

# 2023年餐厅的营销方案(优秀9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。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。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。

## 餐厅的营销方案篇一

餐厅以烧烤食品为主，定位于健康、时尚、创意的高档餐厅。鉴于餐厅本身这个定位和餐厅所处环境的特殊性，建议从文化上做足功夫。毕竟一个餐厅的时尚创意，并不能有食客的味觉做主，而是餐厅整体打造和营销的效果。也是有食客的综合感觉来决定的。就像人们去星巴克，并不只是为了喝咖啡，而是与咖啡有关的情调，情感，甚至情绪。三里屯又是一个著名的时尚文化新贵潮流的引导者和聚集地。寻找文化的时尚创意和餐厅的碰撞点，由此打造出本区域一个知名品牌，做到最后，甚至让所有有计划去三里屯的人都会将本餐厅列为备选。

下面围绕这个思路。我分常规营销策划和促销方案，和其他操作补充三部分来阐述：

### 第一部分：长期营销策划

作为一家高档餐厅，出售的就不只是烧烤食品本身，而是一种烧烤饮食文化。

#### 1. 烧烤文化。

烧烤食物，其实是现代人类对原始先祖的饮食符码的认同，烧烤文化本身就传达着渔猎时代的狂放与浪漫。同时它也包含着食材的原味的诱惑。因此，可以将这些作为一种营销推广，这样可以给人们一种印象，就是这是一个有品位的餐厅，

去那里，不只是为了吃东西。要让食客感知，来这里不只是来吃烧烤，而是在过一种返璞归真又现代时尚的生活状态。（具体操作方面：可以将这个做成广告牌和文案，下面第三部分会有具体介绍。）

## 2. 食材的文化创意

健康营养是当今餐饮业不二的王牌。相信在食材和操作、品质等方面，贵餐厅能做到出色。我就不赘述。这里，建议可以推出系列主题烧烤。

具体操作：可以将这些主题以文案（可辅之以图画或海报等）的形式做广告或展示。或者就在大厦的广告位置或店内固定的地方展示。主题烧烤可以通过食材的.巧妙搭配，或者味觉，或者颜色或者来历或者产地等等，可以不断变换。

如果客人感兴趣，这些可以单独预约（这也是高档餐厅的特色服务）。就如同预约不同的心情，与不同的人，为不同的目的来餐厅做一次烧烤的味觉约会。

### （4）酒品的联动营销。

【或者制作一个视频广告：一个男士独自在喝一种酒，这时一个女士优雅走来，端着一份诱人的烧烤，说，哦，先生，您需要一个伴侣。。男士看着美丽的女士笑了，以为她说的是爱情，这时女士把放着美味烧烤的盘子推到了男士的酒瓶或者酒杯旁边，发出悦耳的轻微碰撞声，这时女士又开口了：它们也在等待相遇，或者它们也会产生爱情。。。

切下一个画面：男士品尝烧烤后的赞叹。。。

可以加一个结尾，就是男女主人公的愉快用餐。。。

然后出餐厅的logo□广告语等】

(1) 餐厅的后厨操作模式，可以做宣传。这里说一下花式烧烤，这个也做文案。（具体参照第三部分）比如，烧烤也是一种艺术。。。

味蕾的舞蹈，视觉的盛宴，，，等等，可以有更多更好的创意表达。

(2) 关于“3”的文章。

贵餐厅所在的“3.3三里屯服饰大厦，其命名“3.3”意指“三里屯中的三里屯”，更有三三不息，生生不尽的意思。不知道是有意构思还是巧合，贵餐厅面积300平方，餐桌30张，都含着“3”，又在“3.3”大厦的顶层，可以这里做些文章。

具体操作：可以说其中心中的中心，也可以在餐桌号码为3的位置上做一些特殊的布置或者优惠，或者宣传。餐厅里应有三张含有“3”的桌子，建议可以每天设一个贵宾顾客，就是在这三张里抽取一张当天最幸运的含“3”的食客，具体优惠待遇或赠送内容，由餐厅随时节和自身情况灵活掌握。

(3) 酒吧。

餐厅是以烧烤为主打。但是可以利用酒吧，做好晚上的营业。这就是要寻找酒类和烧烤的火花。也可以推出主题活动。或者举办各种活动。（时间紧，如有兴趣和需要，直接联系我）

(4) 不定期或定期（餐厅据情况自定）举办主题沙龙或活动。

以艺术和时尚为主，或者是创意活动，吸引更多各界人士，餐厅所在的区域有各种风格和名流店铺，经常有高端消费者和明星大腕停留，那个著名的“chinadoll”就是例子，要吸引这部分人，必须走品位创意路线，才能脱颖而出。这样的优势是，可以形成口碑效应，同时会有一部分固定的高端消费群体。至于活动要根据当季当下的趋势或餐厅自己选择构思。

(5) 关于餐厅的名字“听泉观澜新派烧烤”。听泉观澜，给人强烈的幽雅的与水有关的联想。所以如果餐厅没有与之相关的设施或装修，建议增加。避免给人以玩文字游戏的错句，造成顾客不好的印象。可以将听泉观澜和韩式传统烧烤相结合宣传，因为韩国烧烤最大的特点就是严格选择，原汁原味。以此概念推出广告宣传，并设主题餐单，给人一种亲切轻松的饮食欲求，给人以都市的心灵栖息地的人文气息的餐厅。

1. 首先是从11点到6点，这段时间，来餐厅的人多是需要幽雅的环境，也不是为了喝酒。要争取这个时段的顾客，建议环境营造轻柔温馨些，至少人们进来吃烧烤，还可以简单交谈，休息。一方面是以餐厅的主打烧烤吸引并留住喜欢烧烤食物的人。另一方面，要争取下午茶的周围的休闲和名流，还有热衷情调消费的文艺潮人，或者购物的女士。这也需要文案广告辅助。

具体操作，可以制作将烧烤和休闲放松，烧烤和时尚，文化一类的广告，包括前面提到的餐桌上的卡片，这样，即使有人进去一次，也会记得这里的独特。

2其次晚上9点到凌晨4点。关于餐厅演出歌手。鉴于餐厅的装修风格和定位，建议不要请太摇滚或嘈杂的演出，否则会影响整个餐厅形象的和谐和品牌打造。我在上海去过一家酒吧，生意很好，晚上也有演出，但是音乐都很高雅，或者有美国乡村的曲风，中文英文都有，那个酒吧里去的都是一些高端人士，里面也有简单的自助烧烤，歌手演唱时，有人听，也有人交谈喝酒，有人做别的事情，但是感觉就是有品，有固定的顾客，我也是受人推荐去的。

## 第二部分;促销方案

餐厅的开业促销。可以是以烧烤文化为主题，举办一次开业的活动。要营造一种，如同去展览馆一样，去看烧烤文化，同时能品尝到美酒佳肴，当然开业优惠是必须的。

或者你会觉得会员制太俗套了。但是即使世界最顶级的俱乐部也是会员制度，就像女人买化妆品，高端也有会员制。这可以给会员一种尊荣感。会员身份或会员卡的制作描述，建议不要做普通的，可以分行业或者分故事随机，或者按日期或星期来制作发放，体现个性。

尤其贵餐厅刚开业，刚要利用开业之初的年末年初，这段时间，中西节假日都多，可以根据每一个假日做一个主题。

这里举一个简单的例子。

比如举办一次有关爱情和缘分的派对，可以提前做广告邀请，并造势。当天光临的每一个女士会领取一张印着酒类名字的卡片。而男士会领取一张烧烤的卡片。最后根据餐厅的组合，去寻找。。

或者，利用餐厅的无烟烧烤，后厨制作模式和氛围，举办有关“乐活一族”的活动。相信肯定受欢迎。

### 第三部分：其他营销方式和操作补充

文案都可以写成卡片，或者制作成海报或广告牌，卡片除了前面提到的放在餐桌上之外，还可以放在出门的地方，这样食客离开时，可以不设服务员，但是可以随意拿走感兴趣的卡片，这些卡片的内容要丰富，可以写无烟烧烤的健康，可以写本店的固定活动，可以写烧烤的故事等等，当然主要的是印上餐厅的名字地点和电话。制作海报或广告，可以放在大厦。、商场。写字路的电梯间，这里建议写有品位的彰显时尚创意的文案辅以简单图片。这是对固定人群的针对性投放。

建议找时尚杂志或购物指南一类报纸，广告一定要突出餐厅定位。

实用的营销方案本站合五篇

网络营销方案本站合五篇

营销策划方案范文

新媒体营销方案范文

浅议西餐厅服务营销策略

关于营销策划方案范文

服装营销的策划方案范文

空调营销策划方案范文

会议营销策划方案范文

## **餐厅的营销方案篇二**

冬至包饺子是中国许多地方的传统习俗，新一届社联人不知不觉地走过了风风雨雨的半年，在这半年来我们一起经历了多项活动。终于冬至到来了，我们社联一家人轻松坐下来感受这寒冬里的温暖的时候到了。

希望能通过这个活动，让我们累了一学期的社联人在这严寒的冬天感觉到一丝的温暖。同时借此来促进社联人之间的交流，增进同学们之间的友谊，增强社联的凝聚力，进一步培养同学们团结协作的精神。

冬至-我们在一起

新校区社团联合会全体成员。

20xx年12月21日晚上6：30-8:30。

外联部负责联系餐厅或小饭馆。

(1)包饺子 (2)包饺子比赛 (3)吃饺子

1活动前期

1)以每个部为一组于12月21号6:30到达活动场地有序入座。

2)由组织部负责把各部人员安排就坐。

3)纪检部清点人数。

4)人数到齐后开始上面团等工具。 5)主持人讲话。

6)主席讲话，宣布冬至包饺子开始。（宣布包饺子开始前所有人不得开始包饺子）。

7)由活动部负责预留比赛的用品。

8)包饺子五十分钟后，将包好的饺子送于厨房(所有饺子包完后)(50分钟)。

9)主持人讲话，宣布包饺子比赛。

10)由总裁判宣布擀面皮比赛规则随后等各组参赛队员和各裁判到位后宣布比赛开始，各组开始比赛。

11)在10分钟内包的饺子在保质的情况下数量多的一组获胜。

12)由总裁判宣布比赛情况。

13)由主持人邀请主席团为获胜的部门颁奖。

14)由获胜的部门惩罚输的部门部长。

15) 饺子上座，各部门吃饺子同时相互交流。

16) 吃饺子结束。

### 3活动后期

1) 由各部门负责把自己位置上的杂物清理干净。 2) 当场地干净后由纪检部验收后各部离场。

3) 由外联部把场地交还。

1) 在比赛的过程中各部人员注意现场秩序和安全。(由各部部长负责) 2) 包饺子过程中所有人员不得有过于的打闹，不得随处乱撒面粉，不得浪费食品等。

3) 如有擀面棒不够的情况，由组织部负责购买不够的擀面棒。

4) 活动人数较多，地方较小，请所有人员在整个活动过程中注意安全。 5) 讲究卫生，包饺子前要洗手。 6) 注意活动准时到场。

7) 社联所有人在活动中注意保持良好的形象。 8) 惩罚有度，规则自定。

1) 由每个部派出两名得力人员参加比赛，分别负责擀面皮包饺子，在规定时间内所包的饺子在保质的情况下数量多的组别获胜。获胜的组别其所在部门的全体人员接受奖励。

2) 主席团在比赛前自愿归到某部，并且同时接受该部门的奖励或惩罚。 3) 各部裁判员负责其组号的下一个组的比赛，最后一组出的裁判员负责第一组的比赛。

4) 比赛分组：办公室第一组，宣传部第二组，纪检部第三组，组织部第四组，活动部第五组，编辑部第六组，外联队第七组。



5)奖励：总分前三名的部门获胜，对应的各部门人员均获得一支中性笔。 6)惩罚：由第一名的部门惩罚第七名的部门部长，第二名的部门惩罚第六名的部门部长。第三名的部门惩罚第五名的部门部长。

主席团：出一个总裁判，主席讲话，主席团颁奖。

外联部：负责活动场地的联系，活动结束后负责交还场地。  
编辑部：负责照片的收集。 办公室：负责活动前的费用收取。  
组织部：座位的划分，奖品的购买。

纪检部：负责到场人数的统计和场地的持续和活动后场地的验收。 宣传队：负责活动开始前把所人员安排就为，出一到两名主持人。 活动部：活动的策划，预留比赛物品。

注：各部部长为各部工作的负责人。

## 餐厅的营销方案篇三

餐厅以烧烤食品为主，定位于健康、时尚、创意的高档餐厅。鉴于餐厅本身这个定位和餐厅所处环境的特殊性，建议从文化上做足功夫。毕竟一个餐厅的时尚创意，并不能有食客的味觉做主，而是餐厅整体打造和营销的效果。也是有食客的综合感觉来决定的。就像人们去星巴克，并不只是为了喝咖啡，而是与咖啡有关的情调，情感，甚至情绪。三里屯又是一个著名的时尚文化新贵潮流的引导者和聚集地。寻找文化的时尚创意和餐厅的碰撞点，由此打造出本区域一个知名品牌，做到最后，甚至让所有有计划去三里屯的人都会将本餐厅列为备选。

下面围绕这个思路。我分常规营销策划和促销方案，和其他操作补充三部分来阐述：

第一部分：长期营销策划

作为一家高档餐厅，出售的就不只是烧烤食品本身，而是一种烧烤饮食文化。

## 1. 烧烤文化。

烧烤食物，其实是现代人类对原始先祖的饮食符码的认同，烧烤文化本身就传达着渔猎时代的狂放与浪漫。同时它也包含着食材的原味的诱惑。因此，可以将这些作为一种营销推广，这样可以给人们一种印象，就是这是一个有品位的餐厅，去那里，不只是为了吃东西。要让食客感知，来这里不只是来吃烧烤，而是在过一种返璞归真又现代时尚的生活状态。（具体操作方面：可以将这个做成广告牌和文案，下面第三部分会有具体介绍。）

## 2. 食材的文化创意

健康营养是当今餐饮业不二的王牌。相信在食材和操作、品质等方面，贵餐厅能做到出色。我就不赘述。这里，建议可以推出系列主题烧烤。

具体操作：可以将这些主题以文案（可辅之以图画或海报等）的形式做广告或展示。或者就在大厦的广告位置或店内固定的地方展示。主题烧烤可以通过食材的巧妙搭配，或者味觉，或者颜色或者来历或者产地等等，可以不断变换。

如果客人感兴趣，这些可以单独预约（这也是高档餐厅的特色服务）。就如同预约不同的心情，与不同的人，为不同的目的来餐厅做一次烧烤的味觉约会。

### （4）酒品的联动营销。

【或者制作一个视频广告：一个男士独自在喝一种酒，这时一个女士优雅走来，端着一份诱人的烧烤，说，哦，先生，您需要一个伴侣。。男士看着美丽的女士笑了，以为她说的

是爱情，这时女士把放着美味烧烤的盘子推到了男士的酒瓶或者酒杯旁边，发出悦耳的轻微碰撞声，这时女士又开口了：它们也在等待相遇，或者它们也会产生爱情。。。

切下一个画面：男士品尝烧烤后的赞叹。。。

可以加一个结尾，就是男女主人公的愉快用餐。。。

然后出餐厅的logo【广告语等】

（1）餐厅的后厨操作模式，可以做宣传。这里说一下花式烧烤，这个也做文案。（具体参照第三部分）比如，烧烤也是一种艺术。。。

味蕾的舞蹈，视觉的盛宴，，，等等，可以有更多更好的创意表达。

（2）关于“3”的文章。

贵餐厅所在的“3.3三里屯服饰大厦，其命名“3.3”意指“三里屯中的三里屯”，更有三三不息，生生不尽的意思。不知道是有意构思还是巧合，贵餐厅面积300平方，餐桌30张，都含着“3”，又在“3.3”大厦的顶层，可以这里做些文章。

具体操作：可以说其中心中的中心，也可以在餐桌号码为3的位置上做一些特殊的布置或者优惠，或者宣传。餐厅里应有三张含有“3”的桌子，建议可以每天设一个贵宾顾客，就是在这三张里抽取一张当天最幸运的含“3”的食客，具体优惠待遇或赠送内容，由餐厅随时节和自身情况灵活掌握。

（3）酒吧。

餐厅是以烧烤为主打。但是可以利用酒吧，做好晚上的营业。这就是要寻找酒类和烧烤的火花。也可以推出主题活动。或

者举办各种活动。（时间紧，如有兴趣和需要，直接联系我）

（4）不定期或定期（餐厅据情况自定）举办主题沙龙或活动。

以艺术和时尚为主，或者是创意活动，吸引更多各界人士，餐厅所在的区域有各种风格和名流店铺，经常有高端消费者和明星大腕停留，那个著名的“chinadoll”就是例子，要吸引这部分人，必须走品位创意路线，才能脱颖而出。这样的优势是，可以形成口碑效应，同时会有一部分固定的高端消费群体。至于活动要根据当季当下的趋势或餐厅自己选择构思。

（5）关于餐厅的名字“听泉观澜新派烧烤”。听泉观澜，给人强烈的幽雅的与水有关的联想。所以如果餐厅没有与之相关的设施或装修，建议增加。避免给人以玩文字游戏的错句，造成顾客不好的印象。可以将听泉观澜和韩式传统烧烤相结合宣传，因为韩国烧烤最大的特点就是严格选择，原汁原味。以此概念推出广告宣传，并设主题餐单，给人一种亲切轻松的饮食欲求，给人以都市的心灵栖息地的人文气息的餐厅。

1. 首先是从11点到6点，这段时间，来餐厅的人多是需要幽雅的环境，也不是为了喝酒。要争取这个时段的顾客，建议环境营造轻柔温馨些，至少人们进来吃烧烤，还可以简单交谈，休息。一方面是以餐厅的主打烧烤吸引并留住喜欢烧烤食物的人。另一方面，要争取下午茶的周围的休闲和名流，还有热衷情调消费的文艺潮人，或者购物的女士。这也需要文案广告辅助。

具体操作，可以制作将烧烤和休闲放松，烧烤和时尚，文化一类的广告，包括前面提到的餐桌上的卡片，这样，即使有人进去一次，也会记得这里的独特。

2其次晚上9点到凌晨4点。关于餐厅演出歌手。鉴于餐厅的装修风格和定位，建议不要请太摇滚或嘈杂的演出，否则会影响整个餐厅形象的和谐和品牌打造。我在上海去过一家酒吧，

生意很好，晚上也有演出，但是音乐都很高雅，或者有美国乡村的曲风，中文英文都有，那个酒吧里去的都是一些高端人士，里面也有简单的自助烧烤，歌手演唱时，有人听，也有人交谈喝酒，有人做别的事情，但是感觉就是有品，有固定的顾客，我也是受人推荐去的。

## 第二部分：促销方案

餐厅的开业促销。可以是以烧烤文化为主题，举办一次开业的活动。要营造一种，如同去展览馆一样，去看烧烤文化，同时能品尝到美酒佳肴，当然开业优惠是必须的。

或者你会觉得会员制太俗套了。但是即使世界最顶级的俱乐部也是会员制度，就像女人买化妆品，高端也有会员制。这可以给会员一种尊荣感。会员身份或会员卡的制作描述，建议不要做普通的，可以分行业或者分故事随机，或者按日期或星期来制作发放，体现个性。

尤其贵餐厅刚开业，刚要利用开业之初的年末年初，这段时间，中西节假日都多，可以根据每一个假日做一个主题。

这里举一个简单的例子。

比如举办一次有关爱情和缘分的派对，可以提前做广告邀请，并造势。当天光临的每一个女士会领取一张印着酒类名字的卡片。而男士会领取一张烧烤的卡片。最后根据餐厅的组合，去寻找。。

或者，利用餐厅的无烟烧烤，后厨制作模式和氛围，举办有关“乐活一族”的活动。相信肯定受欢迎。

## 第三部分：其他营销方式和操作补充

文案都可以写成卡片，或者制作成海报或广告牌，卡片除了

前面提到的放在餐桌上之外，还可以放在出门的地方，这样食客离开时，可以不设服务员，但是可以随意拿走感兴趣的卡片，这些卡片的内容要丰富，可以写无烟烧烤的健康，可以写本店的固定活动，可以写烧烤的故事等等，当然主要的是印上餐厅的名字地点和电话。制作海报或广告，可以放在大厦。、商场。写字路的电梯间，这里建议写有品位的彰显时尚创意的文案辅以简单图片。这是对固定人群的针对性投放。

建议找时尚杂志或购物指南一类报纸，广告一定要突出餐厅定位。

新媒体营销方案范文

营销策划方案范文

浅议西餐厅服务营销策略

会议营销策划方案范文

服装营销的策划方案范文

空调营销策划方案范文

关于营销策划方案范文

餐厅员工培训方案书

餐厅宣传活动策划方案

会议营销方案

**餐厅的营销方案篇四**

通过我们的'情感营销（提供超值服务）不断提高我们麻辣风芙蓉会馆在该廊坊餐饮市场的占有率，不断领先于竞争对手。

是我们完成品牌战略的一次行为。

：父亲节

：麻辣风芙蓉会馆

1、父亲节当天来我店用餐的顾客都可以免费给父亲打个电话，无论是市话、国内长途。限时15分钟。

3、父亲节当天如有客人请本人父亲来我店用餐，可享有如下优惠：

（1）、免费合影一张；

（2）、送影框一个；

（3）、送纪念父亲节特制菜品13份；

（4）、送礼品一份（领带等）。

4、如果是请自己的父亲用餐，除了可享受以上优惠，还可以享受全单8.8折优惠；

5、父亲节当天过生日的父亲，我店免费提供父亲节家庭套餐一桌供10人以内用。餐厅父亲节活动策划方案——策划书餐厅父亲节活动策划方案——策划书。（父亲的生日必须以二代身份证上的日期为准，年龄达到法定结婚年龄一年以上，有和儿女合影照片）

（一）、对外广告宣传

1、做2期平面媒体广告；

2、电视广告2期；

3、网络广告；

4、高档楼宇广告

（二）、短信群发。

短信内容：6.15父亲节到了，麻辣风全体员工祝福您的父亲或身为父亲的您健康快乐！当天（6.15）生日的父亲可享受免费家庭套餐！还有更多惊喜呐！订餐电话：

（三）、通过店内外各种广告（图片和文字）在不同位置的布置，进行全方位立体化的宣传，在店内营造出浓浓的父亲节文化氛围。具体工作布置如下：

1、店外水牌，第一次提示顾客；

2、店内广告和氛围营造：

□1□□x展架3个；

（2）、喷绘图片30张；

（3）、特制父亲节菜单；

（4）、免费父亲节家庭套餐；

（5）、台面软文（从六、一儿童节到6、15父亲节）；

（7）、员工问候语：父亲节快乐！等等对顾客进行第二次第三次父亲节提示，让顾客产生父亲节的情感或由此而想起了家乡的父亲或由此而想起自己做父亲的艰辛与不易为后面的感动做好铺垫！



### 3、现场互动：

(1)、送父子(女)连心菜品一份。祝福语：祝愿天下父子父女都永远心连心、幸福快乐！

(3)、为现场的父亲和天下父亲敬上一杯祝福酒，祝酒词：今天是父亲节，祝现场的父亲和远在家乡的父亲节日快乐、身体健康！

(4)、(祝酒词讲完之后)说：各位领导，我和我的助手一起为现场的父亲和客人献上一曲《父亲》，再次祝您和您的父亲节快乐身体健康！（将氛围推向高潮）

1、宣传文稿、词句感情表达要贴切、准确、到位，过则显假，欠缺则无法与顾客产生情感共鸣，就很难感动顾客。

2、对父亲节活动内容要进行全员培训，达到熟知的地步。

3、父亲节优惠活动不能与其它优惠活动同时享有。

4、父亲节那天来我店过生日的父亲必须提前预约。

5、当天在我店过生日的父亲或在我店里请父亲吃饭时，要组织管理层一起为父亲说句祝福。

## 餐厅的营销方案篇五

xx年6月20日至8月31日

518元/席668元/席888元/席

1、餐饮：每席赠2瓶啤酒，豆浆免费；酒水按超市价提供。

2、茶楼大厅最低消费标准为10元/人，包间60元/6小时；

双机麻80元/6小时间；茶水免费。

3、客房：一次性消费3000元以上的赠送标间一间/夜；消费在5000元以上的赠送数码房一间/夜；活动期间凭学生证及教师证入住可享受普通标准间188元/间夜、普通单人间168元/间夜的优惠。

4、5席以上城区内免费往返接送，免费赠送背景板贴字、指示牌。

## 餐厅的营销方案篇六

餐厅以烧烤食品为主，定位于健康、时尚、创意的高档餐厅。鉴于餐厅本身这个定位和餐厅所处环境的特殊性，建议从文化上做足功夫。毕竟一个餐厅的时尚创意，并不能有食客的味觉做主，而是餐厅整体打造和营销的效果。也是有食客的综合感觉来决定的。就像人们去星巴克，并不只是为了喝咖啡，而是与咖啡有关的情调，情感，甚至情绪。三里屯又是一个著名的时尚文化新贵潮流的引导者和聚集地。寻找文化的时尚创意和餐厅的碰撞点，由此打造出本区域一个知名品牌，做到最后，甚至让所有有计划去三里屯的人都会将本餐厅列为备选。

下面围绕这个思路。我分常规营销策划和促销方案，和其他操作补充三部分来阐述：

### 第一部分：长期营销策划

作为一家高档餐厅，出售的就不只是烧烤食品本身，而是一种烧烤饮食文化。

#### 1. 烧烤文化。

烧烤食物，其实是现代人类对原始先祖的饮食符码的认同，

烧烤文化本身就传达着渔猎时代的狂放与浪漫。同时它也包含着食材的原味的诱惑。因此，可以将这些作为一种营销推广，这样可以给人们一种印象，就是这是一个有品位的餐厅，去那里，不只是为了吃东西。要让食客感知，来这里不只是为了吃烧烤，而是在过一种返璞归真又现代时尚的生活状态。（具体操作方面：可以将这个做成广告牌和文案，下面第三部分会有具体介绍。）

## 2. 食材的文化创意

健康营养是当今餐饮业不二的王牌。相信在食材和操作、品质等方面，贵餐厅能做到出色。我就不赘述。这里，建议可以推出系列主题烧烤。

具体操作：可以将这些主题以文案（可辅之以图画或海报等）的形式做广告或展示。或者就在大厦的广告位置或店内固定的地方展示。主题烧烤可以通过食材的巧妙搭配，或者味觉，或者颜色或者来历或者产地等等，可以不断变换。

如果客人感兴趣，这些可以单独预约（这也是高档餐厅的特色服务）。就如同预约不同的心情，与不同的人，为不同的目的来餐厅做一次烧烤的味觉约会。

### （4）酒品的联动营销。

【或者制作一个视频广告：一个男士独自在喝一种酒，这时一个女士优雅走来，端着一份诱人的烧烤，说，哦，先生，您需要一个伴侣。。男士看着美丽的女士笑了，以为她说的是爱情，这时女士把放着美味烧烤的盘子推到了男士的酒瓶或者酒杯旁边，发出悦耳的轻微碰撞声，这时女士又开口了：它们也在等待相遇，或者它们也会产生爱情。。。

切下一个画面：男士品尝烧烤后的赞叹。。。

可以加一个结尾，就是男女主人公的愉快用餐。。。

然后出餐厅的logo【广告语等】

(1) 餐厅的后厨操作模式，可以做宣传。这里说一下花式烧烤，这个也做文案。（具体参照第三部分）比如，烧烤也是一种艺术。。。

味蕾的舞蹈，视觉的盛宴，，，等等，可以有更多更好的创意表达。

(2) 关于“3”的文章。

贵餐厅所在的“3.3三里屯服饰大厦，其命名“3.3”意指“三里屯中的三里屯”，更有三三不息，生生不尽的意思。不知道是有意构思还是巧合，贵餐厅面积300平方，餐桌30张，都含着“3”，又在“3.3”大厦的顶层，可以这里做些文章。

具体操作：可以说其中心中的中心，也可以在餐桌号码为3的位置上做一些特殊的布置或者优惠，或者宣传。餐厅里应有三张含有“3”的桌子，建议可以每天设一个贵宾顾客，就是在这三张里抽取一张当天最幸运的含“3”的食客，具体优惠待遇或赠送内容，由餐厅随时节和自身情况灵活掌握。

(3) 酒吧。

餐厅是以烧烤为主打。但是可以利用酒吧，做好晚上的营业。这就是要寻找酒类和烧烤的火花。也可以推出主题活动。或者举办各种活动。（时间紧，如有兴趣和需要，直接联系我）

(4) 不定期或定期（餐厅据情况自定）举办主题沙龙或活动。

以艺术和时尚为主，或者是创意活动，吸引更多各界人士，餐厅所在的区域有各种风格和名流店铺，经常有高端消费者

和明星大腕停留，那个著名的“chinadoll”就是例子，要吸引这部分人，必须走品位创意路线，才能脱颖而出。这样的优势是，可以形成口碑效应，同时会有一部分固定的高端消费群体。至于活动要根据当季当下的趋势或餐厅自己选择构思。

(5) 关于餐厅的名字“听泉观澜新派烧烤”。听泉观澜，给人强烈的幽雅的与水有关的联想。所以如果餐厅没有与之相关的设施或装修，建议增加。避免给人以玩文字游戏的错句，造成顾客不好的印象。可以将听泉观澜和韩式传统烧烤相结合宣传，因为韩国烧烤最大的特点就是严格选择，原汁原味。以此概念推出广告宣传，并设主题餐单，给人一种亲切轻松的饮食欲求，给人以都市的心灵栖息地的人文气息的餐厅。

1. 首先是从11点到6点，这段时间，来餐厅的人多是需要幽雅的环境，也不是为了喝酒。要争取这个时段的顾客，建议环境营造轻柔温馨些，至少人们进来吃烧烤，还可以简单交谈，休息。一方面是以餐厅的主打烧烤吸引并留住喜欢烧烤食物的人。另一方面，要争取下午茶的周围的休闲和名流，还有热衷情调消费的文艺潮人，或者购物的女士。这也需要文案广告辅助。

具体操作，可以制作将烧烤和休闲放松，烧烤和时尚，文化一类的广告，包括前面提到的餐桌上的卡片，这样，即使有人进去一次，也会记得这里的独特。

2其次晚上9点到凌晨4点。关于餐厅演出歌手。鉴于餐厅的装修风格和定位，建议不要请太摇滚或嘈杂的演出，否则会影响整个餐厅形象的和谐和品牌打造。我在上海去过一家酒吧，生意很好，晚上也有演出，但是音乐都很高雅，或者有美国乡村的曲风，中文英文都有，那个酒吧里去的`都是一些高端人士，里面也有简单的自助烧烤，歌手演唱时，有人听，也有人交谈喝酒，有人做别的事情，但是感觉就是有品，有固定的顾客，我也是受人推荐去的。

## 第二部分;促销方案

餐厅的开业促销。可以是以烧烤文化为主题，举办一次开业的活动。要营造一种，如同去展览馆一样，去看烧烤文化，同时能品尝到美酒佳肴，当然开业优惠是必须的。

或者你会觉得会员制太俗套了。但是即使世界最顶级的俱乐部也是会员制度，就像女人买化妆品，高端也有会员制。这可以给会员一种尊荣感。会员身份或会员卡的制作描述，建议不要做普通的，可以分行业或者分故事随机，或者按日期或星期来制作发放，体现个性。

尤其贵餐厅刚开业，刚要利用开业之初的年末年初，这段时间，中西节假日都多，可以根据每一个假日做一个主题。

这里举一个简单的例子。

比如举办一次有关爱情和缘分的派对，可以提前做广告邀请，并造势。当天光临的每一个女士会领取一张印着酒类名字的卡片。而男士会领取一张烧烤的卡片。最后根据餐厅的组合，去寻找。。

或者，利用餐厅的无烟烧烤，后厨制作模式和氛围，举办有关“乐活一族”的活动。相信肯定受欢迎。

## 第三部分：其他营销方式和操作补充

文案都可以写成卡片，或者制作成海报或广告牌，卡片除了前面提到的放在餐桌上之外，还可以放在出门的地方，这样食客离开时，可以不设服务员，但是可以随意拿走感兴趣的卡片，这些卡片的内容要丰富，可以写无烟烧烤的健康，可以写本店的固定活动，可以写烧烤的故事等等，当然主要的是印上餐厅的名字地点和电话。制作海报或广告，可以放在大厦。、商场。写字路的电梯间，这里建议写有品位的彰显

时尚创意的文案辅以简单图片。这是对固定人群的针对性投放。

建议找时尚杂志或购物指南一类报纸，广告一定要突出餐厅定位。

营销策划方案范文

新媒体营销方案范文

**【推荐】** 营销方案范文汇编十篇

**【实用】** 营销方案范文汇编十篇

**【必备】** 营销方案范文汇编七篇

网络营销方案范文汇编八篇

## 餐厅的营销方案篇七

餐厅以烧烤食品为主，定位于健康、时尚、创意的高档餐厅。鉴于餐厅本身这个定位和餐厅所处环境的特殊性，建议从文化上做足功夫。毕竟一个餐厅的时尚创意，并不能有食客的味觉做主，而是餐厅整体打造和营销的效果。也是有食客的综合感觉来决定的。就像人们去星巴克，并不只是为了喝咖啡，而是与咖啡有关的情调，情感，甚至情绪。三里屯又是一个著名的时尚文化新贵潮流的引导者和聚集地。寻找文化的时尚创意和餐厅的碰撞点，由此打造出本区域一个知名品牌，做到最后，甚至让所有有计划去三里屯的人都会将本餐厅列为备选。

下面围绕这个思路。我分常规营销策划和促销方案，和其他操作补充三部分来阐述：

## 第一部分：长期营销策划

作为一家高档餐厅，出售的就不只是烧烤食品本身，而是一种烧烤饮食文化。

### 1. 烧烤文化。

烧烤食物，其实是现代人类对原始先祖的饮食符码的认同，烧烤文化本身就传达着渔猎时代的狂放与浪漫。同时它也包含着食材的原味的诱惑。因此，可以将这些作为一种营销推广，这样可以给人们一种印象，就是这是一个有品位的餐厅，去那里，不只是为了吃东西。要让食客感知，来这里不只是来吃烧烤，而是在过一种返璞归真又现代时尚的生活状态。（具体操作方面：可以将这个做成广告牌和文案，下面第三部分会有具体介绍。）

### 2. 食材的文化创意

健康营养是当今餐饮业不二的王牌。相信在食材和操作、品质等方面，贵餐厅能做到出色。我就不赘述。这里，建议可以推出系列主题烧烤。

具体操作：可以将这些主题以文案（可辅之以图画或海报等）的形式做广告或展示。或者就在大厦的广告位置或店内固定的地方展示。主题烧烤可以通过食材的巧妙搭配，或者味觉，或者颜色或者来历或者产地等等，可以不断变换。

如果客人感兴趣，这些可以单独预约（这也是高档餐厅的特色服务）。就如同预约不同的心情，与不同的人，为不同的目的来餐厅做一次烧烤的味觉约会。

#### （4）酒品的联动营销。



## 餐厅的营销方案篇八

冬至包饺子是中国许多地方的传统习俗，新一届社联人不知不觉地走过了风风雨雨的半年，在这半年来我们一起经历了多项活动。终于冬至到来了，我们社联一家人轻松坐下来感受这寒冬里的温暖的时候到了。

希望能通过这个活动，让我们累了一学期的社联人在这严寒的冬天感觉到一丝的温暖。同时借此来促进社联人之间的交流，增进同学们之间的友谊，增强社联的凝聚力，进一步培养同学们团结协作的精神。

冬至-我们在一起

新校区社团联合会全体成员。

20xx年12月21日晚上6：30-8:30。

外联部负责联系餐厅或小饭馆。

(1)包饺子(2)包饺子比赛(3)吃饺子

1活动前期

1)以每个部为一组于12月21号6:30到达活动场地有序入座。

2)由组织部负责把各部人员安排就坐。

3)纪检部清点人数。

4)人数到齐后开始上面团等工具。5)主持人讲话。

6)主席讲话，宣布冬至包饺子开始。(宣布包饺子开始前所有人不得开始包饺子)。

- 7) 由活动部负责预留比赛的用品。
- 8) 包饺子五十分钟后，将包好的饺子送于厨房(所有饺子包完后)(50分钟)。
- 9) 主持人讲话，宣布包饺子比赛。
- 10) 由总裁判宣布擀面皮比赛规则随后等各组参赛队员和各裁判到位后宣布比赛开始，各组开始比赛。
- 11) 在10分钟内包的饺子在保质的情况下数量多的一组获胜。
- 12) 由总裁判宣布比赛情况。
- 13) 由主持人邀请主席团为获胜的部门颁奖。
- 14) 由获胜的部门惩罚输的部门部长。
- 15) 饺子上座，各部门吃饺子同时相互交流。
- 16) 吃饺子结束。

### 3活动后期

- 1) 由各部门负责把自己位置上的杂物清理干净。2) 当场地干净后由纪检部验收后各部离场。
- 3) 由外联部把场地交还。
  - 1) 在比赛的过程中各部人员注意现场秩序和安全。(由各部部长负责)2) 包饺子过程中所有人员不得有过于的打闹，不得随处乱撒面粉，不得浪费食品等。
  - 3) 如有擀面棒不够的情况，由组织部负责购买不够的擀面棒。
  - 4) 活动人数较多，地方较小，请所有人员在整个活动过程中

注意安全。5) 讲究卫生，包饺子前要洗手。6) 注意活动准时到场。

7) 社联所有人在活动中注意保持良好的形象。8) 惩罚有度，规则自定。

1) 由每个部派出两名得力人员参加比赛，分别负责擀面皮包饺子，在规定时间内所包的饺子在保质的情况下数量多的组别获胜。获胜的组别其所在部门的全体人员接受奖励。

2) 主席团在比赛前自愿归到某部，并且同时接受该部门的奖励或惩罚。3) 各部裁判员负责其组号的下一个组的比赛，最后一组出的裁判员负责第一组的比赛。

4) 比赛分组：办公室第一组，宣传部第二组，纪检部第三组，组织部第四组，活动部第五组，编辑部第六组，外联队第七组。

5) 奖励：总分前三名的部门获胜，对应的各部门人员均获得一支中性笔。6) 惩罚：由第一名的部门惩罚第七名的部门部长，第二名的部门惩罚第六名的部门部长。第三名的部门惩罚第五名的部门部长。

主席团：出一个总裁判，主席讲话，主席团颁奖。

外联部：负责活动场地的联系，活动结束后负责交还场地。  
编辑部：负责照片的收集。办公室：负责活动前的费用收取。  
组织部：座位的划分，奖品的购买。

纪检部：负责到场人数的统计和场地的持续和活动后场地的验收。宣传队：负责活动开始前把所人员安排就为，出一到两名主持人。活动部：活动的策划，预留比赛物品。

注：各部部长为各部工作的负责人。

【精品】营销方案范文锦集八篇

【精品】营销方案范文锦集五篇

有关营销方案范文锦集七篇

【精华】营销方案范文锦集七篇

实用的营销方案范文锦集五篇

关于酒店营销方案范文锦集五篇

精选营销活动方案范文锦集六篇

实用的营销方案范文锦集八篇

实用的营销方案范文锦集九篇

## 餐厅的营销方案篇九

目的：以十周年庆为契机，展开大型系列促销活动吸引客流，提高销售，稳定市场份额。同时挖掘xx在xx当地的优势，并加以强劲的宣传，更进一步提升xx在xx的知名度和社会影响力，达到宣传和强化公司的品牌形象。

活动附题：辉煌十周年，百万让利送大家

活动主题：冰凉之夏火爆xx

时间□200x年6月30日——8月10日

费用：

策划□xx区市场营销部

签名：

辉煌十周年，百万让利送大家

冰凉之夏火爆xx

活动时间□200x年6月30日——8月10日

活动时间□200x年6月30日——7月24日

活动目的：

xx与中国烹饪协会携手多年，去年成立了中央厨房，使xx的熟食产品真正让顾客享受到了“以超市的价格享受星级酒店的美味”，但由于前期没有更深的挖掘，我们的消费者很难体会到我们的质优价廉，通过此次十周年庆的“生鲜购物节”，以我们公司独有的特色产品为先锋，展开一系列的促销活动让更多的顾客感知xx□长来xx□达到一提到麦当劳就想到它的薯条一样的效果！

### 1. 烤鸡“下”出一元蛋

活动时间：6月30日—7月10日

活动内容：凡在本店买烤鸡一只，凭当日购物小票到指定地点只需加1元即可换购6枚装鸡蛋一盒。

费用预算：烤鸡成本4.9元/只，鸡蛋成本2.8元/6枚，烤鸡售价6.8元/只。

预计各店每日送出鸡蛋500盒\*11天\*2.80元/份=15400元/店(补差费用)

### 2. 品xx酱板鸭，五星级酒店美味带回家

活动时间：7月7—7月17日

活动内容：凡在本店买酱板鸭一只，即可获赠美味花生米一份，五星级酒店的的美味与您的亲朋好友共分享！

费用预算：每店限送500份/日，赠品花生米成本为0.50元/份。

单店的费用为： $0.5\text{元/份} \times 500\text{份} \times 11\text{天} = 2750\text{元}$  (折扣费用)

### 3. 猜一猜、估一估，免费西瓜您消暑

活动时间：7月22—7月24日

活动内容：凡在xx购物的顾客，无论购物金额多少，均可凭电脑小票在指定地点参加西瓜猜重的活动，如果您能一次说中您手上的西瓜的重量(与实际重量相差不到2两)，那您即可将您看中的西瓜免费抱回家!(每日限送100个西瓜)

费用预算： $100\text{个} \times 15\text{斤} \times 0.30\text{元/斤} \times 3\text{天} = 1350\text{元}$  (促销费用/最大值)

备注：各店门前显著的位置、超市出入口、电梯入口必须有明显的活动看板。

商品陈列区域必须要有显著的标识及试吃台。

烤鸡、酱板鸭现场烘烤制作，各店企划部在商品陈列区域或现场制作的位置悬挂张贴烤鸡、酱板鸭的制作方法和独家配方。

费用预算：活动费用：1350元/店

气氛布置费用：1000元/店

活动时间：6月30日——7月2日

活动内容：活动期间凡在xx购物的前300名顾客送消暑组合套装(绿豆+白糖)一份，送完为止!

活动费用：300名\*6元/份\*3天=5400元/店

气氛布置费用：500元

活动时间：6月30——7月30日

活动内容：炎炎夏日是酒水旺销的春天，相关饮料矿泉水设专区集中陈列，啤酒陈列成xx标志的形状。一定要突出量感，同时确保商品陈列的安全。同时在啤酒上做足促销。(例如买赠、折扣、低价等)

啤酒竞饮大赛：(7月30日星期日下午5：30)

活动内容：您对自己的酒量有信心吗?您有一点感觉到这个夏日热得难受吗?来xx尽情地畅饮我们的冰凉啤酒吧!您一次喝多少我们送多少!冠军另有好礼相送!

活动准备：由02处20部门商品部与供应商谈判赞助此次活动，门店相关部门负责活动音响、舞台的布置，突出现场气氛。(三店同期开展)

气氛布置费用：500元

活动时间：每周六上午9：30(7月2日、9日、16日、23日、30日)

活动内容：周末来这里!我们在每个周的周末都精心安排了高水准的演出与舞台促销路演阵容让您一饱眼福!

(明细见略)

路演费用：3000元/场(含舞台背景、音响)\*3店=9000元

备注：路演活动一共15场，各店5场，市场营销部与门店负责前三场演出，其余12场由商品部负责。

活动时间：6月30——8月10日

活动内容：

1. 夏日清凉风火爆xx——风扇大联展(不得少于10个品种)
2. 怡情夏日凉席温馨——凉席大联展
3. 默默无蚊的关爱——蚊香、杀虫剂、清香剂大联展

联展商品设专区集中陈列, 商品部与门店及时沟通, 确保联展商品的货源。店维修部负责保证联展商品陈列区域的电源。

活动时间：7月25日——8月10日

商品范围：服装、鞋帽、针纺、化妆、日杂、文体、音像、图书、小家电、酒类

活动细则：凡顾客在本超市购以上所规定的商品达10件，均可参加本次活动，活动由顾客在自己的购物小票上给所购买的商品按1——10号自行编号，然后从抽奖箱中抽取一个号球，号球上的数字就是顾客免费购买该商品的幸运号!该商品将全额奉送给顾客。

(本次活动经概率测算，相当于9折。特价商品不参与此活动，参加此活动的商品毛利必须保证在15%以上!)

气氛布置费用：1000元/店

活动时间：7月25日——8月10日



活动内容：一元钱能买到什么？一元钱在xx可以买牙刷、纸巾、可乐、洗衣粉……难以至信吧？没错，就是这么便宜！机会不容错过！

七月份：0514期(6月30——7月10日)45600元/3店

0515期(16k16p)(7月11日——7月21日)

0516期(16k16p)(7月22——7月31日)

每期费用为：31200元/期/3店\*2期=62400元/3店

十周年庆期间七月份dm费用合计：108000元

十：报纸广告宣传费用：

7月8日周五xx晚报黑白半版价格46800元

7月15日周五xx晚报黑白半版价格46800元

八月份费用预算：8月5日周五xx晚报黑白半版价格46800元

七月份报纸广告费用合计：170300元

八月份报纸广告费用：46800元

报纸广告费用合计：217100元

十一：费用预算合计：653950元

十二：可行性分析：

一)销售增长与活动费用占比分析：

七月份预计销售额1685万元

八月份20xx万元/30天\*10天(8月1日——8月10日)=671万元

则活动期间预计销售额为：2356万元

活动费用占比：2.7749%

## 二) 促销形式分析：

该方案是我区针对三家门店长期以来的深入研究和调查，所整合的一套更适合xx区各门店的消费群体所易接受。此次促销活动以生鲜购物节为龙头，隆重推出具有独特xx特色的烤鸡、酱板鸭，在顾客心中奠定我公司的商品品质优价廉的形象，接下来采用送汽车的大手笔促销活动震动xx各消费群，在各店商圈中产生轰动效应，为宣传我公司的品牌起到积极的作用。当顾客到各店消费的同时，又适时推出“一元风暴”限时抢购活动，为消化来客数、提高销售都将起到非常明显的效果！

众所周知□xx的商圈竞争激烈，武商量贩前期的“全场惊爆、百万大派送”活动和中百的清仓甩卖活动一浪更比一浪高，我们不能无声的沉默下去！

7、8月是各零售公司的销售淡季，同时也是非常关键的过度时期，通过这次全国十周年庆，提高销售是我们的`短期目标，培养顾客在xx购物的忠诚度才是我们的终极目标！