

最新五一促销方案 五一超市促销策划方案 (汇总7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。怎样写方案才更能起到其作用呢？方案应该怎么制定呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

五一促销方案篇一

欢度五一感恩回报千万家。

二、活动时间

__年__月__日-__日（周__一周__）。

三、活动内容

1、惊喜换购仅需__元。

超市一次购满__元，凭发票到服务台加__元换购商品（价值__元左右）。

注：服务台人员做好台帐登记工作、现金的正确收取、小票的正确收集，以免出现误差。每天将收取金额上交财务，活动结束后，按照上交的`现金核查换购商品。

2、献惊喜礼金送给您。

注：团购及场外个别专柜不参加；购物金额__元以上不累计计算；每次只能使用一次；

3、买__元送__元现金券。

活动内容：超市一次购物满__元送价值__元的（超市专柜/联谊商业单位）__现金券一张，买__元送__张，多买多送。

注意事项：

- 1、现金券只能在指定专柜使用；
- 2、现金券在__月__日至__月__日期间消费有效；
- 3、现金券不找零，不兑换现金；
- 4、购买__专柜满__元时使用一张，满__元时使用__张，依次类推；
- 5、现金券盖有本公司公章均为生效；
- 6、本次活动的最终解释权归__购物中心。

此活动所有费用由所参加专柜自行承担。

五一促销方案篇二

餐饮酒店想做好五一劳动节的营销活动策划，必须要有一个正确、合理的营销目标。所谓营销目标是餐饮营销活动想要达到的效果和目的。通过对自己餐饮企业的营销目的，一般目的有以下几种情况：

1. 促进营业额增长目标

即通过营销活动来增加餐饮企业的营业额或销售额为目标。提高市场占有率，获得更多的企业利润。正常营业情况下，酒店的营销目标大多数都是以促进营业额增长为目标的。

2. 塑造酒店形象目标

即营销活动以塑造酒店的社会公众形象为目标。酒店社会形象的培育是品牌建设的重要工作，在进入品牌竞争的今天，餐饮酒店企业越来越重视企业形象的塑造。酒店通过有计划地开展宣传企业形象的促销活动，能够获得长远的销售利润和市场地位。

3. 沟通交流目标

即促销活动以酒店同消费者以及潜在消费者之间的信息交流和沟通为目标。沟通的内容可以是服务信息的交流，如服务方式、服务内容、服务地点、服务馈赠等；也可以是消费观念的交流，如倡导绿色健康的消费意识和观点，使消费者树立起有利于酒店产品销售的消费观念。

4. 确定营销主题

营销主题就好比是整个营销活动的脸面，一个好的活动主题更能吸引人，应该做到：

1. 简练、直接的告知消费者营销的内容；
2. 触动消费者心灵，对消费者参与活动有巨大的号召作用；
3. 树立和维护品牌形象；
5. 与产品利益或品牌利益密切挂钩。

例如：“偷得浮生半日闲，团圆假日吃天然”为主题的蘑菇宴；

“打折优惠天天有，告知一声齐拥有”的返现活动；

“入住xxx宾馆，欢度美好假期”的优惠活动。

制定一个优秀的活动方案是必要的，但是活动的宣传也是至关重要的一个环节。随着网络媒体的不断发展，微博、微信以及各大网络平台都逐渐成为宣传的渠道，做节假日的营销活动，自然少不了借助这些平台来实现。

微博、微信、微信公众平台是新兴的媒体平台，具有快速、高效的传播能力，而且受众范围广泛，是餐饮企业在进行活动宣传推广过程中，不可忽视的一部分。餐饮企业可以将活动文案或海报发布出来，进行大量转发，注意热点话题、关键词的添加，来增加粉丝关注度。

除了线上推广宣传外，也不可以忽视线下的传统方式。在活动开始前一到两周左右，在店门口张贴节日的活动海报，在店内醒目位置摆放活动宣传页、易拉宝等，供来店用餐的顾客浏览，服务员还可以对顾客进行活动的简单介绍，增加客户的兴趣。除此之外，酒店还可以安排员工到附近人口比较密集的商场，社区，公园、网吧等地，进行活动宣传但也得发放。

五一劳动节节日营销方案

五一劳动节，是国家规定的法定节假日。五一假期的餐饮商机是非常明显的，与此同时，许多婚宴、寿宴、家庭宴请都会选择在这个时间段举办，一是因为小长假，亲朋好友难得相聚，二是春暖花开，无论是时间还是环境都非常适合。因此，会给餐饮市场带来非常大的盈利空间。餐饮酒店应抓住时机，做好宣传，不仅在五一长假中盈利，还应加强品牌宣传，为后期的营业做长期考虑。

1. 活动，稳固老客户资源，挖掘新客户。
2. 提高酒店知名度、美誉度，塑造酒店良好的社会公众形象。
3. 利用节日造势营销，增加经济收入。

4. 增加企业与客户间的互动与交流，拉近距离

“五一”三天乐“游戏”更快乐

20xx年5月1日——3日

1. 气氛布置

广场气氛：在酒店门前空地放置竖幅、横幅、巨幅、刀旗、氢气球等引人注意的宣传物品。

社区气氛：在酒店附近的社区悬挂宣传条幅、活动海报，广告气球等，在社区和商场门口大量派发广告小气球，以增加人气和节日气氛。

店内气氛：酒店门口放置活动易拉宝，店内用气球、彩球等装饰，营造欢乐气氛。

2. 广告宣传

(1) 员工在人员密集地发放宣传单页，增加受众群体。；

(2) 向酒店客户群体发短信，送去祝福的同时，对酒店活动进行了宣传

(3) 店内随处放置或张贴微信二维码，扫一扫有惊喜

(4) 酒店微信平台，微信、微博群发活动方案或海报，员工进行转发。

1. 优惠活动：“满五加一”

五一劳动节当天，顾客每点足五道菜品，店面免费赠送顾客一道菜(下次消费时可用，有效期为一个月，且此项优惠不与其他优惠活动同时享用)

2. 劳动最光荣，巧运乒乓球

道具：两个空篮子、一个长操作台、若干乒乓球、若干根吸管

参与者：来店就餐的顾客，两名至三名

方法：在操作台的两头各放置一个空篮子，参与活动的顾客每人发一根吸管，第一个顾客从篮子里用吸管吸起一个乒乓球，转身交给下一位，依次交替，直到乒乓球被安全运送达到另一个空篮子里，在规定时间内，运送达到5个以上，可以获得饮料一一份等瓶；运送达到8个以上，可以获得精品凉菜。

菜单套餐

三人用：388元/套(1凉、4热、2点心、1拼盘)

六人用：688元/套(6凉、8热、4点心、1拼盘)

八人用：888元/套(6凉、9热、4点心、1拼盘)

五一劳动节，三天小长假，不仅会迎来旅游高峰期，对酒店而言，还是一个提高营业额的良好契机。通过营销活动的宣传推广，不仅可以增加酒店的知名度，提升酒店在当地的影响力，还可以稳定老顾客，开发新客户，不断提升营业收入。可谓是一举两得。

五一促销方案篇三

毫无疑问，促销是一种竞争，它可以改变一些消费者的使用习惯及品牌忠诚。因受利益驱动，经销商和消费者都可能大量进货与购买。因此，在促销阶段，常常会增加消费，提高销售量。现在，就来看看以下三篇关于五一餐饮促销活动策

划的文章吧！

一、奇数订价法

a□针对客人的不同心理进行产品的订价，并以此进行促销，同样会引导、刺激顾客消费。心理订价最常用的是奇数订价法。

b□有人对美国二百四十二家餐厅作过一次调查，结果发现，58%的餐厅的菜单价格以阿拉伯数字9结尾，35%的价格以5结尾，6%的价格以0结尾。餐厅价格的末位数上以不出现1、2、3、4、6、7这几个数字。在经济等级餐厅的菜肴价格的尾数常是9，而在一些档次较高的餐厅，数字5常在价格的尾数上出现。

二、折扣优惠

折扣优惠一般是要鼓励客人反复光顾和在营业的淡季时间里购买、消费。因此在消费达到一定的数额或次数后，将给予一定的折扣优惠，另外，餐厅在淡季和非营业高峰时间推广“快乐时光”，实行半价优惠和买一送一等推销方法。

对大量积压的产品，也可采用此法进行推销。但是，并不是所有的降价手段都能为餐厅产品带来更多的销售量、相反，它有时甚至可能引起餐饮产品在市场中的地位或形象的降低。所以折扣考虑以下因素：

- (1) 价格折扣能否促进销售数量和增加销售额；
- (2) 是否处于经营的低谷时间；
- (3) 是否非价格折扣不可，能否采取其他措施提高销售额；
- (4) 价格折扣后能否保本，能否盈利。

一、劳动节餐厅的气氛，相应的布置

1、餐台在餐桌上摆一瓶色泽鲜艳的插花或盆花，如月季、杜鹃、米兰等。其艳丽的色彩，清馥的香味，可使人的大脑处于悠然之境，并能增加消费者的食欲。

2、音响餐厅中特定的音响效果能够产生独特的气氛，在餐厅中布置山水小景，山石滴泉叮咚声响使人如同漫步泉边溪畔。餐厅播放一些行云流水的背景轻音乐，如克莱德曼的钢琴曲等。都能使餐饮消费者的就餐心情变得格外舒畅。

3、灯光餐厅灯光的强弱与光色的照射，对餐饮消费者的就餐情绪有着重要的影响。合理的餐厅光色，既可以激发消费欲望，又可以使消费者乐于在视觉舒适的餐厅环境中就餐。

4、色调不同的色彩能引起餐饮消费者的不同联想意境，产生不同的心理感受。餐厅的色彩如果调配得当，醒目宜人，对餐饮消费者和餐厅服务员的情绪调节、预防冲突都将具有重要意义。

5、布局餐厅的整体氛围是消费者产生愉悦的就餐心理的又一重要因素。如果其布局能根据餐厅主题和餐饮市场定位的消费者心理进行设计，必将受到顾客的青睐。

二、劳动节餐厅的服务

促销活动中人的因素是很重要的，它体现了一个餐厅的态度，人们消费更喜欢服务周到人性化的地方。所以在促销之前，要做好人员的基本服务培训，促销特色培训，态度意识的培训等等，这样可以使促销活动更好的发挥它的效果。而国庆节餐厅促销，工作人员还要做好国庆节所涉及到的的一些必备知识，尤其是与本餐厅促销相关的服务内容，以活跃促销气氛。

1、菜式国庆节餐厅促销，很多商家会推出相应的国庆套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择。

2、制作...

四、趋势分析

1、餐饮业集团化发展，品牌化经营，连锁经营成为未来主攻方向；

2、餐饮业品牌发展速度加快，会有更多的餐饮提速上市；

3、个性化餐饮业消费日趋明显；

4、餐饮业产品及营销彰显文化特色；

5、原生态、绿色餐饮引领未来发展趋势；

6、餐饮竞争由产品竞争，品牌竞争，服务竞争过度到现在的人才呈多元化竞争发展；

7、餐饮业信息化，科学化营销加快；

8、餐饮业发展层次呈多样化；

9、餐饮业政策更规范，行业自律需提高；

10、餐饮主流消费和主流消费群体转型，由地市转到省会，由省会转型到地市，由地市转型到县城。

时间□x月x日——x月x日(XX店)

活动内容：

1、广告语：“游，吃川菜，送清爽”。

x月x日—x月x日黄金周期间，凡持当日游览花园门票的宾客来店用餐，每桌可获赠清凉甜爽水果一份(或酸梅汁一杯)。

2、触摸“五一”幸运摸奖活动

x月x日—x月x日放假期间，在x店用餐者以桌为单位，均可凭结账单参加抽奖活动，凡抽出写有“五一”字样的客人将获得花园门票一张；凡抽出写有“五一xx店”字样的客人将可获得三轮车什刹海胡同游览券一张。

3、“x饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

x月x日—x月x日活动期间x店每日限20只x饭店蔬香樟茶鸭特价销售，原价96元/每只，特价60元/每只。活动期间还有两款特价菜以供宾客选择：上汤扒双鲍118元/份(原价198元)、葱烧赤参 48元/份(原价88元)。

另外，为回报消费者x月x日—x月x日活动期间x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。

4、订“益智斋”餐厅送花园游

x月x日—x月x日活动期间，凡在“益智斋”用餐的宾客可免费游览花园。让宾客充分体会到“xx里的川菜，川菜中的经典”意境。

五一的餐饮节日商机是很明显的，有很多的婚宴、寿宴、家庭宴请等都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；二是正处于春暖话开时节，踏春、旅游需求旺盛，旅游的流动消费也会给餐饮市场带来不小的空间！而做好具体的市场环境分析也是极为重要的：

自我分析

客源分析

主题确定

确定促销主题就是怎么包装问题。促销的主题至关重要，因为它决定了整个促销活动对市场的吸引力，也是宣传广告、餐厅装饰、服务形式、销售方式的中心内容。选用什么样的主题，取决于促销的目的和目标市场的承受能力。任何促销主题的包装，要考虑目标市场的“口味”和特点，要考虑诉求于市场的表达方式，要将其促销内容及“卖点”突显出来，还要讲究创意，没有创意的促销包装是难以有吸引力的。

促销方式

餐饮促销方式可是多种多样的，而且不断地推陈出新。归纳起来，有特别介绍、主题美食、优惠促销、信函促销、文艺表演、厨艺表演等。

执行与管控

促销方案再好，想法再新颖，不去执行，那也只是一些想法。而只行动了，才能把所有的想法都变成现实。而在执行过程中没有很好的管控，促销活动就有可能偏离轨道。

确定

把所有的促销策划方针方略以促销方案的形式确定下来，才能让商家们更好的去执行，也才能让所有的促销人员更好的去配合完成。

五一促销方案篇四

20xx年x月x日

xxx第三小组

组长：

组员：

xx超市公司是隶属于上海xx集团的连锁超市公司，其以承担上海烟草卷烟网络第一层次(大型超市、商场饭店、宾馆等)的卷烟管理和配送任务并以为大连锁超市、大卖场、宾馆、商场24小时配送到位为主营业务的捷强集团作为基础，因此经济实力雄厚，承担风险能力强，拥有巨大的潜能.虽在同行业中起步比较慢，但因资金雄厚而发展很快，已经在全国建立了200家左右的连锁网点，并且挤身于上海第四、全国第六的连锁超市公司。

为了充分利用超市现有的资源，自食其力，早日成为集团的又一大支柱产业，因此抓住这次“五·一”长假，以上海市内的60家连锁超市为对象，由总公司统一策划的促销活动是一次很好的机会，初步安排促销活动时间20xx.4.27---20xx.5.7□此次促销的目的是争取在“五·一”期间营业额比平日增加30%。

根据所得到数据反映，目前xx各大超市全年总营业额的50%左右是来自于节假日消费.可见黄金假日的购物浪潮是一个大商机，近几年的“五·一”假期有三个明显的消费结构特征：

走亲访友多.平时工作忙，无暇与亲朋好友常来常往，很多人会利用长假去走访亲友，因此买礼品的就不在少数，酒类、水果、营养品等也就成为了畅销商品，商家们也应该在此多下功夫。

请客招待多.相对上述的“走亲访友多”，同样别人来自家作客的也比较多，而招待客人用的饮料、水果、餐点便成为了焦点。

外出旅游多. 利用难得的七天长假出去放松休闲是许多人的选择，一路上的旅游用品当然也就少不了，所以零食、干点、饮料、盥洗用品、杯子、针线包等也是热点。

又因每年一度的中考、高考就要来临，学生营养品销售旺季再次到来，所以，各类营养品也就成为一大卖点。

捷强超市公司隶属于捷强集团，主要经营烟草，酒类，饮料，糖奶，小食品，粮油制品，南北杂货，日用百货等5000余种商品，并且其进货渠道畅通，在上海乃至整个华东地区的糖烟酒经营上拥有雄厚实力。

在激烈的市场竞争中，捷强拥有与其独特的竞争优势：

首先，捷强拥有烟草，酒类专卖权，并享受全市烟草，酒类网络第一层次的销售权。

其次，完善的配送系统，使其商品价格低廉，质量稳定，因此受到了消费者的青睐。

但是，相对于联华，华联，农工商等起步早，资本雄厚，市场份额大的超市公司，捷强也存在许多不足：

1. 门店数量少，店面相对较小。
2. 商品种类少，更新速度不够快。
3. 生鲜数量少，不能满足居民需求。
4. 货架丰满度不够，陈列方式不够一目了然。
5. 促销手段缺乏“亮点”，不能很好吸引顾客的吸引力。

此次促销活动的主要对手是联华、华联和农工商。

联华超市有限公司是我国零售业的龙头，其门店数已近千家并不断在全国扩大销售网络，其20xx年的销售总额已突破100亿元大关。联华积极实行全国采购，有效降低成本，并不失时机的开拓海外市场，是实力的竞争对手。

华联与联华一样，都是国内实力雄厚，成立较早的超市公司，它最近开始发展大卖场和便利店等优势业态，其良好的企业形象，新型的发展战略，使其成为可与联华抗衡的国内第二大超市。

农工商是全国超市零售业的一匹黑马，虽然起步较晚，但已成为全国第三的超市企业，其营业面积居各超市之首，以“规模大，品种全，价格廉”的特点，树立了良好的企业形象。

另外，麦德龙，家乐福，易初莲花等大卖场对假日的销售也有重要的影响，它们虽然分布区域偏僻，但营业面积大，商品价格低廉，品种齐全，服务多样化，并拥有完备的销售体系和丰富的营销经验。是五一市场的一股重要势力。

针对众多实力强劲的竞争对手，捷强应该立足自身的优势，利用完备的配送系统，确立适合自身发展的连锁经营模式，并要在五一的黄金假期里，增加促销的“亮点”，进一步扩大影响，提高知名度，为企业创造新的发展机遇。

主题：“五一”金假/价在捷强。

表现：1.“五一”是可以放松，休闲的黄金假期。捷强在此为您提供轻松购物的场所，由此体现金“假”。

2. 捷强为您提供优质优价的放心产品，由此体现金“价”。

3. 此主题既突出了捷强的价格优势，又迎合了此次五一的黄金假期，达到一语双关的目的，可以有效的吸引顾客的注意力，并且树立良好的企业形象。

对象：市内60家分店预算总额：40万

负责人：广告宣传期限：4月27日前

项目数量发行手段费用预算作用

dm广告10万份邮寄8万份，派送2万份10万使顾客了解捷强五一促销产品及价格

海报600张店内张贴10元/张6000元制造节庆气氛，树立企业形象

吊旗2400张店内张贴8元/张xx000元烘托店内气氛，吸引顾客购买

彩旗，彩色气球600面40个较大门店前设置6000元；

4000元制造节庆气氛，树立企业形象

展台广告300~350张展台设置15元/张5000元突出店内重点商品

候车亭广告50座1000元/座，5万宣传活动主题，树立企业形象

新民晚报4.25;5.1;5.3每天半版报章广告5万宣传活动主题，树立企业形象

990电台4.23~5.7早新闻前后各一次广播广告5万宣传活动主题，树立企业形象

附注：1.海报以草绿色为底色，用淡黄色、白色、深绿色、金黄色点缀，突出春天的气息.海报的主题与这次促销主题相一致。

2. 吊旗的整体色调与海报相同，因为吊旗是在店内设置的，所以其主题为“金价风暴”，字体要设计成爆炸式的，以刺激消费者的购买欲望。

超市5.1促销活动策划方案--策划书策划书策划方案3. 对促销的商品，要明显的标出原价，让消费者在对比中感到实惠。

4. 店内的灯光、背景音乐及展台设置要突出喜庆欢快的节日气氛。

向消费者提供精美的商品外包装，以满足送礼要求。

推出“买就送”活动，按照消费金额的大小实行“多买多送”，刺激消费者购买更多商品。

向附近小学免费赠送印有捷强标志和形象的铅笔，培养孩子对捷强品牌的认识。

慰问附近孤寡老人，制造良好的社会舆论，树立捷强品牌形象。

实行买任何商品，只要加一元，就可换购明星海报的活动，刺激青年消费者的购买。

对于购买高档葡萄酒的顾客，可以免费赠送开瓶器。

对于饮料，酒类等，可以采取集中堆积销售的方式，使消费者产生“又多又便宜”感觉。

推出半成品加工活动，满足节假日消费需求。

购买满一定数额，赠送抵用券，还可进行抽奖活动。

按各种食品类别和它们的价格归类，同一品种同一价格的商品放在同一货架上，划定一个区间定为“一包盖天下”，让顾

客在每一货架上挑一样凑齐旅游大背包，其价格比单买要便宜。

准备半成品，分成早、中、晚三个区域，不论顾客自己吃或请客都不用亲自动手了，即为“一日三餐不用愁”。

现是换季时节，人们免不了利用节假日更换不同季节的服饰，捷强门店内应设有“防霉、防蛀”区，包括一切洗涤和储藏衣物的系列用品，也可捆绑特价。

进度安排工作布置负责人

~4.22与供应商洽谈有关事宜采购员

4.22开始进货采购员

设置吊旗宣传部

五一促销方案篇五

餐饮企业如何通过正确的策划促销活动来打造自己的饮食文化，让餐厅特有的文化，感染给每一个来就餐的客人呢？下面是由本站小编为大家整理的“五一餐饮促销活动策划”，欢迎大家阅读，仅供大家参考，希望对您有所帮助。

五一餐饮促销活动策划(1)

一、人员推销

在餐厅中的每一个人都是潜在的推销员。这包括餐厅经理、厨师、服务人员以及顾客。有效地发挥这些潜在推销员的作用同样会给餐厅带来利润。

1、厨师

利用厨师的名气来进行宣传推销，也会吸引来一批客人。对重要客人，厨师可以亲自端送自己的特色菜肴，并对原料及烹制过程做简短介绍。

2、服务人员

鼓励登门的顾客最大限度地消费，这重担主要落在服务员身上。服务员除了提供优质服务外，还得诱导客人进行消费。其中，服务人员对顾客口头建议式推销是最有效的。但是有些口头建议不起作用，如“你不想要瓶酒来佐餐吗？”，而另一些则具有良好的效果，如“我们自制的索特恩白葡萄酒味道很好，刚好配你们订的鲈鱼片”。可见，服务人员的推销语言对推销效果起着至关重要的作用，要培训所有服务人员(尤其订菜单人员)掌握语言的技巧，用建议式的语言来推销自己的产品和服务。

建议式的推销要注意几个关键问题：

(1) 尽量用选择问句，而不是简单地让客人用“要”和“不要”回答的一般疑问句。

(2) 建议式推销要多用描述性的语言，以引起客人的兴趣和食欲。“一份冰淇淋”远没有“一份新鲜加里福尼亚桃子做的冰淇淋”来得有诱惑力。

(3) 建议式推销要掌握好时机，根据客人的用餐顺序和习惯推销，才会收到更好的效果。

3、顾客

b□xx餐馆董事会主席xx曾在《餐馆业》杂志上刊登的一篇文章中写到：“如果你对顾客的抱怨听之任之，不加以改正，那么你将会发现，你们餐馆的客人会一天一天地减少。”

c[]可见，在推销过程中，客人报怨是不容忽视的。所以对报怨客人应给予一个补救机会，即提供免费服务，或折扣优惠等方法，纠正顾客对本产品和服务的偏见，使他们再度光临，并乐于向别人推荐你的餐馆。

4、餐厅经理

a[]传统饭店总裁xx说过：“我们饭店的总经理、销售部经理和我，每天从12点到下午1点都站在饭店的大厅和餐厅的门口，问候每一位客人，同他们握手。当然我们希望以此赢得更多的生意。”如果餐厅经理也采用此法，就会让客人感到自己被重视、被尊重了。就乐意来就餐，并有利于刺激消费。

b[]不要轻视经理的名片。经理不管在什么地方，甚至在社交场合，对遇见的每个人，特别是接待员和秘书要非常礼貌，面带微笑但不过分地一边向潜在顾客作自我介绍，一边递上名片。这样，潜在顾客就能清楚地知道你的名字和你所属的餐厅。在下次选择餐厅就餐时，你的餐厅不能说是没有希望的。

二、气氛

1、对整个饮食行业来说，室内装饰是一个有力的推销手段。像情调和气氛这些难以捉摸的东西却对餐馆的收入有直接影响。

2、一个餐厅的气氛是在几种因素影响下形成的、即音响、餐厅摆台、餐厅民族特色、座位布置和形式、餐桌和椅子数目、餐厅形状和面积，服务人员(年龄、性别、外表、服饰)、餐厅卫生和服务人员的个人卫生，其他客人，餐厅温、湿度，餐厅装璜(灯光、色彩等)，舒适程度以及这些因素的协调性。

五一餐饮促销活动策划(2)

一、奇数订价法

a□针对客人的不同心理进行产品的订价，并以此进行促销，同样会引导、刺激顾客消费。心理订价最常用的是奇数订价法。

b□有人对美国二百四十二家餐厅作过一次调查，结果发现，58%的餐厅的菜单价格以阿拉伯数字9结尾，35%的价格以5结尾，6%的价格以0结尾。餐厅价格的末位数上以不出现1、2、3、4、6、7这几个数字。在经济等级餐厅的菜肴价格的尾数常是9，而在一些档次较高的餐厅，数字5常在价格的尾数上出现。

二、折扣优惠

折扣优惠一般是要鼓励客人反复光顾和在营业的淡季时间里购买、消费。因此在消费达到一定的数额或次数后，将给予一定的折扣优惠，另外，餐厅在淡季和非营业高峰时间推广“快乐时光”，实行半价优惠和买一送一等推销方法。

对大量积压的产品，也可采用此法进行推销。但是，并不是所有的降价手段都能为餐厅产品带来更多的销售量、相反，它有时甚至可能引起餐饮产品在市场中的地位或形象的降低。所以折扣考虑以下因素：

- (1) 价格折扣能否促进销售数量和增加销售额；
- (2) 是否处于经营的低谷时间；
- (3) 是否非价格折扣不可，能否采取其他措施提高销售额；
- (4) 价格折扣后能否保本，能否盈利。

五一餐饮促销活动策划(3)

一、劳动节餐厅的气氛，相应的布置

1、餐台在餐桌上摆一瓶色泽鲜艳的插花或盆花，如月季、杜鹃、米兰等。其艳丽的色彩，清馥的香味，可使人的大脑处于悠然之境，并能增加消费者的食欲。

2、音响餐厅中特定的音响效果能够产生独特的气氛，在餐厅中布置山水小景，山石滴泉叮咚声响使人如同漫步泉边溪畔。餐厅播放一些行云流水的背景轻音乐，如克莱德曼的钢琴曲等。都能使餐饮消费者的就餐心情变得格外舒畅。

3、灯光餐厅灯光的强弱与光色的照射，对餐饮消费者的就餐情绪有着重要的影响。合理的餐厅光色，既可以激发消费欲望，又可以使消费者乐于在视觉舒适的餐厅环境中就餐。

4、色调不同的色彩能引起餐饮消费者的不同联想意境，产生不同的心理感受。餐厅的色彩如果调配得当，醒目宜人，对餐饮消费者和餐厅服务员的情绪调节、预防冲突都将具有重要意义。

5、布局餐厅的整体氛围是消费者产生愉悦的就餐心理的又一重要因素。如果其布局能根据餐厅主题和餐饮市场定位的消费者心理进行设计，必将受到顾客的青睐。

二、劳动节餐厅的服务

促销活动中人的因素是很重要的，它体现了一个餐厅的态度，人们消费更喜欢服务周到人性化的地方。所以在促销之前，要做好人员的基本服务培训，促销特色培训，态度意识的培训等等，这样可以使促销活动更好的发挥它的效果。而国庆节餐厅促销，工作人员还要做好国庆节所涉及到的的一些必备知识，尤其是与本餐厅促销相关的服务内容，以活跃促销气氛。

1、菜式国庆节餐厅促销，很多商家会推出相应的国庆套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择。

2、制作...

四、趋势分析

1、餐饮业集团化发展，品牌化经营，连锁经营成为未来主攻方向；

2、餐饮业品牌发展速度加快，会有更多的餐饮提速上市；

3、个性化餐饮业消费日趋明显；

4、餐饮业产品及营销彰显文化特色；

5、原生态、绿色餐饮引领未来发展趋势；

6、餐饮竞争由产品竞争，品牌竞争，服务竞争过度到现在的人才呈多元化竞争发展；

7、餐饮业信息化，科学化营销加快；

8、餐饮业发展层次呈多样化；

9、餐饮业政策更规范，行业自律需提高；

10、餐饮主流消费和主流消费群体转型，由地市转到省会，由省会转型到地市，由地市转型到县城。

五一餐饮促销活动策划(4)

产品促销

1、可以进行一些菜品创新，通过推出新菜品来吸引顾客，还

可以随着季节的变化推出一些时令菜，比如夏天增加绿豆汤等消暑食品的供应，冬天提供一些滋补汤类：随着各种节日的到来新增一些特色食品。

2、价格促销

价格促销往往能起到立竿见影的效果，具体做法可以参照定价策略中的优惠定价法。

3、肢体语言促销

窗口售卖人员做到微小服务、有声服务，用甜美、亲切的声音问候顾客、欢迎顾客，对吸引顾客、留住顾客必定起到积极的作用。

4、节日促销

利用各种节日，开展促销活动有奖问卷调查等；举行派送水果、与顾客搞联谊等活动。

5、特定活动促销

定期举行一些活动来宣传食堂形象，提高销量。例如每年举行校园美食节，展示各种精致的菜品，邀请顾客来品评，定期举行厨艺赛，举办饮食文化展览等活动。

6、广告促销

食堂的促销广告并不适宜在电视、报纸等大众媒体上发布，因为食堂的消费群体相对固定且集中度很高。电视报纸等大众媒体的受众面太广，很难直接对目标人群产生影响，而且投入的成本也很大，可以采取在食堂内散发宣传食堂的传单，悬挂横幅，进行食堂广播等方式。传单设计要以图为主，鲜艳生动、夺人眼球，能给顾客留下深刻的印象。横幅句子不

应太长，比如“××食堂×月×日正式营业!”、“××食堂欢迎您!”、“优美的环境、一流的设施，专业的餐饮服务。”

7、口碑促销

食堂可以在用餐人员中选拔一些有影响力的人担任专门的“膳食顾问”。让他们负责收集顾客的意见、宣传食堂的形象，传播食堂的美誉，可带来更多消费。在食堂与顾客间产生矛盾的时候，他们也可以成为食堂与顾客的润滑剂。

五一促销方案篇六

五一活动一，某电脑大卖场搞五一促销活动，购物抽大奖，奖品多多。购物满多少抽多大的奖，本人以前搞过超市五一，十一，春节等的促销活动，其中购物抽大奖是法宝之一，因为所有的顾客都有贪小便宜的爱好，我们正是抓住顾客这样的心理搞的五一促销活动等节假日的促销活动。屡试不爽。

五一促销活动本购物中心承诺购物中大奖，中奖率100，决无空奖

下面是奖项设置五一活动特等奖价值5000元液晶电视（共3台）

五一活动一等奖价值3000元名牌冰箱（共5台）

五一活动二等奖25寸名牌彩电（10台）

五一活动三等奖名牌自行车（20辆）

五一活动四等奖精美茶具套装或电饭煲（50套或个）

五一活动五等奖精美口杯200个

五一活动纪念奖洗发露（小袋）精美纪念原子笔

这是我们的奖项设置，下面请具体看我们的五一促销活动如何操作。

奖票箱放特等奖1个1等奖1个，2等奖2个，3等奖6个，4等奖10个，5等奖50个，纪念奖一箱（洗发露和原子笔成本很低，不值钱，大量批也就是0.1-0.2元，所以人人有分啊，这就是100中奖了，呵呵）

2等奖以上都是自己人啊，肥水不留外人田，有一次，老板亲戚不够，我只好找了我一个同学充当一个2等奖。可惜，这些奖品都是要交回老板的。

2等奖以下的就是真的了，谁抓住是谁的，这些也是分批分时放进抽奖箱的。

说了这么多只是希望大家对五一促销活动等节假日的促销活动有个理性的认识，理性去看待，按需所购，不要为了贪小利抽奖而买东西。毕竟羊毛出在羊身上的。

一、促销目的(一)通过折扣来清理夏装库存，利用折扣吸引顾客，配合黄金节日拉动销售额的同时清理即将换季产品;(二)借助劳动节招募新会员，扩展客户群;(三.....

.....

模板一、活动背景五一传统的节假日，在此期间，举办“jlyb·五一温情巨献”为主题的促销活动，五一劳动节，节日献温情，抓住现代人由于生活节奏快，忙于工作而忽.....

五一促销方案篇七

一、活动主题：

浪漫的五一温馨的xx

二、活动时间：

4月20日—5月20日

活动背景：

春节过后，“五一”节将是我们面对的第二个销售旺季。旅游节、园艺展、经贸会等活动和深圳新一佳超市开业都是市场的新亮点，为抓住有利时机，整合企业内外资源，树立全新形象，抢市造势，积极扩大销售，为引商招商，提升企业品牌形象，势在必行。

四、活动内容：

1、有奖购物促销。

凡在xx购物的消费者，均可凭当天的购物小票连同身份证号一道，通过电话特服号码和手机短信参加抽奖。每周开奖一次，奖面宽奖品价值低，如t恤等；每月复式开奖一次，奖面相对要窄，奖品价值高，可奖助力车等。开奖仪式设在xx广场现场举行拉动宣传，刺激购买。话费收入与电信、移动四六分成，每月约元左右，可用于奖品支出费用。详案见合作协议书。

2□“xx采风，今夏清爽”——淄博xx第二届空调节。

(1) 购机抽奖，互赠空调。用户在xx购物广场购买柜机或挂机可享受抽奖互赠的优惠政策，即在您购买柜机时若中奖可

以享赠挂机一台，在购买挂机时若中奖可以享赠柜机一台。此项活动只限部分品牌机型。

(2) 销售排行榜□xx购物广场联合消费者协会等有关部门，对4月20日—5月20日之间xx购物广场所销售的空调按购买数量进行排行，并将通过媒体进行发布，指导消费。

(3) 主题为“空调与我现代生活”的系列征文。顾客可以通过文章表达自己对空调的相关见解，也可以购买空调前后的所感所思，活动旨在倡导科学消费，推崇空调文化。征文与鲁中晨报联办，择优在报纸上发表