

# 2023年广告策划方案(通用7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？以下是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

## 广告策划方案篇一

### 学习总结

首先很高兴能够成为xxx集团公司的一员。人生中有许许多多的驿站，每个驿站标志着一个过程的结束，同时也意味着一个新过程的开始。能成为公司的一员我感到无比的荣幸和激动。

学习总结：海底捞的成功之处在于如何去感动每一位员工，员工感化每一位顾客，需要什么样的投资，才能让员工拥有好的心态，才能拥有好的文化，才能拥有好的团队，才能拥有好的业绩。发现.创新.鼓励.团结.朝气.激励.表扬等等全都在海底捞体现的到，在海底捞基本看不到批评的场面，即使你做错了，迎来的是——语气温和的，略带真诚的教导，而不是破口大骂和批评。“感动员工”应该是对所有管理人员的基本要求。一名管理人员一天感动10名顾客，还不如一天感动5名员工，因为受到感动的五名员工绝对不止感动10名顾客。只有要求管理人员感动员工，才能与要求一线服务人员“感动顾客”在逻辑上保持一致。服务质量问题并不在服务本身，服务流程可以制定得无限完美，服务标准可以要求得无限严格——但是我们能做到些什么？服务问题本质上是对服务人员的激励问题。亲情服务不是靠高标准要求出来的，也不是上级能够培训出来的，而是传递的——将别人对自己的亲情传递给顾客，将自己受到的感动传递给顾客，这才是亲情服务。要传递就要有来源，谁来给员工亲情？谁来感动

员工？不能把感动的来源寄托在别人身上，只有我们自己努力，让我们的企业、让企业所有的管理者来感动每一名员工。其次，海底捞和大多数同行业不是我们的竞争对手，而是我们学习和效仿的服务文化榜样。很多和海底捞一样的企业，在前几年的行业竞争当中，都摇摇欲坠，像“巴奴”、“百年老妈”都面临破产。唯独海底捞最为火爆，最为引人注目，问题出在呢？最后“巴奴”、“百年老妈”开始学习，效仿海底捞的管理经营模式，慢慢地起死回生，效益也是越来越火爆。

新员工入职：在加入海底捞之前，每一个人都需要对公司有着绝对的忠诚，要有一颗博爱、大度、宽容、善良、乐于助人、无私奉献的心。

一：海底捞对员工的思想教育，技能知识培训放在第一位，使每一个加入的人都成为经过正规培训的“正规军”，而不是“游兵散勇”。有组织有纪律，有团结精神的一个整体。人事部经理会带着新员工熟悉店的环境。然后带新员工领取生活用品，被子、被褥、枕头、床单、牙膏、牙刷、面盆、洗衣粉、拖鞋等一些生活用品，当然如果你是这个月的优秀员工，那你下个月就不用买洗发水了。最后带到整齐如一的宿舍，房间干干净净，没有一点异味，被子叠的整整齐齐，有角有棱，有种进到军营里的感觉。（宿舍是不能放自己私人鞋子的，走廊有专门的鞋台，室内有分发给每一个人更衣柜，宿舍要保证整洁干净，为了保证每一位员工有充足的睡眠，晚上23点整，所有宿舍闭灯休息，每间宿舍有名宿舍长，负责每天的打扫监督，另外还有叫起床。宿舍长都有着无私奉献的精神。另外店长或者主管晚上还要查房，为没有盖好被子的员工，捏下被角，以免感冒。）

二：新员工第一天上班会有非常般的“礼遇”，店里的管理人员都会去和每一位新员工认识。在很多企业里都是新员工先向老员工自我介绍，因为新员工刚刚到一个陌生的新环境，陌生的同事，会有点激动，往往话都不会说。但是，在海底捞都是老员工先向新员工介绍自己，讲讲自己的优秀事迹，

希望能成为某一个新员工的“师傅”。最后才是新员工自我介绍自己。在海底捞能够拥有一名“徒弟”是一件非常荣幸的事。因为他代表着自己工作能力的表现，和自己的受欢迎度，而且还可以得到1颗星的奖励。（10颗星可以得到当月的优秀员工奖励300元，最多奖励每次只能得2颗星。）往往新员工的分派或者宿舍，如果条件允许都会安排在同一区域，让同一批来的员工有一个小集体感，慢慢地培养感情，最后成为好朋友，成为一个小团队，让彼此在以后的生活当中有一个好朋友。新员工刚到的前几天，都会被经理叫到一起，一起吃饭，问问工作上有什么问题，需不需要他的帮忙，如果工作上或者生活上需要帮助可以随时找他，另外留下自己的电话号码，安排新员工提前下班。

三：每天的早会是员工最喜欢的，因为，在海底捞的例会上，领班主管经理就像“快乐大本营”里面的主持人，开心愉快的和员工开会，把前天做的不足的地方，需要改进的地方，或者有什么新的通知，都会以幽默的方式传达给员工，让员工开开心心的有一个良好的状态去工作。举个例子我的亲身经历：“今天中午□xx员工擦杯子的时候非常温柔地爱抚杯子，杯子受到挑逗把持不住自己破了，划破了xx员工雪白柔嫩的小手，留了很多血，古人云一滴血需要10个鸡蛋才能补回来，鉴于xx员工当时没有把流出来的血收集，不知道留了多少滴血，为公司节约了无数枚鸡蛋，为了表一安慰，店特赏赐——鸡蛋两枚，可乐1瓶，创可贴2个。如果其他员工不怕疼想流血，可继续温柔地去爱抚你们那可爱的小杯子。”经理会亲自给你整理着装，给你剪指甲。

四：在海底捞从上到下，每一位海底捞的员工着装整齐，见到同事都会亲切微点头，送上一句“你好”。“早上好”。“下午好”。“晚上好”。“你好x经理”。“你好x主管”。“你好阿姨”。“你好，帮我把茶瓶带走号码？”“您好，辛苦了”……充满了礼貌用语，让人心里很舒服，带着愉悦的心情去工作。

五：感动顾客：“先生，您的鞋子脏了，我帮您擦一下吧；”“小姐送您一块眼镜布，擦下眼镜，吃火锅有蒸汽熏到眼镜的；”“嗨~~！小朋友，姐姐送你一个小玩具，希望你喜欢，下次还带你爸爸妈妈来哦；”“先生，您的手机快掉了，我帮您往里放下；”等等等等很多有声的服务，往往服务员亲切.真诚.礼貌地对待顾客，都会让顾客受到很大的感触，会对这家店印象深刻。

六：海底捞每天会从利润里抽出一部分钱，作为对当天做的比较好的员工一点小小的奖励，往往一个苹果.一瓶饮料都会让员工万分的开心，使自己对后面的工作更具有信心做的更好。这样也会激励其他员工去把工作做好，去感动每一位顾客，每一位同事。或者是在例会的时候给大家唱一首歌，让大家开心，让每一个人开心。

总结：海底捞的宗旨

一：三大目标

- 1、创造一个公平公正的工作环境；
- 2、致力于双手改变命运价值观，在海底捞变成现实；
- 3、将海底捞开向全国。？

二：海底捞服务

- 1、细心、耐心、周到、热情
- 2、客人的每件小事要当成大事去做。

三：员工四不准

- 1、不准给脸色给客人看，不准与客人争吵；

- 2、不准因客人的打扮而轻视客人、议论客人；
- 3、不准因与客人认识知道客人的过去而议论客人；
- 4、客人掉在餐厅的物品不能容纳为己有，应该主动上交吧台。

#### 四：海底捞的含义

##### 对员工的解释

- 1、海：大海宽阔（品牌）无穷无尽；
- 2、底：海底捞用人的原则，每位员工必须从底层做起；
- 3、捞：综合素质，用勤劳的双手去改变自己的命运；
- 4、对客人的解释：海底捞的火锅有大海一样无穷无尽的食物，应有尽有给顾客品尝。？

#### 五：用人原则

必须是一位勤快的人，哪怕你再笨我们都愿去教你。

#### 六：培训

- 1、员工的思想培训和思想教育。（热爱自己的公司，热爱自己的工作，热爱自己的同事）
- 2、员工基础知识培训。（对酒店的基本知识进行培训如：托盘，斟酒，摆台等）
- 3、员工所从事的工作认知度。（认清自己所从事的行业）
- 4、员工的规章制度。（严格遵守公司的各种规章制度，无规不成方圆）

5、员工的福利待遇。（让自己的付出能够得到对等的回报）

6、员工的发展前景。（让自己对自己在公司的发展有希望）

从长远的角度来看，作为新兴的加盟连锁公司，应该在起步的时候注重质量，努力打造品质，创造一个全国及全世界响亮的“xxx”金字招牌。

## 广告策划方案篇二

本公司代理广告产品的全盘广告作业，至今已将近两年，两年来，本公司无时不以兢兢业业的敬业态度，为该系列产品的市场营销及广告策略等做积极的策划，在广告上除了力求表现外，更时时配合蒸蒸日上的业务，促进产品销售。

本公司代理洗发水广告，第一年[20xx]年的广告重点是放在该产品的上，对于商品知名度的扩大及印象的加深有不可轻估的贡献，该篇广告并因而荣获主办的广告金桥奖【“最佳创意奖”第二名】。第二年[20xx]为配合贵公司的经营方针，前半年度以该产品的为广告之主力的商品，强调产品的重要性。我们选用的标题是“对付要选择好的”，教育消费者正确选择观念及方法，也收到良好的效果，同时亦荣获主办的广告最佳创意“优胜奖”。

然而，根据分析，产品的市场虽然较大，但因竞争品牌众多，广告投资量大，欲争取较高的市场占有率，殊非易事。本公司建议明年度销售及广告诉求重点，应放在指名购买及衔接20xx及20xx年广告投资重点上，并以产品为主，以下即本公司根据市场及消费者心理各项因素所研拟的20xx年产品广告企划案，尚且不吝斧正。

### 二、广告商品

\*公司——产品

### 三、广告目的

- 1、促进指名购买
- 2、强化商品特性
- 3、衔接05\06年广告
- 4、传播影响程度：不知名—知名—了解—信服—行动

### 四、广告期间

20xx年6月——20xx年6月

### 五、广告区域

全国各地区（以城市为主）

### 六、广告对象

所有居民用户

### 七、策划构思

（一）市场大小的变化情况的两种：

a□量的变化——随着人口的自然增减而变化。

b□质的变化——随着社会形态（如农业进入工业区）、价值观念、文化水准等而变化。

在这两种变化中同类型商品都会蒙受同样的影响，即厉害均沾，而且变化多是渐进的，也非单独某一品牌的力量所可左右的。

(二) 旧市场占有率的提升 (即袭夺其它品牌的市场)

(三) 使用及购买频度的增加

就产品而言，因系属生活用品，为个性之商品，与一些会导致冲动购买的商品不同，故“新市场之开发”甚为不易，只得利用旧有市场的互相告知，以增加新市场，而市场本身质与量的变化所扩增的市场也不可能独占。

在“使用及购买频度的增加方面”亦因产品日常生活用品，购买率很高，但是各种品牌太多，而无法对整个业绩的增加有所裨益，故真正能让我们加以发挥努力的只有“旧市场占有率的提升”一途，以及如何袭夺其他品牌的市场，使其消费者转换品牌，指名购买我品牌，此为我们今后在广告推广方面致力的目标。此一目标又可区分为：

- 1、促使消费者指名购买产品
- 2、促使产品店老板主动推荐产品

## 八、广告策略

针对消费者方面—

- 1、针对各阶层消费者，运用不同媒体做有效的诉求。
- 2、制作sticker张贴计程车上，公共椅背上及公共电话或公司行号的电话机上，以随时随地地提醒消费者注意，弥补大众传播媒体之不足，并具有公益及pr作用。
- 3、制作小型月历卡片，于元旦前散发赠送各界人士利用，譬如置于\*\*店、商业区（服务台）供人随意索取，也可夹于杂志页内，赠送读者。



4、除正式大篇幅的广告外，在报纸杂志上另可采用游击式的策略，运用经济日报的插排（孤岛广告）和联合、中时的分类广告版，不定期刊登小广告，一则省钱，二则可弥补大广告出现频次不够多的缺失。只要设计得简明、醒目，依旧有很大的效果，美商海陆公司即会运用此一策略。

## 九、广告主题表现及媒体运用

### （一）卡片及广告牌的广告内容

宣传口号（）。

在广告牌上画一样与产品有关联的东西，重点体现在他身上的产品，还有产品品牌。在卡片上同样如此，不过可以附送试用品。让用户感受以下效果，让他们买的更放心。

### （二）电视广告策划

在电视台的黄金时间播出：

画面：设计动画和台词（）

### （三）广播台

广播内容就是介绍产品，例如请嘉宾，做一个专访。

## 广告策划方案篇三

首先很高兴能够成为xxx集团公司的一员。人生中有许许多多的驿站，每个驿站标志着一个过程的结束，同时也意味着一个新过程的开始。能成为公司的一员我感到无比的荣幸和激动。

学习总结：海底捞的成功之处在于如何去感动每一位员工，

员工感化每一位顾客，需要什么样的投资，才能让员工拥有好的心态，才能拥有好的文化，才能拥有好的团队，才能拥有好的业绩。发现，创新，鼓励，团结，朝气，激励，表扬等等全都在海底捞体现的到，在海底捞基本看不到批评的场面，即使你做错了，迎来的是——语气温和的，略带真诚的教导，而不是破口大骂和批评。“感动员工”应该是对所有管理人员的基本要求。一名管理人员一天感动10名顾客，还不如一天感动5名员工，因为受到感动的五名员工绝对不止感动10名顾客。只有要求管理人员感动员工，才能与要求一线服务人员“感动顾客”在逻辑上保持一致。

服务质量问题并不在服务本身，服务流程可以制定得无限完美，服务标准可以要求得无限严格——但是我们能做到些什么？服务问题本质上是对服务人员的激励问题。亲情服务不是靠高标准要求出来的，也不是上级能够培训出来的，而是传递的——将别人对自己的亲情传递给顾客，将自己受到的感动传递给顾客，这才是亲情服务。要传递就要有来源，谁来给员工亲情？谁来感动员工？不能把感动的来源寄托在别人身上，只有我们自己努力，让我们的企业、让企业所有的管理者来感动每一名员工。其次，海底捞和大多数同行业不是我们的竞争对手，而是我们学习和效仿的服务文化榜样。很多和海底捞一样的企业，在前几年的行业竞争当中，都摇摇欲坠，像“巴奴”，“百年老妈”都面临破产。唯独海底捞最为火爆，最为引人注目，问题出在呢？最后“巴奴”“百年老妈”开始学习，效仿海底捞的管理经营模式，慢慢地起死回生，效益也是越来越火爆。

新员工入职：在加入海底捞之前，每一个人都需要对公司有着绝对的忠诚，要有一颗博爱、大度、宽容、善良、乐于助人、无私奉献的心。

一：海底捞对员工的思想教育

技能知识培训放在第一位，使每一个加入的人都成为经过正

规培训的“正规军”，而不是“游兵散勇”。有组织有纪律，有团结精神的一个整体。人事部经理会带着新员工熟悉店的环境。然后带新员工领取生活用品，被子，被褥，枕头，床单，牙膏，牙刷，面盆，洗衣粉，拖鞋，等一些生活用品，当然如果你是这个月的优秀员工，那你下个月就不用买洗发水了。最后带到整齐如一的宿舍，房间干干净净，没有一点异味，被子叠的整整齐齐，有角有棱，有种进到军营里的感觉。（宿舍是不能放自己私人鞋子的，走廊有专门的鞋台，室内有分发给每一个人更衣柜，宿舍要保证整洁干净，为了保证每一位员工有充足的睡眠，晚上23点整，所有宿舍闭灯休息，每间宿舍有名宿舍长，负责每天的打扫监督，另外还有叫起床。宿舍长都有着无私奉献的精神。另外店长或者主管晚上还要查房，为没有盖好被子的员工，捏下被角，以免感冒。）

## 二：新员工第一天上班会有非常般的“礼遇”

店里的管理人员都会去和每一位新员工认识。在很多企业里都是新员工先向老员工自我介绍，因为新员工刚刚到一个陌生的新环境，陌生的同事，会有点激动，往往话都不会说，但是，在海底捞都是老员工先向新员工介绍自己，讲讲自己的优秀事迹，希望能成为某一个新员工的“师傅”。最后才是新员工自我介绍自己。在海底捞能够拥有一名“徒弟”是一件非常荣幸的事。因为他代表着自己工作能力的表现，和自己的受欢迎度，而且还可以得到1颗星的奖励。（10颗星可以得到当月的优秀员工奖励300元，最多奖励每次只能得2颗星。）往往新员工的分派或者宿舍，如果条件允许都会安排在同一片区域，让同一批来的员工有一个小集体感，慢慢地培养感情，最后成为好朋友，成为一个小团队，让彼此在以后的生活当中有一个好朋友。新员工刚到的前几天，都会被经理叫到一起，一起吃饭，问问工作上有什么问题，需不需要他的帮忙，如果工作上或者生活上需要帮助可以随时找他，另外留下自己的电话号码，安排新员工提前下班。

### 三：每天的早会是员工最喜欢的

因为，在海底捞的例会上，领班主管经理就像“快乐大本营”里面的主持人，开心愉快的和员工开会，把前天做的不足的地方，需要改进的地方，或者有什么新的通知，都会以幽默的方式传达给员工，让员工开开心心的有一个良好的状态去工作。举个例子我的亲身经历：“今天中午□xx员工擦杯子的时候非常温柔地爱抚杯子，杯子受到挑逗把持不住自己破了，划破了xx员工雪白柔嫩的小手，留了很多血，古人云一滴血需要10个鸡蛋才能补回来，鉴于xx员工当时没有把流出来的血收集，不知道留了多少滴血，为公司节约了无数枚鸡蛋，为了表一安慰，店特赏赐——鸡蛋两枚，可乐1瓶，创可贴2个。如果其他员工不怕疼想流血，可继续温柔地去爱抚你们那可爱的小杯子。”经理会亲自给你整理着装，给你剪指甲。

四：在海底捞从上到下，每一位海底捞的员工着装整齐，见到同事都会亲切微点头

送上一句“你好”，“早上好”，“下午好”，“晚上好”“你好x经理”，“你好x主管”，“你好阿姨”，“你好，帮我把茶瓶带走号码？”“您好，辛苦了”……充满了礼貌用语，让人心里很舒服，带着愉悦的心情去工作。

### 五：感动顾客

“先生，您的鞋子脏了，我帮您擦一下吧；”“小姐送您一块眼镜布，擦下眼镜，吃火锅有蒸汽熏到眼镜的；”“嗨~~！小朋友，姐姐送你一个小玩具，希望你喜欢，下次还带你爸爸妈妈来哦；”“先生，您的手机快掉了，我帮您往里放下；”等等等等很多有声的服务，往往服务员亲切，真诚，礼貌地对待顾客，都会让顾客受到很大的感触，会对这家店印象深刻。

## 六：海底捞每天会从利润里抽出一部分钱

作为对当天做的比较好的员工一点小小的奖励，往往一个苹果，一瓶饮料都会让员工万分的开心，使自己对后面的工作更具有信心做的更好。这样也会激励其他员工去把工作做好，去感动每一位顾客，每一位同事。或者是在例会的时候给大家唱一首歌，让大家开心，让每一个人开心。

## 总结：海底捞的宗旨

### 一：三大目标

- 1、创造一个公平公正的工作环境；
- 2、致力于双手改变命运价值观，在海底捞变成现实；
- 3、将海底捞开向全国。

### 二：海底捞服务

- 1、细心、耐心、周到、热情
- 2、客人的每件小事要当成大事去做。

### 三：员工四不准

- 1、不准给脸色给客人看，不准与客人争吵；
- 2、不准因客人的打扮而轻视客人、议论客人；
- 3、不准因与客人认识知道客人的过去而议论客人；
- 4、客人掉在餐厅的物品不能容纳为已有，应该主动上交吧台。

# 广告策划方案篇四

## 1、海底捞简介

四川海底捞餐饮股份有限公司成立于1994年，是一家以经营川味火锅为主，融会各地火锅特色于一体的大型跨省直营餐饮民营企业。公司始终秉承“服务至上、顾客至上”的理念，以创新为核心，改变传统的标准化、单一化的服务，提倡个性化的特色服务，致力于为顾客提供愉悦的用餐服务；在管理上，倡导双手改变命运的价值观，为员工创建公平公正的工作环境，实施人性化和亲情化的管理模式，提升员工价值。二十年来，公司已在简阳、北京、上海、西安、郑州、天津、南京、杭州、深圳、厦门、广州、石家庄等全国21个城市拥有107家直营餐厅，并在新加坡、美国、日本、韩国拥有海外直营店，员工2万多人。现有四个大型现代化物流个大型物流配送基地分别设立在北京、上海、西安和郑州，以“采购规模化、生产机械化、仓储标准化、配送现代化”为宗旨，形成了集采购、加工、仓储、配送为一体的大型物流供应体系。位于成都的原料生产基地，其产品已通过haccp认证□qs认证和iso国际质量管理体系认证。坚持“无公害，一次性”的选料和底料熬制原则，严把原料关、配料关。

## 2、实习岗位介绍

### 2.1实习时间、地点

时间□20xx年12月—20xx年4月

地点：四川海底捞餐饮股份有限公司石家庄一店

海底捞火锅石家庄一分店位于勒泰购物中心，占地面积约1500m<sup>2</sup>，于20xx年10月26日盛大开业，在装修风格上既采用了海底捞一贯的红色系和黑色系，同时增加了一些时尚的元素。在设备配置方面，采用的都是公司最新、最先进设备，

更加方便、高效且美观。在人员编制方面，石家庄一店现在编人员220人，是所有海底捞门店中少有的以年轻人为员工主体的门店，员工的青春与活力为这家店增添了许多亮点。在店经理李和中的带领下，全店员工齐心协力，使得石家庄一店的生意蒸蒸日上，茁壮成长。

## 2.2 岗位描述

在领班的领导下，负责顾客就餐过程中服务员的服务工作，严格遵守标准服务程序，向顾客提供热情、周到的服务。

## 3、实习过程

### 3.1 岗位职责

- 1) 在前厅管理人员的带领下，作好各项服务工作，作到服从指挥，着装整齐遵守规则，礼貌服务。
- 2) 作好开餐前的准备工作，了解近期食品酒水的供应情况。
- 3) 按标准的服务程序，向客人提供优质服务，保持热情，服务周到。
- 4) 了解客人的需求，并热情的在我服务范畴内准确及时的满足他们，
- 5) 了解菜品的制作，并熟记他们的产地价格，和特点。
- 6) 作好酒水和食品的推销，并向上级及时返回信息。
- 7) 接受客人投诉，并及时向上级领班汇报。
- 8) 服从上级下达的任务，而且努力去完成。
- 9) 按餐厅规定着装，配戴工号牌；

10) 负责餐厅内前厅卫生、摆台、餐具准备。

13) 服从安排并积极完成上级所分配的各项工

### 3.2 服务员素质标准

1) 必须接受餐饮专业培训。

2) 了解并掌握餐厅的服务程序和标准，具有熟练的服务技能。

3) 必须熟记菜品、酒水的内容及价格。

4) 具有一定的语言表达能力和应变能力，必要时要掌握一些医疗、消防常识。

5) 表达能力强，善于交际，能自尊自爱。

### 3.3 实习内容

海底捞的服务宗旨是“热情、细致、耐心、周到，把顾客的每一件小事都当做自己的大事来完成。”对于每天快节奏的翻台，员工能把顾客的小事情当成大事来做已经是很不容易的事情了。譬如：顾客想吃冰激凌或是我们店没有的菜品，我们会立马申请出去买，达到顾客的满意。顾客吃药，及时的送上一杯白开水，都从细微之处体现了海底捞的服务宗旨。

我们服务员主要以服务顾客为主，所以对我们的基本要求是要把注意力放在顾客身上，十分投入的服务顾客。还要做到快速准确及业务熟练，顾客需要什么、问关于海底捞的事情要快速的回复，自己不能回答的，可以找上级领导来作答。还要能准确提供常规特色服务。常规服务譬如：在门口等位时，为顾客提供美甲、擦皮鞋、游乐园、全店覆盖无线网络、ipad免费上网、小零食等免费项目来消磨时间。当有老人用餐时，要免费提供粥、靠垫（老年人腰不好，靠着舒服）、



点菜时提供老花镜，并协助点菜、捞菜、进出店里要搀扶和帮助老人。若有小孩则免费提供蒸蛋、贝贝椅、婴儿车、宝宝床、玩具、吸管、协助捞菜、不爱吃饭的孩子用奖励的方法鼓励孩子多吃饭。对于孕妇免费提供坐垫、靠背、赠送话梅、泡菜、防辐射服、推荐对孕妇有利的菜品、禁止在孕妇身旁操作以免给她带来伤害。这些细小的事情对于我们来说不值一提，但放在顾客身上也许就添加了几许高兴，因为我们的关心暖到了他们的心坎里。这就是海底捞，总能换位思考。

这只是海底捞服务的一部分，另一部分则体现在用餐时。当门迎伙伴带顾客过来后，我们要5秒钟接待顾客，迎客入座。询问顾客喝什么饮料及送上水果盘、小零食。询问锅底并点锅底，在顾客看菜单的同时增减餐具、协助点菜。然后发围裙、套衣套等细节服务。协助点菜（建议四位以下的客人点半份菜）、接单、交单。打沫子、盛汤给顾客。菜上桌后对菜并且报号（报环境、自我介绍、报菜名、报菜齐）。海底捞报号的服务是一大特色，让顾客记住了服务员，可以下次点台找服务优秀的服务员服务。餐中要帮助顾客下菜（依据先荤后素的原则）、捞菜、加汤、续饮料、勤打沫子，勤换渣碟、勤收拾桌面。看顾客快结束时提前打单、核单。买单时询问是否需要发票（客人可以在座位上买单，若为现金支付，服务员备有找零，若为刷卡支付，服务员会提供移动pose机），将客人没有吃完的菜品免费打包。

在顾客用餐时，我们可以跟顾客交流，达成互动，加深彼此的印象。若是想抓住这位顾客做回头客，可以赠送客人一些本店的特色，比如底料、小吃、赠送菜品。这些是海底捞主打的特色，该送的必须送，只要能保证顾客满意率，赔钱也要做。这就是海底捞，是不一样的餐饮企业。海底捞，你学不会！

作为海底捞的服务员，需要遵守的规章制度很多，条条框框的束缚也是很多的。正所谓“没有规矩不成方圆”，我想，

这正是海底捞能够做强做大的原因吧。

海底捞有自己评价服务员等级、服务质量、顾客满意度的标准，一方面是评价更为客观公平，另一方面也能够约束个别无法自律的精神上比较懒散的员工。海底捞的每家门店都有一定的等级，从低到高分别为c、b、a。每家门店在开业时都是c级门店，开业后，店经理就会制定脱c冲b以及冲a的计划，如果一家门店成为a级门店，就可以拓出一家新店。门店每上升一个等级，公司都会有奖励，所以，门店的每一位员工都会为自己门店等级的上升努力工作。

## 广告策划方案篇五

海底捞这个名字，相信大家都不陌生了吧。论坛和微博上都有网友发表对海底捞各种变态服务的看法。不管这些评论是真是假，都足以挑起我的好奇心。

当阿欣向我推荐这本书时，我并没抱多大的期望。觉得应该和一般的企业管理书差不多吧，不过顺便看一下海底捞到底是个什么样子也好。出乎意料的是一直不喜欢写读后感的我，从一开始看就想着要为这本书写点什么。因为这还是第一次看到能把人看哭的企业管理书，甚至很不好意思的是，我真的哭惨了。我决定全部看完后再写观后感，这样看问题才会全面，但又担心看到最后就忘了先前的感受，好在这本书的内容实在让人印象深刻。并不是说这作者写得有多好，书中多数是摘自海底捞报刊里一些员工自己写的文章，所以就连作者也说这是一本由62篇短文组成的“四不像”。

如今，我们每天在网络上看到和在新闻里听到的，都充斥着太多负面的消息，使人们逐渐变得消极，甚至金钱至上，麻木不仁，却没想到会被海底捞那群从农村来的所谓“低素质”的服务员们感动得一塌糊涂。这是不是印证了“最让人感动的，永远都只是生活在社会底层的人”？服务员们是用心去写的，才会特别纯朴，特别能感动人。也许只有把我们

放在同一个层次，才能更真切地体会到那种感受。

记得副总曾经说过：服务的最高境界就是感动顾客。而在这一本书中，从第一章就开始说这一点。书里描述了很多关于网友议论的海底捞变态服务，比如看到客人的鞋脏了，免费帮客人擦鞋；比如有客人称赞辣酱好吃了，免费送去客人家里；甚至碰巧知道客人哪天结婚，服务员亲自送去花篮等等。什么是感动顾客？超越顾客的期待，就是感动顾客！

农民工形象相信大家都不陌生，每年春运的时候，人山人海那些背着大包小包，祈盼一年回一次家或者省钱几年回一次家的就是农民工。海底捞的服务员们大多都在农村长大的农民工。他们读书不多，见识不广，背井离乡，受人歧视。要怎么做才能让这样一群人主动服务客人感动客人呢？总经理张勇说：“我觉得人心都是肉长的，你对人家好，人家也就对你好，只要想办法让员工把公司当成家，员工就会把心放在顾客身上。”

然而人是高级动物，不仅需要物质，更需要希望，有希望再苦再累活得都有劲，没希望的话，即使天天养尊处优顿顿山珍海味，活着依然没有意思。万科的王石先生曾总结说，客户购买产品时导购服务提及率高达80%，而相对的导购的离职率却节节上攀，甚至常年招不到人。原因不外乎两点：物质回报不尽如人意，看不到未来富足的道路；工作缺乏成就感，看不到职业发展方向。所以海底捞不单满足员工物质上的需求，还给予人希望。让这些没有学历没有背景没有专长的农民工可以在海底捞的舞台上发光发热。只要勤劳肯干，能吃苦，忠于企业并且勇于进步，就很可能成为公司的干部和骨干，就能在城里买得起房子，把家人接到北京城，让自己的孩子在首都上得起学。不用再像其它农民工一样挤火车，当个堂堂正正的城里人。他们就能改变命运，而事实上确实有很多海底捞的员工实现了梦想。

无论是谁都应该鞭策自己不断学习和进步，还记得去年副总

和部门经理们花费整整一年的晚上个人时间，开办了富翔大学，让我们学习传说中的mba课程。虽然有时也会觉得那些知识很难懂，有时也会为考试而烦恼，但想想能学到新的知识，想想又比昨天进步了一点点，那么再累也觉得很充实，是值得的。在大家的努力下，都顺利地拿到了富翔毕业证。现在我还很怀念当时的时光，并且总忍不住会自问，今天我有进步吗？然后就会有种莫名的落后于人的恐慌感。

提到恐慌，书中也写到海底捞并不像大家看到的那样风光，其实他们也有危机。俗话说人怕出名猪怕壮，海底捞越来越出名后，伴随而来的烦心事也越来越多。就好比我们公司绩效考核的问题一样。现在规范的公司都会有考核制度，因为只有按照流程和制度管理，对员工的评价才会客观标准。富翔从很早以前就实行了360度绩效考核制度。每月的绩效考核和每季的高层360度考核，让每个富翔人都觉得高度紧张。但凡事总是两面的。行内有句名言就说：“考核什么，员工就关注什么”。有了考核的存在，员工们会在这些方面更加注意严格要求自己。这也就是考核的真正目的所在了。

可能有人会说，考核是一种约束，员工们是被动接受改变的。这里讲的应该就是主动性和被动性了。关于什么是主动性什么是被动性，副总曾经给我们上过一节课，里面就有提到这两点：即主动在工作中能更多感受到工作的快乐，而被被动的工作具有较强的恪守性，不会在工作中感受到工作之外的东西，是消极的。也就是说同一件事，主动或被动去做的话，会有截然不同的感受和收获。就拿我来说吧，往年公司为了提高公司的核心力和思想进步，总是买来很多有关企业的书分给我们看，好在我并不讨厌看书，有书看还很开心，只是看后还要写读后感，有时还要上台分享，这两点让我异常头痛和恐惧。因为从小就害怕在很多人面前表达自己的真实情感，所以总是有被逼的感觉，反而是这两年，公司没有强制要求我们看书了，我看的书却比前几年加起来的还要多，甚至有时一天不看也变得不自在，没事也喜欢记一记里面写得好的内容，聊天时也喜欢跟朋友分享一些书里的小故事了。

()

从海底捞的案例中可以看到很多很多问题，并引发人思考。人常说，家家都有本难念的经。海底捞的管理方法不是说复制就可以复制的，比如公司城里人多，就不能用管“农民工”的方法来管理。所以如果真想开好一家企业或规划好自己的职业生涯就必须找到适合自己产品和服务的差异化，用心摸索出适合自己的一条道路。

在这就不具透太多内容了，如果也有朋友对这本书感兴趣的话，那么就去向欣欣同学借来看看吧。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

[点击下载文档](#)

[搜索文档](#)

## 广告策划方案篇六

看完《海底捞凭什么》一书，我呢，只想把书中看到比较有共鸣的地方摘出来，说一说我在读此文章时的想法。

- 1、找准企业所要服务的哪一类人群，即有很明确的服务群体。
- 2、神话也是慢慢创造出来的，不同时期推出不同的产品及理

念来迎合每个时期时代性。

3、在做产品的同时，一定要坚守道德的底线，不仅为了产品质量同时也为了企业名誉以及自身安全。

4、“很多人都在尝试解读海底捞的成功秘诀，但当我们把太多精力放在一线服务的时候，我们忽略了一个事实：一线服务是战略选择的结果。海底捞下重金规划建设配送中心，旨在提高各个分餐厅的经营效率，而员工生产率直接决定其向客户提供的价值，从而影响顾客满意度与忠诚度。专业的后台支持使门店后厨工作量减到最低，不仅最大化了实际营业面积，还保证了足够的员工精力投入到对顾客的直接服务中。”在要求一线员工的同时，自身企业一定要尽其所能提供最有效率的服务设备。

5、理想、目标很重要。“员工比顾客重要”不仅仅是海底捞的理念，流动性大的企业是不可能有很大的发展，老员工吸收认同了企业的文化、理念和宗旨，这为我们的发展奠定基础，这就是为什么企业的老员工都是宝的原因。人是海底捞的生意基石啊。

6、把企业的文化宗旨贯彻给员工，并以此坚持不懈。

8、注重管理团队，需要更多的人来献计献策。

9、好服务与好员工是在失败中成长和历练出的，好的产品同样也是在磨练中总结出来的。

10、聪明的管理者能让员工的大脑为他工作，当员工不仅仅是机械地执行上级的命令，他就是一个管理者了。按照这个定义，海底捞是一个庞大的管理者组成的公司。所以他的力量、他的士气、他的斗志是强大的。

11、如何拥有高强度的员工忠诚度和员工创新？怎样充分运

用员工的大脑而不仅仅是双手为企业工作？如何让员工全心全意地征服顾客的心？这是每个企业一直需要解决的问题。

12、为什么要征服顾客的心，要先征服员工的心？真正激发一线热情，还有一个关键的修炼是：保持绩效评估和顾客需要的一致性。很多公司、很多人都把“顾客需要”放在嘴边，有一家公司甚至打出这样的口号：顾客您是总裁。但是，很多公司、很多人却说到做不到绩效评估和顾客需要的一致性。

15、是不是挫折，取决于企业家的心态。同样的事情，不同人的反应是不一样的。心态很重要，取决于每个人。

16、人都具有创造性，都有判断力，而且都需要通过创造，判断，贡献价值等一系列“脑力活动”来实现自我满足感，但是，同时，人又具有不稳定性，易变性，容易情绪化，所以，需要用一种不变的，稳定的东西，即公司的制度来进行引导和管理。

17、怎么才能让员工把海底捞当成家？答案很简单：把员工当成家里人。这是海底捞用人的高明之处啊。海底捞不惜重金，给员工宿舍打造出家一样感觉的地方，能不收买人心吗？海底捞的致胜法则是：把员工“当成家里人”，而员工回报的是“用心”来服务每一位客户。

18、聪明的管理者能让员工的大脑为他工作，当员工不仅仅是机械地执行上级的命令，他就是一个管理者了。

19、抓大放小始终是管理的智慧。（）

20、培养人从细节开始。相信很多公司都能认识到培养人才的重要性，但是怎么去培养？在大多数企业中是一个未知数，海底捞告诉我们培养人从细节开始，把企业中的文化、理念等贯穿到每一个细节中去。

## 广告策划方案篇七

”果冻“这种新产品,在去年夏秋两季,所创造的巨大成功,就是基于成功的广告策划而形成的一个很好的实例。这种新产品的制造者(广告主),在产品研制到达可以问世的标准后,就将整套的广告工作,包括对产品的命名、包装设计、商标设计、市场研究、广告的步骤等,全部委托××广告公司代理。××广告公司接受了这样整套的工作,深感责任重大,倾全力来为广告主研究设计。

首先,他们会同广告主,列出了新产品在市场中的竞销对象,是冰淇淋、冰棍、水果等等。在详加分析比较后,找出新产品有几项优点:它是和很多水果一样,都不含淀粉,在营养和味道方面,亦胜过冰淇淋。它又和冰淇淋一样,在凉快和简便性方面,胜过水果,而且能止渴,同时也较之其他产品卫生。

根据这些优点,广告公司举行了”动脑会议“,这是广告策划工作中非常重要的一个步骤。在这个会议上,首先研讨为产品命名。开始由大家分别提供了50余个名称,第二步,从其中选出了3个。最后,再从这3个名称中,选定这个新颖,读来顺口易记,亦符合产品本质的名称——”果冻“。

接着,广告公司又研究确定了几个工作重点:对于广告诉求,决定以”零下40度的滋味“7个字为重点、为标题。这7个字是策划中非常精彩的一笔,它的确可列为广告标题(诉求点)中的佳作。它的创意构想非常出色,不尽包含了产品的各项优点,而且十分新颖独特。

对于销售对象,广告主所提出的主张,是以成人为主;而广告策划者所提出的研究结论,是以儿童为主。广告主和广告策划者,双方曾为此多次讨论。在广告策划者的恳切建议下。广告主接受了广告公司所提出的诉求对象,最终确定为”儿童“。

对于商标,广告主在广告公司所设计的.多种图案中,最后选定



一个简明的“c”字图案为商标,使消费者容易记认。同时这个字图也代表了厂商的名称。广告公司同时提出,应再选取一个代表商品的形象,使消费者一看到这个形象就会想到这种商品。选择了多次,终于选定一个在日本很流行,有两个大耳朵和胖得可爱的米老鼠为形象。

对于包装,广告公司则遵照了广告主的主张,以塑料袋为主,配合美观精致的米老鼠图案,刺激消费者对它产生“一见就喜爱”的感觉,而有了这个感觉,消费者的购买欲亦自然而然地会随之产生。

对于售价,广告主决定为每个只售一元。这种售价,极适合一般消费者的购买力。亦增加了广告代理业者,执行广告必能获得成功的信心。

对于广告媒体的选择运用,策划决定先以报纸、电视、售点广告为主,并编制了广告歌曲应用在电视广告中,以引起孩童们的注意和学唱。

按照该策划的实施步骤,在一切准备完毕,便开始做区域性的销售。先从南方地区起试销,竟然一鸣惊人,销数直线上升,深深引起冷饮业的重视。其旺销之势,连广告主亦感到意外。一个说后,销路扩展至中南部地区,三个说后,已进入夏季,进而再扩大至北方地区,并渐渐遍及全国。广告主在这一套计划中,虽然支付了80万元左右的广告费用,却很顺利地运成大量销售的目的,亦获得了超出当时预计的经营利润。

从这个实例中,我们可以看出,广告主与广告代理业者的坦诚合作,是造成这种新产品成功的最主要因素。广告主非常尊重广告代理商所提供的研究和计划,广告代理商受到这样的鼓励,亦尽心尽力为广告主服务。

在产品销售期间,广告公司的策划人员,在欣赏我国女乒,在世乒赛中大获全胜的电视实况转播时,引起一个灵感。随即打电

话给广告主,建议他把握机会,在各报刊登庆祝广告,进一步拉拢新产品和消费者之间的感情,广告主认为这一建议很有价值,立即同意。次日,各报的第一版,便出现了××果冻庆祝女乒光荣胜利的广告。许多消费者,都认为这是一则很够感情的广告,使新产品又获得了一阵良好的广告效果。

此外,广告主所选择的销售路线,亦甚精确。他们尽量减少委托各地点心店销售,因为这和点心店自制自销的产品有冲突。广告公司策划则改为委托各地的小卖店、杂货店、食品店代销。在这些店里,都布置了销售点广告,深能引起路人注目。广告跟上了,销售终端愿意推销,这样又形成了双赢的局面。与此同时,这种产品的售价虽低,包装则极精美,更易被境况富裕的高级家庭和上流交际聚会场所采用。

- 发现消费者需求
- 根据需求进行产品设计
- 促销
- 观察消费者反映
- 信息反馈
- 产品革新或进行新产品设计