的需求。

利用第三者意见法：即借助社会上有地位的知名人士对某菜点的评价，来证明其高质量、价格合理，值得购买。

代客下决心法：当客人想点菜，但或多或少还有点犹豫，下不了决心，服务员可说：先生，这道菜我会关照师傅做得更好一点，保您满意，等等。

利用客人之间矛盾法：餐的二位客人，其中一位想点这道菜，另一位却不想点，服务员就应利用想点的那位客人的意见，赞同他的观点，使另一位客人改变观点. 达到使客人购买的目的。

有很多餐饮企业，对促销时菜品的创新与开发不太重视，或者说投入不够力度。认真研究客户的需求，“特色菜”营销是一把出奇制胜的利剑，从客户的口味出发，从色、香、味、型、营养等方面挖掘。

餐饮类活动策划篇五

目录

一、前言 .2 二、产品分析... 2

**** 公馆是广西 **** 品牌旗下的餐饮品牌，**** 公馆有 25 个 装修豪华的包厢和两个宴会厅，其中 12 个江景包厢，三个包厢可以 容纳 20 人以上就餐；一号宴会厅可以容纳 110 桌的大型宴会，二号 宴会厅可以容纳 30 桌的中型宴会，休闲茶吧是接待顾客的场所。还 有没有利用的一间大会议厅和两间小会议厅。

二、产品分析

1、产品描述

**** 城

市文化生活品味的风尚。**** 目前开放对外服务的场所有 **** 公馆（餐饮会所）和歌伦部□ktv娱乐会所）。

**** 公馆有 25 个包厢，其中有 12 个江景包厢，包厢采用最前沿 的主流设计风格，格局大气细节精致。菜系主要为新

派粤菜、高档海鲜及地方特色美食，适合高端商务宴请。这里是“江湖豪杰”风云际会的场所，坐拥一堂，分享商道风云。

1300 m²层高

4.5 米的副厅，可以容纳 30 桌 300 人用餐，副厅采用现代风格的经典设计，处处体现环境与艺术的巧妙结合，现代气息浓厚，奢华典雅。

分钟的车程。

二。

2) 无可比拟的江景使公馆 更显档次。

3) 拥有两百个停车位，停

2) 没有成行成市的餐饮

企业，就独立一家在静兰桥头。

3) 由于前期的管理问题，导致服务不到位。

w 弱势：1) 离市区约 30 车非常便利，在**** 餐饮行业中少见。

4) 环境优雅，每个包厢私密独立，是洽谈生意的好场所。

o 机会：1) ****近五年的t 威胁：1) 政府的反腐制 4) 营销不是很给力。5) 菜品和菜色缺少特色，在行业当中没有竞争力。

工程很多，从而催生了一批以建 度在很大程度上影响了营业。筑行业起家的千万富豪。

2) **** 市重点开发

东区，其中恒大、万达和华润都 位。

2) 前期的营销策

略，影响了大众对 **** 公馆的定 在东区有项目，；离**** 公馆仅仅10 分钟车程。

3) 婚宴和培训会议

在**** 的需求在增加。2、产品定位：

我认为产品应该定位与 **** 市高端产品定位一致，销售价格和顺 丰酒楼一致。

三、目标市场分析

餐饮业是居民休闲消费、社交消费、喜庆消费、会展消费和旅游 消费的重要组成部分，也是从事商务活动的重要组成部分。强劲的餐 饮消费对化解收入存量、拉动经济发展效果显著。目前为止，****的餐饮服务业处于全国中等水平，**** 的中低挡餐饮比较多，相对 **** 经济来说，高端餐饮供应量不足。经过调查因生意应酬吃饭的客 户约占饭店消费客户的 80%。相比大众客户，我们更看重的是至少拥 有一个公司的企业主，企业主的商务应酬比一般人要多，对品牌和私 密性的要求比较高，我们的产品更符合他们的需求。

四、营销策略

1、产品策略

第一、加强培训，改善服务：主要是针对服务员，在招收服务员前，对其进行两周的岗前培训，让没有服务经验的服务员，有基本的服务知识和服务理论知识。每天班前例会，主要是激励士气，鼓励服务员微笑认真服务。班后例会总结服务和配合不到位的地方，要求服务员改善服务质量。每周一次周会，中高层员工与基层员工沟通交流，为服务质量更上一个台阶努力。每月一次培训，内容有：服务技能、服务心理、礼仪礼貌、团队合作和管理技能等课程。

第二、引入特色菜肴：味道的好坏，直接关系到餐饮企业的生存，在****公馆优势和劣势并存的情况下，特色菜肴可以成为主要的竞争力。首先可以考虑食材，并且又具有特色的，比如推出醉鸡，以这一个菜作为营销的重点，****没有吃醉鸡的地方，那么人们就会纷纷慕名而来。再比如：推出全猪宴、全牛宴或者全白切宴等吸引人们的注意力。

第三、目前空置的三个会议室可以开放出来引入策划公司或者是培训公司的会议，给他们提供免费的场地换取他们的广告权益和让他们带来参观了解的人群。

2、定价策略

(1) 总体定价策略：所有菜品价格与****饭店的持平。

(2) 促销价格：退出 10 元一只醉鸡的促销价格，吸引游离消费者来场地了解产品与服务。

2%等优惠。(4) 大型企业协议价格：与年消费 20 万以上的企业签订协议优惠价格，在原价的基础上企业招待返现或者是打折。协议是可以个人签订或者是企业签订，但是并不接受企业的月付或者季度付款，只返现或者只打折。

3、广告策略

(1) 户外广告：一年五星街户外广告，广告主题分月进行，

五星街户外广告是****市户外广告最贵的，广告效应是最好的。打个简单的比方，企业花一元钱没有卖出任何东西，那么这个广告是浪费钱的。如果企业花100万卖了上亿的产品，那么这个广告成本投入对企业来说是值得的。

(2) 微信营销：微信预定服务，客户通过微信端口可以直接订餐，或者指定点哪几个菜。

(3) 引导性广告：跟大型企业合作联谊，大型企业包括

**** 烟

厂、恒大、万达和华润等企业，我们提供场地给企业在这里做客户活动，我们在场地适当进行我们自己的宣传。

4、活动策略

按照每个月的节日推出活动主题，2014年的主题如下：(1) 6月父亲节：爸爸今天让我来订餐吧。为父亲订餐的获得八折优惠。

(2) 7月暑假强档：商务订餐消费5000元以上送价值1000元家庭餐一桌。

(3) 8月情人结婚季：凡是七夕在****公馆定婚宴的，婚宴总价优惠2%。

(4) 9月谢师宴：999元谢师宴，感谢老师辛勤劳动。

(5) 10月边看f1边享受午宴优惠。每天只接受12桌预定。

(6) 11月

万圣节待定

f1 期间推出江景看 f1 午宴大

(7) 12 月 圣诞节和冬至待定

五、营销团队建立

建立竞争机制，建立合作机制，建立规范的管理制度和团队意识，建立共同成长的制度，淘汰制度。

餐饮类活动策划篇六

餐饮公司，感恩节特别推出大型优惠活动

11月25日--12月10日

烤鸭店

吃188送，价值28元宫爆鸡一份

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。

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)

餐饮类活动策划篇七

五一劳动节，是国家规定的法定节假日。五一假期的餐饮商机是非常明显的，与此同时，许多婚宴、寿宴、家庭宴请都会选择在这个时间段举办，一是因为小长假，亲朋好友难得相聚，二是春暖花开，无论是时间还是环境都非常适合。因此，会给餐饮市场带来非常大的盈利空间。餐饮酒店应抓住时机，做好宣传，不仅在五一长假中盈利，还应加强品牌宣传，为后期的营业做长期考虑。

1. 活动，稳固老客户资源，挖掘新客户。
2. 提高酒店知名度、美誉度，塑造酒店良好的社会公众形象。
3. 利用节日造势营销，增加经济收入。
4. 增加企业与客户间的互动与交流，拉近距离

“五一”三天乐“游戏”更快乐

20xx年5月1日——3日

1. 气氛布置

广场气氛：在酒店门前空地放置竖幅、横幅、巨幅、刀旗、

氢气球等引人注意的宣传物品。

社区气氛：在酒店附近的社区悬挂宣传条幅、活动海报，广告气球等，在社区和商场门口大量派发广告小气球，以增加人气和节日气氛。

店内气氛：酒店门口放置活动易拉宝，店内用气球、彩球等装饰，营造欢乐气氛。

2. 广告宣传

(1) 员工在人员密集地发放宣传单页，增加受众群体。

(3) 店内随处放置或张贴微信二维码，扫一扫有惊喜

(4) 酒店微信平台，微信、微博群发活动方案或海报，员工进行转发。

1. 优惠活动：“满五加一”

五一劳动节当天，顾客每点足五道菜品，店面免费赠送顾客一道菜(下次消费时可用，有效期为一个月，且此项优惠不与其他优惠活动同时享用)

2. 劳动最光荣，巧运乒乓球

道具：两个空篮子、一个长操作台、若干乒乓球、若干根吸管

参与者：来店就餐的顾客，两名至三名

方法：在操作台的两头各放置一个空篮子，参与活动的顾客每人发一根吸管，第一个顾客从篮子里用吸管吸起一个乒乓球，转身交给下一位，依次交替，直到乒乓球被安全运送到另一个空篮子里，在规定时间内，运送达到5个以上，可以

获得饮料一一份等瓶;运送达到8个以上，可以获得精品凉菜。

菜单套餐

三人用：388元/套(1凉、4热、2点心、1拼盘)

六人用：688元/套(6凉、8热、4点心、1拼盘)

八人用：888元/套(6凉、9热、4点心、1拼盘)

五一劳动节，三天小长假，不仅会迎来旅游高峰期，对酒店而言，还是一个提高营业额的良好契机。通过营销活动的宣传推广，不仅可以增加酒店的知名度，提升酒店在当地的影响力，还可以稳定老顾客，开发新客户，不断提升营业收入。可谓是一举两得。

餐饮类活动策划篇八

9月15日—9月21日 菜品6.8折

9月22日—9月28日 菜品7.8折

9月29日—10月10日 菜品8.8折

在9月15日至9月30日对顾客进行返券，凡菜品消费满100元送30元代金券，满200元送60元代金券，以此类推。赠送的消费券在10月1日开始即可使用，有效期为1个月。当然，具体返券的金额与消费金额加盟店可根据实际情况调整。

3、10月6日，中秋节当天，每桌均赠送月饼，看月饼大小，按照一个月饼切两块或四块，每人1块，如能购到桂花酒也可以赠送一些桂花酒，因为中秋节吃月饼、赏月、饮桂花酒是中秋传统。

4、因为国庆节是一个较为休闲的长假，加盟店在做以上活动时，还可以辅助性的做一些活动，如送些小礼品，也可以与当地的动物园、公园、电影院等联系，以相对较低的价格购回，在客人消费金额达到一定标准后赠送门票，让客人感觉到店内消费还可获得更多实惠。

1、采取打折形式的加盟店，一定要注意培训员工提高服务速度，解释工作要到位，特别是打折的项目一定要清晰，一般情况下锅底、味碟、纸筷、酒水、包房费等不打折。

2、采取返券的加盟店，则不需要对外宣传，只是由店经理或大堂经理对每桌顾客悄悄进行回报式的赠送，让顾客感觉到只有自己是最受尊重，是得到酒楼重视的客人，也提高他们对酒楼的信任与好感。

3、返券之后，加盟店必须做好登记，由谁发放，金额多少，编号多少，顾客姓名、电话等信息必须留下。并由经办人签字确认。

4、店内必须组织员工进行培训，让员工了解详细的活动内容，并能向顾客解释。

5、消费券必须认真设计制作，不能出现漏洞，一定要在消费券上写明使用须知，如盖章生效、使用期限、不兑换现金、不外卖等。

1、采取打折的加盟店可以制作dm单由员工发放或采取夹报的形式发放，店外可制作水牌、横幅等宣传，店内员工也可进行口头宣传。如果条件允许的加盟店，还可以在城市里寻找位置较佳的大型户外广告牌对品牌、活动内容进行为期一月或短期宣传。

2、采取返券的加盟店则不需要进行大面积的宣传，可悬挂横幅，如“迎国庆、庆中秋，重庆ttt火锅百店同庆”[]ttt荣

获“重庆最具影响力品牌”称号[]ttt澳大利亚悉尼店9月16日隆重开业”等。

当然，以上方案仅供参考，望各加盟店仔细斟酌，公司营运部随时可以接受你的电话咨询。

国庆欢 中秋圆 重庆ttt鱼头火锅100店同庆“四喜临门”。

“ttt”荣获“重庆最具影响力品牌”称号。

ttt澳大利亚悉尼店9月16日盛大开业。