2023年餐饮五一活动方案 餐饮活动方案(通用5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。优秀的方案都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

餐饮五一活动方案篇一

xx公馆是广西xxx品牌旗下的餐饮品牌□xx公馆有25个装修豪华的包厢和两个宴会厅，其中12个江景包厢，三个包厢可以容纳20人以上就餐；一号宴会厅可以容纳110桌的大型宴会，二号宴会厅可以容纳30桌的中型宴会，休闲茶吧是接待顾客的场所。还有没有利用的一间大会议厅和两间小会议厅。

1、产品描述

xxx位于美丽的柳江岸边，近观柳江一线江景，享如江水般秀勇流淌□xxx囊括了xx公馆(餐饮会所)、歌伦部、蓝调吧(酒吧)、龙水吟(茶吧)、天韵男士spa□水云间(xxxvip房)、水上高尔夫等顶级配套，创造高贵典雅生活模式，引领xx城市文化生活品味的风尚□xxx目前开放对外服务的场所有xx公馆(餐饮会所)和歌伦部(ktv)□

xx公馆有25个包厢，其中有12个江景包厢，包厢采用最前沿的主流设计风格，格局大气细节精致。菜系主要为新派粤菜、高档海鲜及地方特色美食，适合高端商务宴请。这里是“江湖豪杰”风云际会的场所，坐拥一堂，分享商道风云。

4.5米的副厅，可以容纳30桌300人用餐，副厅采用现代风格

的经典设计，处处体现环境与艺术的巧妙结合，现代气息浓厚，奢华典雅。

1、产品的swot分析

2、产品定位：

我认为产品应该定位与xx市高端产品定位一致，销售价格和顺丰酒楼一致。

餐饮业是居民休闲消费、社交消费、喜庆消费、会展消费和旅游消费的重要组成部分，也是从事商务活动的重要组成部分。强劲的餐饮消费对化解收入存量、拉动经济发展效果显著。目前为止□xx的餐饮服务业处于全国中等水平□xx的中低挡餐饮比较多，相对xx经济来说，高端餐饮供应量不足。经过调查因生意应酬吃饭的客户约占饭店消费客户的80%。相比大众客户，我们更看重的是至少拥有一个公司的企业主，企业主的商务应酬比一般人要多，对品牌和私密性的要求比较高，我们的产品更符合他们的需求。

1、产品策略

第一、加强培训，改善服务：主要是针对服务员，在招收服务员

前，对其进行两周的岗前培训，让没有服务经验的服务员，有基本的服务知识和服务理

论知识。每天班前例会，主要是激励士气，鼓励服务员微笑认真服务。班后例会总结服务和配合不到位的地方，要求服务员改善服务质量。每周一次周会，中高层员工与基层员工沟通交流，为服务质量更上一个台阶努力。每月一次培训，内容有：服务技能、服务心理、礼仪礼貌、团队合作和管理技能等课程。

第二、引如特色菜肴：味道的好坏，直接关系到餐饮企业的生存，在xx公馆优势和劣势并存的情况下，特色菜肴可以成为主要的竞争力。首先可以考虑食材，并且又具有特色的，比如推出醉鸡，以这一个菜作为营销的重点xx没有吃醉鸡的地方，那么人们就会纷纷慕名而来。再比如：推出全猪宴、全牛宴或者全白切宴等吸引人们的注意力。

第三、目前空置的三个会议室可以开放出来引入策划公司或者是培训公司的会议，给他们提供免费的场地换取他们的广告权益和让他们带来参观了解的人群。

2、定价策略

(1)总体定价策略：所有菜品价格与xx饭店的持平。

(2)促销价格：退出10元一只醉鸡的促销价格，吸引游离消费者来场地了解产品与服务。

(3)活动推广期间，退出针对特定人群的价格优惠，比如三八节针对妇女的宴请优惠等。情人节预定婚宴的返现总价2%等优惠。

餐饮五一活动方案篇二

优势：大学城内唯一一所休闲西餐厅，品位高档且价格实惠，品类各样，口味丰富

劣势：宣传力度不够，知名度低，需要强有力的宣传

行销宣传定位策略是运营成功与否的重要关键。由于所有的宣传策划活动包括：广告、促销、定位食品质量以及公共关系（口碑）。均以市场定位为依据。在这多变的市场与竞争激烈的环境中，惟有建立强而有力的行销定位策略，才能找出一条生存与发展的市场空间。

市场定位：

1、以相对高一点的品位与环境吸引顾客。

2、以工薪阶层等商务餐为主，大学生为辅。

3、与对面宾馆建立关系，供给住宿者舒适优雅的用餐环境。

4、倾向于塑造“吸引目标客层的舒适用餐”印象诉求的定位策略市场目标：

1、附近公司：上班族品位高，需要高档用餐，距离近，用餐便利，实惠。且有许多商业事宜需要提供舒适清雅的场所。形成一批固定客源。

2、电影学院，美术学院，复旦大学。中医药大学等众多学院；大批的年轻，时尚学生消费群体，以他们作为诉求，希望提供一个轻快温馨的用餐环境。

3、众多海外留学生，享受同样高档，与其相应，市场广阔。

4、附近宾馆里的流动顾客。

西餐厅位于学院及学生公寓附近，与其他中式饭店和快餐店连在一起，但作为附近唯一的西餐厅，与其他店所不同的是有更好的就餐环境与更优质的服务。营造一种优雅，舒适，休闲的消费环境。制定计划方案，在实施计划过程中，通过宣扬本餐厅的独特产品或经营风格，树立起鲜明的企业形象。

1、宣传：

1.1设计醒目招牌，门面。

1.2精美海报设计，吸引顾客眼球；及贴在每幢宿舍楼的宣传栏，及社区露天宣传栏。

1.3精美宣传单设计，吸引学生心理，值得收藏。

1.4精美意见盒的设计，让顾客有留意见的冲动，使顾客心理让商家更明了、及时做出调整，达到长远利益。

1.5设计vi胸卡，及logo 标语。

1.6从圣诞，元旦来作为载体，搞活动提高人气量。也进一步提高知名度（优惠，抽奖）。

1.7设计网页：附于在线订餐，顾客留言，新闻动态，西餐文化等功能，打造方便，快捷的服务平台，及顾客和餐厅的交流中心。

2、布置室内环境

2.1门窗式海报及装饰。

2.2墙上及房顶的装饰。

2.3最里面墙的作用与布置装饰（以墙作为题板，分阶段性在题板上设置不同的功能与主题。如画展，作品交流平台，圣诞专题，元旦专题）。

2.4一定时间播放一定音乐。

3、促销

3.1增加情侣套餐，休闲套餐等各种服务形式。

3.2发放vip餐卡

3.3设置小面板，推荐每月或季度主打，及特别优惠餐饮。

3.4每杯咖啡附带咖啡小介。

3.5每餐建议单。

餐饮五一活动方案篇三

“民以食为天，食以安为先”，食品卫生安全一直被我公司视为企业的生命线，是打造核心竞争力的基础和前提。食品卫生安全是企业的生命线，随着气温的逐渐升高，食品安全的高发期已经到来，我餐饮中心将高度警惕、加强检查，认真做好本单位的安全管理工作，坚决打好夏季食品安全攻坚战！餐饮中心食品安全是从食品的原材料——半成品——产品进行层层把关，严格控制各环节质量安全。

（1）采购符合国家卫生标准和规定的有关要求，进行严格验收；

（2）加强对禁用食品的管控，在餐饮中心未提供《解禁申请批复》的情况下，禁止采购公司规定的“禁用食品”；餐饮中心严禁加工制作凉菜、豆角，一是“专间”硬件要求后，通过事业部审批方可加工制作；二是二级管理区所辖单位食用公司规定禁用食品须经大区质检主任、总经理签字批准，方可向事业部提出食用申请；三是经事业部批准通过，餐饮中心须收到批复文件后，方可进行原材料采购、生产加工，不能提前采购、加工。

（4）原料入库由库管和质检员共同负责，并做好记录。对于有卫生质量问题的原料“一票否决”，拒绝入库，并将情况通报给采购中心办理退货手续。

（1）严把质量关，腐烂、变质、变形物品、“三无”产品、无qs标志产品拒绝入库；

（4）经常检查存货质量，防止变质。经常通风，保持库房干燥，要勤检查、勤倒垛、勤晾晒，防止虫蛀、鼠咬、霉烂变质；调味品包装容器要干净，摆放整齐，无破损遗漏，干料

要防潮、防霉、防虫蛀、防污染。

（6）库房内禁止一切烟火，并保持通道畅通。

a□员工着工装，工装整洁，无破损；

b□切配前的原料必须是经初加工程序清洗干净的，要做到“先洗后切”；

d□操作前对器具进行清洁；

f□操作完毕要及时对器具清洗，擦干水分，防止生锈及锈腐蚀污染食品，保证使用盛用具及器具的清洁。

（1）运输工具必须完好洁净无破损，使用后立即清洗车厢；

（2）运输食品生、熟、荤、素分开摆放，不得直接接触；

根据河北千喜鹤饮食股份有限公司进一步健全公司内部安全管理制度，达到细化管理的要求；严格执行各项检查制度，规定。巡检表明细如下：

生活区：

厂区：

《菜品留样记录表》《餐厅各餐次巡检记录表》《厂区餐厅设备巡检记录表》

《厂区餐厅设备维修日志》《餐厅夜餐保温及菜品供应记录表》

《厂区餐厅菜品保温记录表》《厂区餐厅餐具消毒记录表》

《厂区餐厅泔水清运记录表》《食品原材料抽检记录表》《收尾检查记录表》

餐饮五一活动方案篇四

：五一小长假期间，餐饮行业的节日商机明显，不少婚宴、寿宴、家庭宴请等，会选择在这一时间段举办，一是处在小长假期间，亲朋好友难得聚会；二是小长假期间，人们的旅游需求旺盛，因此带来的流动消费也会给餐饮行业带来不小的业绩空间。

“偷得浮生半日闲，五一假日共美餐”

20xx年5月1日—5月7日

1、“吃热辣川菜，送清爽饮品”

5月1日—5月7日活动期间，凡宾客来店用餐满xx元，每桌可获赠本店精选清甜水果一份（或清凉酸梅汁一杯）。

2、“精品川菜，百姓价格”

5月1日—5月7日活动期间，本店特推出“精品川菜，百姓价格”的三款套餐：亲子三人套餐188元、快乐六人套餐588元、全家福套餐（10人量）880元。

3、“经典川菜知多少”小问答

席间进行川菜知识提问（问题不宜太简单），顾客发送答案至餐馆短信平台，答对者获得价值x元精美小礼物一份，餐馆也借此获得大量客户手机号，成为未来宣传服务的目标。

餐饮五一活动方案篇五

(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

普通卡：五一期间在本店消费者均可赠送。或平时在本店消

费满300以上者。

金卡：利用关系网赠送的形式，赠送给企事业单位，及乐山社会名流。

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。

促销宣传策略

某某酒店中餐厅定位在中高端市场，因此在做宣传时，定位为“精品__坊”。

(一)目标消费者

目前，某某酒店中餐厅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：对某某酒店中餐厅简要介绍、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：某某酒店中餐厅简要介绍、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。