

最新酒吧前期筹备工作方案(通用9篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？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。

酒吧前期筹备工作方案篇一

直属上级：店经理、副店经理（助理经理）

岗位职责：

1. 负责本部门所有员工能为顾客提供优质超值的服
2. 负责本部门员工的管理，保证并检查公司各项标准、规范的准确执行；
3. 负责本部门的所有商品陈列的设计和
4. 负责本部门营运标准的维护，使商场保持安全、整洁、干净、舒适的购物环境；
5. 负责执行全店的销售计划，保证本部门月度、年度销售业绩、毛利业绩达到公司指标；
6. 负责商品的续订和库存的管理，控制缺货；
7. 负责促销计划的实施，竞争的市场调查和确定本部门的竞争品项；
8. 负责控制本部门的损耗在公司的指标内；
9. 提高劳动生产率，控制人事成本和营运成本；

10. 负责本部门员工的培训、评估、千迁等事宜；
11. 负责本部门的消防安全工作，避免工伤事故的发生；
12. 组织实施周期盘点、年度盘点。

主要工作：

1. 提高本部门顾客服务水平，保证优质、准确、快速的微笑服务；
2. 组织本部门的周会议，传达并执行公司的政策；
3. 巡视收货部，检查本日的进货、存货情况；
4. 检查家电部、精品部和烟酒部的专柜的安全情况和台账记录；
5. 检查家电的提货处，审核前一日所有的提货单；
7. 检查各部门商品的保质期和商品存放是否安全；
8. 检查各部门每日零星散货的收回情况；
10. 审核系统订单和紧急订单等；
11. 负责本部门管理层的排班；
12. 负责对本部门所有员工进行业绩考核、评估；
13. 制定培训计划，加强对新员工及在职人员的培训；
14. 负责与其他部门及总公司的相关部门进行沟通协调；
15. 正、副店经理不在店内时，根据授权代表店经理作出决

定，完成正、副让经理安排的工作并在值班簿内登记报告给店经理。

辅助工作：

1. 进行月度营运标准的检查；
2. 审批各种假单、申购单、考勤表等；
3. 处理突发事件；
4. 月度优秀员工的评选；
8. 加强保安、防盗和工程设备的维护；
9. 月度优秀员工的评选。

酒吧前期筹备工作方案篇二

岗位名称：楼面经理直接上级：总经理直接下级：楼面主管
职责范围：

1. 直接对总经理负责. 按公司要求，负责酒吧楼面的相关工作，执行和落实上级有关指示，保证所辖部门处于良好的工作状态和运作状态.
2. 做好总经理的参谋，依据市场的变化，及时掌握和建议酒吧的经营方式、收费标准及销售价格.
3. 制定部门的工作计划，建立和健全本部门各项规章制度，抓好队伍思想建设，注意现场传帮带，质检、考核和选拔人才.
4. 经常巡视指导下属工作，检查卫生、设备、服务与出品质量，督促下属员工加强推销，促进销售，增加盈利.
5. 热情待人，态度谦和，有高度责任心，不徇私、不泄密，妥善处理客人投诉或其他部门投诉，调解员工纠纷，千方百计维护本场所的声誉和利益.
6. 严格贯彻执行公司各相关管理制度、管理条例、思想方针、以及各项操作流程、章程.
7. 努力做好本部门的物资财产管理，负责审核签发本部门物品的申购领用单据，并

将采购费用开支各项单据交总经理审核，控制营业成本、费用支出，定期配合相关部门的检查. 8. 制定培训计划，安排培训内容，负责本部门员工的各项业务知识、技能与技巧及服务意识的培训，从而提高服务质量. 9. 对下属人员进行绩效评估并汇总交总经办审核批准，并按奖惩制度实施奖惩，负责审定员工的排班及考勤. 10. 定期组织主管、领班检查对辖区内的设备、设施的维护保养情况，保障其正常运行. 11. 负责接待和安排公司的重要顾客、熟客、常客. 12. 主持部门工作例会和参加每周经营分析会. 沟通上下级之间的关系，向下传达上级决策，向上反映员工情况，并保持好与其他各部门关系的协调与处理. 13. 积极完成总经理临时交付的各项工作指标和任务.

酒吧前期筹备工作方案篇三

工作计划网发布酒吧市场部工作计划模板，更多酒吧市场部工作计划模板相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

公司上市后，管理水平必将大幅度提高，这不仅仅是市场竞争的外在要求，更是自身发展壮大的内在要求。对于市场部来说，全面提升管理水平，与公司同步发展，既是一种压力，又是一种动力。为了完成公司xx年合同额三十亿的总体经营管理目标，市场部特制订xx年工作计划如下。

一、信息网络管理

1. 建立直接领导关系

市场部是负责公司信息网络建设与维护、信息收集处理工作的职能部门，接受营销副总经理的领导。市场部信息管理员与各区域市场开发助理之间是一种直接领导关系，即在信息网络建设、维护、信息处理、考核方面对市场开发助理直接进行指导和指挥，并承担信息网络工作的领导责任。

2. 构架新型组织机构

3. 增加人员配置：

(1) 信息管理员：市场部设专职信息管理员3名，分管不同区域，不再兼任其它工作。

(2) 市场开发助理：浙江省六个办事处共设市场开发助理两名，其它各办事处所辖区域均设市场开发助理一名。

4. 强化人员素质培训

春节前完成对各区域的市场部信息管理员和市场开发助理的招聘和培训，使xx年新的管理制度实施过程中市场部在人员素质方面有充分的保障。认真选择和慎重录用市场开发助理，切勿滥竽充数。

5. 加大人员考核力度

在人员配置、资源保证、业绩考核等方面对信息网络建立和维护作出实施细则规定，从制度上对此项工作作出保证。建立市场信息管理员定期巡回分管区域指导信息管理工作的考核制度，并根据各区域实际情况和存在的问题，有针对性地加以分析和研究，以督促其在短期内按规定建立和健全信息管理工作。

6. 动态管理市场网络

市场开发助理与信息管理员根据信息员提供的信息数量(以个为单位)、项目规模、信息达成率、发展下级信息员数量四项指标对信息网络成员进行定期的动态评估。在分析信息员/单位的分类的基础上，信息管理员和市场开发助理应结合信息员的背景资料进行细致地分析，确定其通过帮助后业绩增长的可能性。进一步加强信息的管理，在信息的完整性、及时

性、有效性和保密性等方面做好比上一年更好。(详见市场开发助理管理制度)

7. 加强市场调研，以各区域信息成员/单位提供的信息量和公司在各区域的业务进展情况，将以专人对各区域钢结构业务的发展现状和潜在的发展趋势，进行充分的市场调研。通过调研获取第一手资料，为公司在各区域的机构设置各趋合理和公司在开拓新的市场方面作好参谋。

二、品牌推广

1、为进一步打响“**公司”品牌，扩大**公司的市场占有率□
xx年乘公司上市的东风，初步考虑四川省省会成都、陕西省省会西安、新疆维吾尔自治区首府乌鲁木齐、辽宁省会沈阳、吉林省的长春、广东省会广州、广西壮族自治区首府南宁以及上海市举办品牌推广会和研讨会，以宣传和扩大**公司的品牌，扩大信息网络，创造更大市场空间，从而为实现合同翻番奠定坚实的. 市场基础。

2、在重点或大型的工程项目竣工之际，邀请有关部门在现场举办新闻发布会，用竣工实例展示和宣传**公司品牌，展示**公司在行业中技术、业绩占据一流水平的事实，树立建筑钢结构行业中上市公司的典范作用和领导地位，使宣传工作达到事半功倍的效果。

3、进一步做好广告、资料等方面的宣传工作。在各个施工现场制作和安装大型宣传条幅或广告牌，现场展示企业实力;及时制作企业新的业绩和宣传资料，补充到投标文件中的业绩介绍中和发放到商各人员手中，尽可能地提升品牌推广的深度和力度。

4、加强和外界接触人员的专业知识培训和素质教育工作，树立良好的企业员工形象和先进的企业文化内涵，给每一位与**公司人员接触的人都能够留下美好而深刻的印象，从而对

****公司有更清晰和深层次的认识。**

三、客户接待

酒吧前期筹备工作方案篇四

一、业务发展方面：制定业务收入计划和发展计划并采取措施指导、督促各县区完成。

今年上半年，市场部根据公司领导要求，在省公司下达的全年收入计划基础上，制定了全市收入计划，并分解到各县区。根据县区市场发展潜力不同，分解了各项业务发展量计划。为确保业务收入和发展量计划顺利完成，市场部根据形象进度把每项计划分解到季度、月，每月统计完成情况，与县公司一起讨论完成较好的经验以及未完成计划的原因，发现问题和困难，与县公司共同解决。

截止6月份，全市共完成业务收入万元，绝对值排名全省第位，完成形象进度的%。宽带终端新增户，宽带专线新增户，有人值守公话新增户，普通电话新增户。

市场部还采取各种措施，向县区公司推广新业务、新产品。1月份以会代训，召集各县区营销、营业骨干针对产品资费进行培训及讨论，并归纳出现存问题，从而找出适合本地的资费套餐。3月份根据市场竞争情况向省公司申请了包月资费套餐，在全市组织推广。5月份组织各县区管理人员、主管人员、维护人员，参加省公司培训，学习业务理论、营销策划，对业务推广有很好的指导意义。

二、基础管理方面：落实了营业账款稽核、退费和拆机明细核查、虚假用户拆机、清理长期欠费、客户资料整理、资源整理、装维材料和终端管理等一系列基础管理工作，有效的避免了业务收入和成本的流失。

从元月份开始，市场部按照内控流程要求，调整了原来对县区公司进行周稽核的制度，改为日稽核、周稽核、月稽核并行，每月尽量安排对县区公司一级稽核情况现场核查。对每周稽核情况进行通报，对不符合要求的做法通报批评，每月月底一、二、三级稽核员共同对全区现金流实收应收进行稽核，起到了很好的效果。我公司现金流差额连续半年在全省属于情况最好地市之一，没有因现金流差额影响考核收入。

为确保不因支撑系统错误操作影响收入，市场部安排支撑中心每天对每个县区拆机、退费明细都进行核查，严格封堵每个漏洞。

为清理长期欠费、控制当期欠费，市场部根据公司领导要求制定了当期欠费回收量不低于98%的考核目标。对欠费回收情况进行周通报、月通报。在与县区公司的共同努力下，到5月份系统内本年新增长期欠费清理完毕，当月调帐数首次低于省公司要求的最低限额，从连续5个月调帐超过万元，达到5月份的元。

为掌握资源情况，避免资源浪费，市场部安排支撑中心每月对各县区资源情况进行抽查、通报，6月份又进行了现场检查。

今年市场部接手物料管理以来，在网络部的大力支持下改进了管理方式，把出入库明细账与支撑中心每天的经营日报装、拆机数量相对照，使物料管理形成闭环。为实现终端回收、重复利用，要求县区公司对宽带、话吧、有人值守公话新装机用户都收取押金。鼓励县区公司在发展新用户时引导用户使用回收的终端。对终端故障在保修期内的用户更换回收终端，严格杜绝以旧换新。通过这些措施的执行，有效控制了浪费现象。

三、绩效考核方面：改进绩效考核计算方法，从多方面入手促进保存量、激增量，提高业务收入。

自3月份省公司绩效考核办法草稿下发，市场部开始与上级市场部沟通如何进行续费率和流失率两项考核指标的计算。在多次探讨未果的情况下，市场部根据公司领导要求和本公司实际情况，制定了考核用户拆机、双停、单停、零费用用户续费等一系列考核方法。引导县区公司对上述用户高度重视，通过每天逐户核查，基本上堵住了客户流失的漏洞，对长期零费用用户的激活也起到了很好的效果。既节省了资源，又提高了收入，另一方面节省了业务发展费用。

四、存在的问题和困难

- 1、由于上半年集中精力理顺基础资料管理，在营销策划、业务宣传、市场调研、人员培训等方面比较薄弱，造成对县区公司业务发展支持不够。
- 2、由于省公司系统准备升级，我公司很多报表需求无法满足，计算绩效考核指标、分析经营数据给市公司和县区支撑部门带来很大工作量。

酒吧前期筹备工作方案篇五

二. 酒吧管理中一定要懂得放权；

做酒吧要懂得放权：上头交代的事情总是完不成或拖拉；下属总在找各种借口；这并不是下属的原因。其原因有可能在管理者自己身上，因为你不懂得放权，什么事情不论巨细亲自过问的结果。懂得放权，一旦放权就一定要随时紧紧地盯住，给你下属一个空间这是最重要的。一味的服从这是最没有创造力和危险的事情，毕竟酒吧不是军队，酒吧就是强调人性化的管理。这样你即轻松，又能做好酒吧。

三. 经营中不能缺少自己的文化特色；

不管是什么样风格的酒吧，文化氛围是最重要的。什么是文

化？“文化就是群体生存的方式”。不要把文化说的很高深莫测，所谓的历史就是人类生存的时间，所谓的传统就是生存的一种模式。只有那些吃饱没有事情干的文化人才把所谓文化说的这么高深，开酒吧是做生意不是研究历史文化。酒吧也该制定自己的生存方式，那么文化就有了。酒吧靠什么生存？靠你的音乐靠你能吸引客人的亮点、靠的是服务、靠的是理念、靠的是创新、靠的是品牌推广等，这就是你的文化。

酒吧前期筹备工作方案篇六

社群规则是约束用户行为，目的在于二：一是给新用户传递社群第一印象，二是维护社群的价值环境。

根据心理学的首因效应以及前辈们的经验总结，新用户对群的认知建立是在入群24小时内，他对社群的整体印象，是决定其是否留存，是否活跃的重要因素。

其次，设置入群门槛，能够提高社群的质量，影响生命周期的长短。无门槛的社群意味无逃逸成本，就算打广告被踢也无所谓。

入群门槛一般有三种：一是付费入群，二是群主审核邀请，三是完成任务（比如转发海报到朋友圈等）。根据建群的目的，可以选择相应的入群门槛。

然后是群公告及欢迎语，一般包括四个内容板块：

社群主题——告诉用户社群是做什么的社群服务内容——告诉用户社群具体提供什么服务禁止行为——告诉用户什么行为是禁止的，且会受到何种惩罚（一般是广告）激励行为——告诉用户什么行为是提倡的，会受到何种回报。

最后，出于严格追求社群的高质量，会设置淘汰机制，以积分玩法为主，相应的还会有复活机制。

来源：外号藥丸[nameyaowan]

酒吧前期筹备工作方案篇七

我认为作为酒店服务员至少要具备以下几方面的服务能力：

语言是服务员与客人建立良好关系、留下深刻印象的重要工具和途径。语言是思维的物质外壳，它体现服务员的精神涵养、气质底蕴、态度性格。客人能够感受到的最重要的两个方面就是服务员的言和行。

服务员在表达时，要注意语气的自然流畅、和蔼可亲，在语速上保持匀速，任何时候都要心平气和，礼貌有加。那些表示尊重、谦虚的语言词汇常常可以缓和语气，如您、请、抱歉、假如、可以等等。另外，服务员还要注意表达时机和表达对象，即根据不同的场合和客人不同身份等具体情况进行适当得体的表达。

人们在谈论时，常常忽略了语言的另外一个重要组成部分身体语言。根据相关学者的研究，身体语言在内容的表达中起着非常重要的作用。服务员在运用语言表达时，应当恰当地使用身体语言，如运用恰当的手势、动作，与口头表达语言联袂，共同构造出让客人易于接受和满意的表达氛围。

酒店是一个人际交往大量集中发生的场所，每一个服务员每天都会与同事、上级、下属特别是大量的客人进行广泛的接触，并且会基于服务而与客人产生多样的互动关系，妥善地处理好这些关系，将会使客人感到被尊重、被看重、被优待。客人这一感受的获得将会为经营的持续兴旺和企业品牌的宣传、传播起到不可估量的作用。良好的交际能力则是服务员实现这些目标的重要基础。

服务人员为客人提供的服务有三种，第一种是客人讲得非常明确的服务需求，只要有娴熟的服务技能，做好这一点一般来说是比较容易的。第二种是例行性的服务，即应当为客人提供的、不需客人提醒的服务。例如，客人到餐厅坐下准备就餐时，服务员就应当迅速给客人倒上茶、放好纸巾或毛巾；在前厅时，带着很多行李的客人一进门，服务员就要上前帮忙。第三种则是客人没有想到、没法想到或正在考虑的潜在服务需求。

能够善于把客人的这种潜在需求一眼看透，是服务员最值得肯定的服务本领。这就需要服务员具有敏锐的观察能力，并把这种潜在的需求变为及时的实在服务。而这种服务的提供是所有服务中最有价值的部分。第一种服务是被动性的，后两种服务则是主动性的，而潜在服务的提供更强调服务员的主动性。观察能力的实质就在于善于想客人之所想，在客人开口言明之前将服务及时、妥帖地送到。

在服务过程中，客人常常会向服务员提出一些如酒店服务项目、星级档次、服务设施、特色菜肴、烟酒茶、点心的价格或城市交通、旅游等方面的问题，服务员此时就要以自己平时从经验中得来的或有目的的积累成为客人的活字典、指南针，使客人能够即时了解自己所需要的各种信息，这既是一种服务指向、引导，本身也是一种能够征得客人欣赏的服务。

即客人会有一些托付服务员办理的事宜，或在餐饮时需要一些酒水茶点，在这些服务项目的提出到提供之间有一个或长或短的时间差，这时就需要酒店服务员能牢牢地记住客人所需的服务，并在稍后的时间中准确地予以提供。如果发生客人所需的服务被迫延时或干脆因为被遗忘而得不到满足的情况，对酒店的形象会产生不好的影响。

服务中突发性事件是屡见不鲜的。在处理此类事件时，服务员应当秉承客人永远是对的宗旨，善于站在客人的立场上，设身处地为客人着想，可以作适当的让步。特别是责任多在

服务员一方的就更要敢于承认错误，给客人以即时的道歉和补偿。在一般情况下，客人的情绪就是服务员所提供的服务状况的一面镜子。当矛盾发生时，服务员应当首先考虑到的是错误是不是在自己一方。

一名服务员除了要按照工作程序完成自己的本职工作外，还应当主动地向客人介绍其他各种服务项目，向客人推销。这既是充分挖掘服务空间利用潜力的重要方法，也是体现服务员的主人翁意识，主动向客人提供服务的需要。

虽然酒店各服务部门设有专门的人员进行营销，但他们的主要职责是一种外部营销，内部营销则需要各个岗位的服务员共同来做。只有全员都关心酒店的营销，处处感受一种市场意识，才能抓住每一个时机做好对客人的内部营销工作。这就要求服务员不能坐等客人的要求提供服务，而应当善于抓住机会向客人推销酒店的各种服务产品、服务设施，充分挖掘客人的消费潜力。为此，服务员应当对各项服务有一个通盘的了解，并善于观察、分析客人的消费需求。

酒吧前期筹备工作方案篇八

我们在前面六脉神剑和定位篇都讲到了，要清楚我们经营产品的用户是谁，他们的需求是什么，这样引流才能精准。

因此，在这里你可以写出你的目标客户群体，以及他们的需求。

04

引流分为线上和线下。

常用进群的方法有，朋友圈好友进群学习，福利吸引微信好友进群，老顾客进群抽奖福利，群员邀请好友进群送礼品或者红包，借助第三方引流进群等等，在下一章节引流篇会有

详细的讲解。

05

我们把群运营分为了9个基础模块：

a□红包雨怎么发？

b□如何抽奖能够活跃气氛？

c□如何和群员插科打诨？

d□分享哪方面的知识能够引起群员的兴趣？

e□选择什么的话题来讨论？

f□如何让互动员来配合？

g□如何让小号来挑起话题？

h□如何来分享个人故事感动群员？

i□如何让群员觉得你是一个好人？

06

设计好的成交方案，要解决以下几个问题：

a□如何团购测试一下用户付款习惯？

b□如何在成交前预热铺垫？

c□如何成交接龙前提高关注度？

d□如何让用户觉得超值？

e□如何设置超级赠品？

f□如何限时限量促销制造紧迫感？

g□如何设置零风险承诺？

关于成交方案，在我们的社群成交篇将会详细的来讲。

07

做社群的裂变有以下三种方法：

c□整合其他商家带来更多流量

酒吧前期筹备工作方案篇九

1. 设计确定部门组织结构，确定人员编制，制定人员到岗时间表，报行政人事部备案实施。
2. 建立适宜的部门各项规章制度，并不断完善。
3. 对本地区酒店业开展市场调研，设计出切合酒店实际的价格体系，报总经理室批准实施。
4. 组建具有高素质、战斗力的销售团队。
5. 精心筹划酒店开业前的营销方案，上报批准后实施。
6. 起草酒店住房协议并印刷。

年xx月开始市场拓展，开业前协议单位签约数不少于xxx家。

8. 部门内外沟通表单的设计确认并运用。
9. 部门培训计划的制定和实施。
10. 提前与各大网络订房中心签订业务合作协议。
11. 开业前二个月对上海杭州苏州等周边地区的旅行社报价，保持经常性的业务联系。
12. 建立并保持与当地新闻媒体的良好关系。
13. 在互联网上积极做好酒店的宣传工作。
14. 策划酒店的开业庆典方案，上报批准后精心准备。
15. 建立客户档案并不断完善。
16. 思考科学合理的销售绩效考核方案，报总经理室审批后开业后执行。
17. 做好部门办公用品的采购计划，报行政人事部汇总备案。
18. 跟进与vi设计公司的联系，根据计划进度配合完成酒店的整体vi设计内容。
19. 跟进酒店开业前的开荒工作。
20. 其他未尽事宜。