# 饭店前期推广策划书

来源：网络 作者：红叶飘零 更新时间：2024-07-01

*我在广告策划公司工作已经有很多年了，可以说自己通过这些年的努力，在广告策划方面有了自己独到的心得和工作能力，这些都是在我和顾客工作时锻炼出来的。刚开始工作的我也没有多大的能力，只是有着一颗好学上进的心，走到现在，除了自己一直刻苦努力外，还有...*

我在广告策划公司工作已经有很多年了，可以说自己通过这些年的努力，在广告策划方面有了自己独到的心得和工作能力，这些都是在我和顾客工作时锻炼出来的。刚开始工作的我也没有多大的能力，只是有着一颗好学上进的心，走到现在，除了自己一直刻苦努力外，还有领导和同事的帮助、关心。可以说，我在成长的路上很顺利。现在的我已经是公司的策划总监了。前一段时间我在公司中接过了一个策划，那就是饭店前期推广策划，我在经过市场调查后制作出了推广策划：

一、前言

重庆的餐饮行业已步入强势竞争时代，市场竞争激烈，阿兴记大饭店奥体中心店，如何在主城西区打开市场终端，提高品牌知名度，抢占重庆餐饮市场最大份额，让她代表着一个产业，引领一个市场？

据我们了解，阿兴记大饭店主要以其高档次的就餐环境和贴心的服务响誉业界。目前，阿兴记大饭店黄泥磅店发展态势良好，生意火爆，具有很大发展潜力。

我们力求全力打造阿兴记大饭店品牌价值，营造热点进行宣传，主要策划有意义的新闻事件及促销活动，以塑造阿兴记大饭店整体的品牌形象，并引起媒体的广泛关注，使目标市场的消费和品牌知名度得到全面的提升。

基于以上考虑，本次策划针对阿兴记大饭店奥体中心店开业前期做了一系列的推广策划，以奥体中心店开业为契机，旨在全面提升阿兴记大饭店在重庆餐饮业的形象，树立良好的口碑，力求将阿兴记大饭店品牌做得更大更强。

二、奥体中心店市场分析

阿兴记大饭店自黄泥磅店开业以来，风格各异的菜系和独具特色的服务，引领了重庆中餐餐饮潮流，赢得了广大消费者的青睐。由此，在渝北区创下了极好的成绩和口碑，从而带来了良好的经济效益和社会效益，同时也对奥体中心店的开业打下了坚实的基础。

奥体中心店由于其特殊的地理位置，本身可对该店带来一定优势：

1、奥体中心是重庆知名的，众所周知的体育中心，所以人们很容易就会找到这里。

2、奥体中心经常会有重大体育比赛和演出活动在此举行，从而引来一部分食客。

3、由于周围建筑的兴起，该地段商业氛围必将增强，引来众多的消费群。

4、将来周边楼盘完工，必然带来旺盛的人气，其发展趋势乐观。

5、周边各企事业单位消费能力巨大。（如：移动、电信、重医、出版社、部队及众多高新企业等等）

然而，就目前来看，奥体中心店也存在一定劣势：

1、阿兴记大饭店还没有比较明确的vi标识和朗朗上口的广告语，没有比较识别系统，给人的印象不深刻。

2、目标客户会受到南方花园饮食街以及直港大道的竞争。

所处机会分析：

1、现目前重庆的餐饮名店很多，但其目标群体各有所异，如陶然居主要是属于大众消费，七十二行以家常菜为主，菜香源以怀古情调为主，而阿兴记大饭店的环境、菜品和服务都属于高档次饭店，与其他酒楼有一定差异，主要适用于商业宴请，这部分目标市场是相当有消费潜力的，所以应抓住市场推广宣传。

2、袁家岗地区、九龙坡区、大渡口区及高新区现在还没有和阿兴记大饭店同档次的饭店，所以非常具有市场竞争力，应好好把握。

3、阿兴记大饭店奥体中心店结合奥体中心的有利地位，开展相关公关活动，造势宣传。

由此，我们可以看出奥体中心店是非常具有竞争优势的，在将来周边商圈氛围营造出来后，其发展形式非常乐观。现目前需要做好的就是其推广工作，为以后打下良好基础。

三、推广策划内容

（一）、理念策划

1、阿兴记大饭店卖点的梳理和提炼

阿兴记大饭店优质的服务和高档次本身可以作为卖点，但需要包装突出和强化。

2、阿兴记大饭店广告语创意

重庆市很多餐饮名店都有自己的广告语，如谭氏官府菜的“食中至尊、味之颠峰”；陶然居的“民以食为天、美食在陶然”；菜香源的“闻之口生津、菜香源头寻”；顺风123的“快意人生好滋味”等。阿兴记大饭店也应有融入自己文化特色的广告语，让人眼前一亮，回味无穷。

3、设计新的ｖｉ形象

据我们了解，目前阿兴记大饭店还没有整体的vi系统，这样让人不容易识别记忆，且对其高档次的定位也没有一个明确的表现，所以设计新的vi形象，是让阿兴记大饭店对内对外的视觉形象给人焕然一新的感觉，并以此体现自身文化品位。

4、对外品牌形象的宣传和推广

主要包括媒体推广、口碑效应和公关活动。（可融合以上几点共同展开）

（二）、全方位策划

1、策划最具影响力的中心活动

根据阿兴记大饭店的核心形象和目标市场，创意策划出一个与之相关并能强化它们的中心活动出来，这种中心活动原则上每年举行一次，举行时是非常盛大的，是阿兴记大饭店的特有节日。围绕着这中心活动则是一些相关的中小型活动，可以每季或每过一段时期举行一次。久而久之，人们会成为习惯，新的核心形象也就更深入人心了。

2、新闻运作的创意策划

由于广告直接效应的总体下降，新闻运作的地位大大提升，有效运用新闻炒作可起到事半功倍的效果。（如：组织员工参加有意义的公益活动）

3、公关运作的创意策划

公关活动，不仅能打响知名度，更能提升美誉度，所以，在新形象的塑造中，公关活动将起很大的作用。

4、广告宣传的创意策划

媒体广告宣传要有良好的创意作为支撑。

5、促销方式的创意策划

优惠、打折、赠券等促销手段也是要在一定情况下运用的，关键是要有新意。

6、精彩绝伦的开业庆典

能在新店开业初期对外吸引顾客注意、聚集人气，对内振奋员工士气。

四、营销推广策略

1、全面推出 “以客为尊”的经营理念，配合新闻炒作。

2、建立阿兴记大饭店品牌，以鲜明的设计，塑造一个差异化品牌形象。

3、着手企业文化的建设开展全员营销，树立统一的顾客观和服务观。

4、加强广告宣传的力度，提高品牌整体素质和竞争力。

五、策略实施

（一）、公关活动策略实施

1、建立阿兴记大饭店品牌形象，以奥体中心店开业的新颖庆典为支撑点，配合新闻媒体宣传，并穿插一定特色开业活动，赢得口碑。

2、奥体中心店位于体育馆，由此可审时度势借助一些重大的体育活动配合宣传。

3、袁家岗周边地区消费潜力巨大，应深入挖掘。可采用一定促销优惠政策，与周边地区大的消费单位建立一定长期关系。

4、拟定一些促销优惠活动政策和一些实事娱乐活动。

5、通过社会、人员上门等方式实施广泛的人员调研，了解需求，收集信息，建立企业、社会团队和消费者的资料库，同时宣传阿兴记大饭店品牌良好的社会形象，迅速提高知名度和美誉度。

6、通过研究消费者的消费行为，结合阿兴记大饭店本身的资源优势，实施针对性营销和渗透性营销以渗透市场，逐步实现品牌忠诚度。

（二）、广告策略实施

在广告策略上可采取多种媒体相互渗透相互结合的方式。

1、电视广告

电视广告是比较直观的有声媒体，但是选择合理的时间播出，才能达到预期的效果。

目前在重庆电视台，《天天630》这一档节目很受广大市民喜爱，可考虑在该档投播。《920剧场》的播出时间属于黄金时段，且其中的电视剧收视率很高，建议可重点考虑。

2、户外广告

户外广告受众广，并可起到一定指示作用，选好位置是关键。

目前可考虑在陈家坪转盘、大坪、石坪桥、石桥铺及科园6附近有针对性地立户外广告。

3、广播广告

可考虑交通广播一档专门介绍重庆美食的栏目。

4、报纸广告

报纸广告传播能力强，受众广，可起到广泛传播的效果。

晨报、晚报、商报属主流媒体，效果佳。

5、车身广告

可流动传播

目前暂可不考虑

6、企业宣传画册

精美的企业宣传画册就是企业的名片，非常有必要完善。由于奥体中心店的地理位置不明显，应借助黄泥磅店的人气优势厚积博发，为奥体店的开业造势，并以此使阿兴记大饭店在主城西区带动高档餐饮消费。建议在奥体店开业前，加大广告投放力度。

六、小结

阿兴记大饭店奥体中心店目前正处于一个机遇时段，如何以开业为契机使阿兴记品牌在重庆声名远播，是我们要思考的问题。

这一次策划对我来说并不是难事，不过在实际执行中，就靠饭店老板和员工的集体努力了。因为即使我的策划再好，由一些不着调的人执行的话，还是不能够实现扩大饭店影响力的过程，所以我想在实行实际策划中，由一些更着调人来执行。在不断的前进中找到饭店经营的更好的办法。相信只要执行的好，饭店的火爆是值得期待的！

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