

2023年餐饮标书管理方案(模板5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来看看吧。

餐饮标书管理方案篇一

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，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。

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《市场营销计划》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。

4、就餐环境的布置，因为几年前的“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。

确定了以上因素后，就必须对经营场所的场地进行布局，在布局时务必要考虑下述工作的内容：

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. 卫生防疫设施，设备的配置；
4. 水、电、照明的引入及控制；

餐厅业经营成功与否，在硬件已成为定局以后，就取决于餐厅的管理人员。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、资产管理制度；

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。

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。

所讲的铁板“席前料理”，就是将厨房与餐桌进行改革，把厨房内的灶具搬到厅面与包厢、把餐桌与鼎具合二为一。而最原始的“铁板烧”则是方型铁板与木制台面相接合的简易造型，这种台面是三边有桌面供客人用餐使用、一边没有台面便于厨师现场操作。铁板下方有炉子加热，厨师当着客人面烧制每一道菜肴和食品。

这样一来、厨师食客面对面、同台合作；厨师现场烧制菜肴、客人当时享用。厨师在烧菜的过程中每一个小动作、都难逃客人法眼、眼见为净、吃的放心；眼见为实、边用餐边欣赏大厨们的精彩厨艺，刀叉等用具表演杂耍的真功夫；每一道菜、每一个程序、所下的配料与调料、都竟现眼前，精美的制作、增进了食欲。

食客们完全根据自己的喜好选择食物，在吃的过程中和厨师交流、切磋有关做菜的技巧与经验，甚至客人还可以即兴上台操作，按自己的意愿为家人和朋友献技；增加了烹饪的透明度和亲切感，使用餐变成了一种增进交流、培养情趣的方式；此种料理又是分餐制，让客人真正体会到“以客为尊”的至高服务。可谓是一种做法独特、堪称一绝的食文化。

餐饮标书管理方案篇二

现在餐饮管理方案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。

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。

确定了以上因素后，就必须对经营场所的场地进行布局，在布局时务必要考虑下述工作的内容：

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；

餐厅业经营成功与否，在硬件已成为定局以后，就取决于餐

厅的管理人员。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；

餐饮管理方案的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管理方案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；

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。

餐饮管理方案六、市场营销及推广方面

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. 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。

餐饮标书管理方案篇三

餐饮部的每一位成员都是酒店的形象窗口，不仅整体形象要能经受得住考验，业务知识与服务技巧更是体现一个酒店的管理水平，要想将业务知识与服务技巧保持在一个基础之上，必须抓好培训工作，如果培训工作不跟上，很容易导致员工对工作缺乏热情与业务水平松懈，因此，下半年计划每月根据员工接受业务的进度和新老员工的情况进行必要的分层次培训，培训方式仍主要是偏向授课与现场模拟，并督导其在工作中学而用之。同时在每个月底向酒店质检部上交下一月的培训计划，方便酒店质检部及时给予监督指导。

二、进一步加强吧台餐饮预订的灵活性以及包厢服务员的酒水推介意识和技巧，提高酒水销售水平，从而多方面提高酒店的经济效益。

三、加强员工思想教育。利用一切机会不断地向员工灌输顾客就是上帝的理念；同时激励员工发扬团结互助的精神，增强员工的凝聚力，树立集体荣辱观。

四、继续做好“节能降耗”工作

1、严抓日常消耗品的节约。如餐巾纸、牙签、布草、餐具等。

2、降低设备运行的消耗。如空调合理开启及时关闭等。

3、杜绝马桶长流水、长明灯等。

五、突出以人为本的管理理念，保持与员工沟通交流的习惯，以增近彼此的了解，便于工作的开展。

计划每个月找部门各岗位的员工进行谈话，主要是围绕着工作与生活为重点，让员工在自己所属的工作部门能找到倾诉对象，保证沟通程序的畅通，根据员工提出合理性的要求，管理人员时刻将员工心里存在的问题当成自己的问题去用心解决，为员工排忧解难。如果解决不了的及时上报酒店领导寻求帮助。让员工真正感受到自己在部门、在酒店受到尊重与重视，从而人人能有个好心情，这样更有助于更好地服务于顾客。

六、继续做好部门内部的质检工作

每日质检，主要检查各岗位员工的仪容仪表、礼节礼貌、卫生纪律、餐中服务细节、宿舍纪律卫生等方面的巡检。定期报请酒店质检部来本门监督指导工作，并主动汇报部门质检情况，从而不断提高本门质检水准。

七、增强监督机制和竞争机制，逐步改观个别管理人员执行力不强的局面。

餐饮标书管理方案篇四

酒店餐饮管理方案

鉴于****酒店餐饮及各功能营运板块格局的现状，根据酒店的整体规划，餐饮区域日后将进一步扩展到相当的规模。餐饮板块日后的经营要在酒店整体的资源整合中利用现有其他

经营模块的消费人群资源，逐步提高餐饮经营消费人群和业绩的双向提升和提高。从餐饮区域的营运管理中需从：满足酒店整体的来客用餐需求，餐饮区域进一步完善并持续做好开源节流、成本控管、产品更新、提升服务，提升餐饮板块的消费结构，提升餐饮产品的多样化、更新化，提升对客的服务质量水平，从而带动整个餐饮区域营运管理工作迈向新的台阶，特拟定本方案。

对调整酒店餐饮区域营运管理的基本设想：

在贯彻优质优价原则前提下，从资源配置、服务方式、质量标准等方面在现有基础上进行营运管理服务的调整升级。遵循“专项、统筹、一体化”的管理方针，开发资源客户群、吸引资源客户群、迎接资源客户群、服务资源客户群、留住资源客户群的模式，并在营运管理服务中让客户获得人性化的温馨用餐环境和尊贵用餐服务感受。 一：餐饮部出品管理及厨政管理。

- 1、出品设计更新、成本控管节流。
- 2、原料采购利用、产品受众分析。
- 3、票据定价发放、流通使用管理。

在出品（产品）结构设置上突出和强化菜品的特色化、多样化、季节化，依据现有的产品结构模式，并适时依据当地市场的原材料供应情况，开发一部分成本较低而利润可观的产品，在餐饮（自助餐）的产品供应上做好持续的改进和改变。

在自助餐的经营管理中要依据消费群体的口味喜好为前提，结合原材料市场的供应情况，进行定期的市场摸底和调查，订立原材料的采购目录品种，开发出适合消费者满意的产品。

成本控管要持续不间断的从日常营运管理中逐步得到转变，

从原材料的市场采购环节到产品的厨部出品加工环节到营业区售卖环节进一步完善并严控产品成本的人为浪费因素及消耗。

自助餐的票据使用管理，要严格遵循票据发行：价格拟定、编码登记、财务盖章审核、售出登记、使用审核签批的管理要求。杜绝人为因素的漏洞，做好财务（收款台）和营业区域管理人员的双向控管规定：

二：从餐饮部的整体经营管理中从内部和外部开展营销。

外部经营从以下3点展开。

- 1、如何把客人引来？（营销策略）
- 2、如何把客人留住？（质量策略）
- 3、如何使客人回头？（企业文化策略）

内部管理从以下3点展开。

- 4、如何调动员工的积极性？（组织策略）
- 5、如何控制成本费用？（成本控制策略）
- 6、如何对付竞争对手和创新？（竞争策略）

三：餐饮部服务管理的重要性。

服务质量管理概念：质就是命，无质则无命。

服务质量就是服务行业的生命，也就是酒店的生命。服务质量是留住客人的根本保证，没有服务质量就没有生命，就会使客人流失，就会关门倒闭。质量管理是酒店管理中最重要管理任务，是必须天天抓、时时抓的常务管理工作，是绝

对不可忽视的大事。

从硬件到软件、从有形到无形、从前台到后台、从店容店貌到仪容仪表、从安全到卫生、从设施设备到牙签纸巾、从言谈举止到形象态度、从环境造型到家私器皿、从服务到出品都是质量的体现，都要达到优质合格的要求和标准，不合格的服务决不能出现和存在，更不能让顾客来承受不合格的服务产品，顾客花钱买的是我们的优质服务，而非劣质的不合格的服务，买的是享受，而不是难受。服务质量不合格就是酒店服务的管理失败。用质量管理保证法和全面质量管理法来保障酒店的服务质量：环境、出品、服务、安全、卫生等。

四：建立餐饮部成系统的内外部营销管理机制：

奉行的基本原则：销售有奖、销售有功、按劳取酬、多劳多得。 营销管理措施与方案

1、凡带客、拉客来酒店消费（包括订房）的人员及员工都可以在顾客消费总额内提成10%的现金奖励。

2、凡是给顾客打了8折的都没有提成奖励。如果只打了9折的话，还有5%的提成奖励。

3、凡是销售部、营销部、推广部、营业部、前厅部、公关部的员工在没有完成，定额销售指标时，没有提成奖励，只能在完成任务指标后，才能享受提成奖励。

4、凡是不拿工资，不享受底薪待遇的人员都可以享受提成奖励。凡是不愿意拿销售提成奖的客人和员工都可以领取消费总额15%的礼品券或代金券。代金券只能在下次来店消费时使用，券值多少就可抵消费额多少。

5、凡在本酒店领取的代金券和礼品券的有效期为一年，过期无效。如要继续储存和保值的，须办理会员卡，将礼品券和

代金券总额充到会员卡内，会员卡长期有效，无限储存。

6、凡是酒店的自来客，公司客、关系户、签约户的客人、任何人都不得领取提成奖励，更不能转移和转让给他人。如违反的，就取消所有提成奖，并给予双倍的罚款。情节严重的屡犯的一律开除处理。凡是客人在前台、营业部订房的或是由客人打电话到前台、营业部订房的，都不属于个人销售业绩，都不能享受提成奖励。如果是客人说明是给谁，由谁介绍订房的，就可以享受提成奖励。

7、凡本公司员工在本酒店消费的都没有提成奖，自己消费不能享受提成奖，但可以领取礼品券或代金券。如果是使用支票和刷卡消费的，必须等款到帐后，才能领取销售提成奖，外来人员当场兑现，本公司本店员工三天兑现。

五：团队建设及员工素质培训：

培训的理念是：员工素质决定酒店的服务质量，员工素质决定企业的成败兴亡。

培训的原则是：培训——考核——再培训。

凡酒店工作人员都必须接受培训合格上岗，不合格的坚决不能上岗。培训时间：服务人员每周培训两节课，两小时。管理人员每周培训一节课一小时。

课程分类：公共课、基本素质课、专业课、综合课、心理素质课。

1、建立服务人员的考核标准。

职业道德、规章制度、礼貌礼节、语言能力、服务意识、服务态度、服务程序、服务技能、服务质量、服务效率、餐饮知识、应变能力。

2、建立管理人员的考核标准

职业道德、规章制度、礼貌礼节、表达能力、服务意识、管理意识、质量意识、营销意识、公关意识、成本意识、协调意识、领导意识、竞争意识、创新意识、卫生意识、安全意识、工作态度、工作能力、工作质量、工作效率。

3、建立管理人员的能力考核

组织能力、策划能力、号召能力、领导能力、管理能力、控制能力、协调能力、沟通能力、公关能力、演讲能力、写作能力、观察能力、想象能力、承受能力、应变能力、指挥能力。

4、定期开展员工集体活动，加强团队意识，增加集体荣誉感，促进思想感情的交流和沟通，促进友谊，加强团结。感受大家家庭的温暖和快乐。

a□ 每月举办一次员工生日聚会活动。凡是当月生日的都发张有总经理签名的贺岁卡及红包一个（服务人员100元，中层管理人员200元，高层管理人员300元）

c□ 每月进行一次服务质量比赛，比服务意识、服务态度、服务程序、服务技能、服务质量、服务效率、投诉率、损耗率。

d□ 每月进行一次卫生安全检查评比。

e□ 每月进行一次销售竞赛，以此来激发员工的进取精神、提高员工们的进取精神，提高他们的文化素质和专业素质，增强企业的凝聚力、感召力、亲和力、战斗力。

通过以上对餐饮部个资源的有效整合，后期依据餐饮部的实际运营情况，结合整个酒店的各部经营区域，进行整体资源的优势并引导带动餐饮部经营管理的常态化、有序化。起到

资源互动并共享，发挥管理资源中“人、财、物、时间、信息”的有效性、有序性。为餐饮部的经营管理工作上一个台阶打下坚实的基础。

一、经营理念

安全第一，效益第二

我们深知，细节决定企业经营的成败，我们以项目管理的模式对餐厅进行整体筹划，从小处着眼，小处入手，把制度文本化为员工的执行力和工作习惯，使之贯彻到餐厅作业流程中的每一个细节里，从而实现三方满意的经营目标，达成双方共赢的核心局面。

二、企业团队优势

1、我们秉承“天道酬勤，厚德载物”的精神，倡导积极健康的企业文化氛围，我们有经验丰富的餐饮管理团队，全心全意打造景区品牌餐厅，以强烈的企业责任感博取游客及社会的认同。

2、“品德好，能吃苦，求上进”是我们的用人理念。我们拥有一大批经验丰富的管理人才，数十名训练有素的厨师团队及相关服务员工，有力保证了各项制度和管理标准的执行。

3、好的制度通过积极的人和有效的执行，我们奉献给游客的是一流的质量产品，能充分满足游客多样化的服务及饮食需求。

4、餐厅全体员工始终铭记“食品安全责任重于泰山”，餐厅严格以安全卫生管理控制体系，把景区餐厅的食品安全事故降到最低，有力保障游客、景区、餐厅的切身利益。

5、一流的管理水平和服务质量大大提高餐厅满意度和就餐率

及、景区入园率，贡献了景区、餐厅、游客“三方满意”的社会效益。实现了景区餐厅保值、增值品牌，提高景区整体管理绩效，为打造景区品牌的和谐发展提供有力的后勤支持。

6、市场经济时代，行业优势互补之诚信合作，促进了合作双方的共同发展和互利双赢，提高景区市场竞争力，促进了景区及餐厅整体的管理水平。

三、经营定位

把景区餐厅打造成一个以中式自助特色素斋为主，集时尚、养生、休闲为一体的美食会所。

a 档次：生态餐饮

高效的管理+安全的环境+贴心的服务+和谐的文化

1、景区配套餐厅适应了景区今后的发展，满足了游客增加的服务需求，有利于游客对景区的满意率，促进景区的稳定发展。

2、景区作为三亚生态旅游的代表，其经营与管理自不言待，是故餐厅的管理必须达到相同的高度，餐厅要有“市场意识、服务意识、品牌意识”，方能领先旅游景区业发展的潮流。

b 功能全面丰富，绿色生态，品种丰富，营养均衡游客来自五湖四海，不同地域，不同文化背景和经济能力，饮食需求差别较大，全面优质的餐饮服务是景区发展提高品牌知名度的有力保障。

四、经营目标

总体经营目标：三方满意（游客满意、景区满意、社会满意）

- 1、切实保障游客的用餐需求，综合区域游客人数，景区餐厅数量未来发展的因素，合理配置经营规范，提供优质、全面的餐饮服务，满足各个层次游客用餐需求。
- 2、从软、硬件着手建设餐厅，使之硬件达标，软件一流，三方满意的高标准餐厅，为景区的和谐发展提供有力的后勤保障。保证餐厅服务水平能满足景区和游客的要求，使游客“高兴而来，满意而归”，树立良好的景区品牌形象。
3. 在保证饮食卫生安全和旅行社、游客等需求前提下，以科学、高效的管理力创优异的经营业绩，以实际行动回报景区的支持与信任，努力实现景区、餐厅经济效益的双丰收，实现景区餐厅保值、增值，倾力打造“和谐餐饮、特色素斋”餐饮品牌。领跑海南团膳的高端品牌形象，达成甲乙双方互利发展，共赢的合作目标。

餐饮标书管理方案篇五

一：餐饮部出品管理及厨政管理。

- 1、出品设计更新、成本控管节流。
- 2、原料采购利用、产品受众分析。
- 3、票据定价发放、流通使用管理。

在出品（产品）结构设置上突出和强化菜品的特色化、多样化、季节化，依据现有的产品结构模式，并适时依据当地市场的原材料供应情况，开发一部分成本较低而利润可观的产品，在餐饮（自助餐）的产品供应上做好持续的改进和改变。

二：从餐饮部的整体经营管理中从内部和外部开展营销。

外部经营从以下3点展开。

- 1、如何把客人引来？（营销策略）
- 2、如何把客人留住？（质量策略）
- 3、如何使客人回头？（企业文化策略）

内部管理从以下3点展开。

- 4、如何调动员工的积极性？（组织策略）
- 5、如何控制成本费用？（成本控制策略）
- 6、如何对付竞争对手和创新？（竞争策略）

三：餐饮部服务管理的重要性。

服务质量管理概念：质就是命，无质则无命。

服务质量就是服务行业的生命，也就是酒店的生命。服务质量是留住客人的根本保证，没有服务质量就没有生命，就会使客人流失，就会关门倒闭。质量管理是酒店管理中最重要管理任务，是必须天天抓、时时抓的常务管理工作，是绝对不可忽视的大事。

五：团队建设及员工素质培训：

培训的理念是：员工素质决定酒店的服务质量，员工素质决定企业的成败兴亡。

培训的原则是：培训——考核——再培训。

凡酒店工作人员都必须接受培训合格上岗，不合格的坚决不能上岗。

培训时间：服务人员每周培训两节课，两小时。管理人员每周培训一节课一小时。

.....

以上这篇关于酒店餐饮管理方案为您介绍到这里，希望它对您有帮助。更多内容请下载后查看。如果您对我们的资料感到满意，请关注，谢谢支持！

.....