

最新餐饮闭环管理方案 餐饮管理方案(通用5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

餐饮闭环管理方案篇一

- 一、遵守工作纪律，按时上下班，做到不迟到、不早退。
- 二、按规定着装，保持良好形象。
- 三、工作中不准嬉笑打闹，不准聊天、干私活、吃零食、看电视、打手机。
- 四、不准与顾客发生纠纷。
- 五、工作中做到“三轻”（动作轻、说话轻、走路轻）、“四勤”（眼勤、嘴勤、手勤、腿勤）。
- 六、工作中按规定用餐，不准吃、拿出售的成品。
- 七、休事假或公休要提前请假，按服务区《考勤和请销假制度》执行。
- 八、爱护设施、设备，人为损坏，照价赔偿。
- 九、落实例会制度，对工作进行讲评。
- 一、餐具经消毒后必须存放在保洁柜内。

- 二、员工不准私自使用餐厅各种餐具。
- 三、保洁柜内不得存放个人餐具和物品。
- 四、餐具要干净、卫生，无手印、水迹、菜渍、灰尘。
- 五、经常检查餐具的完好状况，对残损餐具要及时更换。

一、服务人员必须有本人健康证明，持证上岗。

二、按规定着装，工作服必须干净，无污渍。

三、工作时不许戴首饰和各种饰品。

四、工作前按要求洗手，始终保持手部清洁。

五、不准在食品区或客人面前打喷嚏、抠鼻子等。

六、上班前不准吃异味食品，不准喝含酒精饮料。

一、餐厅的设施、设备按规定要求定期进行保养。

二、保温台每班要及时加水，避免干烧情况发生。

三、定时清洗空调虑网。

四、调整保温台温度要轻扭开关，避免用力太猛，造成损坏。

五、保温台换水要先关电源，后放水，再清除污垢。

六、对设施、设备出现异常情况及时报告餐厅主管。

一、检查工具、用具情况，发现异常情况及时汇报。

二、按岗位要求规范操作，保证质量。

三、爱护公物，不吃、拿后厨食物及原料。

四、值班期间保管好后厨物品，严禁无关人员进入后厨。

五、落实各项安全防范制度，确保后厨的设施、设备食品原料的安全。

六、遵守工作纪律，有事提前一天请假。

七、落实例会制度，对工作进行讲评。

餐饮闭环管理方案篇二

自上初中以来我便开始住校，深知令人头疼的“吃饭”问题，也就是食堂的饭菜问题。由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的，因此虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。而学生对食堂饭菜的抱怨则更是“自古有之”。虽然大学生可以到校外就餐，但大多数学生迫于经济因素，还是愿意在校食堂就餐。饭菜质量得不到保证，会导致很多问题，学生营养跟不上，甚至有的学生经常不吃饭。于是，营养不良、胃病等不该出现在大学生中的病症也屡见不鲜，这为学生身心健康埋下了隐患。因此我决定整合食堂和饭店的优缺，开一家学生自助营养快餐店。

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。经营面积约为80平米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。早餐以浙江等南方小吃为主打特色，当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则有南北方不同口味菜式。而非餐点又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。本餐厅采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，

整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

1. 本餐厅开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体(如：音响)等形式的简单广告即可。
2. 本餐厅采取自助餐的方式，免费茶水和鲜汤。并且米饭的质量相对竞争者要好，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的优惠，以吸引更多的客源。此外，本餐厅还推出烧烤+冷饮、八宝饭等情侣套餐，由于休闲饮食的空缺，这也将成为本店的一大特色。
3. 有许多学生习惯于三点一线的生活方式，许多时候为了节约时间会选择最近的就餐地点而不愿到较远点的餐馆，所以在地理位置选择上不会与学校大门有太大的距离。餐厅在适当的时候还将推出送外卖的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：若有三份以上(包括三份)的叫量可以免费送货上门，单独叫外卖的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外卖，为了不出送货费则会拉上另外的两份外卖，如此也是能增加销量的。
4. 餐厅使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。
5. 暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、附近居民以及打工人员，届时可采取减少生产量，转移服务重点等方式，以改善暑期的经营状况。寒假期间就考虑修业一个月，已减少不必要的成本支出。
6. 市场经济是快速发展的，变化的，动态的，因此要以长远的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制作出长期的计划，

每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划，如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后，可以考虑扩大经营，增加其它服务项目，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，可以往专为学生提供饮食的餐饮行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

店长兼收银员1名，厨师1名，服务生2名。

经营理念侧重于以下几点：

主要的文化特色：健康关怀、人文关怀

主要的产品特色：具有食疗保健功能的素食餐品

主要的服务特色：会员制的跟踪服务

主要的环境特色：具有传统文化气息的绿色就餐环境

在大学中的食堂的饮食一直是个问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题，而质量却远远没有达到学生们的要求。部分大学的饮食状况令人担忧，甚至有的大学食堂出现了集体中毒事件。

本企划就是根据这一点，为了保障大学生的饮食安全，提高大学生的饮食质量，成立大学饮食联盟，旨在为高校大学生提供价格低廉安全高质并富有特色的食品，并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

优势与劣势：

优势分析：本餐厅经营解决了学校食堂饭菜口味单一等问题，也无流动小摊卫生没有保证的担忧，并且与食堂同样方便快捷，节约时间。另外，本餐厅采用自助选择方式，应该很容

易受到顾客欢迎，并能节省部分人力资源。同时，餐点还提供冷饮、冰粥等，并提供免费茶水。简洁舒适的装修将是餐厅的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的餐馆就餐，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。此外，学校食堂有明确的就餐时限，而校外很少有餐馆出售早餐，因此在校外的本店则可以较容易地抓住这部分因时间差而导致丢失的市场份额，换句话说就是由在就餐点前后的一段时间要就餐的潜在客户群所产生的市场份额。

劣势分析：由于刚起步，快餐店的规模较小，如就餐的人力资源、服务项目等都比较有限。而校区内外的竞争也是比较激烈的，因此还存在着不小的劣势。另一方面，因为学校假期是固定的，寒暑假期间的客源会骤降，而寒假期间会比暑期更少，这将会是一个比较难以解决的问题。

机会分析：据我们的市场调查与分析，本店产品的市场需求是存在的，并具有一定的竞争力。而本人正是学生——这个最大客户群中的一员，所以更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，是应该是很有机会挤入该餐饮市场的。

威胁分析：餐厅的服务与产品质量的高低与经营成本又有直接和必然的联系，如此则产品价格必然不会比竞争对手低，虽然总体上价格并不会太高，但相比之下，客户的经济承受能力就成为一大考验了。并且，成本与利润也是直接挂钩的，盈利的多少则又是能否在竞争中生存下去的一大决定因素。再者，各地风俗与饮食习惯的不同，又产生了另一个问题，即是否大多数顾客都能对产品认可或满意呢，这也是需要接受考验的。

促销策略：

前期宣传：大规模，高强度，投入较大。后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期具体活动的策划

和组织如赞助学校组织的晚会借此进行宣传，通过活动时提醒顾客的消费意识。针对节假日，开展有针对性的促销策略如发传单等。

1. 据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需10600元(场地租赁费用20xx元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用3000元，厨房用具购置费用1000元，基本设施及其他费用等4000元)。

2. 运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，杂项开支等。

3. 每日经营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约800元，收益率30%，由此可计算出投资回收期约为三个月。

有形化营销策略：

由于本餐厅的经济实力尚弱，因此初期将采取避实就虚的营销战略，避开大量的硬广告营销，而采取一整套行之有效的“承诺营销”进行产品宣传。通过菜单、海报、文化手册、广告、促销活动等向消费者进行宣传、倡导“天之素”的经营宗旨与理念。

技巧化营销策略：

做出持续性、计划性将决定本餐厅在避免普通餐厅的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势，为了使本餐厅能够在顾客心目中树立起权威感和信赖感，本餐厅将会建立一套完整的会员信息反馈系统，实现营销承诺：

1]顾客反馈表。在服务中严格要求工作人员树立顾客第一的

观念，认真听取顾客意见。

2、将顾客满意进行到底。树立“顾客满意自己才满意”的观念，做到时时刻刻为顾客着想。

3、建立餐厅顾客服务调查表，定期由营销部专人负责为顾客进行跟踪服务。

餐饮闭环管理方案篇三

现在餐饮管理的新思路就是运用市场经济的原则，而不再是早期的计划时代，顾客消费的选择性小，消费的不理性导致早期的餐饮经营者是以“走一步算一步”。因为前期的餐饮市场供不应求，而当今餐饮市场已从卖方市场转入买方市场，以及消费者消费理念也日渐成熟。因此，依笔者视，餐饮业的管理与经营应实行“计划管理”。所谓的“计划”管理，就是从餐饮的筹备、设计到中长期的经营，均应有组织、有计划去进行。依笔者之见应从以下几个方面来进行。

经营的定位市场调查与分析，建立一个餐饮场所，首先要进行市场调查，做好市场定位。因为这两个经营市场的消费者均非属餐饮消费市场的主导，所以在餐位数确定后，在餐饮经营之前应将制订《市场经营计划》放在首位，并考虑如下事宜，再对本餐厅进行定位。

1、当地的饮食习惯爱好：包括：菜品的原料、配料是否便采购。当地人对菜肴的口味要求，制作方式的接受程度，价格接受能力等。

2、就餐人员就餐形式；当地消费市场的消费结构是趋于一个什么样的状态，是商务宴请为主或是公款消费或者是家庭宴请居多。

3、就餐人员的交通方式；此点尤为重要，也决定了一个餐厅

的地理位置的选址，是否有利于消费者方便用餐。

4、就餐环境的布置，自从“非典”以后，人们对就餐环境的需求更多，尤其是用餐环境的空气流通、用餐空间及日常清洁卫生是否有足够的措施。

綜上新述，说明一个餐馆只能适应一部分的顾客需求，必须分析自身的能力条件，分析当地市场对本餐厅具威胁的竞争对手，慎重确定本餐厅的顾客主导群是哪一阶层。

- 1、厨房的设备配置与餐位的配比；
- 2、厨房菜系与楼面服务的配合工作；
- 3、餐具选择、摆台与各类灯光的配合；
- 4、客用通道与走菜通道及与厨房距离的确认与布置；
- 5、海鲜池与水台的选择及污物处理的设置；
- 6、卫生防疫设施，设备的配置；
- 7、水、电、照明的引入及控制；

餐厅在确定自己的经营定位及场地的布局后就应组织各级人员给予实施。怎样使餐厅运营起来？这就是一个用人的问题。而用人首先要制订用人计划，对各岗人员要有目的去选择和利用。制订出一套适合本餐厅的人力组织结构体系。其内容主要为：

- 2、详细说明各部门人员之间的隶属关系，并实行逐级汇报，逐级负责制的工作方式；
- 3、制定严格的培训计划，包括日常培训及计划培训；

- 4、明文规定每一岗位的工资收入情况及相应的激励机制；
- 5、要正确树立外部顾客与内部顾客的概念。内部顾客就是直接服务客人的一线员工，作为管理层及二线部门是为内部顾客（一线员工）服务的人。为“内部顾客”服务的工作做好了，才能做好外部顾客服务的工作。
- 6、要充分理解80与20理论对餐饮行业的意义。即80%的盈利是从20%的产品中产生的；80%的问题是从20%的员工中产生的；80%的管理（经营）建议是从20%的管理人员中产生的。因此要经营好餐厅取决于20%的管理人员和20%的好产品。为此，业主要向20%的管理人员授权，首先是要与管理人员分享信息，包括成本、毛利、成本费用及市场占有率，使管理人员能够提出更具建设性建议。其次，要有限度授权即在一定的范围内，什么情况下，各级管理人员可以自主决定处置发生的问题而不必事先请示。当然，事后要汇报，说明情况及处置后达到的效果。

餐饮的管理制度是一个餐厅的生命，当今社会是知识经济时代，管理越来越为企业所重视。管理水平的高低直接影响着餐厅的经营效益。故“管理出效益”是硬道理，在制订日常的管理制度时应着重考虑以下三个方面事宜。

- 1、人力资源方面：包括：用工制度、薪金制度、激励制度等；
- 2、经营销售方面：包括销售对象、促销方式、菜品特色、服务特色，创新要求；
- 3、财务成本方面：包括采购制度、成本控制方法、资产管理

根据以上三点真正做到“人人有岗位，办事有依据，行动有目标，工作有效益”。

餐饮业的经营通常有以下七个方面指标，即：经营营业收入，经营直接成本，人力和人力资源费用，能源费用，设备维护费用。餐厅经营是否有利可图，关键是管理人员对前六个方面的管理所产生的业绩。而做好经营运作计划是餐饮能否成功的重要关键。因此在制订经营运作计划时应考虑如下因素：

1、营业收入方面：食品、酒水、香烟、物品；

4、能源费用方面：水、电、燃油、燃气、排污、有线电视等费用；

5、设备维护方面：各类设备的大修、检测、常规维护等。

在制订经营运作计划时，事先要对本地区的餐饮市场进行有效的综合调查，根据上述内容获取第一手详细资料。然后测算出本餐厅的经营保本点，以次来制定与本餐厅切合实际的营业收入指标、成本费用指标、利润指标、等各种经营指标。

1、树立知名度，提高本餐厅在当地餐饮市场的影响力及信誉度

餐厅在临开业前及开业后的一段时间内，要在当地具有较大影响力的媒介上做到“狂轰滥炸”式的宣传攻势，开业一段时间后，可以定期的组织一些公益性的促销或宣传活动。如：慰问当地驻军、敬老院、无偿献血等。或是在一些有纪念意义的节日，如：教师节、儿童节、护士节等节日时举办一些让利性的大促销。以此活动的名义邀请当地媒介给予新闻报道，以起到软性广告宣传及餐厅正面形象的树立之作用。

2、厨房特价厨房可根据季节每周或每月推出一些特色菜肴或特价菜肴以此吸引或刺激顾客的消费。

3、赠品或赠券 餐厅可制作并赠送小工艺品，让顾客觉得到餐厅吃饭除了能享受多层次的气氛还能收到令人心爱的小玩

意。这不仅能起到宣传作用，还能提高餐厅的档次，在发放上还可以根据消费程度的高低来决定赠品的价值与之相配。

4、建立和收集客源人事档案 建立客源档案主要是记录客人的喜好、忌讳、出生年月、公司店庆等内容。届时提前发放贺信以此来加强与食客的联系，使我们有一批稳定的客源，可以这样说，假如建立3000个客源档案；哪怕这3000人中一年只来消费一次，那么每天就有3000除以360等于8.3人/次，而这8.3人次的话一定会带来另外的客源。

5、创造良好的用餐环境良好的用餐环境及气氛也能吸引客人前来消费，不要说整体，那怕就是在每一个包房的设计都有风格，就会使客人有每次来用餐都是其有赏心悦目、焕然一新的感受。

1、规范服务理念，突出服务特色，由细处见真情，以情情见功夫餐饮服务的经营管理首先应是管理人员制订各类标准化服务程序和服务标准，树立服务人员对客人的仁爱之心。服务员要在真正意义上了解客人，充分体现对宾客的关爱。要有换位的服务意识，替宾客着想，以特色服务来体现服务档次，以创新来给宾客“心动”的感受，温馨服务的回味。

2、保持看家特色菜品，及时开创新菜，保持各类菜品质量，展现餐饮实力；餐饮的菜系品种千变万化，这就要求餐厅要将厨师分成两类，极少数的厨师（行政总厨，各点厨师长）承担类似工业产品的设计师和工艺师的责任，主要是研究创新菜式，和制订菜肴品味质量标准，以及全程的监督实施。这些人的技能和工作态度是餐厅资产的一部分，可以考虑拥有餐厅的部分股权分红。如果厨师有修改菜式标准的建议可以提出，保未经总厨修正，任何厨师不能自行其是，这样方能保持稳定的口味及质感。

餐饮闭环管理方案篇四

餐厅管理水平的高低直接影响宾客对餐饮服务质量的的评价，是餐饮管理中最重要的内容之一。

（一）制订餐厅服务规程餐厅服务规程是餐厅标准化、规范化管理的依据和前提，也是控制餐饮服务质量的的基础，所以，我们必须制订相关的服务规程，西餐(相关专题：西餐加盟)厅规程主要有：

- （1）点菜服务规程；
- （2）自助餐服务规程；
- （3）咖啡厅服务规程；
- （4）酒吧服务规程；
- （5）餐酒用具的清洗消毒规程。

（二）餐前的准备工作

我们应该组织安排并督促餐厅服务员做好各项餐前准备工作。

- （1）搞好餐厅清洁卫生工作，使之符合卫生标准；
- （2）准备开餐所需的各种餐酒用具并按规格摆设；
- （3）检查准备工作质量，发现不符合要求者，应及时纠正；
- （4）召开餐前例会，通报客情，公布菜单，总结上餐的服务情况，分工组织，查仪容仪表。

（三）开餐时的餐厅管理

- 2、控制上菜顺序和时间，协调餐厅与厨房之间的关系，满足就餐宾客的生理和心理需要；
- 3、根据工作量、合理安排服务人员，做好接待工作；
- 4、及时处理顾客对菜点，酒水及服务等方面的投诉；
- 5、监督检查餐后结束工作的完成情况，对开餐中出现的问题及时总结，不断提高餐厅服务水平。

（四）员工培训常抓不懈

餐厅服务质量的好坏取决于服务人员素质的高低，要提高员工素质就必须进行培训，餐厅的员工培训是在管理者发现培训要求的基础上制订培训计划并组织实施。内容一般有：

- 1、思想意识及职业道德；
- 2、礼节礼貌；
- 3、餐厅服务规程及相关服务知识；
- 4、服务技能技巧；
- 5、菜点酒水知识；
- 6、卫生及安全常识；
- 7、疑难问题处理。

（五）低值易耗品管理

布件、餐酒具及牙签、餐巾纸等家用小件物品。在满足客人需要的基础上，做好低值易耗品的控制。

餐厅要达到比较低的消耗而获得较高的利润的目标，就必须加强餐饮成本控制，餐饮成本控制对提高餐厅的经济效益和经营管理水平具有十分重要的意义。

（一）树立成本控制意识

我记得有一位饭店总经理曾经说过：“浪费10元钱比赚10元钱要容易的多。因为，作为一名餐饮管理者应加强对下属员工进行成本控制教育。通过设立一系列的激励措施（另案），奖励成本控制做得出色的员工，对浪费原料的员工给一定处罚，从而激发员工进行成本控制的自觉性。

（二）建立餐饮成本控制体系

建立餐饮成本控制体系，主要是加强对餐饮产品生产全过程的成本控制，其主要内容有：

- 1、采购控制；
- 2、验收控制；
- 3、库存控制；
- 4、发料控制；
- 5、粗加工控制；
- 6、切配控制；
- 7、烹制控制；
- 8、餐厅销售控制。

（三）加强成本核算与分析

主要是会同财务做好严格的核算制度，如餐饮成本日报表制度等，并定期对餐饮成本进行比较分析。如计划与实际的对比、同期的对比、成本结构的分析、影响因素的分析等等，及时掌握成本状况，发现存在的问题及原因。从而找出降低成本的措施方法。

餐厅的人力资源管理有利于餐饮服务质量的稳定和提高，也有利于提高工作效率，降低劳力成本。

（一）加强全员培训

通过平时的工作观察，发现问题，针对问题，进行考核培训，不断提高员工的素质，形成一支稳定且训练有素的员工队伍。培训工作既有针对个人的现场督导，也有针对全体的业务培训，从而不断提高工作效率。

（二）合理定员和排班

因为西餐厅不同于其它餐饮形式，他的劳动强度不大，但营业的时间较长，同时，服务员的技术水平又不均衡，所以，西餐厅的人员安排要本着既高效，又要降低劳力成本，同时，还要能保证餐厅的正常运转的原则。

（三）提高员工的积极性

要求高劳动效率，就必须使用企业管理的激励原理（另案），激发员工的工作积极性，使他们进行创造性的劳动，在工作过程中实现自身价值。

其一、做好品牌管理和营销，在日益残酷的商战中，没有品牌做大旗为自己摇旗呐喊增加凝聚力就等于自己背叛了自己，因此，一定要提高品牌知名度，具体怎么做呢？举个简单的例子：我们可以紧扣当前社会热点，那就是关注弱势群体，我们可以将顾客结帐的消费额尾数当场投入爱心箱，当月积

款全部捐与所援助的对象。当然，这个不能静悄悄的做，而需要做为新闻，由电视台播出，题目可取为：阳光行动。

其二、有招牌菜，会做和做好、做精、做第一是有严格差距的，特别是中国餐饮业，没有招牌菜就没有生存之路，全聚德有烧鸭、肯德基有新奥尔良烤翅，必胜客有比萨。那么我们“好百年”有什么呢？这是我们必须要考虑的一个问题，西餐厅不是招牌，因为现今早已不是垄断时代了，亮出自己的品牌和特色才能繁荣和发展。

其三、个性销售，从填饱肚子到追求美味、环境，从追求美味、环境到追求文化内涵，消费者的品味和要求越来越高，为了满足顾客个性化要求，就要从顾客的要求出发，对每一位顾客开展差异性服务。

1、餐环境的个性化。不仅仅是填饱肚子，就餐环境也很重要，不同的座位，不同包间、包厢座位、聚餐座位、情侣座等。不只是座位个性化，整个环境、气氛也很重要，我们作为经营者应该用各种各样的外国文化、异域风情来吸引顾客的眼球。

2、菜单的个性化，菜单作为客人在餐厅用餐的主要参考资料，起着向客人传递信息的作用，客人从菜单上不仅可以知道餐厅提供的菜品、酒水及其价格，还可以从菜单的设计、印刷上感受到餐厅服务的愿望和文化品位。

3、菜品的个性化：菜肴有个性、餐具特点等等。

4、员工服务个性化，餐厅的服务人员是服务工作的执行者和餐厅产品的直接生产者，因此，服务质量的好坏完全取决于服务人员素质的高低，一个能够为顾客提供个性化服务的员工不但需要掌握熟练的工作技能，同时还应具有丰富的文化知识，出色的沟通能力以及细致的观察能力和应变能力，以真诚的服务感动客人，从而使客人对餐厅留下了美好的深刻

的印象。

餐厅的营销成果有赖于灵活、各样的营销手段，西餐厅常见的营销手段有：

- 1、服务过程中的现场推销；
- 2、新闻媒介的广告、宣传；
- 3、节日推销，如情人节、圣诞节等；
- 4、利用名人效应的推销；
- 5、宣传品推销、节日套菜宣传，走廊墙壁的菜肴、餐厅环境图片的宣传；
- 6、消费优惠促销；
- 7、特色餐饮的促销。

总之，我们的营销活动必须讲究实效，要注意分析营销投入与支出，根据实际情况随时调整营销活动，从而提高餐厅的营业收入。

餐饮闭环管理方案篇五

市场调查与分析，建立一个餐饮场所，首先要进行市场调查，做好市场定位。因为这两个经营市场的消费者均非属餐饮消费市场的主导，所以在餐位数确定后，在餐饮经营之前应将制订《市场经营计划》放在首位，并考虑如下事宜，再对本餐厅进行定位。

1. 当地的饮食习惯爱好：包括：菜品的原料、配料是否便采购。当地人对菜肴的口味要求，制作方式的接受程度，价格接受能力等。

2. 就餐人员的就餐形式；当地消费市场的消费结构是趋于一个什么样的状态，是商务宴请为主或是公款消费或者是家庭宴请居多。

3. 就餐人员的交通方式；此点尤为重要，也决定了一个餐厅的地理位置的选址，是否有利于消费者方便用餐。

綜上新述，说明一个餐馆只能适应一部分的顾客需求，必须分析自身的能力条件，分析当地市场对本餐厅具威胁的竞争对手，慎重确定本餐厅的顾客主导群是哪一阶层。