# 餐饮企业市场营销计划(十七篇)

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-09-13

*时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!餐饮企业市场营销计划篇一建立、完善、规...*

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!

**餐饮企业市场营销计划篇一**

建立、完善、规范企业内部的管理机制，加强企业文化的建设，为完成公司制定的各项年度工作目标提供营销思路，实现公司的跨越式发展。

1、在20xx年，通过多种营销形式的整合进行宣传，在推广手段上做到创新、高效，逐渐形成盈喜客中式快餐的品牌内涵。

2、20xx年营销企划力争用最少的拓展费用做最大的市场宣传;

3、20xx年营销中心为公司准备好强有力的销售工具，保证市场宣传途径市场宣传形象具有很强的行业特色，提高全体员工的企业认同感，协助营运中心逐步完成20xx年年度销售任务;

4、根据20xx年季节和节日的不同，提供一整套针对从年初到年底的营销计划，并按照武汉市市民对节日的重视程度进行促销强度的区分，详见“20xx年节假日营销策划提案”

节日对应的促销活动类型推介：

国内外重要节日促销：包括元旦、春节、元宵节、情人节、妇女节、母亲节、劳动节、儿童节、端午节、重阳节、圣诞节等，做综合性促销，如元宵节，推出猜灯谜、有奖征联活动等。(建议根据自身需求有选择性地推出系列性活动)。

20xx年店庆促销活动：建议以综合性宣传推广方式进行，促销力度应相对较大。各种宣传须到位，如条幅、短信、dm、店内海报、促销产品等各种综合性宣传手段。

例行性促销：可根据需求临时制定，主要是针对季节性菜单更新，新品上市等需求加以运作。如淡季推出“抽奖活动”、“新菜品品鉴活动”“积分兑换活动”等。

竞争性促销，主要针对竞争对手餐饮所做的促销，以推出优质服务、特价、买赠为主。

5、促销方案的制定要创新，但不能脱离实际情况，哗众取宠，要因地制宜、易于操作，对后期做评估，具体计划提前一个月做出。

6、结合 “积分会员”与商家联盟以及自建网站进行促销活动，不断吸引招募新会员。(此项目中必须先开发盈喜客单独的网站、财务收银软件必须支持会员积分模式)

7、宣传、公益活动计划：宣传包括主题宣传活动(如春节拜年、3·15消费者日、同行交流会等)和例行性宣传;公益活动。包括主题公益活动(如重阳节、植树等)和例行性公益活动(如助学、扶贫、帮困等)，一年至少1次公益活动，费用20xx元左右。

8、加强与媒体合作，开展各种形式的活动和合作。(可通过媒体置换形式进行广告宣传)。

9、垫餐纸广告位招租：针对垫餐纸广告位招租。(主要针对商家联盟可通过置换模式操作)

10、加强企业文化渲染：规范各种明示牌的内容和悬挂。增加企业介绍和各种提示性的文字宣传。节假日主题促销活动做文字介绍。垫餐纸公告介绍生活小常识。(如交通常识、维护和谐社会常识、季节性饮食食谱及禁忌、消防常识、菜谱等)

11、重新创立vis系统，并且加强对vis的管理。此方案需由专业品牌设计公司负责。

**餐饮企业市场营销计划篇二**

前言

餐饮行业已步入强势竞争时代，市场竞争激烈，如何打开市场终端，提高品牌知名度，抢占餐饮市场最大份额，代表着一个产业，引领一个市场?据我们了解，主要以其高档次的就餐环境和贴心的服务响誉业界。目前，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。

餐饮市场营销策划是一门研究竞争和不断变化的市场环境中如何识别，分析，评价，选择和利用市场机会，如何开发适销对路的产品，探求饭店生产和销售的最佳形式和最合理途径，目的就是以最少的劳动耗费取得最大的经济效益。

营销策划分析

一、目标市场分析

本酒楼的顾客主要是中上层人士和政府机关工作人员，但其中也有不少是私款消费，这要求酒楼在提高档次的基础上必须兼顾那些私款消费者的个人利益。

二、定价策略

1、饭菜基本上可以保持原来的定价，但要考虑和中秋节相关的一些饭菜的价格，可采用打折(建议使用这种办法)或者直接降低价格的办法。

2、针对价格高的饭菜，建议采用减量和减价想结合的办法。

3、中秋节的套餐(下面有说明)的价格不要偏高，人均消费控制在20-30元。

4、其他的酒水价格和其它服务的价格可根据酒店的实际情况灵活变动，在中秋节的前后达到最低价(但要针对酒店的纯利润来制定)。

三、营销策略

1、制作专门针对中秋节的套餐，可以根据实际的情况分实惠、中、高三等，有二人餐、三人餐等类型，主题要体现全家团圆，可赠送月饼(价格不需要太高)。

2、如果一家人里有一个人的生日是8月15日，可凭借有效的证件(户口本和身份证)，在酒店聚餐可享受5-6折(根据酒楼的实际决定)

的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。

3、如果手机和固定电话号码尾号是815(成都地区以内)，可凭借有效的证件(户口本和身份证)，在酒店聚餐可享受5-6折(根据酒店的实际决定)的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。最好是酒店直接联系一下这些人。

4、由于本酒楼暂时住宿服务，可和其他的以住宿为主的大型宾馆联合行动，相互介绍客户，这样可以增加客户群，减少一些相关的费用。对这部分客户可用专车接送，同时也建议给他们推荐中秋节套餐。

5、在饭后赠送一些和中秋节相关的小礼物(上面要印上酒楼的名称、电话、地址、网址)。

6、活动的时间定于农历8月10日-20日。

四、推广策略

1、在酒店的门口附近、火车站、汽车站放置户外广告(户外广告采用喷绘为主，条幅相结合的形式)。

2、电视、街道横幅和报纸广告相结合。

3、可以尝试一下手机短信广告，群发的重点是原来饭店的老顾客，注意要使用适当的语言，主要介绍酒店的最新活动。

4、\_\_网站\_\_上做个弹除框广告或者比较大的flash动画广告或者是banner。网页动画和图片的处理必须要和营销的内容相符合。

5、也可采用传单广告，但传单的质量必须要高。

注意：以上的广告可同时选择几种，推广的重点在市区，也可向周边的县市推广。广告的受众最低要保证15万人。

五、其它相关的策略

保安必须要保证酒店的安全;对服务员和相关的工作人员采指定一些激励政策，调动她们工作的积极性(以后可以细化这个内容);在大厅里放一些品位高的音乐;上菜的速度必须要快;大厅的布置上不需要太豪华，但要美观大方，表现出中秋节的味道。

六、效果预测

如果推广和相关的服务到位，收入最少是平时收入的1.5倍以上。

七、其它建议

1、在服务大厅配备电脑，随时保存一些重点顾客的资料。

2、在争取顾客同意的条件下，把顾客的信息输入数据库(关键是顾客的名字和手机号码)，为以后的推广服务(以后可以细化这个内容)。

3、尽快做好酒楼的网站，网站必须要由专业的人士制作，域名既要简单有要好记，网页的设计上要体现出酒楼的特色，颜色以暖色调为主，主页最好要一个大的flash动画，还要有新闻发布系统、网上营销系统、顾客留言板、客户论坛、员工娱乐等方面的内容。通过网络营销(最大的优势是受众范围大，花费少)增强酒楼的知名度。 农历八月十五日，是我国传统的中秋节，也是我国仅次于春节的第二大传统节日。八月十五恰在秋季的中间，故谓之中秋节。我国古历法把处在秋季中间的八月，称谓“仲秋”，所以中秋节又叫“仲秋节”。中秋节将要来临，结合本酒店的实际情况和中国传统的民族方俗，为了更好的开展酒店销售服务工作，达到经济效益与社会效益双丰收，特制定此方案。

**餐饮企业市场营销计划篇三**

产品策略

产品(product)是指一切能满足买主某种需求和利益的物质产品和非物质形态的服务。产品策略是指企业根据所制定的目标，对产品组合的广度、深度和相关性进行决策。根据消费者需求情况和该产品本身的情况来决定该产品与竞争企业的同类产品相比在目标市场上的位置叫产品定位。餐饮企业的产品策略包括主打产品策略，主力产品策略，辅助产品策略，季节产品策略。

价格策略

价格策略是指企业为了在目标市场上实现既定的目标，给自己销售的产品和服务制订一个基本价格幅度和浮动幅度。包括以成本为中心的价格策略、以需求为中心的价格策略、以竞争为核心的价格策略。餐饮企业的价格策略包括高价位名牌策略，中价位品质策略，低价位大众策略。

渠道策略

在现代社会，绝大部分生产企业并不直接把制造出来的商品输送到最终消费者手里，而是需要一系列中间组织和个人的协调活动，这种活动的总和在销售学上就叫做销售渠道。效率是渠道设计的推动因素，虽然引入中间商会把产品的价格适当提高，但可以减少生产商和消费者所需要进行的交易次数，因而可降低交易成本。渠道设计中的关键问题是：市场覆盖率、强度与等级、经销策略。餐饮企业的渠道策略包括自身所拥有的直营物理店铺渠道和加盟物理店铺渠道。

促销策略

促销是营销组合的重要组成部分，是指企业宣传产品和服务的优点，说服目标顾客购买企业的产品或服务的活动总称。促销策略是根据消费者的心理分析和促销活动规律的运用而形成的有效策略。包括：刺激——反应策略;需要——满足策略;配方策略。刺激——反应策略是指推广人员运用一系列刺激方法，引发顾客的购买行为。需要——满足策略是指推广人员运用技巧、诱发顾客需要，以实现销售目的的推销方法。配方策略是指推广人员根据已知的顾客需要配好对症下药。这种策略的特点是推广人员已知顾客的消费偏好及某些需要。促销策略包括广告策略、营业推广、公共关系、人员直销。餐饮企业的促销策略包括对上述促销功能的组合运用，以形成局部或某一时段的立体营销优势。

卖点广告

卖点广告(point of purchseing)是指在销售现场所有售卖广告的总和，包括：横幅、挂旗、水牌、展示、展板……的总和。

媒体广告

(1)电视媒体。接受广告信息的人数多;广告成本昂贵，但接受信息者人均成本低;信息量小，不能保存，重复收视率不高。

(2)广播媒体。接受广告信息的人数多;广告成本适中，接受信息者人均成本也低;信息量尚可，不能保存，重复收听率不高。

(3)报纸媒体。接受广告信息的人数多;广告成本昂贵，接受信息者人均成本中等;信息量大，保存期较长，重复阅读率中等。

(4)杂志媒体。接受广告信息的人数中等;广告成本适中，接受信息者人均成本中等;信息量尚可，保存期较长，重复阅读率很高。

dm广告

dm广告(driect mail)是指直接邮寄广告，包括：直接邮寄产品说明书、直接邮寄消费规则、直接邮寄俱乐部会员通知、直接邮寄折让卡……等形式和内容。

sp广告

sp广告(spread purchesing)是指介于pop广告和dm广告的一种广告形式，是以直接派发折让券、优惠卡、礼品券……等形式和内容的直接营业推广。

**餐饮企业市场营销计划篇四**

新的一年，新动态，在20xx年的工作中我部将紧紧围绕利润这一核心目标，从菜式出品，服务质量，成本控制，营销创新等方面着力打造“情满，舒适家园”这一品牌战略，开创酒店餐饮新的局面，具体工作如下：

一、以出品为“龙头”，增加餐饮的核心竞争力，打造“美食，美食”这一品牌，营造食在这一良好口碑，

一楼的出品主要以“快”为主，不断更换花色品种，适时推出一些各地的特色小吃，主要以“稳住一楼”为出发点，而在二、三楼的菜式出品方面我们将加大创新力度大，，首先将现有顾客很受欢迎的菜式保留，不断精益求精，并适时制订出规范菜式的标准菜单。同时通过举办美食节和各种节日的营销活动来推出新的菜式品种。计划在20xx年的三月份——四月份举办一个以口味有特色，价格实惠贴近大众消费为目的的美食节。6—9月份计划引进新的菜系以满足更多的客户求新的口味，10月底将着力以高档、营养、有特色来迎合商务宴请，单位互请及各类中、高档消费客户的口味。争取菜式这一产品的更大市场竞争力，不断完善菜式创新制度，对菜品开发研究，监督质量，跟踪反馈意见进行进一步细致化管理，开辟营养膳食，合理膳食，精致饮食的食在良好社会形象，从而争取更多的客源。

二、服务上以培训为手段，以基层管理人员为核心，着力打造一支服务水平过硬的优秀团队。来应对餐饮市场的激烈竞争。

服务作为餐饮的第二大核心产品，20xx年我们将紧紧围绕酒店“情满，舒适家园”这一系列主题来开展阶段性的循环培训。通过培训考核再培训的方法不断巩固各类服务知识。计划制定出餐饮优质服务十条，即在服务程序的基础上将一些更细的体现个性化的服务内容，进行归纳形成通俗易懂的十条，各楼层根据本层不同实际情况进行要求。领班、主管跟踪落实，将整体服务进一步细化，完善，同时通过考核来检验实施效果。一楼的服务仍然以“快”、“准”、“灵”为服务方针，同时突出对老客户的的热情。提高送餐服务的菜式及服务质量。二楼着重在餐厅氛围的营造上想办法，添置台心布，口布，从台面上使宴会厅的色彩更喜庆，可以考虑制做椅套，在大厅的龙凤台上对宴会的主题突出更鲜明一些，从餐厅布置等细节方面来继续打造宴会品牌。三楼的包厢服务突出个性，特别对于固定客户要加强同客人之间的情感沟通，突出“情”字，用真诚、热情、友情留住顾客，同时建立以三楼为点的餐饮部兼职营销小组，从各楼层抽调优秀员工及部份管理人员利用不开餐时间，走出去拜访客户，听取客人意见，拉近同顾客距离，开发新客源，利用在餐厅服务的机会认识顾客，制定出营销小组工作计划，考核工作成绩，通过小组带动部门全员销售，用服务来吸引并留住更多的客户。

三、降低开支，节约成本，争取最大的利润空间。

成本控制是今年的工作重点，今年酒店规定厨房毛利为57%，历年来的毛利率都离这个数有一定差距。今年，我们将从原头开始，对原材料的进货进行严格把关，安排专人负责验收，签单，代替过去各厨房各自验收的情况，从而从原材料成本上加以控制，另外，在厨房原料使用上加强管理，杜绝浪费。

不断完善部门的能源管理制度及瓷器的管理制度，对低质易耗品控制领出和使用，建立起不同楼层的财产台帐，充分利用现有的各楼层仓库，将各类物品分类码放，避免以前乱堆放的情况，延长物品的使用寿命，在不损害客人利益，不降低服务水准，不影响餐厅环境的前提下，尽最大的努力来实现部门更多的利润。

我部将在酒店领导班子的正确领导下，调动部门全体员工的工作热情，全力以赴争取创造出更好的成绩

**餐饮企业市场营销计划篇五**

20xx年上半年在酒店领导的正确领导和各部门积极配合下，我调入餐饮部带领全体同仁团结一心，克服种种困难取得如下成绩：

一、餐饮内部建立内部质检小组

彻底打破建店三年多来卫生、纪律检查的被动局面，率先组建餐饮部内部质检小组。质检小组有餐饮部经理任组长，小组成员有副经理和几名主管组成，每天中午11:15对餐饮部各区域进行检查，对查出的问题逐一整改落实，并按制度规定奖罚分明。运行半年来一直得到酒店质检部监督指导，质检成果才得以稳步提高。

二、编写修正最新餐饮部规章制度及最新摆台标准

结合酒店实际，集思广益组织编写了相关的规章制度。如楼层小例会制度，要求每个楼层岗位除大例会外每天按时召开楼层小会议，总结本楼层的昨日不足，布置补充本楼层工作安排;对部分员工工作散漫，违纪违规，私拿偷吃等遗留的老问题也制订了相应的处理办法，取得了明显的效果;以及餐饮部劳动纪律;周计划卫生制度、最新摆台标准等。

三、结合后厨部制定了新的餐具管理办法

新办法的实施，使餐具破损率比建店以来任何时期都低，有效地控制了前后餐具的破损。

四、背景音乐不间断播放

通过我不懈努力，结合有关部门，彻底改写了三星级酒店餐饮部无背景音乐播放的历史。为客人营造了温馨优雅的用餐氛围。

五、多次更换餐饮区域绿植

根据不同楼层、不同区域，不同需求，及时和花卉租赁公司联系布置、调换各类花木，使用餐环境常变常新。并在各区域实行绿植养护责任制，极大保证了各区域各包厢绿植的存活率。

六、规范了仓库和布草管理

彻底解决了多年来部门仓库、布草无专人管理的局面，有效控制了布草无谓的流失和布草回收、清洗，物品领取无记录等环节的混乱局面。

七、抓培训，抓落实

培训和落实，两手都要抓，两手都要硬。针对培训内容，逐一进行整改落实，一步一回头，循序渐进。通过一段时间的努力，餐饮部全体员工无论在仪容仪表、礼节礼貌，还是在服务流程、劳动纪律等方面均有质的提高，提高了餐饮服务在客人中的美誉度。

八、对每一位部门管理人员在职能上做了较为细致的分工。使日常工作得以顺利开展，尤其各类重大接待也均能圆满完成。

九、制度面前人人平等

半年来，我一贯奉行制度面前人人平等。要求员工做到的，管理人员应首先做到，严格按制度奖惩，奖，大张旗鼓地奖，真正起到奖的效果;罚，罚和思想工作并进，罚得让违规人员心服口服，让其他员工引以为戒。

当然，在成绩面前我非常清醒，很多工作离酒店领导的要求仍有很大差距。餐饮工作中仍存在一些不足之处：

1、仍有一部分员工服务意识的主观能动性较差，机械性地去工作;部分员工自律性较差，如站位纪律、服务礼貌用语、餐中服务等，管理层在一个样，领导不在又是另一种状态，缺乏一个合格的服务员应有的素质。

2、部分员工仍缺乏团结协作的意识。

**餐饮企业市场营销计划篇六**

时光荏苒，\_\_年即将结束，新的一年就要到来。回首过去的一年，感慨万千，很感谢\_\_餐饮管理公司再次给我一个充满自我挑战和魅力前景的合作机会，这对我来说是一个很好的工作平台，能带出一批高技术、高素质的厨师队伍是我工作能力地体现，只有努力的工作，拿出好的效益，才能回报公司领导对我的信任。十月份再次来到公司，到现在三个多月过去了，在这段时间内，我对菜品做了一次全面的调整，在公司的大力管理培训和大家的共同努力下，营运部的支持下，完成了公司下达的在年前完成现有菜品的规范化，统一化的任务!为此感谢门店各位同事的配合。下面就把我对明年即将开展的工作思路和安排分两部分做一个扼要的概述：

一 关于门店和公司

1、配合公司的全年计划，为明年迎接我们的旺季，在\_\_年\_月底做好\_\_上市所有的准备工作，培训好厨师团队。

2、对每家门店的厨房菜品操作进行有效监督与指导，严格按公司规定的标准提高执行力。

3、通过专业化培训与管理，对我们的厨师技术力量进行合理储备，合理推出适合季节的新颖菜品，菜品的设计开发，是我们厨师`及公司适应市场需求，保持旺盛竞争力的本钱，菜品创新是餐饮业永恒的主题，做到真正的“会聚随心”，不时开发新品去适应市场的需求，为企业创造更大的发展空间和利润。

4，每月对各门店和中央厨房的菜品质量检查不低于12次，并每周向公司领导汇报检查工作情况

5，主动收集各门店基层了解到对菜品的意见和信息，做出及时相应的调整

6，\_\_下市前准备好\_\_年保留下来的特色菜品的上市工作，并根据\_\_年的流行趋势增加相应的新品种

二 关于\_\_店

\_\_店在暂停营业半年后于\_\_年三月十八日将以全新的面貌重新开业，鉴于\_\_路的特殊情况，根据公司领导决定，这家店所经营产品将有别于其他几家分店，我们将以\_\_\_\\\_\_\_\\\_\_\_--三大块为主，辅以其他门店销量较好的原有菜品，以原有菜品吸引新顾客，以新增菜品留住我们的老顾客，一部分店午市生意都很淡，但长寿路由于地理位置特别，我们将配合营运部把午市做好，如：推出简单快捷丰富的套餐和送餐为楼上公司员工服务。厨房作为整家餐厅的核心部门，现将整个计划做下安排

1，通过对一些和\_\_\_路店地理位置，周边主要消费群体，经营模式大概一致的店的考察，根据营运部领导给出的大致方针，结合我们的实际情况，在一月中旬将完成整个菜单的组成，包括午市套餐的搭配，到时候上报公司领导审核!

2，在\_\_年\_月底进行厨房人员组建，本着节约人员成本的角度，厨房人员将由外聘主要岗位和其他门店抽调优秀厨房人员组成!外聘人员工资尽量做到和公司现有厨房a级员工一致

3，菜单确定后，完成菜单所有菜品的标准化和规范化，并对厨房人员和前厅服务人员分别做全面系统的菜品知识培训!

**餐饮企业市场营销计划篇七**

一、加强员工思想政治教育，组织员工认真学习党的十大会议精神，进一步提高员工队伍的思想政治素质，增强员工爱岗敬业精神。

二、积极创建市级“青年文明号”，推动“青年文明号”活动健康发展，提高文明服务水平，履行优质服务承诺。

三、抓好客运服务质量管理，认真推行道路旅客运输“三优”、“三化”规范，树立超大品牌和服务行业新风，规范服务行为。抓好员工岗位知识培训和业务教育学习，提高员工的服务水准，为广大旅客和进站车业主提供优质服务，确保无重大服务质量投诉事件。

四、进一步完善本单位产业单元细分、绩效考核、成本考核的有关方案、办法，使之可操作性更强，更符合企业的健康发展，并严格执行。

五、抓好生产经营管理，守法经营，提高企业信誉。认真抓好公营车的收入和成本控制，完善乘务员地勤服务管理工作;加强产值承包车辆的管理，提高产值承包金。拓展和开发分公司的其他业务，增加创收渠道和市场占有份额。

六、全力以赴抓好20xx年春运的安全生产工作，做好客源组织和运输组织工作和安全管理工作，力争明年春运营收比20xx年有所增加，事故指标比20xx年春运降低。

七、抓好乡镇站建设和开发，争取发展新的农村客运班线或城乡公交线路，多开拓渠道增加乡镇站的经营收入。

八、认真协调和解决因站搬迁带来的班线客车经营矛盾和不稳定因素;争取运管部门的支持，全力搞好客运站外围管理，杜绝客车在站外和城区禁止上客路段拉客、揽客、上客的违规经营行为;加强稽查力度和安全监控点的管理工作，杜绝票款流失，力争多创效益。

九、抓好20xx年“清明”、“五一”、“中秋”、“十一”等节假日的运输增收工作和安全生产管理工作，采取有效措施提高公营车的实载率和周转率，增加客运站售票收入和公营车的运输收入。

十、抓好安全生产管理工作。把公司的安全管理指标分解到各科室、班组及各岗位人员，逐级签订责任状，明确安全责任;贯彻执行国务院和上级管理部门颁发的有关安全管理的文件精神，完善各项安全管理制度，落实安全防范措施和安全“一岗双责”制;每月定期组织召开2次以上的司乘人员安全学习例会，努力提高司乘人员的安全意识;落实好“三盯、三防”安全管理制度和客运站安全管理规范，认真落实“三不进站”、“六不出站”制度;认真开展安全隐患排查和整治工作，杜绝和预防事故的发生;加强车辆保险统筹工作。

十一、抓好治安综合治理工作，积极开展专项整治，采取有力措施，落实好人员，明确责任，做好防火、防盗、防爆工作;经常开展内部安全检查，消除各种事故隐患。

十二、抓好20xx年公司和客运站的质量信誉考核工作，确保分公司和客运站信誉考核合格;抓公司20xx年安全生产评估工作，确保公司安全生产管理工作达到良好水平。

十三、严格财务审核制度，切实做好增收节支工作，落实水电管理制度，管好公务用车和办公费用开支，控制成本费用开支，杜绝贪污浪费现象。提前做好财务会计换算的改变工作，积极应对国家税收“营改增”改革制度。

十四、强化员工劳动纪律管理，加强劳动纪律检查，继续执行和完善指纹考勤制度。

十五、搞好廉政建设，杜绝员工利用工作之便“吃、拿、卡、要”等违纪现象发生，抓好辖区内的计划生育管理。

十六、积极开展各种有益于员工身心健康的文娱体育活动，提高员工的身体素质。

**餐饮企业市场营销计划篇八**

一、严格落实公司各项条款

加强业务管理工作，构建优质、规范的承保服务体系。承保是公司经营的源头，是风险管控、实现效益的重要基础，是公司生存的基础保障。因此，在下半年，公司将狠抓业务管理工作，提高风险管控能力。

二、规范和落实公司的服务条款

提高服务工作质量，建设一流的服务平台。我们经营的不是有形产品，而是一种规避风险或风险投资的服务。在市场逐步透明，竞争激烈的今天，服务已经成为我们公司的核心竞争力，纳入我们公司的价值观。客服工作是这一理念的具体体现。在下半年里将严格规范客服工作，建立一流的客户服务体系，真正把优质服务送给每一位公司的客户。

三、加快业务发展

巩固\_\_市场占有率，扩大\_\_市场占有面。根据上半年支公司保费收入\_\_\_万元为依据，公司计划下半年实现全年保费收入\_\_\_万元，其中：计划将从以下几个方面去实施完成。

1、精心组织策划、坚决完成计划指标，为全年目标打下坚实的基础。大力发展渠道业务，深度拓展\_\_市场，打好\_\_地市业务的攻坚战，有序推进，扩大和巩固\_\_市场占有面。

2、机动车辆险是我司业务的重中之重，因此，大力发展机动车辆险业务，充分发挥公司的车险优势，打好车险业务的攻坚战，还是我们工作的重点，下半年在车险业务上要巩固老的渠道和客户，扩展新渠道，争取新客户，侧重点在发展渠道业务、车队业务以及新车业务的承保上，以实现车险业务更上一个新的台阶。

3、认真做好非车险的展业工作，选择拜访一些大、中型企事业单位，对效益好，风险低的单位重点公关，与单位建立良好的关系，力争财产、人员、车辆一揽子承保，同时也要做好非车险效益型险种的市场开发工作，在下半年里努力使非车险业务在发展上形成新的格局。

4、其他方面：深入抓好其他保险业务工作;加强与各保险单位的合作;积极参与各种保险的激烈竞争之中。

四、抓好队伍建设

做好员工和保险推销员工作，继续完善人力资源调配，为公司业务发展提供人力保障。下半年在员工待遇上，工资及福利待遇在上半年的基础上适当提高，同时计划为每个员工体检身体，每位员工过生日公司提供一份礼物，举办一些集体活动等，用的好人才，留的住人才，为下半年的业务开展提供强有力的人力保障。

**餐饮企业市场营销计划篇九**

一、理顺工作思路，做好财务基础工作

1、搭建集团公司财务组织构架，明确岗位及职责。

财务部长：对公司的财务管理负全面责任，拟定筹资，投资方案，编制财务预算。

会计主管：记录经济业务，组织会计核算;登记帐簿;对帐，结帐;编制财务报表。

出纳：负责现金收讫，登记日记帐等。

库管员：管理财产物资，及时提供购销存情况。

2、健全和完善财务制度。

在原有财务制度的基础上，根据集团公司财务核算的新要求，进一步健全和完善财务管理制度，严格财务人员核算管理，制定完善内部财务规章制度，使会计工作有一个更加规范、完善的制度环境。

3、规范建立财务档案，提高档案管理质量。

收集整理好以前财务档案，进行合理分类，整齐化一，归档存查，确保会计核算资料的完整性、严密性，以便核查方便。

二、加强财务人员培训，提高财务人员素质

目前，财务部半数人员为新进人员，必须规范人员管理，稳定财务队伍。以强化财务人员教育培养为基础，全面提高财务。

1、稳定增强财务队伍。对现有财务从业人员进行业务考核，坚持“试用”观念，坚持选拔引纳优秀的会计人员加入财务队伍，实行优胜劣汰，增强公司财务队伍的实力，为全公司的经营稳定打牢基础。

2、加强理论培训，增强财务的宏观经济管理意识。使财务人员从仅仅应付日常业务的工作状态得到改变，充分认识财务工作的连续性、复杂性，培养超前意识。

3、加强企业经营财务分析培训。以推行全面预算管理为目标，培养会计从业人员企业经营管理的事前预测、事中分析和基础财务分析工作。

4、加强会计实务培训。加强会计人员的业务培训，注重工作效率，提高会计人员的整体核算水平。

三、开展会计信息化建设，尽快实现会计电算化

利用好电脑系统，开展网上数据报送，归集和整理会计数据，增强会计数据传递的时效性和准确性。有条件时，首先实现电算化与手工记账同时进行，逐步实现计算机替代手工计账的财务管理模式，解决会计手工核算中的计账不规范和大量重复劳动极易产生的错记、漏计、错算等错误。大量的信息可以准确、及时的记录、汇总、分析、传送，从而使得这些信息快速地转变为能够预测前景的数据，提高会计核算的质量，使公司会计核算工作更加正规化、科学化，现代化。

**餐饮企业市场营销计划篇十**

营销总监：

1、跟据公司实际情况制定品牌分公司营销中心年度，季度，月度营运计划

2、 负责公司营销政策，管理制度的制定与实施

3、 合理分配与利用公司资源，确定为公司与客户最大的利润空间

4、负责品牌拓展，运营管理

5、跟据市场发展及公司运营情况制订品牌发展战略，市场拓展战略及营销发展规划

6、全面负责年度营销计划统筹、组织执行和营收总目标达成，负责订货会的策划与统计

7、对货品与各地区作出详细分解，使公司有限资源得到充分利用

8、不定期市场调研，收集市场信息，对市场进行不效调整

9、支持与协助营销中心的日常工作管理

10、定期向总经理汇报营销中心工作情况与说明

11、营销中心的费用支出计划与有效控制

12、对重大意向客户市场调研，经谈判并确定合作关系

13、对市场竞争品牌的市场调研及分析，做出相应的措施。

14、根据市场调研及公司销售情况，为设计部门提供有效的参考素材

15、根据品牌发展情况，对每季的下单产品做出有效的分析研究

市场部--大区经理

1、有效执行区域的拓展计划与回款计划

2、执行区域的新开店铺的评估，谈判与确定合作关系

3、对新开店铺的装修审核与品牌维护的工作

4、对区域新上货品的分配及退货控制，对区域的货品做出有效的管理

5、区域的销售活动策划与执行。

6、不定期的对店铺进行巡访，掌握市场信息 ，定期向总监汇报市场进度，反馈 市场信息

7、做出合理的区域费用预算，有效控制区域的费用支出

8、配合公司每年四次产品订货会，负责订货会的接待，洽谈与订货，并合理的 完成区域订货指标

市场部—拓展经理

1、根据市场总体规划，调查品牌区域发展情况，分析市场潜力，根据实际情况制定区域拓展计划

2、有效执行公司对客户的拓展计划与政策，考虑新市场开发后期的有效管理及有效的发展计划

3、负责区域的客户拜访，收集客户资料及市场品牌信息，定期与客户电话沟通 4、对准备开发的客户所在地区作实地考察并做出相应的分析报告

5、意向的前期洽谈，确定合作意向

督导部-----经理

1、督导部门的日常管理工作 2、负责重点店铺的开业活动指导 3、公司的促销活动策划

4、各商场的合作洽谈，自营商场的日常管理工作

5、对督导人员的工作审核。解决店铺出现临时性问题

6、负责督导人员，客户，店长店员的成列技巧，销售技巧，软件应用的培训工作

销售部---督导

1、负责本区域新品上市的货品陈列搭配及现场操作 2、负责并协助各新开店铺货品配置，货品陈列搭配工作 3、出差区域店铺，掌握并及时解决专场存在的问题 4、负责店铺按公司相关规定进行橱窗布置，维护

5、负责市场销售业绩信息反馈，收集，整理报表，解决销售中出现在问题 6、负责订货会期间客户订货成列，搭配等各项推介，培训工作 7、组织协调各大商场，专卖店的大型促销活动

8、组织协调区域市场货品的配制，季节性货品的调制及退货工作 9、协助总监做好公司货品分配计划，促销计划各项营运工作

商品部---销售部经理

1、负责销售部日常管理工作

2、开发部门设计新款的统计与新款比例核算 3、负责全国市场商品的区分与销售管理 4、负责各区域的销售指标按时完成

5、负责全国市场的上货计划;退货计划并按时完成 6、协助市场人员做好活动商品安排及配发

7、参照市场拓展情况与销售情况，对下单生产的商品做出明确商品分析

商品部---销售专员

1、负责时常区域的发货，退货与换货，并熟悉销售系统的操作

2、负责区域的货品销售，库存统计，并对销售的货品与库存货品做出合理分析，并以报表的形式做出周，月，季，年度分析报表 3、负责区域商品的回款

4、订货会客户所订货品的分析与核算，并在公司要求的时间内达足订货款 5、收集市场反馈信息，对反馈的信息做出合理分析

6、负责处理区域的客户与销费者对商品投诉问题，并在第一时间解决

7、熟知区域每家店铺的销售情况，并做出合理分折，为订货会下单生产提供宝 贵意见

企划部—企划经理及企划专员

1、公司内部的装修形象设计

2、公司印刷品的设计与制作的洽谈

3、负责店铺的货架及其它道具的设计，并对所增货架及其它道具做出费用分析与费用控制 4、负责店铺设计，并按照店铺的格局做出平面效果与客户做出装修确定，及装修验收完成 5、负责日常的网站维护与管理

6、负责广告画册的设计，协助广告公司拍摄与制作完成 7、负责公司与客户的大型活动的策划

电商部----电商经理

1、负责公司电子商务渠道的新品上传及图片处理，商品描述和售后评论的管理 2、负责电子商务渠道的促销活动策划，网站后台管理与维护; 3、负责产品电子商务相关数据搜集和维护网店的建设与管理

4、在各个知名商业网站发布商品供应和宣传信息，制定网站内的活动计划以及配套的站内宣传计划

电商部----电商专员

1、 负责网店经营和管理，客服洽谈、跟单与订单处理，商品的上下架管理，商品信息的调整

2、负责网上不同客户对商品的见解处理 3、售后跟踪信息收集

4、其他的推广手段：同行、专业论坛的发帖，公司各网络资料的更新等。

二：营销中心常用表格及其它常材料准备

三、20xx年月度基本工作安排

二：营销中心指标部门

1、营销中心销售指标

拓展指标：省代11家 浙江加盟10家 直营商场10家

回款指标：夏：880万{约11万件} 秋：660万{约6万件} 冬：1600万{约12万件}

开店指标：夏：40家 秋：60家 冬：80家

开店目标：夏：50家 秋：70家 冬：100家

公司样版市场：a类：湖南与四川，公司将大力支持这些区域代理商，做个标杆市场，支持内容有政策，货品与人员支持

公司重点市场：b类：江西，湖北，云南，甘肃，陕西，黑龙江，辽宁，河南，安徽，山东区域，必须做到市场的布点，公司给到合同内的支持

公司辅助市场：c类：未开发的市场，公司重点放在a地区与b地区的投入，公司c类市场取到辅助销售{批发}的作用。控制费用的投入，取到市场占领的效果，由c级市场要运作过程中可转变为b类市场

20xx年级别销售指标

3、各区域发货时间计划：

三、营销中心项目投入与考核部分

考核部分

一、营销人员日常工作考核：营销中心工作人员考核单项目最高分为10分，8分为合格，9分为良好，单项部门个人分值≤8，

拓展奖扣办法

拓展奖励：

1、拓展人员为每月底考核，基本工资为3500元/月，考核标准为每月一店，以拓展第二家店铺提取提成，如连续两月未拓展店铺营销中心以开除处理

2、大区经理拓展为考核区域拓展店铺，未完成季度计划拓展指标，按照少于店铺每店罚款500元{销售指标成计为销售拓展指标完成}

3、拓展人员或大区经理开发新的专卖店铺，经公司审核后，店铺正常开业后直接奖励;

拓展奖励如下：

省会城市：a+店铺：1500元 a店铺：1200元 b店铺：1000元 c店铺：800元 地级市：

a+店铺：1200元 a店铺：1000元 b店铺：800元 c店铺：600元 县级市或区：

a+店铺：1000元 a店铺：800元 b店铺：600元 c店铺：500元

拓展奖励办法如下表：

销售奖扣办法：

1、20xx年夏秋冬三季商品总回款：3000万元

2、完成销售指标，公司以予区域在职人员全年工资总额的5%作为奖励{2.7折以下不作奖励}

3、未完成销售指标，公司以予区域在职人员的全年工资总额的7%扣罚。

4、销售奖扣办法比例如下：

部门费用奖扣办法：

1、如完成区域合年销售指标，并将费用控制在区域预算以内的，则按照费用降低部分的30%给予各项目有关部门奖励

2、如营销中心完成合年销售指标，并将费用控制在预算以内的，则按照费用降低部分的40%给予各项目有关部门奖励

3、奖扣项目及部门如下：

注：电商部门工作计划未纳入销售内，因电商部门经理未到位，所以只纳入基本费用，销售与考核未在计划体现

**餐饮企业市场营销计划篇十一**

在新的一年里，--公司要站在新起点，图谋大发展，用更快的速度，更大的步伐，推动企业迈上新的台阶，使我们公司有一个较大幅度的发展。

一、奋斗目标

完成销售收入--万元，公司直属超市、门店实现销售--万元，实现利润--万元，税金--万元，商品零售价差达到15%以上。职工养老保险缴纳不拖欠,安全经营无重伤以上事故。争取国家政策直补及贴息--万元。

积极筹措资金，落实贷款，争取在-城新区申报征地--亩，建设新区大型农贸市场和配送中心。并争取将这一工程项目列入国家“双百市场工程”，得到政策性资金扶持。(国家“双百市场工程”直补---万元,省级直补--万元或贴息)。

主动与省、市商务主管部门联系，争取对乡、村级直营超市和加盟店扶持资金达到万元(08年争取扶持资金万元)。具体布局为：继续在--、--、--、--、--五个县区全年投资---万元，发展加盟店---户(户均----元，共计---万元)，直营店--户(户均投资--万元，共---万元)，年配送额为----万元。，我们要抓紧工作，加倍努力，取得实效。

前不久，市发改委将我公司申报的“物流配送中心及商品展销厅”项目推荐到省发改委，争取中央和--省项目扶持资金，申报扶持资金为---万元，这是一个不小的数目，难得的.机会，争取到了，能使我公司打一个翻身帐。我们必须做为头等大事，高度重视，抓紧联系，积极争取，获得成功。

二、加强乡村直营超市建设，扩大零售网点布局。

截止目前，我公司建设乡、村级直营超市累计已达到--户，其中--户在--县，是企业全额投资建设，在企业经营中发挥了良好作用，获得了利润。上至商务部，下至县区商务主管部门，对这一作法都十分重视，密切关注，给予充分肯定和支持，省商务厅决定，每建成一个直营店，给予扶持资金-万元。09年，我们要继续选点建设--户乡村直营超市，扩大零售网点布局，使其更加趋于合理。

三、不懈努力，发展加盟店。

根省商务厅得来的消息，20--年“万村千乡市场工程”还将实施一年，我们一定要把握好这个最后的机会，积极主动地发展改造加盟店，充分利用国家实施“万村千乡市场工程”的政策，把物流配送和流通网络做大做强。克服困难，不懈努力，排查分类，村、乡到位，分工明确，专司其职。发展的重点放在4个外县区，尤其是-县、--区和--区的-部山区，目前尚无实施企业前去发展，容易得到各级主管部门支持。在加盟店密度已经较大的情况下，我们必须有此明确认识。具体目标，如前所述为---户，关键是要抓好落实。

四、投资到位，完善证件，与加盟店处理好关系。

由于扶持资金到位滞后，公司建设直营超市投资较大，资金一直很紧缺，过去一直采用先建立加盟关系，后予以投资扶持的办法，这样做，工作量大，效率低，加盟店主还不太满意。我们要总结--年下半年的做法，明确认识，舍得投资，认真落实对加盟店的承诺，主动与各县区工商管理部门取得联系，出资为加盟店更换营业执照，最终达到农家店建设规范，符合验收标准。

五、做强配送，周到服务。

“在万村千乡市场工程”实施中，物流配送是主体，商品价格是关键。给加盟店搞物流配送，我们采取的是保本经营、允许略亏的经营策略，做到了商品价格当地最低，受到加盟店欢迎，在电话访销中，要货的人越来越多。我们必须进一步做大做强物流配送，合理分工，人员、设备、车辆相对固定，加强专业化管理，增加商品品种，注重名优新特商品的试销和

宣传，设在--、--、-县的配送部，要提高配送能力，加强电话访销，给加盟店提供更多的质优价廉的商品，巩固加盟关系，树立良好的企业信誉。

六、提早动手，备足货源。

春节是一年里销售最火的季节。紧紧抓住这一时机，是实现0-年“开门红”的关键。0-年春节打了一个漂亮仗，09年春节前，要多条渠道，筹措资金，为春节前备货提供资金保证，在天气较好的时候，提前动手，安排精兵强将，组成几个采购组，组织充足的货源，确保直营超市的销售不缺货，加盟店的配送有保障。再打一个漂亮仗，做到年年“开门红”。

七、加大力度，盘活资产。

充分利用现有资产，将其盘活，保值增值。我公司原有的经营网点基本上都采取租赁经营的方式，随着市场行情的变化，其增值空间进一步扩大。要把盘活利用这部分资产高度重视起来，根据市场需求，采取灵活的租赁办法，在前一轮租赁到期的时候，加大力度，广泛宣传，公开招租，确保资产保值增值。

八、严格管理，规范经营。

我公司的经营网点迅速扩大，点多面广，企业管理的突出矛盾是各项工作之间的相互协调和财务帐目的准确结算。工作能否协调，关键在领导班子，班子成员能各负其责，相互配合，取长补短，拾遗补缺，就不会顾此失彼。要不断加强领导班子建设，增强责任感和使命感。

**餐饮企业市场营销计划篇十二**

一、按照 谁主管、谁负责 和属地管理原则，部门经理对本部门消防安全工作全面负责，负责签定和落实逐级消防安全责任制，明确各单位、岗位消防安全职责，确定各班组、部门、班组、重点岗位的消防安全责任人、消防安全管理人、专兼职消防管理人员，明确各自职责。

1、单位严格落实消防工程审核、验收等动火行许可制度及备案，从源头上预防火灾隐患产

生。

2、督促所属部门依法建立落实防火检查巡查制度，落实逐级和岗位防火检查责任(每日要进行防火巡查、单位至少每季度进行一次防火检查，其他部门及仓储客户至少每月进行一次防火检查)。

3、督促各部门立即整改消除检查发现的火灾隐患;不能及时消除的，要制定整改方案、明确整改措施、落实整改情况，限时消除。对建筑消防设施每年至少进行一次全面检测，确保完好有效。部门及不能自身解决的重大火灾隐患，要逐级报告。

4、加强灭火和应急疏散预案建设，着力提高单位组织扑救初起火灾的能力，做到 火情发现早、报告早，小火灭得了 。

5、公司由保安队员建立 保消合一 的消防队，各部人员组成义务消防队。

6、严格制定灭火和应急疏散预案并定期演练(重点部位的部门至少每半年进行一次演练，其他部位至少每年进行一次演练)，确保一旦发生火情，员工能按照职责分工及时到位、有效处置。灭火救援预案应适时修改，确保有效、适用。

7、督促消防控制室值班操作人员依法取得消防行业特有工种职业资格证书，熟悉消防设备，并熟练掌握火警处置及启动消防设施设备的程序和方法。

8、加强疏散逃生演练，着力提高公司组织人员疏散逃生的能力，做到 能火场逃生自救、会引导人员疏散 。

9、督促各部门加强对员工火场逃生自救基本技能培训和实战演练，使员工普遍掌握火场逃生自救基本技能，熟悉逃生线路和引导人员疏散程序。

10、督促各部门及仓储客户明确疏散引导人员，确保一旦发生火灾，能够及时组织在场人员安全疏散。

二、开展全员消防大教育大培训，着力提高公司消防宣传教育培训能力，做到 消防设施标识化、消防常识普及化 。

1、督促各部门及仓储客户规范消防设施器材标识，落实消防安全 三提示 要求，重点部位、重点场所和疏散通道、安全出口设置 提示 和 禁止 类消防标语。

2、加强对员工进行消防安全法律法规知识的教育，提高员工对消防安全工作的思想认识，使员工掌握消防基本常识和普遍达到 懂基本消防常识、懂消防设施器材使用方法、懂逃生自救技能，会查改火灾隐患、会扑救初起火灾、会组织人员疏散 的要求;要加强对特殊工种员工、新入单位员工;关键防火环节和重点防火区域的人员进行消防安全培训教育。

3、组织单位的消防安全责任人、消防安全管理人、专兼职消防管理人员、消防控制室值班操作人员参加消防安全专门培训。

三、编制、落实消防工作计划。

1、制定各部门及仓储客户落实义务消防队员(占员工总数的50%)名单;

2、制定消防安全工作计划;

3、制定义务消防队员培训计划;

4、制定员工消防救护安全知识培训计划;

5、制定各岗位消防救护应急演练计划;

6、制定防火领导小组名单。

四、关键环节和重点部位的消防管理

1、各部门及仓储客户要加强对本单位的消防管理，包括消防设施器材检查、员工安全规范操作检查，特别是用火、动火、厂区车辆、用电防护等产生火花的严格监控检查。电工要加强对公司内用电设施、设备、各种用电器、线路的安全检查，防止私自乱拉电线，防止用电设备、用电器损坏、电线短路引发火险。

2、完善规范单位、部门、仓储客户的消防档案。认真、无误的填写单位、部门消防档案内容;对每日巡查、每月检查做好记录;对整改后的情况(包括：购置、更换灭火器、疏散指示、应急照明等消防器材)做好记录。

五、消防安全教育、宣传的任务和要求

1、3月份开展春季消防紧急疏散演练;

2、5月份聘请消防人员为员工进行专题讲座;

3、8月份新入厂的员工进行消防安全教育;

4、11月份开展 消防月 活动、冬季灭火演练;

六、消防安全的专项检查

1、1月份开展春节消防安全专项检查;

2、 五、一 节前消防安全专项检查;

3、6月份开展夏季用电前安全专项检查;

4、 十、一 节前的消防安全专项检查;

5、12月份冬季消防安全专项检查;

**餐饮企业市场营销计划篇十三**

xx年时间已经过半，下半年摆在我们面前的任务还十分繁重，我们要认真对照年度经营管理指标，制定下半年的目标任务，并狠抓落实。一方面要针对上半年工作中暴露出的问题和不足，制定切实可行的措施，改进工作、提升质量;另一方面，还要把上半年工作中好的思路、方法以及工作组织模式等予以传承和发扬，保持优势、再接再厉，确保公司全年工作目标和任务的顺利完成，确保公司各项工作高质量、高水平地持续推进。

一、下半年的工作目标

1、实现经营收入\*\*万元、利润\*\*万元;

2、实现顾客满意度≥%;

3、报修响应及时率100%;

4、回访率不低于总户数的80%;

5、公共配套设施完好、无随意改变用途;

6、公共设备完好率≥98%;

7、员工100%培训后上岗;

8、无消防责任事故;

9、无安全生产责任事故;

10、固体废弃物做到100%分类并做到无违规处理;

11、污水、噪音、废气做到达标排放;

12、节能降耗：纸张双面使用;园区照明等电器设施采取定时定员开关，办公场所做到人走灯灭;全公司无跑、冒、滴、漏现象。

二、具体工作措施

1、强化服务意识，进一步提升工作质量

在下半年的工作中，我们要继续强化服务意识，以业主满意为检验工作质量的最终标准，全面进行深化管理服务体制改革工作，扩大服务的广度与深度，在工作质量、服务时效上狠下功夫，提高工作效率和到场服务准点率，做到高效质优，提升工作质量，提升业主的满意度和公司的美誉度。我们要继续推广我们优质的服务模式，提高物业报修、业主求助等事务的连续性和服务的延伸性;要加大对业主的回访力度，针对每一户业主的情况，分别予以关注、及时跟进;要急业主所急，想业主所想，切实解决业主户内的工程问题和电梯故障、空调噪音、车库内和车库出入口安全设施的设置以及小区内噪音等一系列公共区域的工程问题以及一些影响生活的事情，千方百计让业主满意;要加强对各区域的日常保洁保养及绿化养护工作，给尊贵的业主营造一个洁净、优雅的居住环境。

2、强化创新意识，卓有成效地开展工作

在下半年的工作中，我们要继续强化创新意识，特别是针对制约工作的一些“瓶颈”问题，要拿出新招法、新举措，以创新促进工作质量的提升。针对业主费用交纳不尽人意的情况，我们要集思广益，对不同业主采取相应的措施及时追缴各类欠费，加大物业管理费和其他费用的收缴工作力度，将收缴工作落实到人，确保年度预算指标的完成;我们将根据自身特点，开展形式多样的公益、文体、趣味等社区文化活动，调动业主参与的积极性，拉近与业主之间的距离，在每一个节庆前对园区和会所进行装饰和布置，营造良好的节日气氛，创新服务;针对目前公司一线岗位人员流动情况较为严重，下半年将加强对安全管理部缺编人员的招聘工作，通过多渠道、广途径的招聘方式，全力满足安全管理部缺编要求，同时对各部门人员编制也将进行全面调整，合理设立工作岗位及人员编制，充分发挥员工的工作主动性和积极性。

3、强化管理意识，推进工作规范化运作

在下半年的工作中，我们要继续强化管理意识，以iso标准和相关要素为基点，制定贯穿公司的内部管理流程和作业标准，使内部管理制度全面化和规范化。我们将健全各项管理制度，将责任落实到人，将指标分解到人，完善各项服务标准及操作流程，保证员工服务水平的一致性，做到职责明确，实行目标化管理。我们要靠制度管人，在制度执行过程中给员工输入“按章办事，一丝不苟”的管理理念。另外，我们要做好绩效考核工作，我们将通过笔试和实操方式对各位员工进行考评，在检查各部门制度执行情况基础上对各部门进行年终考评，再根据各部门全年工作完成情况制定出考评成绩，有效激发各部门的团队精神，鼓励先进，鞭策后进，从而保证各项物业管理工作有序的进行。

4、强化培训的意识，全面提升员工的工作能力

企业的竞争，归根结底是人才的竞争。目前公司各部门人员的综合素质普遍有待提高，在下半年的工作中，我们要继续强化培训意识，通过培训全力提高员工的整体素质和工作能力，打造一流的团队。特别是为迎接三期业主顺利收楼，我们要加强对清洁组礼节礼貌、服务意识、操作规程、安全作业等方面的培训;加强对绿化组安全操作、各类绿植的日常维护保养、各类乔灌木的修剪、病虫害防治等方面的培训;同时，我们还要做好安全培训，让员工了解安全意识重要意义和提高员工的安全意识，掌握消防器材使用方法，安全责任落实到个人。

最后，我们还要进一步加强企业文化建设，制定员工手册，培育独有的精神特质和文化特质，要加强部门沟通与协作，培育团队精神，要加强执行力建设，养严谨高效的工作作风，进一步打造我们的品牌优势，提高企业的知名度。

总之，在xx年下半年，我们将努力使工作水平再上一个新台阶，打造一支作风过硬，素质超高，能打硬仗的队伍，全面完成各项经营管理指标，形成并彰显我们的核心竞争力，不断提高业主对的信赖和满意，在业界树立良好的形象和口碑，把打造成为物业管理水平第一的高档住宅社区。

**餐饮企业市场营销计划篇十四**

随着企业规模不断扩大，人才需求日益增加，本着发扬企业文化，提高企业员工素质的目的，以获取企业发展所需人才，为企业发展提供强大的人力支持为宗旨，结合公司xx年度发展战略及相关计划安排，特制定公司xx年度招聘计划。

一、xx年度招聘情况回顾及总结

xx年度是公司发展壮大的一年，面对严峻的人员招聘问题，人事行政部通过不同渠道为企业招聘人员,然而由于多方面原因导致新员工流失率相当严重，但基本保障了企业大规模的用人需要。

二、xx年度岗位需求状况分析

经反复统计与核算，xx年岗位需求涵盖各部门现有人员空缺、离职补缺、新上项目人员配备等方面，具体分析如下：

1、根据各部门人员缺口及预估计流失率以及新增岗位，经初步分析xx年度招聘岗位信息如下：

(1)公司中层干部，包括：各部门经理、副经理等。

(2)一线岗位：站长、站长助理、司机、配送员、理货员、收银员等。

(3)后勤人员，包括：o2o广告招商专员、人事行政专员、稽查专员、销售专员、销售内勤、办公室助理等;

(4)xx年计划招聘总人数：15人左右(含销售人员);

2、招聘原则：员工招聘严格按照公司既定的招聘流程，以面向社会公开招聘、择优录用为原则，从学识、品德、体格、符合岗位要求等方面进行审核。确保为企业选聘充分的人力资源。

3、各部门关键岗位选聘，根据个岗位职务不同按内部选聘办法与程序：

(1)自愿报名;(2)单位推荐;(3)集中面试;(4)分类考核;

(5)调查摸底;(6)统一研究决定。

三、xx年度招聘需求

根据公司xx年年度经营计划及战略发展目标，各部门需提报年度人员需求计划。

四、人员招聘政策

1、招聘原则

(1)聘得起的;(2)管得了的;(3)用得好的;(4)留得住的。

2、选人原则

(1)合适偏高;

(2)培训和职责的压力可培养大量的人才;

(3)目前公司迫切需要的人才。

3、招聘方式

(1)以网络招聘为主，兼顾报刊、猎头、内部推荐等。网络招聘主要以前程无忧人才网、智联招聘、58同城、赶集网、中华英才网、百姓网、百才招聘、百伯网、手递手、腾讯微博、新浪微博、搜狐微博、微信等(具体视情况另定);

(2)现场招聘：石景山区人才市场、海淀区人才市场为主

(3)其他方式(海报、传单)：在公司附近主要小区、公寓发放传单，张贴海报;

(4)补充招聘途径：社会上组织的一些免费招聘会、内部员工推荐、人才中介。

五、招聘的实施

1、第一阶段：

3月中旬至4月初，招聘高峰阶段，以现场招聘会为主，高度重视网络招聘，具体方案如下：

(1)积极参加现场招聘会，保持每周1场的现场招聘会参会

(2)积极参加各人才市场的专场和各相关学校的的免费招聘会;

(3)联系北京市各大专业学校的老师负责推荐和信息告知;

(4)发动公司内部员工转介绍;

(5)坚持每天刷新网络招聘信息及简历筛选与联系，每周集中候选人进行集体面试，此阶段完成年度招聘计划的45%。

2、 第二阶段：

4月中旬至7月，此阶段现场招聘会逐渐冷淡，新增应聘人员较少，同时各高校在陆续开学后将积极筹备校园招聘会，以保证学生就业，因此，这段时间以网络招聘和校园招聘为主，具体方案如下：

(1)坚持每天刷新网络招聘信息及简历筛选与联系，确保人员面试质量;

(2)积极参与省内部分院校的大型招聘会，组织校园招聘会或专场招聘会，每场招聘会将有现场公司介绍、现场初始、现场复试，建议能有1-2为公司高层领导参加，现场复试确定录用结果;

(3)联系前期面试人员进行，招聘信息的转告及代介绍。此阶段完成年度招聘计划的25%。

3 、第三阶段：

7月底至10月底，此阶段整体求职人员数量较少且分散，故此段时间，以网络招聘为主，减少或不参加收费型现场招聘会，具体如下：

(1)坚持每天刷新网络招聘信息及简历筛选与联系;

(2)每周坚持2次以上，网络人才主动搜寻联系，补充少数岗位的空缺及离职补缺

(3)组织部门架构的了解分析、在岗人员的了解分析;

(4)对当年新入职人员的关注、沟通、培训、统计分析;准备申报下半年的校园招聘会。此阶段完成年度招聘计划的15%。

4、第四阶段：

11月初至12月底，此阶段各大高校都将陆续举办校园招聘会，此阶段主要以校园招聘会为主，主要招聘各部门的储备性人才，具体如下：

(1)建立校园招聘小组，积极参加各校园综合招聘会，对各类院校筹备公司单独举办专场招聘会;

(2)网络招聘平台及论坛等信息正常刷新关注。此阶段完成年度招聘计划的15%。

5、第五阶段：

12月底至xx年1月，此阶段，整体招聘环境不理想，主要联系招聘公司高层类人才，以年度人力资源规划、总结报告，及统计分析为主要工作，非紧急新增岗位，不重点做招聘工作，具体如下：

(1) 公司年度招聘效果分析、公司人力资源分析、协助公司战略分析与讨论;

(2) 编制年度人力资源规划;

(3) 部门工作总结、讨论、分析，沟通确定新年个人工作计划及目标制定;

(4) 建立、编制公司人才培养体系，建立人才成长计划;

(5) 建立并完善人力资源管理制度、流程及体系;

六、录用决策

企业根据面试的综合结果，将会在最后一轮面试结束当天或3天内告知应聘者结果，并告知录用者办理手续信息。

七、入职培训

1、新人入职必须证件齐全有效

2、新人入职当天，人事行政部应告知基本日常管理规定

3、办理好入职手续后，即安排相关培训行程(通常由部门培训)，培训计划要求应由各部提出并与人力资源部讨论确定

4、转正时，人事行政部应严格按培训计划进行审核把关，对培训效果不理想或不能胜任者，可以沟通后延迟转正。

八、招聘效果统计分析

1、人事行政部应及时更新员工花名册，每半年做一次全面的招聘

效果统计分析;

2、根据效果分析的结果，调整改进工作

3、定期对新入职不足1年的员工作沟通了解，并采取相应的管理措施和方法。

九、招聘原则及注意事项

1、做到宁精毋烂，认真筛选，部门负责人不允许以尝试的态度对待招聘工作。

2、对应聘者的心态要很好的把握，要求应聘者具备敬业精神和正确的金钱观。

3、招聘人员应从培养企业长期人才考虑(明确考虑异地工作)，力求受聘人员的稳定性。同等条件下，可塑性强者优先。

4、要注重受聘者在职业方面的技能，不要被头脑中职位要求所限制。

5、在面试前要作好充分的准备工作(有关面试问答、笔试等方面)，并要求注意个人着装等整体形象。

6、接待前来应聘人员须热情、礼貌、言行得体大方，严禁与应聘人员发生争执。

7、招聘过程中若有疑问，请向人事行政部经理咨询。

**餐饮企业市场营销计划篇十五**

为了做好20xx年度保安服务工作，增强自身竞争能力，推动我公司保安服务业务较稳、较快向前发展，特拟定本计划。

一、面临的形式

公司的发展其实遇到了瓶颈期，在不断的发展中，我们公司的业务扩大已经到了一个临界点，要想提高，必须在新的20xx年里，制定公司20xx年工作计划安排，我们公司需要更大的发展，更努力的工作才会取得更长远的进步，这样的形势下，公司才会走的更远，走的更长!

(一)《保安服务管理条例》自20xx年1月1日颁布实施以来，各上级部门对保安服务公司的管理日渐深入，对保安员的劳动保障、着装、培训及持证等方面的监管力量增强。为协调好和上级主管部门之间的关系，我们必须在劳动保障、着装、培训及持证等方面下足功夫。

(二)自20xx年起，云南省涌现出多家保安服务公司，市场竞争日趋强烈，要想在现在的市场环境下，独树一帜，显现公司优点，必须采取有效的措施，扩大公司市场，才能在现在的市场环境下占有一席之地。

(三)怎样应对保安市场出现的“用工荒”现象。

二、目标和任务

(四)按《保安服务管理条例》完善好各项规章制度，确保“展宏保安”队伍里无一名犯罪嫌疑人，无一名刑满释放或3次以上行政拘留的人员，无一名保安从业资格证被吊销未重新取得资格证的人员;无一例殴打、拘留他人，阻碍执行公务的情况发生;在劳动保障方面，与通过试用期的保安员签订《劳动合同》并购买相关社会保险，确保全年无一例劳动保障投诉及仲裁案件的发生。在保安员的着装上，严格按照上级主管部门的要求统一着装。由专人负责培训中心，保安人员入职后采取岗前培训及岗间轮训的方式，培训保安人员，对培训合格的保安员在15日内办理上岗证。

(五)春节是每年保安市场需求量相对较大的季节，紧紧抓住这一时机，是实现20xx年“开门红”的关键。要多条渠道在时下严峻的市场竞争条件下，我们只有采取“巩固老客户”，发展“新客户的”方式。

**餐饮企业市场营销计划篇十六**

一、活动主题

“模拟招聘，发掘潜力，实现竞争，成为强者”

二、活动背景

在当前社会就业形势异常严峻的前提下，大学生普遍对于未来的职业生涯缺乏长远的规划和有针对性的准备，对社会就业方面的具体情况缺乏切身的体会，导致学习目标不明确，甚至失去对未来的追求，而企业也无法在应届大学毕业生中补充大量新鲜血液，形成大学生就业困难和企业难觅人才的现象并存。造成该现象的主要原因在于学生和就业单位信息缺乏交流沟通，学生对就业信息的空缺。学生难以了解社会和企业对人才的要求标准，企业也无法将此要求顺利地传递给学生。

三、活动目的

应聘，是每个大学生在步入社会参加工作前必不可少的人生经历。在这个竞争日益激烈的社会，如何在竞聘过程中力搏群雄，在紧张的面试中脱颖而出，是每个大学生思虑许久的问题。面对大学生就业的严峻形势和人才市场经济激烈竞争，为了让同学们了解招聘的基本礼仪，进一步加大就业指导力度，创新就业指导方式，拟举办模拟招聘会，以提高在校大学生的应聘和就业技巧，增强学生的心理素质，提高学生应聘能力和社会竞争力。随着人类社会文明的日益发展，社会对大学毕业生的素质要求也越来越高。那么，二十一世纪的大学毕业生应当具备什么样的优秀素质呢?是口才?人格魅力?亲和力?健康的心理?还是应对突发事件的反应能力?由云南交通职业技术学院\_\_级人力资源管理班举办的“大学生模拟招聘会”活动，将结合当今大学生讨论的热门话题“竞聘”与“素质”，全力打造一个模拟招聘活动的现场，通过应聘选手的“亲身体验”和有关教师的现场点评，让同学们通过“实战演习”，树立自主择业的意识，体验自主择业的感受，从而锻炼学生的表达力、观察力、应变力、合作力、学以致用能力等等;同时也积累应聘经验，明确学习目标，作好知识与能力两方面的准备，了解一些礼仪规范、学会推销自己，并让学生增强就业危机感以及通过活动增强自信心和全面认识自我。

四、策划、主办单位

云南交通职业技术学院

\_\_级人力资源管理班

五、赞助单位

云南交通职业技术学院经济管理分院

男生722、725宿舍

女生211、212、213宿舍

六、活动章程

(一)、活动时间

\_\_年12月11日

上午9：00——12：00

(二)、活动地点

云南交通职业技术学院经济管理分院教学楼210教室

(三)、活动对象及代表

1、招聘方

(1)流弦聆音唱片公司

企业代表：熊文美

(2)苏荷酒吧

企业代表：陈蕾

(3)天顺旅游公司

企业代表：王天顺

(4)中国平安保险公司

企业代表：陆盛英

2、应聘方

由16名同学参加，分为4组，每组4名同学。

**餐饮企业市场营销计划篇十七**

配合北京物资协作贸易公司20\_\_年企业整合、管理模式创新、强化团队建设的管理工作主线，公司在半年工作总结报告中，提出了加强企业文化建设以增强企业凝聚力的工作目标。其中，主要工作包括：

(1)通过企业内部诊断，发现并解决目前企业管理中存在的主要问题，提升企业管理水平和自我修正能力。

(2)通过员工培训，提高员工的自我成长能力，提高全体员工的参与意识、发现问题和纠正问题的能力，从而提升公司的管理水平和发展潜力。

(3)通过重建信息交流平台，搞好公司网站建设和企业内部通讯的编写工作，以此扩大企业宣传和交流渠道，营造积极向上的企业文化氛围。

1、 网站升级工作：

目的在于提高公司网站的内部使用率、外部点击率和信息量，加强作为交流平台的作用。

方法：可引进杭州慧泉软件公司协助进行网站升级和建设工作。

具体负责部门：综合部。

具体费用预算，另行确定。

2、 内部通讯编辑工作：

内部刊物是员工交流的平台，也是企业文化工作的一个重要媒介。

计划半年出一期。

组织方法：在公司高管领导下，由行政部牵头，组成编辑部，负责运作。

每期排版印刷费用，预计3500元。

3、 企业内部诊断工作：

企业诊断和内部管理改革工作，完全采取公司内部自行组织的方式，不引进外部专业咨询机构。由公司高管牵头指导，按照计划分步组织实施。培训主讲讲师由公司高管担任，公司内部有关人员辅助或者协助授课。

与员工培训工作结合起来开展。引进美国最流行的企业诊断工具，通过全体员工的参与，以培训的形式，借用各种调查问卷和测试表格，在培训学习的过程中，发现和梳理企业存在的管理问题、企业文化特征和员工自身存在的问题。

培训和诊断相结合的的过程，既是学习，又是寻找差距;既是提出问题，又是寻求解决方法。最终提出企业管理改革措施。

在培训过程中，对企业管理和企业文化深层特征的认识、学习、解析、诊断，不是由一个人或几个人完成，也不是由一个人或几个人的思路主导，而是由全体参与人员共同进行。

利用这样的工具进行企业诊断的过程，实际上是课题研究的过程。利用诊断工具，设计多个课题，通过培训的形式，在全体人员参与的过程中，共同探讨每一个研究课题，而不是由一个人或几个人在课题研究中唱主角。

所有诊断结果，都是在公开透明的环境中，由全体参与者共同探讨出来的。因此，大家对诊断结果会有高度一致的认同。同时，这样的培训和企业诊断会产生难得的企业文化效果：可以达到统一认识，提高参与意识，提高凝聚力的明显效果。员工通过培训，不但学习了最前沿的管理知识，而且对企业的发展现状产生了深刻的认识;不但参与了企业的诊断全过程，而且为企业发现问题、解决问题、确定新的目标做出了贡献。

与培训相结合的企业诊断工作，由两大部分工作组成。一部分，是培训、讨论、交流、学习和解析案例。另一部分，是测评、测验、填表、统计、整理。其中，统计和整理工作有很大的工作量。这一工作需要组织人在培训课后完成。

每一次培训或集体课题研讨结束后，需要专门安排人完成统计和整理工作。整理结果，作为下一次课题素材，用以共同学习、分析、研究、讨论。

4、 内部诊断和培训的组织方式：

组织工作：由高管负责组织领导，由行政部负责协调与配合。

培训期间，需要分小组，各个组需要指定负责人。

研讨培训周期：每月2个半天，每半天研究一个课题。一共约10个课题。具体时间表另行确定。

参加人员：公司全体员工。

研讨培训形式：(1)授课、(2)讨论、(3)发言、(4)案例分析、(5)测评、(6)资料整理、(7)总结。

研讨培训预算：1.05万元(lenovo thinkpad 7675h4c 笔记本)。

5、 培训要达到的具体目标和效果

本次培训的核心主题是团队建设。要达到的目的是：理解团队角色、团队价值、团队要素，学习团队建设方法、步骤、原则，形成团队意识，提高团队凝聚力，最终在公司范围内产生学习型团队的企业文化氛围。

培训要达到的具体效果，体现在三个层次中：

第一，在全体员工的范围内，形成团队意识、配合意识、沟通意识、服务意识、角色意识，培养主动学习、自我提高、融入企业的习惯和风气，促进员工整体素质的逐步提高。

第二，在骨干管理人员中，通过学习团队建设方法、步骤、原则，培养改善团队建设的能力、带队伍的能力、发现和培养骨干的能力，从而提高各个部门的工作作效率和工作效果。

第三，在公司决策层，通过培训和诊断工作的开展，了解公司团队建设和企业文化建设中存在的薄弱环节，分析产生不足的各种原因，进而形成改进团队建设和企业文化建设工作的具体对策，最终实现提高全体员工的团队意识，提高团队凝聚力，在公司范围内产生学习型团队的企业文化氛围。[ne\_tpage]6、培训的考核与评价

(1)本次培训，是全体员工的必修课。每一个员工必须参加课程表安排应该参加的课程。

(2)每一次培训，课前10分钟为员工签到时间。签到表作为培训考核的依据之一。

(3)在培训课上，要求大家遵守纪律，认真参与，积极讨论。每一次培训中，要记录在讨论过程中每一个人的主动发言次数。记录结果作为培训考核的依据之一。

(4)参加每一次培训课程，原则上不可以请假，如果遇到不可克服的原因不能够参加的，须直接向总经理请假。请假后，须通过抄笔记、阅读并交书面作业的形式补课。

(5)培训期间，将根据需要，广泛收集大家的意见，进行阶段性效果评价、问题分析和总结。

(6)培训结束时的最后考核方式，另行确定。

(7)培训结束后，将对全体培训参加人员进行最终综合培训成绩考核。考核结果将根据签到表、主动发言记录、课堂参与表现、课后作业完成情况、培训结束时的最后考核结果等综合在一起产生。

(8)每一个人的综合培训成绩考核，将和本人当年的绩效直接挂钩。挂钩方法另行确定。

(9)欢迎全体员工积极提出培训建议，推荐培训内容，报名主持部分培训课程。

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