# 餐饮业策划方案模板范文

来源：网络 作者：无殇蝶舞 更新时间：2024-09-17

*餐饮店可以通过开展活动来增加店内的销售额。关于餐饮业策划方案模板该怎么写的呢?下面小编给大家带来餐饮业策划方案模板，希望大家喜欢!餐饮业策划方案模板1一、饭店布置：1.圣诞节西方人常以红、绿、白三色为圣诞色，故在圣诞节饭店布置上我们抓好这三...*

餐饮店可以通过开展活动来增加店内的销售额。关于餐饮业策划方案模板该怎么写的呢?下面小编给大家带来餐饮业策划方案模板，希望大家喜欢!

**餐饮业策划方案模板1**

一、饭店布置：

1.圣诞节

西方人常以红、绿、白三色为圣诞色，故在圣诞节饭店布置上我们抓好这三个色彩即可：

圣诞树

圣诞树是圣诞节不可或缺的东西，在饭店最显眼的位置放置并装饰圣诞树，悬挂圣诞灯、糖果、彩球、彩带、圣诞花以及小礼物等，树上可以放置有闪烁的彩灯以吸引客人的注意。

装饰品

可以在店门口或店内墙壁上挂上圣诞节环，增加圣诞气氛。

贴上圣诞画如：雪景或雪花图案、圣诞老人、姜饼人等。

其它诸如小红帽、彩球和彩带、星星等圣诞元素都可以装饰在饭店里，加强饭店的喜气、热闹的活跃气氛。

员工服饰

员工可在圣诞节期间戴上圣诞节的小红帽，用圣诞贴纸做为自己的胸牌。同时也可以安排一名员工打扮成圣诞老人在饭店门口迎接宾客，发放小礼物，并说“Merry
Chrismas”，衬托节日气氛，刺激顾客消费。

2.元旦

新年伊始，喜气洋洋。中国悠久传统中，以红色最为喜庆。故而在元旦的装饰上，可以以充分利用这个元素：

装饰品

可以选择一些中国结、传统窗花等贴在店里的显眼位置，以示喜庆的氛围。

员工服饰

在元旦期间，员工的穿着打扮也可贴合一下节日的氛围，女性员工可以着红色旗袍等民族特色服装，烘托新年氛围。

二、时间安排：

原则上来讲整体活动的策划方案应该在12月之前就制定下来，为执行预留足够的时间，如果出现什么问题也有时间来修改应对。提供一个时间表仅供参考。

1.12月1日-8日制订具体的布置方案,制订宣传计划。

2.12月5日-15日确定活动用酒水,菜单。

3.12月5日-15日核定文艺节目。

4.12月15日-20日圣诞节的装饰、布置。

5.12月23日做好圣诞活动的各项准备工作，确定各个环节的负责人。

6.12月26日-12月30日，元旦节的装饰、布置。

7.12月31日前做好元旦活动的各项准备工作，确定各个环节的负责人。

三、海报设计：

无论是圣诞节还是元旦节，制作主题海报，需要饭店根据自己店铺的风格来决定，突出本店特色。并且要吸引眼球，放在饭店最显眼的位置：

一般来说要求风格相衬，比如比较传统的中式饭店，圣诞节期间可以选择在显示本店特色的同时融入西方的元素，中西结合的设计方式;而元旦期间可以在饭店古香古色的氛围上增添喜庆的元素;而对于新兴的时尚饭店，无论是圣诞节还是元旦期间，都可以在海报和宣传页内加入一些比较活泼的插画，使用比较明亮的颜色;如果是高档的西式饭店或咖啡馆，那么在圣诞节期间可以让海报和宣传页突出西方传统，在元旦期间可以加入一些富有中国特色的元素。

四、广告宣传：

1.网络宣传：网络已经成为当今时代的主流，故而利用微博、公众号等，将此次活动发布于网络上，从活动的宣传到活动的进行，拍摄照片刊登在网站上，宣传此次活动，并抽取幸运粉丝免费参加，吸引大众目光，微博和微信的营销要做到位。

2.团购宣传：近年来，团购这一互联网新兴消费模式异军突起，众多年轻时尚达人也都会选择团购这种优惠方式去消费。在这次的广告宣传中，不妨加入团购模式吸引大众消费。

3.店面装饰：通过店面装饰营造圣诞节或者元旦气氛，在圣诞节时就可利用圣诞树、圣诞帽等放置在户外显眼处吸引消费者来店消费。

4.制作节日促销宣传展架易拉宝进行宣传。

5.制作电子屏：向新老顾客宣传我们的圣诞节、元旦活动。

6.短信宣传：向现有的新老客户群发圣诞节、元旦的祝福短信，宣传节日促销活动。

五、活动安排:

1.设置主题

为本次活动设置一个主题，如“欢乐圣诞，尽享美食”，“欢庆元旦，\_\_饭店与您相伴”等等。

2. 设立“庆圣诞迎新年”的专题文化墙

在饭店大堂的一侧，专门制作“庆圣诞迎新年”专题文化墙，以这种特殊的方式来装扮酒店饭店的节日气氛，整个文化墙挂满了雪花坠饰、圣诞老人像、金色花环、小星星等，员工在文化墙上写下自己对圣诞节的祝福和元旦新年的期望，顾客也可以将自己的寄语写在上面，活跃的文化气氛让大家在新年到来的时刻信心百倍。

3.圣诞节特色活动

娱乐节目，如乐队演奏、圣诗诵唱、歌舞表演等。

策划互动环节，如速饮比赛、吃蛋糕比赛、热吻比赛等。

设置抽奖环节，如大转盘和飞镖。

每位就餐的客人，可以得到免费的圣诞卡片一张。

4.元旦特色活动

增设“派发红包”的活动，红包内可以赠送本店的代金券。

设置抽奖环节。

六、特色美食:

1.圣诞节美食活动

制定“圣诞套餐”进行宣传。点了“圣诞套餐”的顾客可以参加抽奖。

每位点餐的顾客都可赠送一份姜饼人等带有圣诞特色的小食品，或是平时本店的特色点心。

活动期间，可推出特价套餐，每桌可享受圣诞节独有的特价菜一道(视本店情况而定)。

在平安夜当晚可以每人发放一个独具中国特色的苹果，寓为“平安”。

调制特色饮料。如智利在庆祝圣诞节时，必备一种“猴子尾巴”冷饮。该饮料是用咖啡、牛奶、鸡蛋、酒及已经发酵的葡萄制成。可视饭店本身情况而定，或推出自己的新产品。

2. 元旦节美食活动

制定“新年套餐”，点套餐给予一定折扣优惠。

每桌在元旦期间都可以获得饭店特色点心一份。

增设新年特色菜名，彰显喜庆的氛围。

七、文案撰写

在文案撰写方面，语气要符合饭店的定位。饭店要根据自身风格选择适合自己的文案内容，圣诞节期间，西饭店和咖啡馆，可以注重西方圣诞节特色，多用一些英文祝福语，突出本店特色;若中式茶饭店及传统风格的饭店，可以采用中西结合的方式;元旦期间，西饭店和咖啡馆可以融入一些中国传统元素，而中式茶饭店及传统风格的饭店，可以利用中国古典文化传统诗词做一些宣传。

八、背景音乐：

圣诞节的背景音乐可以参考选用以下几首经典的圣诞歌曲：

1. 银色圣诞 White Christmas

2. 圣诞树 O Tannenbaum

3. 真挚来临 Adeste Fideles

4. 寄给你的祝福 A Gift For All

5. 宁静之夜 In Notte Placida

6. 圣诞老人进城啰 Santa Claus Is Coming To Town

7. 银铃轻响 Jingle Bell

8. 小城伯利恒 O Little Town Of Bethlehem

9. 平安夜 Stille Nacht

10. 星光洒落 Tu Scendi Dalle Stelle

11. 我亲爱的尼古拉 Dear Santa Claus

12. 愿你平安 We Wish You A Merry Christmas

13. 欢乐圣诞 Happy \_mas1.Ave Maria

元旦期间的背景音乐如下：

1. 喜洋洋 2. 步步高

3. 小桃红 4. 紫竹调

5. 花好月圆 6. 花儿与少年

7. 阿细跳月 8. 小霓裳

9. 春节序曲 10.森林狂想曲

**餐饮业策划方案模板2**

商品销售都有淡旺季之分，酒店产品也不例外。对于不同的企业来讲，淡季的时间分配自然也不相同。我们酒店在经历农历春季的火爆之后，整体销量均有下滑，这也是饭店经营业始终存在的淡旺季之间的矛盾。其实，淡与不淡，也只是相对而言，在市场整体销量下降的情况下，只要努力和付出，挤兑竞争对手，仍然可以让自己的销售分额有较大的提升空间。针对淡季的到来，特做出此次营销方案。

一、活动目的

1、通过和各旅行社、各旅游景点和出租车公司的合作，拓展客源市场。

2、对于酒店内部的或是外部的潜在客户进行直接的或是间接的推销，拉动二次消费，争取更多的回头客，促使客户最终成为本酒店的老客户及vip客人，最终提高酒店的销售额。

二、活动时间

20\_\_年\_月\_日至20\_\_年\_月\_日。

三、涉及的部门

销售部、餐饮部、前厅部、客房部。

四、活动主题

暖春狂欢季，有礼相迎。

五、活动方案

(1)多种方式推广，让淡季不淡

方式一：与本地旅行社提前联系，以佣金形式吸引其为我酒店引进客户。

具体操作如下：为我酒店引进团队客户的旅行社负责人，每间房付佣金5元钱，当天现金结算。

方式二：与各旅游景点做好结盟工作，互惠互利。

具体操作如下：与各旅游景点协商达成协议后，凡持我酒店代金券的客人入住我酒店消费时，均可当现金使用。(代金券在活动期间有效，过期作废，代金券均不可折现，用于冲抵酒店客房、餐饮的消费金额。)或持我酒店的代金券到各结盟旅游景点消费时即可享受门票及消费优惠(视各景点协议不同而定)。

方式三：与出租车公司联系，长期为送往我酒店入住客户的出租车司机现金回扣。

具体操作如下：为司机发放签有其车牌号的我酒店的优惠卡，若有客人登记时持该卡享受打折优惠，即可为该车主10元现金提成，月底结帐或立即兑现。

(2)优惠顾客，拓展奖励计划

优惠一：凡当月按当时门市价连续入住8次的外地散客，均可免费赠送普单或普标1间。或连续入住3晚的社会散客，赠送2瓶矿泉水。

优惠二：凡提前2个月预定20\_\_年6月、7月的豪华房间或景观房时，并及时确认并付相应的押金，可享受门市价的6折疯狂优惠。(具体操作方法待定)

优惠三：与银行合作，凡持指定银行信用卡的客人在酒店刷卡消费时，可赠送本酒店的代金券1张。

优惠四：每周用一天来拿几间房来做特价房。(用店前的pop牌来做宣传)

六、广告宣传

1、制作印有酒店简介及地理位置的代金券和优惠卡，并付有消费须知，突出特有的企业文化。

2、在附近的旅游景点及火车站做路牌路标广告，针对过境或来访的商务、政务人士。

3、活动期间，全天侯的用电子屏滚动播出优惠政策。

4、酒店前的喷绘或pop宣传。

七、广告费用预算

广告预算的分配如下：

1、代金券的制作费用控制为：\_元。

2、优惠卡的制作费用控制为：\_元。

3、景点区的宣传广告费用控制为：\_元。

4、店前的喷绘制作费用控制为：\_元。

**餐饮业策划方案模板3**

一、市场环境分析：

1、我店经营中存在的问题

(1)目标顾客群定位不太准确，过于狭窄。

总的看我市酒店业经营状况普遍不好，只要原因是酒店过多，供大于求，而且经营方式雷同，没有自己的特色，或者定位过高，消费者难以接纳，另外就是部分酒店服务质量存在一定问题，影响了消费者到酒店消费的信心。

我店在经营中也存在一些问题，去年的经营状况不佳，我们应当反思目标市场的定位。应当充分挖掘自身的优越性，拓宽市场。我酒店目标市场定位不合理，这是导致效益不佳主要原因。我店所在的金桥区是一个消费水平较低的区，居民大部分都是普通职工。而我店是以经营粤菜为主，并经营海鲜，价格相对较高，多数居民的收入水平尚不能接受。但我店的硬件水平和服务质量在本区都是上乘的，我们一贯以中高档酒店定位于市场，面向中高档消费群体，对本区的居民不能构成消费吸引力。

(2)新闻宣传力度不够，没能在市场上引起较大的轰动，市场知名度较小。

我店虽然属于\_杰集团(\_杰集团是我市著名企业)但社会上对我店却不甚了解，我店除在开业时做过短期的新闻宣传外句再也没有做过广告，这导致我酒店的知名度很低。

2、周围环境分析

尽管我区的整体消费水平不高，但我店的位置有特色，我店位于101国道旁，其位置优越，交通极为方便，比邻商院、理工学院、机电学院等几所高校，所以过往的车辆很多，流动客人是一个潜在的消费群。大学生虽然自己没有收入，但却不是一个低消费群体，仅商院就有万余名学生，如果我们可以提供适合学生的产品，一低价位吸引他们来我店消费，这可谓一个巨大的市场。

3、竞争对手分析

我店周围没有与我店类似档次的酒店，只有不少的小餐馆，虽然其在经营能力上不具备与我们竞争的实力，但其以低档菜物美价廉吸引了大量的附近居民和学生。总体上看他们的经营情况是不错的。而我们虽然设施和服务都不错，但由于市场定位的错误，实际的经营状况并不理想，在市场中与同档次酒店相比是处于劣势的。

4、我店优势分析

(1)我店是隶属于\_杰集团的子公司，\_杰集团是我市的著名企业，其公司实力雄厚是不容质疑的，因此们在细致规划时，也应充分利用我们的品牌效应，充分发掘其品牌的.巨大内蕴，让消费者对我们的餐饮产品不产生怀疑，充分相信我们提供的是质高的产品，在我们的规划中应充分注意到这一点来吸引消费者。

(2)我店硬件设施良好，资金雄厚，而且有自己的停车场和大面积的可用场地。这可以用来吸引过往司机和用来开发一些促销项目以吸引学生。

机会点：

①本企业雄厚的实力为我们的发展提供了条件;

②便利的交通和巨大的潜在顾客群;

③良好的硬件及已有的高素质工作人员为我们的调整和发展提供了广阔的空间。

二、目标市场分析：

目标市场即最有希望的消费者组合群体。目标市场的明确既可以避免影响力的浪费，也可以使广告有其针对性。没有目标市场的广告无异于“盲人骑瞎马”。

目标市场应具备以下特点：既是对酒店产品有兴趣、有支付能力消费者，也是酒店能力所及的消费者群。酒店应该尽可能明确地确定目标市场，对目标顾客做详尽的分析，以更好地利用这些信息所代表的机会，以便使顾客更加满意，最终增加销售额。顾客资源已经成为饭店利润的源泉，而且现有顾客消费行为可预测，服务成本较低，对价格也不如新顾客敏感，同时还能提供免费的口碑宣传。维护顾客忠诚度，使得竞争对手无法争夺这部分市场份额，同时还能保持饭店员工队伍的稳定。因此，融汇顾客关系营销、维系顾客忠诚可以给饭店带来如下益处：

1、从现有顾客中获取更多顾客份额。忠诚的顾客愿意更多地购买饭店的产品和服务，忠诚顾客的消费，其支出是随意消费支出的两到四倍，而且随着忠诚顾客年龄的增长、经济收入的提高或顾客单位本身业务的增长，其需求量也将进一步增长。

2、减少销售成本。饭店吸引新顾客需要大量的费用，如各种广告投入、促销费用以及了解顾客的时间成本等等，但维持与现有顾客长期关系的成本却逐年递减。虽然在建立关系的早期，顾客可能会对饭店提供的产品或服务有较多问题，需要饭店进行一定的投入，但随着双方关系的进展，顾客对饭店的产品或服务越来越熟悉，饭店也十分清楚顾客的特殊需求，所需的关系维护费用就变得十分有限了。

3、赢得口碑宣传。对于饭店提供的某些较为复杂的产品或服务，新顾客在作决策时会感觉有较大的风险，这时他们往往会咨询饭店的现有顾客。而具有较高满意度和忠诚度的老顾客的建议往往具有决定作用，他们的有力推荐往往比各种形式的广告更为奏效。这样，饭店既节省了吸引新顾客的销售成本，又增加了销售收入，从而饭店利润又有了提高。

4、员工忠诚度的提高。这是顾客关系营销的间接效果。如果一个饭店拥有相当数量的稳定顾客群，也会使饭店与员工形成长期和谐的关系。在为那些满意和忠诚的顾客提供服务的过程中，员工体会到自身价值的实现，而员工满意度的提高导致饭店服务质量的提高，使顾客满意度进一步提升，形成一个良性循环。

根据我们前面的分析结合当前市场状况我们应该把主要目标顾客定位于大众百姓和附近的大学生，及过往司机，在次基础上再吸引一些中高收入的消费群体。他们有如下的共性：
1) 收入水平或消费能力一般，讲究实惠清洁，到酒店消费一般是宴请亲朋或节假日的生活改善。

2) 不具经常的高消费能力但却有偶尔的改善生活的愿望。

3) 关注安全卫生，需要比较舒适的就餐环境。学生则更喜欢就餐环境时尚有风格。

三 、市场营销总策略：

1、“百姓的高档酒店”——独特的文化是吸引消费者的法宝，我们在文化上进行定位，虽然我们把饭店定位于面向中低收入的百姓和附近的大学生，但却不意味把酒店的品位和产品质量降低，我们要提供给顾客价廉的优质餐饮产品和优质服务，决不可用低质换取低价，这样也是对顾客的尊重

2、进行立体化宣传，突出本饭店的特性，让消费者从感性上对\_杰酒店有一个认识。让消费者认识到我们提供给他的是一个让他有能力享受生活的地方。可以在报章上针对酒店的环境，所处的位置，吸引消费者的光顾。让顾客从心理上获得一种“尊贵”的满足。

3、采用强势广告，如报纸，以期引起“轰动效应”作为强势销售，从而吸引大量的消费者注意，建立知名度。

四、20\_\_年行动计划和执行方案

(一)销售方法的策略：

1、改变经营的菜系。过去我们以经营粤菜和海鲜为主，本年度我们可以“模糊”菜系的概念，只要顾客喜欢，我们可以做大众菜也可以根据需要制作高档菜，这样表面上看使我们的酒店没有特色菜，其实不然，大众菜并不等同于低档菜，粤菜和海鲜一般价格高，而且并不适合普通百姓的口味，因此消费的潜力不大，我们在编制菜单时，可以在各菜系中择其“精华”，把其代表菜选入，并根据市场和季节的变化做适当调整，有了这些“精华”，我们在加入大量的大众菜。这样我们可以给顾客很大的选择余地，适应了不同口味人的需要。

2、降低菜价吸引顾客。菜价在整体上下降，某些高档菜可以价高，大部分菜优质低价，菜价在整体上是低的，但也照顾了高消费顾客的要求。

价格策略

①优惠折扣。

②抽奖及精品赠送优惠。

3、为普通百姓和学生提供低价优质的套餐和快餐。套餐分不同的档次，但主要是根据人数，如4人套餐、6人套餐、8人套餐，人数越多价格相对越低，这样可以吸引更多的人来消费。主要目的是以实惠取胜。面向学生推出快餐，价格略高于学生食堂，但品质要高于食堂的大锅菜。把酒店富余的停车场改造成娱乐休闲广场，采用露天形式，四位餐桌(带遮阳伞)，以便于学生休闲聊天，提供免费的卡拉OK、电视，提供各种饮料。

4、面向司机提供方便快捷的餐饮，免费停车。

5、面向附近居民提供婚宴、寿宴服务。

6、在年节开展促销活动。

(二)广告策略

酒店广告是通过购买某种传播媒介的时间、空间或版面来向目标消费者或公众进行宣传或促销的一种手段。酒店广告对酒店的意义体现在以下方面：为酒店或酒店集团及产品树立形象，刺激潜在的消费者产生购买的动机和行为。在影响购买决策方面，消费者的知觉具有十分强大的威力，当营销进入较高层次或产品具有较大同质性时，市场营销并非产品之战，而是知觉之战。酒店市场正是如此。但是人们的知觉并不一定基于真实。广告则是企业校正知觉，引导知觉的一项有利工具。

1、 市场定位：是以明确的概念在消费者心目中占据一个特定的部分，以影响他们的消费意向。广告诉求：让您成为真正的上帝。

2、广告的表现原则及重点。

A.质量来自实力的保证。

B.先给您惊喜的价格，不行动就会心痛。

C.在广告中创造一种文化。

3、诉求重点

A.企业形象广告

B.商品印象广告：

C.促销广告。

4、 实施方法：

① 报纸广告，是整个广告中的关键所在>在本市有影响的报纸上做广告

②宣传海报。

③ 综合海报。

④公司名称旗，增强公司的形象。

⑤现场派发广告礼品。

⑥现场进行抽奖活动及精品赠送优惠。

**餐饮业策划方案模板4**

一、指导思想

为进一步加强未成年人思想道德教育，结合本校“诚信做人快乐生活”校园文化节活动的开展，通过“粽子飘香端午传情”为主题，将中华民族的气节教育、节气文化和学校特色文化紧密结合在一起，培养学生的民族自信心和自豪感，增强学生对端午节传统文化的了解和热爱。

二、活动安排

(一)找一找

对象：1——6年级学生

要求：从阅览室或网上找一找关于端午节这一节气的相关知识;端午节的由来;屈原的故事;屈原的诗词;赛龙舟和包粽子的习俗。

(二)说一说

通过午会课、班会课、班队课，组织学生说说相关的知识。

1、对象：1——2年级学生

要求：说说端午节的由来;说说包粽子的习俗。

2、对象：3——4年级学生

要求：说说端午节的由来;说说包粽子的习俗;说说屈原的故事。

3、对象：5——6年级学生

要求：说说端午节的由来;说说包粽子的习俗;说说屈原的故事;说说屈原的诗词。

(三)画一画

对象：3——6年级学生

要求：以“走近端午”为主题制作一份小报，能反映端午的习俗，自己的心声、生活的体验。3——4年级为手抄报，5——6年级为电脑小报。

(四)写一写

通过黑板报、班级橱窗等阵地，进行环境布置设计。

对象：1-6年级学生

要求：以“端午情怀”为主题出好一期黑板报。并进行评比。

(五)学一学

对象：3——6年级学生

要求：以“我向奶奶学一技”为主题，学习粽子的名种包法，并品偿不同地方、不同的风格、不同特色的粽子。

(六)传一传

对象：1——6年级学生

要求：在端午节当天，自己创编温情感恩短信，传送给亲人、朋友、同学。并进行“端午传情”温情短信创编大评比。每班上交4份短信参赛评比。

**餐饮业策划方案模板5**

5月1日——5月13日(\_\_\_\_店)

活动内容：

1、广告语：“游王府，吃川菜，送清爽”。

5月1日——5月7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

5月1日——
5月7日黄金周期间，在\_\_\_\_\_\_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\_\_\_\_店”字样的客人将可获得三轮车什刹海胡同游览券一张。

3、“\_\_\_\_\_\_饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

5月1日——5月13日活动期间，\_\_\_\_\_\_店每日限20只\_\_\_\_\_\_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，5月1日—
5月13日活动期间，\_\_\_\_\_\_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

5月1日——5月13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“\_\_\_\_里的川菜，川菜中的经典”意境。

五一劳动节餐厅促销可以采用以下方式：

1、客户服务：订餐、订房后的确认短信，来店前短信提醒或地址信息;

2、广告宣传：利用广告群发手段进行广告宣传，发布特价信息，提高人气;

3、节假日客户生日关怀短信：利用节假日或老客户生日提供价格优惠，吸引客人;

4、短信打折券、现场短信交友;

5、服务相关小知识短信介绍，例如餐馆可进行新菜式、特色菜、时令菜介绍以满足广大食客的尝鲜心态，避免客户流失;

6、现场抽奖：客人发送短信有机会获得价格优惠，或者赠送特色菜。既提高客人兴致，也可借此获得大量客户手机号，成为未来宣传服务的目标。

style=\"color:#FF0000\">餐饮业策划方案模板

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找