

最新餐饮酒店优惠活动方案 餐饮优惠活动方案(优秀5篇)

为了确保事情或工作有序有效开展，通常需要提前准备好一份方案，方案属于计划类文书的一种。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。

餐饮酒店优惠活动方案篇一

6月17日xx6月18日

- 1、通过活动刺激亲情消费，提升企业的良好品牌形象；
- 2、拉动消费量，竞争市场份额；
- 3、加大e餐销售量，提高各店的营业创收。

心系父亲节□xx一家亲。

XXXX

- 1、活动期间，各店迎宾人员对来店消费的中老年男性送上节日祝福“您好，节日快乐”。
- 2、活动期间，各店增加播放《报答一生》《父亲》这两首曲目。
- 3、活动期间，订xxxx餐均有好礼相送。

凡电话订餐消费满688元免费赠送xxxx餐扑克牌4副，凡电话订餐消费满888元免费赠送xxxxe餐及时送vip会员金卡一张，各店做好登记，财务备存。

4、活动期间各店厨政部推出几款父亲节爱心套餐，价格各店可根据自己的具体情况而定，菜式以健康，营养为主，菜品名体现父爱（参考：感恩之爱、父爱如山、父爱似水、父子情深）。并且主推一道父亲节特色菜品。

5、活动期间到店内消费的客人，单桌消费满800元可获赠免费全家福（10寸塑封）一张，各店做好登记，财务备存。

6、企划部统一利用短信平台给客户发送父亲节祝福短信：“心系父亲节□xxxx一家亲，多款父亲节爱心套餐温情推出□xxxx餐饮祝天下所有父亲节日快乐！”

2、管理公司企划部于6月16日统一为各店客户发送父亲节祝福短信，“心系父亲节□xxxx一家亲，多款父亲节爱心套餐温情推出□xxxx餐饮祝天下所有父亲节日快乐！”。

1、各店认真组织员工学习活动方案，根据方案对员工进行相关知识培训；

2、各店活动期间充分做好拍照、洗照工作，增加创收点；

3、积分卡活动、赠券活动与此活动同时进行。

餐饮酒店优惠活动方案篇二

“光棍不再有，用餐不寂寞”20xx双十一节日活动

20xx年11月11日

xx餐厅

凡是关注本餐厅微信的公众号的用户，皆可参与本餐厅最优惠的微信营销活动。

依xx科技-微信营销平台上的幸运大转盘、拆礼盒、微投票、优惠券功能开展本次双十一光棍节微信营销活动。

1、“关注餐厅，光棍节礼物免费送”

凡光棍节当天到店关注餐厅微信即送：凉菜一份，饮料一杯，甜点一份。（每桌限一份。）

2、幸运大转盘，吃嗨双十一

用户在本公众平台回复“大转盘”即可有机会获得本餐厅精心准备的4-6人餐一份。

活动奖品：

一等奖：精致4-6人餐(468元)

二等奖：美食抵用卷(100元)

三等奖：剁椒鱼头(108元)

3、我要拆礼盒，既要对象也要吃

关注餐厅微信：

在餐厅微信平台回复关键字“拆礼盒”；

领取礼盒后，邀请3位好友帮助拆开礼盒。

活动奖品：

一等奖：1+1双人套餐(256元)

二等奖：111元代金券一张

三等奖：招牌菜11元尊享一份(原价99元)

4、唱情歌，赢霸王餐

11月1日-9日，将自录的情歌以语音形式发送到公众号，由粉丝投票选出最动听的情歌，票数最多的前11位，可享受到店用餐1.1折的优惠!

5、微信签到，坐享优惠

凡是连续在微信上签到11天以上的(包括11天)，即可获得价值111元的优惠券一张(消费满500元即可使用优惠券)

另：凡是参与以上活动并到店用餐的顾客，消费满111元即送玫瑰花一支。

本活动最终解释权归xx餐厅所有。

餐饮酒店优惠活动方案篇三

由于本次策划活动仓促且个人活动较多，调查不够全面详尽，阻碍了策划的制定。在24号晚，电话联系了天地和负责人王女士，预约了25号对天地和的考察。

1. 乐山市中区中高档火锅店屈指可数，小火锅店(如鱼火锅等)众多。

目前情况：

1. 上午11点，员工坐在椅子上闲谈；下午4点半，经理在柜台上睡觉。在受访的7位曾在天地和吃过火锅的人中，有3位提出服务细节有问题。

2. 市场为中高端定位，现阶段主要针对有车人士。大部分是

中档小轿车。

3. 营业高峰期为晚上7点至8点，4月25日，7点半，消费者每组最少为2人最多为9人。在受访的5组中，除其中一组为宴请朋友外，每组至少有2名儿童，消费者多以家庭方式消费。

4. 特色产品为牦牛肉火锅，但对该产品宣传不够。

5. 所处商圈(满庭芳二期)定位偏离，满庭芳定位有“花样年华校园主题商业广场”、“嘉州新城生活广场”，但由于其背靠理工学院，致使该商圈小吃店、小饭馆、烧烤、网吧众多，且背后100米处为菜市场。

6. 据了解未来嘉州新城与满庭芳将有5万住户。

7. 未来绿心公路将连接该地区与市中区繁华部分，将大大带动该地区发展。

优势：

1. 自身定位明确(中高端定位)，此种定位在乐山拥有市场空缺。

2. 停车方便且安全(位于满庭芳二期拥有较开阔的环境拥有众多车位，为广大的有车族提供了方便，并且有专门的满庭芳保安值班保证了车辆的安全)。

3. 总体地理位置优越(纵观沫若广场至肖坝车站再到嘉州新城结尾本火锅坊是唯一较大

型且消费环境优雅的特色火锅坊)。

劣势：

1. 由于所处位置(满庭芳二期)由于靠近学校，小饭馆林立，

降低了该商圈的档次。

2. 所处位置离现乐山人口密集区较远，前往此处吃火锅较为麻烦。

3. 特色产品宣传不够。

4. 服务人员培训不足。

5. 夏季天气炎热，从一定程度上阻碍了部分人的火锅消费。

机会：

1. 乐山市中区中高档火锅店屈指可数，市场空缺明显。

2. 拥有广大的潜在客户群，有利于长期发展(嘉州新城未来的五万户主将是巨大的消费群体)。

3. 未来绿心公路的修建将带动该地区发展。

威胁：

1. 周围楼盘在短期内不会入住。

2. 所处位置离现乐山人口密集区较远。消费者难以知晓此处有家火锅坊。

3. 知名火锅连锁刘一手在距肖坝不远的沫若广场有分店，构成了威胁。

分析天地和火锅坊优势及机会明显。

1. 天地和火锅坊定位即为中高端市场，而乐山中高端市场空缺明显。

2. 中高端市场消费者，往往有车，注重生活质量，不会因为几分钟的路程而阻碍他们吃火锅。

3. 满庭芳二期的停车位众多，且有保安站岗，能满足消费者停车要求。这是其他中高档火锅店无法具备的。（如刘一手外停车位少，且无人看守）。

战略

1. 所处地理位置近期无明显优势，但在未来具有极大潜力。因此需考虑长期效益，注重老顾客的保持，新顾客的开发。

2. 针对夏季吃火锅问题，开发新产品，吸引新顾客。

3. 特色产品不突出，因采取引导消费，带动特色产品消费。

营销主题“留住老顾客，开发新顾客”。

五一等节假日是餐饮消费的高峰期，但五一节三天的收入是比不上一个月的收入的，节假日营销目的不仅仅是要提高短期经济效益，更重要的留住现有老顾客，开发潜在新顾客，带动今后的业绩增长。且嘉州新城、满庭芳在未来将有极多潜在消费者入住，更因进行新顾客开发。

针对该主题，实行新产品开发策略，组合销售策略及会员卡营销策略。并进行针对本火锅坊消费群体的促销宣传。

会员卡营销策略：

（一）、实行会员制卡的益处：

1. 长期广告效应。

2. 有助于留住老客户。

3. 收集会员信息对今后产品、服务等进行改进，让客户更加满意，也方便今后的营销计划制定。

（二）、会员划分

普通会员

金卡会员

（三）、会员卡功用

普通会员：凭卡消费，赠送特色菜品一份；或享受折扣优惠。

金卡会员：凭卡消费，优先使用雅间，且免收雅间费；赠送特色菜品一份；享受折扣优惠。

注：尽量不使用折扣方式进行低价行销。

（四）、会员卡制作要求

普通卡：简洁、大方、不俗。

金卡：高贵、典雅，能凸显持卡人品味。

普通卡及金卡均进行统一编号。

（五）、会员卡发放形式

备注：借力营销：借力满庭芳、嘉州新城售楼中心，对其业主免费赠送会员卡。

（六）、会员管理(消费者信息收集)

发放会员卡后，对应会员卡编号，记录下持卡人信息，并对持卡人每次前来消费的具体信息(消费人数、该次消费者间人

员关系(关系包括家庭、同事、朋友等)、消费金额、消费菜品、用餐习惯等)。

收集会员信息对今后产品、服务等进行改进，也方便今后的营销计划制定。

新产品开发策略夏季吃火锅，有燥热感，且易上火。且随着现代人对生活水平的，在家庭消费者中，常常出现60岁以上的老年消费者，他们不宜多吃油腻；对于爱美的年轻女性来说也不宜吃辣。对于此问题应进行有针对性的新产品(锅底)开发：

清爽温补型火锅、养生保健型火锅、美颜排毒型火锅等(如多种菌类的火锅、清新爽口的瓜果火锅)

组合型销售策略将多种菜品和锅底进行合理搭配，组合成不同的火锅套餐，对各套餐进行富有特色的命名，并对组合后的套餐进行一定的折价。

该策略作用

1. 引导消费者消费不同菜品和新产品。
2. 帮助消费者进行最佳的口味搭配。
3. 套餐组合的命名能加深消费者对本火锅坊菜品及本火锅坊的印象。

(一)、目标消费者

目前(嘉州新城还未完全入住)，天地和火锅坊的目标消费者为中高端人士，他们有车，有钱用于餐饮休闲消费，且吃火锅一般携同家人或朋友。此类人群集中地点：滨江路河边茶铺及茶楼、商务会所、休闲健身会所等。

（二）、宣传形式

传单：

1. 制作要求：邀请函形式、美观、大方、3000份
2. 内容：对天地和火锅坊简要介绍、新菜品、新锅底、五一活动介绍等。
3. 散发：滨江路河边茶铺及茶楼、商务会所、休闲健身会所等。
4. 报刊广告：不采取在报刊上直接做广告，而将传单交予报刊乐山代理商和销售商，将传单插在报刊中，这样能以极低的费用做宣传。

(电视广告)：

1. 内容：对天地和火锅坊简要介绍、特色、新菜品、新锅底、五一活动介绍等。
2. 时间、时长：在6点至8点时段内，1小时之间，投放2次30秒广告。播放时间4月28日至5月1日。

注：由于电视广告成本过高，是否投放待定。

经费预算传单： $0.5\text{元} \times 3000\text{份} = 1500\text{元}$

传单发放人员： $30\text{元} \times 10\text{人} \times 3\text{天} = 900\text{元}$

(电视广告： $600\text{元} \times 3\text{次} \times 5\text{天} = 9000\text{元}$ 制作费用：500元)

会员卡： $500\text{张} \times 0.8 = 400\text{元}$

总计：2800(12300)元

营销效果评估广告效果评估：采用反馈评估法，结合会员卡营销，了解消费者是通过何种途径知晓天地和火锅店。

活动评估：

短期——据五一期间营业额；

长期——借助会员卡，考察顾客再次光顾率，及顾客满意度变化。

餐饮酒店优惠活动方案篇四

一。活动时间□20xx年5月11号至5月19号，计8天。

二。活动目标：

1. 在活动期内，刺激消费者的计划性购买和冲动性购买，扩大营业额，并提高毛利额；
2. 稳定已有顾客群并吸引增加新顾客，以提高客流量；
3. 增加季节性商品的销售，以提高人均消费额；
4. 增强企业形象，提高公司知名度；

三。dm活动内容：

1. 活动主题：温馨母亲节

丈夫——关爱妻子，送给她一份惊喜；儿女——孝敬母亲，送给她一份感动；社会各界关爱孤寡老人——送给她们一份温暖！

2. 感恩母爱签名活动：活动前三天，15岁以下青少年儿童凡

现场在条幅上写下“妈妈我爱你”，均可获得精美牙刷一支！

道具：签名条幅一条，2米*5米。彩色记号笔。（门店可使用pop等）

3. 爱你，就送给你：

凡在超市购物单张收银小票满28元者，凭购物小票送刷洗大王一支。

凡在超市购物单张收银小票满58元者，凭购物小票送蚊香一盒。

凡在超市购物单张收银小票满88元者，凭购物小票送喷雾杀虫剂一瓶。

4. 会员卡的推广：店内会员价商品——比特价还惊爆的会员价，真诚回报五环的忠实顾客！

5. 现金大把抓——母亲节送给伟大母亲的惊喜：活动前三天，晚上7：30分——8：00，身为人母的朋友凭13元以上购物小票，可参加抽奖活动。每天抽取5名顾客，获得抓取现金机会。抓到多少送你多少！（限购物中心曹州路店）

6. 凡5.11号生日的女性顾客，凭身份证到店均可领取精致丝巾一份！

7. 挑错有礼——凡通过电话：或者qq对五环购物中心提出批评，建议，意见者，均可获得小礼品一份，并免费办理会员卡一张！（我们还年轻，做的不好的地方，请您多担待！）

活动推出商品惊爆“超低价”商品：蛋糕、巧克力，牛奶，奶粉，生鲜类，纸品，卫生巾，洗涤，保健补品等，梳子，洗面奶、营养霜，凉枕等。

餐饮酒店优惠活动方案篇五

赠送客人古木制的点心盒

让就餐客人替我们来做广告宣传

策略：达到一定消费额的客户应该赠送客人精美的点心一盒，最好是景泰蓝、古木为外观质地。对于喜宴的客人可以赠送来消费的女客人一双筷子，质地也是景泰蓝或古木。对于寿宴的客人可以赠送寿星老花瓶一对，每次用餐如果有女客人的话，达到一点消费数额，将赠送一个精美首饰盒。建议赠送活动为期 2 个月，期间会经过春节这个档期，对于宣传比较有利。寓意：筷子代表成双成对，景泰蓝花瓶代表平平安安。

礼盒：古木： 120/ 盒 景泰蓝： 110/ 盒

花瓶：古木： 200/ 个 景泰蓝： 180/ 个

首饰盒：古木： 85/ 盒 景泰蓝： 80/ 个

举办美食节活动

美食节是为了提升我们在地域的市场竞争优势，扩大社会影响力、提高社会美誉度，赢得社会效益与经济效益双赢的重要手段。

春节是我国民间最隆重、最热闹的一个传统节日，美食节的消费方式，可以采用自助的形式，期间可以邀请，周边比较影响力的公司企业、机关组织，前来优惠用餐。

通过美食节可以造成比较大的影响力，积攒下初期客户。

自助餐 99/ 人

总终修改后在定

aaaa 开业不久，确实需要一批字画来充实其中，显其文化品位，举办这样的活动，可以很小开支获得一批“廉价书画”。

邀请中国书法协会成员前来用餐。

通过举办这样的书笔会，可以将参加笔会的书画家长期“笼住”让他们替我们宣传，如果定期组织这样的活动，将使aaaa文化含量得到长期的提升，来消费的客人也会是高档次、高品位人群。