

最新餐饮全员营销激励方案(模板5篇)

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

餐饮全员营销激励方案篇一

1. 奋起奋进，自信自强，团结友善，严肃活泼。
2. 干净，安静，团结，精进。
3. 感谢高考，坚持不懈，专心致志。
4. 贵在坚持，唯在坚持，成在坚持。
5. 浩然明理，俨然肯学。
6. 和风细雨展淑女气质，谦恭礼让显绅士风度。
7. 鸿鹄高翔，一举千里；天道酬勤，唯我独尊。
8. 鸿鹄展翅，志在蓝天。
9. 厚德载物，自强不息。
10. 厚积薄发，永不退缩，相亲相爱，超越梦想。

餐饮全员营销激励方案篇二

一、适用范围：

二、有效期□20xx年2月1日——20xx年12月31日。

三、车辆销售提成政策：

政策设置：台阶销售奖励分车型考核，以月度销售量为考核指标。

- 1、月度台阶销售奖励：直销专员月度销售量达到不同的台阶，享受不同的单台提成奖励政策：
- 2、台阶销售量目标：在每月1—3日下发当月的台阶销售量目标。
- 3、核算标准：实际销售量以直销专员当月实现回款开票的数量为核算标准。
- 4、特别说明：正式直销专员连续三个月车辆销售量在团队中排名最后的，实行末位淘汰，实习直销专员入职满3个月仍未销售车辆的实行转岗或淘汰。

四、保险销售提成政策：

政策设置：以月度销售额为考核指标。

- 1、商业险月度台阶销售奖励：直销专员月度销售额达到不同的台阶，享受不同的提成比例奖励政策：
- 2、台阶销售量目标：在每月1—3日下发当月的台阶销售量目标。
- 3、交强险销售提成：交强险销售额*1%，交强险不列入商业险台阶销量计算。
- 4、核算标准：实际销售量以直销专员当月实现回款开票的销售额为核算标准。

五、精品销售提成政策：

政策设置：以月度销售额为考核指标。

1、月度台阶销售奖励：直销专员月度销售额达到不同的台阶，享受不同的提成比例奖励政策：

2、台阶销售量目标：在每月1—3日下发当月的台阶销售量目标。

3、核算标准：实际销售量以直销专员当月实现开票的销售额为核算标准。

六、车贷销售提成奖励：

1、车贷手续费*s□手续费为1000-元/台。

2、核算标准：以当月回款开票计，无手续费的车贷不计入车贷考核量。

七、月度销售冠军奖励：

1、月度车辆销售冠军奖励：对月度各车型合计销售量最高的直销专员评定为月度车辆销售冠军荣誉奖励，并给予现金奖励300元。

2、月度保险销售冠军奖励：对月度全部保险合计销售额最高的直销专员评定为月度保险销售冠军荣誉奖励，并给予现金奖励200元。

3、月度精品销售冠军奖励：对月度全部精品合计销售额最高的直销专员评定为月度精品销售冠军荣誉奖励，并给予现金奖励200元。

4、车贷销量冠军奖：对月度全部车贷销量合计最高的直销专员评定为月度车贷销售冠军荣誉奖励，并给予现金奖励200元。

（无手续费的车贷不列入车贷销量计算）

5、享受奖励政策条件：直销专员必须完成台阶4的任务量才能享受相应的销售冠军奖励。

6、兑现方式：月度销售冠军荣誉奖励在销售部年终总结会议上颁发表彰，现金奖励在次月发工资时兑现。

八、直销员最终工资核算：

最终工资=（底薪工资+提成奖励）*0.6+（底薪工资+提成奖励）*0.2*月度客户满意度得分+（底薪工资+提成奖励）*0.2*日常行为考核得分。

九、直销员业务提成激励方案：

1、建卡数量考核：500元奖金*实际新增潜在客户数量/新增潜在客户数量，新增潜在客户数量任务以月为单位进行下达。以crm系统数据为准，有效的跟踪回访记录，信息齐全。

2、邀约到店量考核：每月1日下达任务目标，根据数据汇总情况，每月1日下达台阶目标值。

3、销量提成：按直销员月度成交结算数量，依据台阶式销售相应提成。

4、电销员最终工资核算：

最终工资=（底薪工资+提成奖励）*0.8+（底薪工资+提成奖励）*0.1*月度客户满意度得分+（底薪工资+提成奖励）*0.1*日常行为考核得分。

餐饮全员营销激励方案篇三

1. 学如逆水行舟，不进则退。学习如赶路，不能慢一步。
2. 学问多深也别满足，过失多小也别忽略。(蒙古谚语)
3. 学问学问，不懂就问
4. 学问渊博的人，懂了还要问;学问浅薄的人，不懂也不问。
5. 虚心的人，常想己之短;骄傲的人，常夸己之长。
6. 虚心使人进步，骄傲使人落后。虚心的人学十算一，骄傲的人学一当十。
7. 选择作者如同选择朋友——w·狄龙
8. 学到很多东西的诀窍，就是一下子不要学很多的东西。
9. 学到知耻处，方知艺不精。粮食补身体，书籍丰富智慧。
10. 学而不思则罔，思而不学则殆——孔子
11. 学而不厌，诲人不倦。——孔丘
12. 书山有路勤为径，学海无涯苦作舟。
13. 思想独立，意志坚韧，乐观豁达，宽厚待人。
14. 踏踏实实做学问，安安稳稳做真人。
15. 态度决定一切，奋斗成就未来。
16. 体验成长过程，享受生命快乐。

17. 天才就是长期劳动的结果。

18. 天道酬勤，恒者能胜。

19. 天道酬勤，踏实静慧。

20. 不战则怠，战则必胜。

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](#)

餐饮全员营销激励方案篇四

一、活动概述：

陕西**汽车销售服务有限公司隶属于一汽财务有限公司，是一家经营奥迪品牌全系列轿车的整车销售、零配件销售和售后维修服务的奥迪品牌4s店。

奥迪**4s店成立三周年以来，犹如一匹奔跑的骏马，正焕发着无限的活力。高质量的产品、高品质的服务、高品位的生活，是所有奥迪人一直追求的目标，是他们不断努力的方向和目标。

奥迪**4s店为回报三年来所有的新老客户对本店的支持，借此三周年店庆之机会，特举办这次真情回馈及车友俱乐部自驾游活动。

二、活动时间：

晚宴活动□20xx年6月17日晚上18：00---20：00

三、活动地点：

奥迪**4s店

四、活动主题：

“奥迪品质感谢西安感恩三年”

五、活动目的：

提高4s店知名度和美誉度；

促进产品销售；

提高奥迪系列车型的品牌影响力，行业知名度和认知度，宣传汽车文化，提升企业形象，巩固消费者对品牌的忠诚度。

加强服务竞争意识。在与竞争品牌之间不断学习不断比较的基础上加强竞争意识，以此提高市场、品牌竞争力，使自身更加完善。

六、活动意义

在汽车行业树立良好的品牌，为此搭建一个规模化、专业化的信息平台、交流平台和交易平台。

提高奥迪车系的品牌影响力和市场竞争力，巩固消费者的品牌忠诚度。

七、活动对象：

新老用户□vip客户、政界领导、车友俱乐部成员等

八、现场布置：

舞台搭建说明：

舞台以黑或银色的材料作为主色调，表现出科技、创新的理念。并搭建圆形转动舞台，配合现场灯光和烟雾在节目中营造如梦如幻的效果。

晚会4s店门口装饰：

花环搭建弓形入口，并在上边安装霓虹灯字体“奥迪**4s店三周年庆典”。地上铺红色地毯和嘉宾通道连接。

会场色彩与布置

充分体现奥迪良好的企业文化与优势，形成鲜明、轻松的会场氛围。以厚重深厚的色调布置会场，增加环境与气氛的共鸣。

舞台设计

以深色的地毯作为铺设，烘托特殊气氛。

背板

以奥迪的企业logo作为舞台背板，直接展现的企业实力及企业文化。

氛围配合

在门口搭建气球拱门，上附“奥迪**4s店三周年庆典”及现场以气球、花束等装点，配合当天活动的喜庆。

签到台

装饰签到台侧面及台面，台面上放置鲜花和嘉宾签名簿，签到簿用于核对来宾到场情况。

贵宾通道

设立晚会贵宾通道，贵宾通道：由两行花篮和红地毯铺就贵宾通道。在通道最后搭建小台阶。

桌椅

摆放位置以全场观众都能看到舞台情况为宜。

冷餐、甜点

在活动现场摆放冷餐和甜点，以便嘉宾食用。

主持人

邀请两位知识型主持人，用其机智、睿智、灵活的风格充分调动每一位来宾的情绪，达到轻松、活跃、紧凑的氛围。

摄像

现场进行活动的摄像，记录整个活动的精彩部分，将录像资料留作以后的原始资料，以备在电视或影视广告中采用。

九、活动现场氛围营造：

音乐

第一篇章：创新·飞跃

已后重激昂的的音乐作为衬乐，寓意奥迪**4s店辉煌的征程和不断创新的企业宗旨。

第二篇章：科技·灵感

音乐以轻快柔和的轻音乐为主，使观众在静静的聆听中感受奥迪企业信条与服务理念。

第三篇章：激情·感动

背景音乐以动感欢快的音乐为主，营造会场热烈欢快的节日气氛。使每一位现场嘉宾都可以感受到奥迪人的热情。

烟雾和灯光

在节目表演和晚会进行过程中，烘托现场气氛增加晚会的感染力。在大量常规灯、电脑灯基础上，启用大型激光灯制造灯炫目的现场特效，体现科技元素。

10层高蛋糕塔

专门定制10层高蛋糕塔，活动第三篇章“感动”高潮氛围时，现场推出蛋糕塔、香槟塔，邀请领导进行切蛋糕仪式，来宾共同举杯庆贺奥迪**4s店三周年庆典。

十、邀请人员：

奥迪陕西区区域经理

奥迪**4s店总经理

媒体领导

媒体记者

预计人数：150—200人

十一、活动执行安排：

活动预热期(庆典前15天)

拟订邀请嘉宾并发出邀请函，邀请其参与庆典活动，同时对活动所有物料进行制作和确定，为活动的圆满成功做下充分的铺垫。

活动执行期(庆典前5天)

活动高潮期(庆典当天)

在活动执行期间上演具有德国风味的音乐及舞蹈等一系列有利于提高企业品牌形象，传播诚信企业形象语言的相关节目，建立与诚信客户的直观倾情联系。活动结束后由相关媒体对本次活动进行专题报道。

十二、媒体宣传：

前期媒体宣传：

20xx年*月*日华商报汽车版，1/4彩色版面软文报道一篇，介绍奥迪系列车系的相关信息及奥迪**4s店三周年庆典活动。

报纸软文：

艰苦的三年，稳重的三年，创新的三年，辉煌的三年。

自从奥迪进入**市场以来，三年时间里，我们经历了艰苦+稳

重+创新=辉煌的三年。

大标题：“奥迪品质感谢西安感恩三年”

20xx年*月*--*日西安音乐广播介绍本次庆典的相关情况。

奥迪4s店，为回报新老客户三年来对本店的支持关怀与厚爱，本店借三周年庆典之际举办这次车友俱乐部自驾游活动，更有大礼相送，名额有限，机会不容错过，详情请致电：029-***。

后续跟踪报道：

20xx年*月*日陕西交通广播、陕西旅游广播、西安音乐广播软新闻报道

十三、活动流程：

晚会主题诠释

十四、效果评估：

短时间内扩大本次活动的影响，从而提高品牌知名度和经销商的影响力。

收集潜在用户的资料，建立潜在客户数据库。

餐饮全员营销激励方案篇五

为扩大市场占有率，促进酒店销售，针对节日期间酒店消费旺季的特点，推出以下营销新举措：

一、客房促销办法

- 1、调整现有对外销售价格：
- 2、除免费招待房、自用房外每间/天赠送双份营养自助早餐
- 3、住客现金开房每间/天赠送康体消费券40元，免费消费2小时
- 4、新推出钟点房9：00-18：00，二小时起价60元，每超过一小时加收30元(仅限豪华标间)；午夜房00：00-6：00128元/间(限豪华标间，不送早餐)；特价房房价xx元/间(每天限量10间，限豪华标间，不送早餐)
- 5、凭房卡在餐厅消费9折、大堂吧消费9折、康体中心消费9折
- 6、入住套房赠送果盘
- 7、免费拨打市内电话
- 8、客房免费宽带网络
- 9、延迟退房时间至14：00

二、餐饮消费的营销举措

- 1、调整餐饮出品结构，启用新菜谱
- 2、使用新菜谱后餐饮二楼大厅全面实行6.8折，餐饮包厢凭会员卡或协议享受折扣(酒水、香烟、海鲜、燕鲍翅、特价菜、宴会除外)
- 3、餐饮就餐客人每桌任选一款特价：大闸蟹xx元/只蛋黄酥x元/份老面馒头1元/个

5、餐厅每桌消费xx元以上赠送x元免费房券壹张

三、营销部

尽快走出去对周边客户进行拜访，完成营销协议的签订；事先预付款的客户消费给予最大程度优惠，预付款起点为xx元。

四、全员营销提成奖励

对于内部员工介绍亲友来酒店消费客房价格不低于协议价按实际结算金额3%发放提成奖励，餐饮按实际结算金额的2%发放提成奖励，康体推销月卡、季卡、半年卡、年卡按xx%发放提成奖励，每月集中统计发放；经营部门负责人和营销、预订人员的提成奖励办法另行制定。

五、大力推广酒店会员卡

酒店的。会员卡现有至尊钻石卡、至尊贵宾卡和康体时段卡(含月卡、季卡、半年卡、年卡)三种类型。至尊钻石卡xx元为办卡起点，首次充值x元送xxx元，后续充值每1000元送100元；至尊贵宾卡首次充值起点为xx元，客人凭卡可享受客房8折，餐饮、大堂吧消费8.8折，康体中心的月卡、季卡、半年卡、年卡按现有价格执行，特殊客人经批准后给予适当优惠。酒店员工推荐销售会员卡按充卡金额发放2%的提成奖励。

文档为doc格式