

餐饮业营销方案 餐饮销售方案(模板5篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

餐饮业营销方案篇一

餐饮市场营销策划是一门研究竞争和不断变化的市场环境中如何识别，分析，评价，选择和利用市场机会，如何开发适销对路的产品，探求饭店生产和销售的最佳形式和最合理途径，目的就是以最少的劳动耗费取得最大的经济效益。

一、目标市场分析

本酒楼的顾客主要是中上层人士和政府机关工作人员，但其中也有不少是私款消费，这要求酒楼在提高档次的基础上必须兼顾那些私款消费者的个人利益。

二、定价策略

1、饭菜基本上可以保持原来的定价，但要考虑和中秋节相关的一些饭菜的价格，可采用打折(建议使用这种办法)或者直接降低价格的办法。

2、针对价格高的饭菜，建议采用减量和减价想结合的办法。

4、其他的酒水价格和其它服务的价格可根据酒店的实际情况灵活变动，在中秋节的前后达到最低价(但要针对酒店的纯利润来制定)。

三、营销策略

1、制作专门针对中秋节的套餐，可以根据实际的情况分实惠、中、高三等，有二人餐、三人餐等类型，主题要体现全家团圆，可赠送月饼(价格不需要太高)。

2、如果一家人里有一个人的生日是8月15日，可凭借有效的证件(户口本和身份证)，在酒店聚餐可享受5-6折(根据酒楼的实际情况决定)的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。

3、如果手机和固定电话号码尾号是815(成都地区以内)，可凭借有效的证件(户口本和身份证)，在酒店聚餐可享受5-6折(根据酒店的实际情况决定)的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。最好是酒店直接联系一下这些人。

，减少一些相关的费用。对这部分客户可用专车接送，同时也建议给他们推荐中秋节套餐。

餐饮业营销方案篇二

(1)各个公司到本地出差的员工;稳定性高，不具有太强的季节性。是非常有潜力的客户类型。

(2)各个旅行社的旅游团队;稳定性低且具有明显的季节性，聚集在一个时期。

(3)零散客户;零散客户时刻都有，所以抓紧零散客户很重要，可以给公司在淡季创收。

二. 目标市场产品定位

宾馆行业受季节等各个因素影响，例如旅游旺季，销售量大，

三. 产品营销渠道

(2) 与各大旅行社，旅游团队合作。

(3) 与各大公司，政府机关建立业务往来等。

四. 产品定价

(1) 淡旺季采取适当决策，适当提高或降低价格。

(2) 适当提高价格，并多打一些折扣。

具体实施方案

1. 实行销售优惠政策

可以与各个酒店，旅行社合作，相互推荐客户。共同发展。并对各大公司，政府机关，各事业单位及老客户实行优惠政策，建立业务关系。并建立完善的档案管理系统，为客户建档，对客户实行分层管理，对重点客户，一般客户，和有潜力的客户进行分类建档。详细记录客户所在单位，客户姓名，地址，全年消费金额以及给该单位的折扣等等。积极听取客户建议，完善反馈机制，及时修改销售决策。

2. 建立灵活的激励营销机制。来争取客源

销售部应配合宾馆整体的营销体制，制订完善市场营销计划及业绩考核实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给总经理。

3. 中介开发：

宾馆为保证入住率至少要开发2家以上比较稳定的订房中介，结合2~3家次要中介的合作基本能保证酒店维持比较高的入住率。

4. 各部门密切合作，发展优势

宾馆各部门做好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥宾馆整体营销活力，创造效益。加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐宾馆，宣传宾馆，努力提高宾馆知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

5. 热情周到的服务

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天候”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

6. 完善反馈机制，及时修改制定决策

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

餐饮业营销方案篇三

调动员工全员营销意识，提高服务质量；

二、操作方案

适应对象一：各部门员工

1、提成方案

凡自己顾客在酒店任何部门消费都按实际消费金额提成2%算做个人业绩提成；

2、业绩确认

员工客户必须由本人亲自向消费部门经理在客到之前提前预定有效；

适应对象二：各吧台收银、接待、预定员、足浴技师、部门主管、部门经理

1、提成方案

2、业绩确认

员工客户必须由本人亲自向消费部门经理在客到之前提前预定有效；

三、操作规定

1、当日员工业绩统计，由各营业部门经理次日在上班之前，将统计表交到陈玲处；

2、员工业绩提成月底统一在财务室领取；

5、顾客主动打电话到酒店任何部门预定都不算做个人业绩；

6、远大公司客户均不算业绩；(集团公司、工厂、贸易、房产、酒店内部)

7、以下几种行为将受到酒店严厉调查处理；

(1) 适应对象二利用职务之便将本部门业绩倒卖或馈赠给其他

部门员工的；

(2) 接受他人利用职务之便馈赠业绩者；

(3) 因抢客户造成顾客不适应、不满意者；

(4) 因利益或者私人恩怨怠慢顾客者；

(5) 以任务为借口或者透露，从而给社会带来对酒店不良评价者；

四、以上方案未尽之处以行政人力资源部通知为准；

五、以上方案自20xx-8-1日起正式试行。

餐饮业营销方案篇四

为了能更好的维护客户，做好餐饮销售，从而提高餐饮营业收入，增强盈利能力，达到全员营销的目的，特制定如下餐饮营销提成方案来提高销售人员的积极性：

2、宴会：桌数在三桌以上(含三桌)的宝宝宴、聚会、年会，提成比例为消费额的1%；

4、执行时间□20xx年第4季度(10月11月12月)

1、享有订餐协议8.7折，订房协议价；

2、享有赠送菜品售价40元以内，每桌仅限1份；

3、享有宴请重要客户的权限，必须提前下申请单，逐级签字完毕后，方可执行。

餐饮业营销方案篇五

活动内容：

1、广告语：“游王府，吃川菜，送清爽”。

5月1日——5月7日黄金周期间，凡持当日游览__花园门票的宾客来店用餐，每桌可获赠清凉甜爽水果一份(或酸梅汁一杯)。

2、触摸“五一”幸运摸奖活动

5月1日——5月7日黄金周期间，在__店用餐者以桌为单位，均可凭结账单参加抽奖活动，凡抽出写有“五一”字样的客人将获得__花园门票一张；凡抽出写有“五一__店”字样的客人将可获得三轮车什刹海胡同游览券一张。

3、“__饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

5月1日——5月13日活动期间，__店每日限20只__饭店蔬香樟茶鸭特价销售，原价96元/每只，特价60元/每只。活动期间还有两款特价菜以供宾客选择：上汤扒双鲍118元/份(原价198元)、葱烧赤参 48元/份(原价88元)。

另外，为回报消费者，5月1日—5月13日活动期间，__店特推出“精品川菜、百姓价格”的三款套餐：亲子三人套餐188元、快乐六人套餐588元、全家福套餐(10人量)880元。

4、订“益智斋”餐厅送花园游

5月1日——5月13日活动期间，凡在“益智斋”用餐的宾客可免费游览__花园。让宾客充分体会到“__里的川菜，川菜中的经典”意境。

五一劳动节餐厅促销可以采用以下方式：

- 1、客户服务：订餐、订房后的确认短信，来店前短信提醒或地址信息；
- 2、广告宣传：利用广告群发手段进行广告宣传，发布特价信息，提高人气；
- 3、节假日客户生日关怀短信：利用节假日或老客户生日提供价格优惠，吸引客人；
- 4、短信打折券、现场短信交友；
- 6、现场抽奖：客人发送短信有机会获得价格优惠，或者赠送特色菜。既提高客人兴致，也可借此获得大量客户手机号，成为未来宣传服务的目标。

餐饮营销策划