# 2024年餐饮促销活动方案案例 餐饮促销活动方案(八篇)

来源：网络 作者：梦里花开 更新时间：2024-08-28

*为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一...*

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**餐饮促销活动方案案例 餐饮促销活动方案篇一**

20xx年xx月xx日

紫金港国际饭店

顾问：史磊活动总指挥：方案总执行：周雄方案操作实施：各部门负责人

紫金港国际饭店是一家五星级酒店，餐饮部分的菜系品种有：西餐厅-综合性自助餐、中餐厅温台菜，由于酒店刚城西市场做“美食节”活动，一定要着力对酒店特色海鲜这一特点进行大力推广宣传，从而在消费者心目中形成高档次、多元化、平民价位星级酒店的品牌印象，牌概念一旦形成，将会对本酒店未来的发展有极大的推动

通过此次美食节活动拉动酒店人气，让更多人了解紫金港国际饭店的特色餐饮。

《浓情秋意，尽享美食》紫金港国际饭店第一届美食节

活动分为两个部分组成。一部分：西餐部《美食记》亚太特色美食广告词：海阔天高云淡，蟹肥鱼美虾鲜二部分：中餐部《忆江南》温台特色美食广告词：品正宗瓯菜，忆江南美景。

精致美食唇齿绽放·幸福滋味人人分享

方案a：西餐部--西餐部---《美食记》海鲜美食节---活动

1：活动前一周自助餐168元/买一送一活动

2：赠送半价

**餐饮促销活动方案案例 餐饮促销活动方案篇二**

xx餐饮旗下又一主力品牌—xx店将于近期隆重开业，为配合餐厅开业，以及更好的在开业之初做好品牌的宣传和推广。

在餐厅开业（具体日期）提前3天开始在xx电视台，xx教育电视台，调频广播进行媒体密集宣传、推广。

开业之日起，利用与我公司合作较好、知名度较高的网站进行合作宣传、推广。重点介绍、宣传我公司xxxxxx的盛大开业信息。

制作“热烈祝贺xx饮xx市店盛大开业”的横幅，在各家门店的醒目位置进行悬挂宣传。（平均每家店日客流260人——14x30天，约有109200宣传受众。

①团购支持

在与我公司长期合作的知名团购网站《xx网》进行一次团购套餐销售，能在短期内显著提高餐厅知名度以及我餐厅的顾客人数（客流）

②餐厅开业大酬宾活动

在餐厅开业前3个月内，凡进店消费的顾客可享受全单7.8折优惠（海鲜酒水主食除外），dm单凭单（dm）进店消费均可免费赠送1道我店招牌菜品（5选1），套餐餐厅组合最大优惠力度的精美套餐4种进行开业酬宾“幸运大转盘”活动凡进店消费的顾客可在就餐结束后，参加我店的幸运大转盘活动，100%中奖率，奖品为我店特色菜品1份，在顾客下次来店就餐时可以使用，再无其他消费限制。

①在开业前期全面进行员工的各项技能培训（前厅服务、厨房操作），提升餐厅的服务质量以及出品品质，务必确保每一位进店顾客都能享受到最满意的服务和就餐感受，以增加再次来店消费的可能性。

②开业之初，在各岗位人员配置上，以最大的人员配置为准，以确保餐厅运行的顺畅和高效。

**餐饮促销活动方案案例 餐饮促销活动方案篇三**

由于本次策划活动仓促且个人活动较多，调查不够全面详尽，阻碍了策划的制定。在24号晚，电话联系了天地和负责人王女士，预约了25号对天地和的考察。

1.乐山市中区中高档火锅店屈指可数，小火锅店(如鱼火锅等)众多。

目前情况：

1.上午11点，员工坐在椅子上闲谈；下午4点半，经理在柜台上睡觉。在受访的7位曾在天地和吃过火锅的人中，有3位提出服务细节有问题。

2.市场为中高端定位，现阶段主要针对有车人士。大部分是中档小轿车。

3.营业高峰期为晚上7点至8点，4月25日，7点半，消费者每组最少为2人最多为9人。在受访的5组中，除其中一组为宴请朋友外，每组至少有2名儿童，消费者多以家庭方式消费。

4.特色产品为牦牛肉火锅，但对该产品宣传不够。

5.所处商圈(满庭芳二期)定位偏离，满庭芳定位有“花样年华校园主题商业广场”、“嘉州新城生活广场”，但由于其背靠理工学院，致使该商圈小吃店、小饭馆、烧烤、网吧众多，且背后100米处为菜市场。

6.据了解未来嘉州新城与满庭芳将有5万住户。

7.未来绿心公路将连接该地区与市中区繁华部分，将大大带动该地区发展。

优势：

1.自身定位明确(中高端定位)，此种定位在乐山拥有市场空缺。

2.停车方便且安全(位于满庭芳二期拥有较开阔的环境拥有众多车位，为广大的有车族提供了方便，并且有专门的满庭芳保安值班保证了车辆的安全)。

3.总体地理位置优越(纵观沫若广场至肖坝车站再到嘉州新城结尾本火锅坊是唯一较大

型且消费环境优雅的特色火锅坊)。

劣势：

1.由于所处位置(满庭芳二期)由于靠近学校，小饭馆林立，降低了该商圈的档次。

2.所处位置离现乐山人口密集区较远，前往此处吃火锅较为麻烦。

3.特色产品宣传不够。

4.服务人员培训不足。

5.夏季天气炎热，从一定程度上阻碍了部分人的火锅消费。

机会：

1乐山市中区中高档火锅店屈指可数，市场空缺明显。

2.拥有广大的潜在客户群，有利于长期发展(嘉州新城未来的五万户主将是巨大的消费群体)。

3.未来绿心公路的修建将带动该地区发展。

威胁：

1.周围楼盘在短期内不会入住。

2.所处位置离现乐山人口密集区较远。消费者难以知晓此处有家火锅坊。

3.知名火锅连锁刘一手在距肖坝不远的沫若广场有分店，构成了威胁。

分析天地和火锅坊优势及机会明显。

1.天地和火锅坊定位即为中高端市场，而乐山中高端市场空缺明显。

2.中高端市场消费者，往往有车，注重生活质量，不会因为几分钟的路程而阻碍他们吃火锅。

3.满庭芳二期的停车位众多，且有保安站岗，能满足消费者停车要求。这是其他中高档火锅店无法具备的。(如刘一手外停车位少，且无人看守)。

战略

1.所处地理位置近期无明显优势，但在未来具有极大潜力。因此需考虑长期效益，注重老顾客的保持，新顾客的开发。

2.针对夏季吃火锅问题，开发新产品，吸引新顾客。

3.特色产品不突出，因采取引导消费，带动特色产品消费。

营销主题“留住老顾客，开发新顾客”。

五一等节假日是餐饮消费的高峰期，但五一节三天的收入是比不上一个月的收入的，节假日营销目的不仅仅是要提高短期经济效益，更重要的留住现有老顾客，开发潜在新顾客，带动今后的业绩增长。且嘉州新城、满庭芳在未来将有极多潜在消费者入住，更因进行新顾客开发。

针对该主题，实行新产品开发策略，组合销售策略及会员卡营销策略。并进行针对本火锅坊消费群体的促销宣传。

会员卡营销策略：

(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，组合成不同的火锅套餐，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.帮助消费者进行最佳的口味搭配。

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。

（一）、目标消费者

目前(嘉州新城还未完全入住)，天地和火锅坊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：对天地和火锅坊简要介绍、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，而将传单交予报刊乐山代理商和销售商，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：对天地和火锅坊简要介绍、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。

注：由于电视广告成本过高，是否投放待定。

经费预算传单：0.5元×3000份=1500元

传单发放人员：30元×10人×3天=900元

(电视广告：600元×3次×5天=9000元制作费用：500元)

会员卡：500张×0.8=400元

总计：2800(12300)元

营销效果评估广告效果评估：采用反馈评估法，结合会员卡营销，了解消费者是通过何种途径知晓天地和火锅店。

活动评估：

短期——据五一期间营业额；

长期——借助会员卡，考察顾客再次光顾率，及顾客满意度变化。

**餐饮促销活动方案案例 餐饮促销活动方案篇四**

目的:让就餐客人替我们来做广告宣传

策略：达到一定消费额的客户应该赠送客人精美的点心一盒，最好是景泰蓝、古木为外观质地。对于喜宴的客人可以赠送来消费的女客人一双筷子，质地也是景泰蓝或古木。对于寿宴的客人可以赠送寿星老花瓶一对，每次用餐如果有女客人的话，达到一点消费数额，将赠送一个精美首饰盒。建议赠送活动为期2个月，期间会经过春节这个档期，对于宣传比较有利。寓意：筷子代表成双成对，景泰蓝花瓶代表平平安安。

费用：

礼盒：古木：120/盒景泰蓝：110/盒

花瓶：古木：200/个景泰蓝：180/个

首饰盒：古木：85/盒景泰蓝：80/个

目的：美食节是为了提升我们在地域的市场竞争优势，扩大社会影响力、提高社会美誉度，赢得社会效益与经济效益双赢的重要手段。

策略：春节是我国民间最隆重、最热闹的一个传统节日，美食节的消费方式，可以采用自助的形式，期间可以邀请，周边比较有影响力的公司企业、机关组织，前来优惠用餐。

预期：通过美食节可以造成比较大的影响力，积攒下初期客户。

费【】用：自助餐99/人

美食节费用：总终修改后在定

目的：aaaa开业不久，确实需要一批字画来充实其中，显其文化品位，举办这样的活动，可以很小开支获得一批“廉价书画”。

策略：邀请中国书法协会成员前来用餐。

预期：通过举办这样的书笔会，可以将参加笔会的书画家长期“笼住”让他们替我们宣传，如果定期组织这样的活动，将使aaaa文化含量得到长期的`提升，来消费的客人也会是高档次、高品位人群。

费用：依照实际情况在定

**餐饮促销活动方案案例 餐饮促销活动方案篇五**

一个品牌在既定商场的开业活动只有一次机会。做好了能给产品带来至少持续半年的品牌认知度，做不好则要在后期持续投入大量人力物力来弥补。因此，对于开业活动一定要给予相当程度的重视，并配备充足的准备。

1、确立专卖店的公众形象，赢得大众的关注。

2、通过开业活动聚集人气，展现顾家家居的全新形象，提高品牌知名度。

3、通过开业活动，加强顾家家居专卖店在当地的影响，推动销售工作。

4、通过独特的活动形式、吸引公众与媒体视线，提高传播效果。

前期宣传到位与否是决定开业活动成败的决定性因素之一。只有前期宣传做好了，才能保证开业活动的成功举行。我们在思想上一定要有这个意识，宁可推迟开业，也不要在前期宣传上马虎。前期宣传的方式和具体操作如下：

1、媒体广告

电视广告：优先选择当地收视率前三甲的电视台及本地电视台进行广告投放，二、三线城市也可选择投放一定量的滚屏字幕广告（有些电视台不允许）。广告内容主要体现品牌元素、开业信息、开业促销力度等，投放时间选择在开业前一周。

报纸广告：选择1-2份当地发行量最高的报纸投放开业广告（软文+硬广）。广告内容主要体现品牌元 素、开业信息、开业促销力度等，投放时间选择在开业前两周，投放密度每周两期。

电台广告：选择1-2家当地收听率最高的电台投放开业广告，投放形式以硬广+专题植入的方式进行。 网站广告：选择当地人气较旺的地区网站、论坛或大型房产、家居网站的当地分站进行广告投放，投放形式可以硬广+活动页面的方式进行，设置参与平台提高广告告之度，如抢楼送礼等活动。

杂志广告：选择当地阅读量大的杂志投放开业广告，杂志广告设计要求简洁，主题明显，切忌设计杂乱无章缺乏档次感。

2、dm投递

报纸夹页：活动前三天进行报纸夹页定向dm投递，优先选择新开发楼盘、高端楼宇、商业中心区域进行投递。设计内容突出促销力度。

其他dm整合商：选择商场所在地优质区域dm整合商进行合作，优先选择密集型居住区进行投递。为区别于千篇1律的其他dm广告并凸显品质感，尽量不要使用铜版纸。

3、户外广告

商场广告牌：商场位置确定后第一时间与卖场沟通可以使用的户外广告位，位置尽量临门、临街。 户外高炮：选择城市主干道、入城口等车流量大的位置投放户外高炮广告。设计要求简洁，主题突出。 车身广告：选择车程长、载客大的公交线路投放公交车身广告。

海报张贴：选择市民广场、密集生活区广场等人气旺盛地带张贴开业信息广告。

4、终端告知

短信平台：采取卫星定位形式，集中针对新开发楼盘、建材市场定位发送。原顾家沙发经销商要求增 加原沙发客户作为发送对象。

小区入户：最原始却最直接有效的操作手段。选择新开楼盘、密集型居住区，两人一组进行小区设点 宣传。现场与业主一对一沟通，发放dm广告的同时筛选准客户，以预交定金送礼品的方式吸引客户前往卖场下单。设点布置要求道具精致，礼品堆头突出。开业前一天与所有提供联系方式的业主进行电话沟通，邀请开业到场。

1、商场周边

指示系统：商场周边一公里范围内路灯刀旗广告，设计突出品牌元素及专卖店位置。

悍马巡游：总公司提供加长悍马，经销商负责租赁车队，开业当天组织悍马车队巡游活动。车贴要求 设计简洁大方，张贴整齐划一。切忌使用货车、三轮车等低档次车型。

2、商场外围

刀旗：商场主干道每隔3米放置一面刀旗，刀旗选择优质注水刀旗，切忌使用普通插杆刀旗。四面体或六面体：布置卖场外围主干道，以6到8个为宜，主体面告知品牌信息，侧体面告知促销开业信息。

落地球：采购双层球落地球（外层透明，里层顾家红色球，告知品牌信息），布置在卖场外围草坪或主过道。（注：四面体或六面体以及落地球，可任选其一做）

拱门：在商场允许的范围内尽量多做几个，一字排开做足气势。

升空气球：提前审批，把控质量关。切忌出现挂到树上，气球漏气等现象。

主题展板：商场门口设立大型主题展板，发布活动主题及内容。

楼体竖标：商场允许的情况下在楼体悬挂巨型彩色竖标。

dm发放员：商场门口安排两名以上dm发放员，发放员要求亲和力高、精神饱满。

卡通娃娃：礼仪小姐穿着印有公司logo的卡通娃娃服装在商场过道发放dm传单。

3、商场内

地毯广告：地毯从商场门口直接铺到专卖店门口，地摊上印制公司logo及活动主题广告。 指路标识：商场拐弯处等放置专卖店位置指引标识。

吊旗：商场过道天花板悬挂印刷活动主题的吊旗。

电梯口地垫：提前与商场管理方沟通取得电梯口等广告地垫放置权限。

中厅竖幅：中厅悬挂印刷有活动主题的竖幅。

中厅活动：商场中厅进行抽奖、走秀等低噪音活动。

4、专卖店内

微笑天使：选择两名以上形象较好者作为微笑天使，不直接参与产品销售。仅作迎宾及服务工作，提 升店面整体档次。

吊旗：天花板悬挂印刷活动主题的吊旗。

宣传册及dm：店内醒目位置放置三大系列产品宣传册，解决无法陈列所有产品的局限。同时配置dm宣传单页，方便顾客随时取拿。

床尾旗：床尾处横放印有logo及活动主题的布艺床尾旗，要求布料平整无褶皱。

礼品：礼品选择要有品质感，摆放要有气势，堆头要大，给人以礼品很多，很值钱的感觉。

玻璃斜贴：贴于专卖店橱窗玻璃上，告知开业活动促销内容

糖果糕点：提供新鲜水果以及糖果糕点，供顾客享用。水果以无皮无核小水果为好，以维护店内清洁。

1、舞台搭建

位置选择：路演场地选择商场主入口，容易聚集人气。

主题背景板：设计要求简洁、主题突出。喷绘前校色，切忌喷绘颜色失真严重。

衍架搭建：衍架搭建要求牢固稳定，舞台区无外露，切忌风吹可动。

2、节目安排

乐队现场演奏、爵士舞红裙舞西班牙斗牛舞、魔术小丑、模特走秀穿插搭配整个舞台表演，保证舞台表演精彩性以及互动趣味性。同时在配以主持人随机增加互动游戏发放小礼品环节，调动观众情绪。

3、演职人员

主持人：主持人要求亲和力高，能调动现场气氛。

演员：演员要求有职业素养，工作积极配合。

工作人员：工作人员要求精神饱满，随时解决现场突发情况。

dm发单员: 安排dm发单员在舞台表演周围发放宣传单页。

**餐饮促销活动方案案例 餐饮促销活动方案篇六**

1、新店开业想要一炮走红的餐企。

2、新店开业0经验的初创型餐企。

3、没有营销团队预算的餐企。

4、有开连锁店计划的餐企。

海鲜粥+营养小食=养生搭配

关键词：营养、健康、美味

10-20岁：喜欢有趣、新奇的东西。

20-40岁：偏向于兼顾养生和有趣的食物。

所以，海鲜粥的开业活动人群面向20~40岁的群体，他们兼具有趣和养生特性，和海鲜粥店定位相匹配。根据该人群喜好，制定活动，能达到事半功倍的效果。

开业倒计时3天的准备。

1、安排工作人员，身穿广告衫，在门店周边、附近小区发宣传页。

2、如果已经申请公众号，提前两天，在官微上发布开业声明，并赠送免费券。

同时，除了官方公众号的推广渠道外，在其他平台同时对开业内容进行推广，例如同城美食大v，同城美食论坛。

如果没有申请公众号，则制作h5在朋友圈进行宣传，转发即可获得优惠券。

3、媒体报道：选择当地垂直行业发布新闻，宣传开业及新型模式。

4、在海鲜粥店门口悬挂开业条幅。

一、投圈活动物料准备

宣传页、易拉宝、圈、产品模型、工作人员3-4名。

二、投圈活动准备

1、宣传页，并安排3-4名宣传员在门店周围发送。

2、其他人员配置：3名

分工：1名负责在易拉宝处，介绍内容，同时引导扫码、指引客户到店；1名负责发圈；1名负责发兑换券。

3、备用活动准备：如果遇到下雨的天气（不影响出行），可以准备一个台子，把产品模型放上去，准备一个大的遮阳伞，正常进行活动。

4、广告衫6~7件，具体根据人员数量决定。

三、自制海鲜粥物料准备

做粥需要用到的材料、厨师一位、收拾物料人员一位。

四、活动保障

遇到下雨、刮风等天气，如下小雨，可选择继续场外活动，如影响正常出行，启动备选方案。

1、活动时间：海鲜粥店开门一个小时后开始准备。

2、活动地点：在店门口。

3、活动目的：通过投圈互动，来引流。

4、活动内容：地上摆我们的海鲜模型，受众想要去投，可以关注公众号，然后获得10个圈开始游戏。

5、奖品设置：根据投中的产品，发放不同的单品券，拿到券可以到我们的餐厅换取食物，并且可以坐下来慢慢品尝。

6、二次宣传：对于已经坐到餐厅品尝的客户，可以让店员引导发朋友圈。

7、具体规则：集赞20个，即可获赠我们的小礼品（礼品一定要让客户看到）；集赞50，可获赠20元优惠券；集赞80个，可获赠50元优惠券，下次可使用。（具体优惠券的金额，可根据我们的单价制定）

8、活动周期：海鲜店开门后一个小时，持续到晚上八点左右。

9、备选方案：试吃活动。

在我们的餐厅门口，准备一张桌子、几盒食物和一些塑料托盘，桌子上摆几个小托盘，盘子里放着粥或其他食物，一名服务人员拿着我们的食物，让受众试吃，试吃并转发朋友圈集赞可获得相应礼物或者优惠券，规则相同。

1、在官微上，继续传播品牌理念、品牌营销模式等信息。

2、联合周边其他商家让活动持续发酵，在联合商家处消费满100元，可赠送10元海鲜粥优惠券，3日内使用有效。

3、把官方公众号及内容在其他平台进行推广，多渠道分发，实现效果最大化。

**餐饮促销活动方案案例 餐饮促销活动方案篇七**

为答谢新老客户一直以来对我酒店的大力支持，利用春节新年的有利商机来回馈我们的新老客户，以刺激其继续消费，以达到我酒店营业额的稳定性增长，最终达到更好的赢利目的。

20xx年1月1日

中、西餐厅及客房

相约xxxx，相聚xx

（一）西餐：

1、凡春节当天在西餐消费的客户均可获赠奥运纪念卡一张（自行制作）。

2、春节当日一次性消费满300元的客户，均可获赠西餐单人早餐券一张。

3、春节当日一次性消费满600元的客户，可获赠优惠房券（凭此优惠券可获门市价6折优惠）一张。

（二）中餐：

1、凡春节当天在中餐消费的客户均可获赠纪念卡一张。

2、春节当天在中餐大厅消费的客户，一次性消费满500元可获赠西餐早餐券一张。

3、包房一次性消费满1000元，获赠面值100元现金券（此现金券可在本酒店任营业区消费）一张。

4、春节当日一次性消费满xx元，即赠送贵宾卡一张。

5、春节当日在中餐一次性消费满3000元，赠送标准客房一间一晚。

6、春节当日在中餐一次性消费满xx元，可获赠20xx年xx门票一张。

（三）客房：

1、凡春节当天在客房入住的客户均可获赠纪念卡一张。

2、春节当晚个人入住客房，一律按门市价8折优惠，并赠送果篮一个及早餐券一张。

3、春节当晚一次性开房满8间者，送20xx年xx门票一张。

1、广告宣传：

（1）pop广告牌三块：大堂一块，中餐入口一块，西餐入口一块。布标一条，放置酒店大门。内容为：相约xxxx，相聚xx！

（2）设计制作彩色宣传单1000张（具体内容样板另附）。

（3）设计制作西餐早餐券（西餐自带有早餐券）。

（4）设计制作赠房券。

（5）设计制作现金券。

2、口碑宣传：销售部及营业部，以销售部为主，各营业部为辅。

3、短信宣传：销售部及营业部各部门经理利用手机短信形式向客户发送此次活动信息，以达到宣传，吸引客户消费的作用。

1、酒店外围：

（1）大门正对面绿色植物区，制作20xx年倒计时。

（2）酒店大门及西餐侧门吊大红灯笼，以衬托节日气氛。

（3）酒店大门正对面，制作“春节快乐”装饰。

2、大堂：酒店大堂摆放三个“x”展架（整个活动内容）

1、总指挥：x总

2、总执行及总协调：x副总

3、布场（20xx年xx月xx日完成）：市场营销部，各部门配合。

4、策划宣传（20xx年xx月xx日前完成）：市场营销部负责各类广告宣传、票券的设计及制作。

6、采购（20xx年xx月xx日前完成）：财务部负责关于本次活动的物品采购，美工跟进。

注：门票需财务部跟进落实，确保当日能顺利把门票送到客人手中。

**餐饮促销活动方案案例 餐饮促销活动方案篇八**

作为品牌专卖体系，如何确保\"首战必胜\"是新店开业的首要问题。解决成功开业问题必须采取\"人气-商气-商机\"层递法，即在理念上采取三个操作步骤：激发人气、营造商气、沉淀商机。激发人气主要依靠三个方法：礼宾举措、庆典活动、新闻造势（地方电视台、报纸、dm单、海报）。营造商气就要紧紧围绕着\"销售额=交易笔数×客单数\"公式，在\"礼宾\"、\"会员\"、\"娱乐\"等节日性概念上大做文章。沉淀商机可以通过\"低买高送，交易延伸\"的方式实现。把上述三个理念性步骤整合起来，在同一个时空内实施策划，专卖店的开业就会体现出知名度、惊奇度、美誉度效果，同时，也可以大大地提高销售额。

“促销活动”被消费大众普遍认同接受，鞋服又是“人”的产业，因此鞋服店的促销策略必然要做到“以人为本”，这样才符合消费者与企业双赢的原则。但促销核心矛盾焦点在\"销售额--毛利--顾客实惠\"这一问题。所以新店开业必须采取\"舍弃毛利，确保顾客人流、销售额\"以确保\"人气\"为策划之根本。

1、聚集商气：有了较为充足的人潮涌向商圈，商气的形成，也就必然为今后本商圈内各种商机的产生提供最大的可能性与机率。商气可以说是为\"商机\"做了良好的过渡。

2、延伸商机：商机的最终形成从某种程度上说是在雄厚的\"人气\"基础上产生的结果，\"人气\"的厚与薄、强与弱，很大程度上影响着商气与商机，商机如果产生，必然对品牌本身有着良好影响，乃为提高专卖店销售、扩大专卖店影响起到最终作用。

3、传播品牌：每个品牌都有不同的特色文化，传递企业及产品文化是消费者对品牌认可的关键一步，卖场的气氛营造、陈列搭配、饰品点缀，产品的独特买点及时尚风格都是消费者对品牌认知的基本要素。

作为鞋服装店新店开张的宣传行为，目的是在本地区打响扩张知晓度的第一仗，必须具备上档次、上规模、高格调、高影响的特点，为营造迅速提升知名度的平台打好基础。因此对开业活动的要求一定要彰显特色：

（1）鲜明时尚性

（2）易识别性

（3）易传播性

（4）冲击性

（5）欢快性等

其主要行为是：

（一）、告知性：将该店地址、新店属性、品牌文化做系统告知与宣传，从而第一信息传达给消费者。

（二）、影响性：即利用新店开张的第一次活动，将店内涵、产品特点、传达给消费者。借助前述新闻热点，增强潜在消费者对于该店的信任和认可。

（三）、促销性：此次促销商品的买卖关系不一定要明显，主要是利用新通路让消费者感受商品，借此进行适当的促销活动，最大可能的吸引消费者关注，刺激他们的消费欲望，产生第一次接触后的好感。

（四）、形象性：通过新店开业活动迅速提升知名度，给潜在的消费者注入购买欲望，能力提升在消费者心里的定位，为占领市场提供先机。

一、活动主题：

新店、新礼、新时尚。

新店添时尚、折上加折、礼中送礼。

时尚新店、好礼相见。

二、活动时间：

活动周期：开业之日起十天（关键是前5天）。

选择周六或周日、最好是节假日开业。

三、活动对象：

25-40岁的社会各阶层人士。

本次活动也会通过促销礼品的选择来吸引一些女性消费。

四、活动内容：（购物连环喜）

适合30-60平米专卖店的开业连环喜方案。

一重喜、进门有喜：

进店即赠送特色龙精美纪念品（或凭dm宣传单即可赠送礼品）。如1-3元左右的礼品打火机、便签薄、原珠笔、锁匙扣、扑克等。

二重喜、买就送（买满的金额、赠送的礼品各专卖店自行定制）：

☆凡在活动期间凡购物就送“价值28元纯棉袜子”一双。

☆凡在活动期间凡买满258元，送价值48元精美宝珠笔一支。

☆凡在活动期间凡买满368元，送价值100元精美笔记本三组合一套。

☆凡在活动期间凡买满488元，送价值138元的真皮皮带一条。

三重喜、获赠贵宾卡，凡有发生购买的顾客，前50名赠送贵宾卡一张，注册登记后成为永久会员。

其他活动方案备选：

1、捆绑促销：与咖啡店、干洗店、电影院、迪厅、ktv等娱乐场合联合促销。

①双方凭销售单据可以享受8折优惠。

②双方共享客户资源和活动带来的品牌宣传影响。

③共同承担宣传及策划费用。

2、采用代金券：凡买50元（含50元）的即可赠送元的代金券，买100元送元的代金券，不做现金兑换，可设定截止日期。

3、福利券：向各团体、单位、机关等赠送优惠券争取团购，扩大消费群体。

以上方案各地经销商可以根据自己的情况和特点自行组织执行，力争做到科学、有效、合理。

一、营造气氛的原则

1、紧密结合主题，形成主题表现。

2、突出隆重感及视觉效果。

3、所有宣传物出现品牌logo，突出表现“时尚”的以及“企业”文化。

4、用统一的品牌视觉形象出现，体现品牌运作的规范。

二、造势规划

1、周边街区

□专卖店邻近街和市区主干道布标宣传。

□专卖店邻近街口指示牌宣传。

□商业集中区、重点街区dm发放。

2、专卖店外

□门前设置升空气球。

□楼体悬挂巨型彩色竖标。

□门口用气球及花束装饰。

□专卖店前设立大型主题海报（开业专用）一块，发布开业惊喜活动。

3、店内

□店内设立迎宾和导购小姐

□专设开业促销活动区域，摆设活动宣传品、礼品及纪念品。

□顶端悬挂pop挂旗。

□店内主题海报（新品专用）宣传。

□现场宣传单的发放。

一、物料整合

1、店外主题海报：（主题任选其一）

新店新礼新时尚。

新店添时尚折上加折礼中送礼。

时尚新店好礼相见。

2、吊旗：正面主题广告词，反面开业大吉或新品上市。

3、易拉宝或x展架统一活动主题，与海报统一。

4、小立牌pop广告分别置于所属产品系列的陈列区域。

5、横幅：活动主题内容。

6、dm传单内容同海报。

7、大型充气拱门（写有活动主题）、升空气球、花篮等。

8、其他：名片、礼品、贵宾卡。

二、终端环境

1、硬环境：陈列、道具及灯光音响等，应符合品牌终端的要求，与形象宣传的风格保持一致。

2、软环境：专卖店导购员、收银员等，其仪容仪表、服务规范的品牌形象。

一、宣传要素

1、宣传时间：开业前1-2周。

2、宣传形式：告知宣传。

3、宣传内容：传达品牌形象及开业活动等信息。

二、宣传执行

1、媒体安排：

以dm为主（可以适当兼顾当地晨报、日报、晚报等类型报纸），开业以后，dm可置于店内供顾客自取。

2、宣传渠道：

a、派员分片区发送。

b、报纸夹页。

c、邮寄。

3、地方电视媒体滚动字幕或静面文字广告。

4、公司宣传单、季刊、企业报现场发送。

1、新店开业促销方案工作进行表

项目负责人完成时间需要支持

活动方案

促销礼品确定

终端宣传企划

下单、派发

礼品发放

促销追踪

效果评估

1、专卖店全体人员深入熟悉本次活动的主题、形式等。

2、活动期间，导购、促销人员、执行负责人等均应提早到岗，确认各项准备工作到位。

3、每天营业前摆放主题海报，检查其他宣传物料、促销礼品等是否齐备。

4、dm或其他宣传单置于店内供顾客自取（企业内刊）。

5、专设开业促销活动区域及业务宣传台，并有专人负责。

6、专人负责物资准备：横幅、海报、报纸、促销礼品。

7、每天营业结束后收好主题海报及其他形象画面。

8、注意整理并及时把持有贵宾卡的消费者的资料输入电脑做备案资料。

公司总部提供：

a.负责本次促销活动的所有宣传广告画面、海报、易拉宝、横幅、礼品包装的设计等。

b.加盟商负责本次“新店开业”促销方案的协调、执行、监督。

c.店长负责统计礼品数量、礼品派发进行跟踪。

d.督导负责促销方案执行、促销礼品、贵宾卡，开业地毯、画册、企业报纸等的确定。

e.片区经理对终端礼品、活动物料督促落实情况，跟踪、促销活动指导、监督、促销效果评估等。

a.片区经理负责本区域终端卖场促销礼品落实状况跟踪。

b.加盟商负责对本区域终端场促销进行实地指导、监督。

c.加盟商对本次促销礼品库存进行把控，及时向营销中心补充货源。

促销活动评估：

a.片区经理负责本区域市场促销效果评估及收集各加盟商对本次促销活动的反馈意见，及时反馈给总部企划部。

b.片区经理对本次开业促销效果进行整体评估，为下次促销提供有力数据。

c.片区经理对本次促销在执行过程中存在的问题进行讨论、总结。

大多数成功的促销实践表明，创意并不是孤立存在的。加盟商必须按要求营造出特定的促销氛围，特别是培训促销人员，让店员通过传播促销信息刺激消费者的购物热情。加盟商应对整个促销的执行细节落实到位。比如认真做好促销准备，认真布置货品和促销品，悬挂促销宣传品等。促销活动的执行，一定要充分营造“有中奖又有折扣多重喜”的促销氛围，保证顾客体验到时尚购物的新奇感，店员、促销人员要善于引导。

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