

最新餐厅的创意 圣诞节餐厅营销活动创意策划方案(优秀5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

餐厅的创意篇一

xxx石家庄店于20xx年10月成立，作为全国知名品牌连锁经营店□xxx融合了现代商务多功能气息，立志于成就具有中国特色的西餐品牌文化时尚，打造全国商务休闲沟通网络。

根据目前现状□xxx石家庄店因开业前期市场宣传执行欠佳，造成餐厅客流量较少，社会影响力和品牌美誉度整体无法体现出来。临近冬季，正是餐饮市场火爆阶段□xxx应尽快做多种活动宣传，以吸引客源，在春节前稳步经营，达到快速盈利的目的。金喜文化传播有限公司经过充分市场调研，以独到的创意、多年酒店成功操作的经验，在临近圣诞节之际，为xxx策划了“‘两岸咖啡’圣诞节活动，此次活动延伸宣传范围，加大宣传力度，进行有目的的实施策略，为扩大xxx石家庄店的社会知名度、品牌美誉度、消费认知度打下坚实基础。

12月10日—12月25日

成功沟通始于两岸

主办单位□xxx石家庄店

承办单位：金喜文化传播有限公司

地处建设北大街与光华路交接口，紧邻棉一立交桥北，与邻近的中浩商务中心、东海国际大厦、老百姓大药房、米氏家具城、华普超市、北国超市等大型公共设施共同构成省会北部的商业旺圈。交通位置优越、便利，区域辐射半径内无同行竞争对手，因此□xxx有着得天独厚的环境优势，在此基础上，企业尽可放心利用周边有利环境、设施进行大规模有目的的宣传。

随着东南商业经济的快速发展，人们把目光聚集在固定区域，造成一定区域内商业饱和，整体虽呈繁华之势，但因竞争趋势明显激烈，企业却未得到真正的利益。而北部承载着传输经济流通的重要责任，造成城乡、外省与本土资源的优势互补，信息的相互交流，填补了北部市场“冷淡”的空白。所以□xxx圣诞节活动的实施，具有一定的可操作性、可执行性。能够促进xxx走新时代多功能型西餐发展道路，引导餐饮业健康和谐发展，能充分带动北部商业的发展进程，打造北部餐饮市场新型标杆！

（一）真情xx——免费品尝咖啡活动方案

时间□20xx年12月10日—12月15日（可自行选择人流高峰期时间）

地点□xxx门前广场

内容：15日至19日，由主办单位在两岸咖啡门前广场摆一操作台，操作台整体紧随于xxx企业形象主题，标语。广场上人头攒动，许多消费者争相在操作台品尝醇香浓郁的两岸咖啡，派4名礼仪小姐（含服装，身披绶带，文字内容：（正面）圣诞节快乐（反面）成功沟通，始于两岸负责，有2人为消费者现场烹制咖啡，向消费者讲述xxx的文化历史，另2个向消费

者派发宣传单页（单页主要内容告知消费者圣诞节期间□xxx菜品优惠措施和精美礼品相赠），敬请消费者光临。

活动寓意：圣诞节是西方最重要的日子，而近几年在中国，圣诞节亦是都市人日趋崇尚的重要节日，通过免费品尝咖啡，体现近距离走进消费者中，以极具亲和力的表现手法，提升品牌的诚信度及社会效应，就能把消费者带入xxx深层次的境界，大量的形象展示为活动的顺利召开起了很好的推动作用。

建议：由金喜为商家提供形象展台的设计方案含制作，宣传单页的设计制作，商家派礼仪小姐做促销活动。（待定）

（二□xxx圣诞亲善大使赠予礼物活动

时间□20xx年12月23日—12月25日

地点：【两岸咖啡】二楼餐厅

内容：圣诞树上的雪花悄然无声的的飘落，风捎来醉人的醉声，当夜色铺满天空，平安夜的歌声唱起，我们再一次在欢歌笑语的圣诞节相遇。

为培养文化的人气指数，我们特邀五位圣诞亲善大使为在xxx消费的宾客赠予圣诞礼物。同时，在圣诞礼物上标有xxx的主题标语或祝福语。（例：成功沟通始于两岸两岸咖啡祝各界宾朋圣诞节快乐！）初雪的石家庄到处洋溢着圣诞的色彩，圣诞亲善大使欢快的歌声，为满鹏宾客送来了圣诞祝福，也送来了暖和了【两岸】情怀。

活动寓意：品牌与消费者零距离接触，能够留下过目不忘的印象，起到推动xxx品牌广告效应。

（三□xxx中外嘉宾圣诞大联欢活动方案

时间□20xx年12月24日20：00

地点□xxx二楼

邀请嘉宾：省会部分外教老师及留学生

内容：12月24日晚，在两岸咖啡举行中外嘉宾圣诞大联欢活动。届时，省会部分外教老师在二楼餐厅欢聚一堂，共同庆祝自己传统的节日。整个酒店装扮成圣诞的气氛，使他们有重归故里的感觉，给他们营造家的享受，在欢乐祝福的同时，品尝家乡的美食，聆听悠扬的钢琴曲，飘散在橙色的灯影里，三分迷离，七分柔情，感受法国的浪漫、英国的含蓄、美国的奔放…感受西餐文化带给人们的愉悦享受，感受超值服务的优越性。餐厅所有人员必须都佩戴绶带。文字内容同上。

寓意：通过外教嘉宾的参与引发xxx圣诞节活动的高潮，吸引新闻媒体的广泛关注，整个活动气氛热烈、高雅，倡导时尚消费理念□xxx西餐文化得到了最大的渲染，使本次活为xxx前期宣传打下坚实的基础，突出xxx深厚的文化底蕴。

1、台历：

制作策略：把两岸咖啡西餐中选出12道精典菜品，每一道菜品设计在每个月中，并做相应打折活动，在圣诞节前全部派发完毕。消费者可持菜品彩图到两岸咖啡消费，享受部分优惠政策，如免费点钢琴曲，菜品打折消费。将xxx圣诞节活动优惠措施体现出来，如赠予咖啡纪念礼品、免费品尝部分菜品，通过夹报的形式和现场品尝咖啡时派发，让消费者感受到xxx菜品的精典。

2、钢琴曲点单：

制作策略：中内外闻名钢琴名曲荟萃，简约、时尚，消费者就餐时可聆听美丽的钢琴曲，并根据自己的爱好点曲自己喜

爱的音乐，钢琴师即可弹奏出悦耳动听的音乐。

正面反面

3、咖啡品尝操作台：

制作策略：重点突出企业形象、企业文化、企业理念，能更大范围吸引消费者眼球，识别性强，受众率广泛，加上xxx简明的精典物语，得到消费者对xxx的极大认可。

4、易拉宝：

制作策略：主要内容□xxx精典咖啡起源简介、企业理念。摆放于二楼就餐厅显赫位置，传播频次高，增添活动气氛。

5、吊旗：主要内容：活动主题标语，“成功沟通始于两岸”悬挂于二楼餐厅楼顶部，广告信息量密集，受众面广泛，受众记忆时间较长，是室内举办大型活动最佳选择。

6、大型菜品展牌：

制作策略：采用不锈钢金属制作，具有稳定性强、随意更换广告内容、保存时间最长的特点，主要内容：企业理念，企业精典招牌菜菜品名称，价位。摆放于二楼餐厅楼梯旁边，便于消费者上来就可自行挑选菜品。

7、圣诞节通票（略）

1、在省会咖啡西餐厅招牌菜品尝尚属首例，消费者可以在活动时间内免费享受一定优惠服务措施（品尝手工咖啡、优惠券、打折卡及礼品的赠予，招牌菜的特价推出），塑造xxx品牌知名度和美誉度。

2、引领xxx由普通消费阶层向高档位转型，彰显企业尊贵色

彩，弘扬品牌文化理念，推动西餐行业健康有序地发展，促进西餐行业流畅沟通。

餐厅的创意篇二

相约情人节，惊喜不断！

二、活动时间

20__年__月__日~__月__日，共计__天

三、活动地点

—

四、活动内容

1、爱在情人节，玫瑰传情

活动期间，凡进店消费的顾客，即可获赠红玫瑰一支，为你传递浓浓爱意。

2、情人节爱妻，幸福甜蜜

农历7月7日，持结婚证到店内消费，每个消费项目均可优惠70%。

3、浪漫情人结，缘结214

活动期间，店里推出“浪漫情人结”系列产品(将部分产品用红绳编成中国结，分别取名“情缘结”、“同心结”、“牵手结”、“福运结”等等)，套牢您的爱情，天天都是情人节。

4. 情人节传情礼，数字表情意

活动期间，店内推出价值520元(我爱你)、1314元(一生一世)、1234元(与爱相随)、2134元(爱你三世)、9475元(就是幸福)、9955元(朝朝暮暮)、9999元(长长久久)等吉祥寓意的服务套餐项目，数量有限，先到先得。

5. 甜蜜相约，幸福延续

五、活动准备

- 1、提前做好货品和所需的奖品、礼品等
- 2、提前对参加活动的店员进行培训
- 3、请宣传部门给予支持(让扣点、短信、广播等宣传)
- 4、这次活动要做好客户资料的累计

六、宣传推广

- 1、会员短信
- 2、拱门、横幅□x展架、海报
- 3、商场led字幕、广播宣传

餐厅的创意篇三

型动七夕，我们约“惠”吧!

主题说明:

七夕是我国传统节日中最具浪漫色彩的一个节日。随着精神生活水平的提高，加上各行业商家每年的宣传炒作，七夕俨然成为情侣必过的节日。

借“七夕”来临之际，将运动、情侣、约“惠”三者结合，配合卖场促销活动，营造浓郁情人节消费气氛。

“情侣运动套装，让爱更有型！”

二、活动时间

20__年8月11—13日

时间说明：星期日、星期一、星期二

三、适用范围

cba全国零售终端

四、活动目的

吸引情侣消费者，促进夏装销售，提升客流，扩大消费群体。提升cba品牌的区域知名度和影响力，扩大市场占有率。

五、活动内容

六、终端物料

展架、吊旗、中带贴、层板贴、地贴、折扣挂牌、短信宣传、商场广播稿□dm单

七、短信、广播稿

七夕到了，我们约“惠”吧！活动期间□cba全场所有商品5.5折！七夕节当天，更有“生双成对”特惠活动，购买两件及以上商品，即打四折。我们约“惠”吧，运动让爱更有型！

八、物料展示

_展架画面设计，_展架场景图吊旗画面设计(门头、店内)，吊旗场景图(门头、店内)海报架画面设计，海报架场景图中带贴设计图，中带贴场景图层板贴设计图，层板贴场景图。

餐厅的创意篇四

1、负责：董事会成员、总经办、企划部

2、成员：各部门负责人

x月x日至x月x日

借助中国的传统节日“中秋节”国人的第二个长假“国庆节”营造餐厅第二个消费高峰，以及针对长假后的冷淡市场有的放矢，减缓及减小消费下降趋势。

庆中秋，迎国庆，送大礼！

略

（一）、场外布置

大门对联：万家团圆迎中秋，四海欢腾庆国庆，横联：欢度佳节；

外墙悬挂巨幅：宽：高=10·13m□宣传活动内容；

在门上方悬挂大红灯笼x个。

（二）、场内布置

1、分别在一、二、三、四楼电梯两端悬挂宣传指示牌。

2、在一楼大厅设立一个大月饼（由采购部洽谈）；

4、在各楼层主通道、电梯口、月饼堆头上端悬挂相应的宫廷灯笼；宫廷灯笼xxx个。

5、在各楼层主通道悬挂中秋、国庆节吊旗（各一面）；吊旗xxx张。

6、楼梯护栏以金黄色绒布围边，同时加强对电梯口布置。

7、中厅中央吊一个大型（2、5米宽）的灯笼（用kt板制做），在大灯笼下方吊方块字样“中秋节快乐”，在从再加上其它的装饰物。

1□dm海报宣传；

2、电视媒体宣传：

a□宣传内容：月饼上市、团购、大宗购月饼以及相关活动内容；

b□活动时间□x月x日x□

餐厅的创意篇五

完善统一咖啡西餐经营项目，通过圣诞节非凡的日子，把握西餐行业消费旺季，提高【两岸咖啡】知名度和人气指数，结合省会西餐市场发展现状，采用严谨的营销策略执行操作，以“免费品尝咖啡”为引线，以“圣诞节”为主题贯穿整个活动，制定出适合【两岸咖啡】占领省会市场可行性操作系统及实施方案，使【两岸咖啡】在20__年岁末成功运作，开创省会西餐行业新篇章！

一、缘起：

【两岸咖啡】石家庄店于20__年10月成立，作为全国闻名品

牌连锁经营店，【两岸咖啡】融合了现代商务多功能气息，立志于成就具有中国特色的西餐品牌文化时尚，打造全国商务休闲沟通网络。

根据目前现状，【两岸咖啡】石家庄店因开业前期市场宣传执行欠佳，造成餐厅客流量较少，社会影响力和品牌美誉度整体无法体现出来。临近冬季，正是餐饮市场火爆阶段，【两岸咖啡】应尽快做多种活动宣传，以吸引客源，在春节前稳步经营，达到快速盈利的目的。

金喜文化传播有限公司经过充分市场调研，以独到的创意、多年酒店成功操作的经验，在临近圣诞节之际，为【两岸咖啡】策划了“‘两岸咖啡’圣诞节活动，此次活动延伸宣传范围，加大宣传力度，进行有目的的实施策略，为扩大【两岸咖啡】石家庄店的社会知名度、品牌美誉度、消费认知度打下坚实基础。

二、活动时间：

20__年12月10日——20__年12月25日

三、活动主题：

成功沟通、始于两岸

四、组织形式：

主办单位：【两岸咖啡】石家庄店

承办单位：金喜文化传播有限公司

五、活动可操作性分析：

地处建设北大街与光华路交接口，紧邻棉一立交桥北，与邻近的中浩商务中心、东海国际大厦、老百姓大药房、米氏家

具城、华普超市、北国超市等大型公共设施共同构成省会北部的商业旺圈。

交通位置优越、便利，区域辐射半径内无同行竞争对手，因此，【两岸咖啡】有着得天独厚的环境优势，在此基础上，企业尽可放心利用周边有利环境、设施进行大规模、有目的的宣传。

随着东南商业经济的快速发展，人们把目光聚集在固定区域，造成一定区域内商业饱和，整体虽呈繁华之势，但因竞争趋势明显激烈，企业却未得到真正的利益。

而北部承载着传输经济流通的重要责任，造成城乡、外省与本土资源的优势互补，信息的相互交流，填补了北部市场“冷淡”的空白。所以，【两岸咖啡】圣诞节活动的实施，具有一定的可操作性、可执行性。能够促进【两岸咖啡】走新时代多功能型西餐发展道路，引导餐饮业健康和谐发展，能充分带动北部商业的发展进程，打造北部餐饮市场新型标杆！

六、活动内容：

（一）真情【两岸】——免费品尝咖啡活动方案

时间：20__年12月10日——12月15日（可自行选择人流高峰期时间）

地点：【两岸咖啡】门前广场

内容：15日至19日，由主办单位在两岸咖啡门前广场摆一操作台（见图），操作台整体紧随于【两岸咖啡】企业形象主题，标语。广场上人头攒动，许多消费者争相在操作台品尝醇香浓郁的两岸咖啡，派4名礼仪小姐（含服装，身披绶带，文字内容：（正面）圣诞节快乐（反面）成功沟通，始于两

岸负责，有2人为消费者现场烹制咖啡，向消费者讲述【两岸咖啡】的文化历史，另2个向消费者派发宣传单页（单页主要内容告知消费者圣诞节期间，【两岸咖啡】菜品优惠措施和精美礼品相赠），敬请消费者光临。

活动寓意：圣诞节是西方最重要的日子，而近几年在中国，圣诞节亦是都市人日趋崇尚的重要节日，通过免费品尝咖啡，体现【两岸咖啡】近距离走进消费者中，以极具亲和力的表现手法，提升品牌的诚信度及社会效应，就能把消费者带入【两岸咖啡】深层次的境界，大量的形象展示为活动的顺利召开起了很好的推动作用。

建议：由金喜为商家提供形象展台的设计方案含制作，宣传单页的设计制作，商家派礼仪小姐做促销活动。（待定）

（二）【两岸咖啡】圣诞亲善大使赠予礼物活动

时间：20__年12月23日——12月25日

地点：【两岸咖啡】二楼餐厅

内容：圣诞树上的雪花悄然无声的飘落，风捎来醉人的醉声，当夜色铺满天空，平安夜的歌声唱起，我们再一次在欢歌笑语的圣诞节相遇。

标有【两岸咖啡】的主题标语或祝福语。（例：成功沟通、始于两岸两岸咖啡祝各界宾朋圣诞节快乐！）初雪的石家庄到处洋溢着圣诞的色彩，圣诞亲善大使欢快的歌声，为满鹏宾客送来了圣诞祝福，也送来了暖和了【两岸】情怀。

活动寓意：品牌与消费者零距离接触，能够留下过目不忘的印象，起到推动【两岸咖啡】品牌广告效应。

（三）【两岸咖啡】中外嘉宾圣诞大联欢活动方案

时间：20__年12月24日20：00

地点：【两岸咖啡】二楼

邀请嘉宾：省会部分外教老师及留学生

内容：12月24日晚，在两岸咖啡举行中外嘉宾圣诞大联欢活动。届时，省会部分外教老师在二楼餐厅欢聚一堂，共同庆祝自己传统的节日。

整个酒店装扮成圣诞的气氛，使他们有重归故里的感觉，给他们营造家的享受，在欢乐祝福的同时，品尝家乡的美食，聆听悠扬的钢琴曲，飘散在橙色的灯影里，三分迷离，七分柔情，感受法国的浪漫、英国的含蓄、美国的奔放…感受西餐文化带给人们的愉悦享受，感受超值服务的优越性。餐厅所有人员必须都佩戴绶带。文字内容同上。

寓意：通过外教嘉宾的参与引发【两岸咖啡】圣诞节活动的高潮，吸引新闻

媒体的广泛关注，整个活动气氛热烈、高雅，倡导时尚消费理念，【两岸咖啡】西餐文化得到了最大的渲染，使本次活动为【两岸咖啡】前期宣传打下坚实的基础，突出【两岸咖啡】深厚的文化底蕴。

七、形象宣传制品促销投放策略：

1、台历：

制作策略：把两岸咖啡西餐中选出12道精典菜品，每一道菜品设计在每个月中，并做相应打折活动，在圣诞节前全部派发完毕。消费者可持菜品彩图到两岸咖啡消费，享受部分优惠政策，如免费点钢琴曲，菜品打折消费。

2、将【两岸咖啡】圣诞节活动优惠措施体现出来，如赠予咖啡纪念礼品、免费品尝部分菜品，通过夹报的形式和现场品尝咖啡时派发，让消费者感受到【两岸咖啡】菜品的精典。

3、钢琴曲点单：

制作策略：中内外闻名钢琴名曲荟萃，简约、时尚，消费者就餐时可聆听美丽的钢琴曲，并根据自己的爱好点曲自己喜爱的音乐，钢琴师即可弹奏出悦耳动听的音乐。

正面、反面

4、咖啡品尝操作台：

制作策略：重点突出企业形象、企业文化、企业理念，能更大范围吸引消费

者眼球，识别性强，受众率广泛，加上【两岸咖啡】简明的精典物语，得到消费者对【两岸咖啡】的极大认可。

5、易拉宝：

制作策略：主要内容：【两岸咖啡】精典咖啡起源简介、企业理念。摆放于二楼就餐厅显赫位置，传播频次高，增添活动气氛。

6、吊旗：主要内容：活动主题标语，“成功沟通、始于两岸”

悬挂于二楼餐厅楼顶部，广告信息量密集，受众面广泛，受众记忆时间较长，是室内举办大型活动最佳选择。

7、大型菜品展牌：

制作策略：采用不锈钢金属制作，具有稳定性强、随意更换

广告内容、保存时间最长的特点，主要内容：企业理念，企业精典招牌菜菜品名称，价位。摆放于二楼餐厅楼梯旁边，便于消费者上来就可自行挑选菜品。

8、圣诞节通票（略）

八、活动意义：

1、在省会咖啡西餐厅招牌菜品尝尚属首例，消费者可以在活动时间内免费

享受一定优惠服务措施（品尝手工咖啡、优惠券、打折卡及礼品的赠予，招牌菜的特价推出），塑造【两岸咖啡】品牌知名度和美誉度。

2、引领【两岸咖啡】由普通消费阶层向高档位转型，彰显企业尊贵色彩，弘扬品牌文化理念，推动西餐行业健康有序地发展，促进西餐行业流畅沟通。