

最新小饭店促销方案 小饭店促销活动方案 (精选5篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。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范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

小饭店促销方案篇一

国庆红礼乐翻天

20xx年1月1日——1月7日

提升客单价，促进销售目标达成。

内容消费者在9月23日——1月11日期间，只要购物满56元即可加1元换取我们精心为消费者准备的15种商品中的任意一件。

备注：

1、单张小票不累计。

2、前场联营、团购、烟草不参加此活动赠品要求：挑选十五种(或十五种以上)商品作为活动商品。要求商品售价在3元以上的商品，也可对部分毛利损失较大的商品进行限量，但每天需保证在8个商品以上。

五、介绍活动、活动日期及商品活动。

竖幅、横幅、巨幅、门前广场刀旗、免费购物班车车身贴；

社区气氛：社区条幅、社区海报；

店内气氛布置：入口展板、活动现场的气氛营造、店内海报、广播稿。

企划部：负责活动宣传、策划、操作及跟进。

采购部：负责商品的组织、到位。

财务部：负责资金的. 到位。

门店店长：活动操作的总负责人、负责督促各部门的工作。

门店店办：负责活动方案的具体执行与工作协调，负责对整个活动进行统计、分析、总结。

门店客服部：负责活动商品发放和统计活动。活动广播、咨询、解释。

门店美工：负责店内广告及pop的宣传，活动气氛布置。

广告气球：门

猜你感兴趣

小饭店促销方案篇二

小饭店有时为了吸引顾客，同样是会举行促销活动的，在进行促销活动之前需要做好一个策划方案。下面是本站小编为大家整理的小饭促销活动方案范文，希望对你有帮助！

一、活动背景

xx饭店是南京城市的“中心地标”，东西方文化在这里交相

辉映。作为“世界一流酒店组织”的成员，饭店以典雅舒适的尊贵客房，荟萃环球美食的各式餐厅，先进、快捷的商务会议设施，以及功能齐备的康乐服务，吸引了无数顾客的光临。为庆祝圣诞节的到来，饭店决定回馈消费者，举行促销活动。

二、活动主题

庆圣诞□xx饭店真情回馈

三、活动目标

提高知晓度，刺激消费，提高营业额。

四、活动时间

宣传时间□201x.12.15——201x.12.23

活动时间□201x.12.24——201x.12.29

五、活动安排

第一阶段 准备阶段 时间安排表

第二阶段 活动宣传推广阶段

第三阶段 促销方案实施阶段

六、促销活动方案设计

活动方案一

(1)活动主题：幸运抽奖活动

(2)活动时间：12月15日---12月29日 正常营业时间

一等奖 1名 价值3000元旅游代金券一张 二

等奖 1名 价值20xx元旅游代金券一张

三等奖 1名 价值900元旅游代金券一张

阳光普照奖 其余未中奖客户均赠送价值100元代金券一张，可与下次来本店消费时使。

(6)活动内容：活动期间，单张现金消费1000元，可至服务台领取抽奖券一张，超过1000元，按照1000倍数领取相应数目奖券，不足1000元部分不计入。

(6)开奖时间：抽奖箱中集齐699份抽奖券，即短信通知箱中客户具体抽奖时间及安排，届时请广大客户见证。

(7)兑奖说明：中奖者凭抽奖券正券及身份证至服务台领取相应奖品

(9)注意事项：本活动不计算累积消费；活动期间请关注饭店厅堂显示屏抽奖箱号码积累情况；若开奖后三个月内无法联系到获奖者，将以获奖者名义将奖金捐献慈善机构；活动中所有奖券不兑现、不找零，若涉及个税，中奖者自理；本公司所有员工及有关人员一律不参加本活动。

活动方案二

连续入住两晚或提前三天预订可享受100元优惠，贵宾会员入住享受100元会员优惠。 此包价包含：

*免费享用一份价值147元丰盛的中西式自助早餐；

*免费欢迎水果；

*免费房内有有线/无线宽带上网；

*延迟离店至下午二时(视房间状况而定)。

贵宾会员通过连锁酒店官网、天猫连锁酒店旗舰店及预订中心以促销价预订客房，还可获赠201x新年台历一本。

备注：以上所有价格为净价，已包含政府税和服务费；本包价自201x年12月15日起；敬请提前预订。

1. 降价优惠

一般来说，降价优惠有两种表现方式：折扣及特价。折扣是指以原售价的折扣数吸引消费者，例如：全面八折,库存较多的一些产品全面5折等，由于相关行业对于降价习惯性的表达手法，使得消费者对于竞争餐厅会以“折扣数”作为比较的基准，此时，折扣的促销便能派上用场；如果，消费者对价格的认知是以“绝对金额”较敏感，或是目的促销餐厅内某产品，则可运用特价的促销方式。例如：周一到周四每天一种产品特价，如：周一“鸡柳汉堡xx元一个”周二“鸡腿汉堡xx元一个”以此类推不要有重复的。

降价优惠是促销最为简单的方式，因此容易被草率的推出，若能在运用上跳脱刻板模式，稍用点心思，也可以具有创意的，也会有不同效果和惊喜。

2. 随货赠品

随货赠品是指消费者买a产品送b产品。还可以在一定的消费金额或特定商品作为赠品的条件，例如购满xx元即赠送或购买a商品送随货赠品仍为降价的变相促销手法，主要是避免因直接降价所产生的负作用，以赠品对消费者施以小惠，使消费的顾客有受加馈的感觉。由于消费者心动的源头来自赠品，因此赠品的选择占有举足轻重的地位，在选定赠品上就必须

相当用心。一般而言，可以赠品与商品的关连性以及赠品的独特性或价值性为考量的重点。可以结合社会性事件，塑造赠品的独特性与价值性。此外，赠品应避免粗糙低廉，才不会使消费者有受骗的感觉。

3. 折价券

折价券是指凭券购买特定商品，可享有折价之优惠，折价方式可以折让价或折扣数来表示，例如：购买a商品，原价120元，本券折价20元或凭券购物享九折优惠，由于折价券兼具促销与广告这双重功能，因此运用得相当广泛。折价券可依目的的不同设定特定时间、特定门市、特定产品，以及购买金额的最低限额而有不同组合方式的运用。换言之，它可以全域性推出，也可以区域性甚至单台推出；可以集中在特定购物时段，可以限定特定商品，更可以与广告媒体搭配，所以折价券的组合运用相当多样化，若能与行销策略结合将能有更大的效益，例如：剪报纸折角，凭券买a商品可以折价20元，一方面可以促销a商品，另一方面可以评估报纸媒体的效益，此方法最适用于新门市开幕。

折价券的发送方式

可用店内发送、街头分送、与媒体结合、附于商品上等不同管道，目前更有企业发行折价券手册，针对目标顾客群进行长期性的耕耘，由于折价券仍为凭券折价，对于不能取得折价券的消费者如何应对或告知取得的方法，成为在促销实施中必须考虑到的要点，若是有特殊条件才可取得折价券，更要训练营口市业人员，应对之话术，以免得罪顾客。

4. 集点券

集点券是顾客消费时发给点券，当顾客集满一定点数后即可获得赠品或折价消费等优惠之促销手法，例如：每购满xx元送一点，集满10点可兑换；a集10点购买类商品享超低特惠价

等集点券的主要目的确促使顾客再次上门，达到顾客回笼多次消费，并且期望建立忠诚度，以稳定客群。

由于消费者需要一段时间的消费累积集点，方能享受集满点数的利益，且其在选择是否参加集点活动，通常会直觉地反应出对于集点难度的主观判断，因此对于集点券的促销方式，须注意要让消费者感觉是可以达到的，才能具有效果。

集点券的诱因在集满点后的优惠，不论是赠品或者说折价者要使消费者觉得有足够的吸引力，同时配合活动期间的适当稀薄度及来店消费频率。总之，消费者永远希望“看得到也吃得到”，当诱因的取得，是容易达成的，消费者才会乐意参加，因此集点券的规划者更要特别注意，以免因遥不可及而影响效果。

5. 会员优惠

会员优惠指针对拥有会员卡消费者，在消费时享有特定的优惠条件，其优惠条件可有不同的组合，例如：会员独享特价优惠；凭会员卡购满xx元即送；会员专购商品区等。

可用期，与顾客如何建立长期关系，将是未来连锁店经营的致胜关键，而建立顾客资料是建立关系的基本，会员优惠则是藉由消费与互动来建立长期关系，目前已有相当多连锁店使用会员卡，并且提供会员专属权益，可以见，未来会员卡将更为广泛使用。

会员优惠的运用，必须注意两大重点，一是会员取得的条件，二是会员优惠办法。会员取得有付费参加者，例如：缴入会费xx元即拥有会员资格；购满xx元即可兑换会员卡；购满xx元再加xx元，即可拥有贵宾卡等。有免费加入者，例如：填写申请书，立即成为会员。会员取得的难易度会影响顾客加入会员的意愿，如果太难将使顾客退步，增加招揽会员的困难；如果太容易，又会失去会员独享的美意，也可能有会员反应

没有受到重视。

通常会员取得的难易会与会员优惠办法有关;如果会员优惠政策办法比较一般化,例如:会员九折优惠,则应使会员的取得简单化;如果会员优惠与非会员有相当大的差异。例如:定期性特定商品会员特卖会,则应使得会员有独享的感觉,因此会员资格应较为严格。

会员优惠办法,可配合单元中其它促销手法组合运用,例如:折扣、特价、赠品等方式。为了表示对会员的特别待遇,也可以“特选商品”回馈会员活动,独立优待会员。

6. 摸彩与抽奖

摸彩与抽奖也是经常被使用的促销手法,由于摸彩与抽奖奖项额度有各种不同变化,加上一般人多少有一点赌性,因此摸彩与抽奖经常可激起消费者相当高的兴趣,尤其在第一独特奖的奖项相当诱人时,更是能吸引很多期望以小博大的消费者参与。

摸彩与抽奖在运用上,必须注意参加办法与中奖机会及奖额大小,参加 ;办法例如:每购xx元可兑换摸彩券一张,凭券抽奖。填妥问券资料,即可参加抽奖;猜中谜底,可参加抽奖;截止收件后,集中公开抽奖。

7. 随货赠券

随货赠券也是一种比较直观的一种促销方案主要是让顾客还可以凭券享受优惠的政策这样有较大的回头率能留住老顾客;例如:一次性消费满15元免费赠送3元赠券;一次性消费满25元免费赠送5元赠券;一次性消费35元免费赠送8元赠券;不能抵换现金 仅限下次使用。

8. 寻找合作对象

寻找合作对象主要是靠你合作的对方给你提供生意的途径，合作的对象主要针对，宾馆、网吧、娱乐场所[ktv]等等，都可以在友好的协商下“挂灯箱”或者是做“精美的小餐牌”也可以在网吧的电脑的桌面壁纸上做价目表。然后协商好后就可以每送一次外卖对方拿多少提成这个就自己和对方协商。这样的话生意就做的比较广泛了有来自不同的渠道了。

共2页，当前第1页12

小饭店促销方案篇三

xx饭店是南京城市的“中心地标”，东西方文化在这里交相辉映。作为“世界一流酒店组织”的成员，饭店以典雅舒适的.尊贵客房，荟萃环球美食的各式餐厅，先进、快捷的商务会议设施，以及功能齐备的康乐服务，吸引了无数顾客的光临。为庆祝圣诞节的到来，饭店决定回馈消费者，举行促销活动。

庆圣诞□xx饭店真情回馈

提高知晓度，刺激消费，提高营业额。

宣传时间□20xx.12.15——20xx.12.23

活动时间□20xx.12.24——20xx.12.29

第一阶段准备阶段时间安排表

第二阶段活动宣传推广阶段

第三阶段促销方案实施阶段

活动方案一

(1)活动主题：幸运抽奖活动

(2)活动时间：12月15日---12月29日正常营业时间

一等奖1名价值3000元旅游代金券一张二

等奖1名价值20xx元旅游代金券一张

三等奖1名价值900元旅游代金券一张

阳光普照奖其余未中奖客户均赠送价值100元代金券一张，可与下次来本店消费时使。

(6)活动内容：活动期间，单张现金消费1000元，可至服务台领取抽奖券一张，超过1000元，按照1000倍数领取相应数目奖券，不足1000元部分不计入。

(6)开奖时间：抽奖箱中集齐699份抽奖券，即短信通知箱中客户具体抽奖时间及安排，届时请广大客户见证。

(7)兑奖说明：中奖者凭抽奖券正券及身份证至服务台领取相应奖品

(9)注意事项：本活动不计算累积消费；活动期间请关注饭店厅堂显示屏抽奖箱号码积累情况；若开奖后三个月内无法联系到获奖者，将以获奖者名义将奖金捐献慈善机构；活动中所有奖券不兑现、不找零，若涉及个税，中奖者自理；本公司所有员工及有关人员一律不参加本活动。

活动方案二

连续入住两晚或提前三天预订可享受100元优惠，贵宾会员入住享受100元会员优惠。此包价包含：

免费享用一份价值147元丰盛的中西式自助早餐；

免费欢迎水果；

免费房内有有线/无线宽带上网；

延迟离店至下午二时(视房间状况而定)。

贵宾会员通过连锁酒店官网、天猫连锁酒店旗舰店及预订中心以促销价预订客房，还可获赠201新年台历一本。

备注：以上所有价格为净价，已包含政府税和服务费；本包价自20xx年12月15日起；敬请提前预订。

小饭店促销方案篇四

每一个节日的到来，餐饮和酒店都有自己的规划，这里我就把20__国庆节期间酒店餐厅促销活动方案策划拿出来给大家分享咯！以便各餐厅更好地开展自己的促销活动！

一、活动主题：“庆七天乐，优惠、美味等你来

二、活动时间：10月01日~10月07日

三、活动目的(提升客单价，促进销售目标达成)

五、介绍活动，活动日期及商品活动。

六、气氛布置。店内气氛布置：入口展板，活动现场的气氛营造，店内海报。

七、活动执行与分工：

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：

- 1、菜式，餐厅促销，很多商家会推出相应的套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择
- 2、制作：让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望
- 3、观赏：在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌
- 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。