

餐饮夏天活动广告语 餐厅五一活动方案(汇总9篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是小编为大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

餐饮夏天活动广告语篇一

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。

普通会员金卡会员

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。

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。

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。

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。

促销宣传策略

某某酒店中餐厅定位在中高端市场，因此在做宣传时，定位为“精品_坊”。

(一) 目标消费者

目前，某某酒店中餐厅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：对某某酒店中餐厅简要介绍、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：某某酒店中餐厅简要介绍、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。

餐饮夏天活动广告语篇二

腊八节将至，在腊八节当天，很多餐厅都会为顾客提供腊八粥，但是千篇一律大同小异的做法并没有为餐厅招揽人气，推广品牌，那么腊八节餐厅该策划什么活动才显得与众不同呢？不妨参考下餐厅腊八活动策划案吧。

一、活动背景：

多美丽儿童餐厅是新兴的新式餐厅，针对中国有孩子的家庭而建立经营。而腊八节在中国有着很悠久的传统和历史，在这一天喝腊八粥、做腊八粥是全国各地老百姓最传统、也是最讲究的习俗。

腊八粥来自印度天竺，农历十二月初八是佛陀成道纪念日，俗称“腊八节”，在佛教称“法宝节”，关于腊八粥也有很多的典故传说。腊八在脱离宗教的神秘色彩演变为现在的传统风俗节日，越来越受到人们的关注，说到腊八必然想到的是腊八粥，而本店也正在推广新产品“特色腊八粥”。刚好腊八节能和新产品推广融为一体。所以以传统节日腊八为主题，在本餐厅展开相应活动。

二、主题：温馨腊八节亲子活动，和家人一起共享腊八。

三、宗旨：给中国家庭一个温暖的餐厅，让爸爸妈妈和孩子共度腊八节每一次美好的.时光

从而提高本餐厅的知名度和美誉度。

六、活动时间：1月27日(农历十二月初八)腊八节当日

七、活动地点：多美丽儿童餐厅温州瓯北店

八、活动对象：来餐厅就餐的儿童及其家长(届时将抽取3个家庭参加)

九、活动流程：

1、前期准备腊八节活动宣传单、海报、吸引顾客参加活动，以及相应物品材料、店内陈设

2、顾客免费品尝本店特色腊八粥

3、认识腊八粥中各种豆子

4、以家庭为单位设计新腊八粥的配方，并提交

5、评选最好的配方家庭

6、三个家庭烧制腊八粥

7、品尝三个家庭的腊八粥，评出最美味奖

8、和“腊八仙子”学习一首简短的和腊八节相关的儿歌(加动作)

十、具体活动内容：

准备阶段：

活动当日：

1月27日15:00，开始熬煮活动所需特色腊八粥

16:30，店内顾客基本来齐(七八个家庭)

餐饮夏天活动广告语篇三

以端午节为契机，大势宣传餐饮新出品（粽）、瀛和铁板烧、大堂吧试营业等信息，挖掘市场销售潜力，电话联络或拜访团体客源，增加团体、家庭订购份额，通过粽文化的渲染，浓厚端午节气氛，提高餐饮食品牌知名度，对六月餐饮营业冲刺开启前奏。

目标：做旺西餐（铁板烧、大堂吧），仅粽子销售额力争达到x万元。

主题：粽香传情香飘万家。

时间□x月x日端午节（促销时段□x月x日x日）

1. 人人都过端午节，但知道端午节和粽子的来历没有几人。
2. 思乡怀古，纪念屈原，也是一种爱国主义的传统教育。
3. 金至尊粽子食品是来自历史发源地洞庭湖汨罗江畔的传统工艺，厨艺正统、风味独特、源远流长。
4. 时下富贵客源以本地人居多，广东人最讲迷信、避邪、求吉祥，趋求精神保险者多，至尊粽有此功效：益智、驱邪、避邪、润五脏。
5. 根据粽子的配料和成分，功效、吃法各有不同，老人润五脏，中青年扶正驱邪、儿童益智，因人而异、各取所需，购有所值，食有所益。包粽比赛，吸引参与。
6. 通过电视广告空中轰炸，金至尊龙船出水激起百丈浪花（动画），引起百家瞩目，近悦远来。

1. 印制宣传单、粽券各20xx份，单、券合一页，节省印刷费用，策划部设计制作。（价格xxx元，x月x日到货）

2. 制作大型龙船一个，放置西餐展台；配文字：粽行千里，香飘万家。

3. 广告展架x个，宣传端午节来历、粽的特色、品种等，图文并茂。

4. 设粽子展示柜、设现场销售点：冰柜储存粽子。

5. 对所有粽子，密封压膜包装，印金至尊质检标签、更显高雅，设计礼品手提袋，待议）

6. 宣传横幅：

（1）粽香千年，驱邪益智，香飘万家！

（2）快乐端午、健康美食相约金至尊！

（3）政府防流感指定饮品大堂吧免费享用！

7. 宣传单派发方式两种：

a□跟报刊发售点联系，拿xxx份粽子宣传单夹在报纸中派发。

b□各部门前台派发。

8、演艺大厅led推介、主持人宣讲（端午节活动）。

9、短信宣传xxx条、电视广告x天（播xx次）。

端午节家庭套餐（含粽子）：粽子种类及价格：

大堂吧酒水价目：铁板烧促销价目：

（均由西餐部拟定报总办、同时做餐牌）

1. 粽券派发方式：拿x万元粽券分派各营业部门友情销售。
（餐饮部出计划）
2. 天虹商场设点销售。（销售部安排）
3. 大堂吧现场销售。

凡订购xx只以上，可享x折优惠。

凡订购xx只以上，可享x折优惠。

凡订购xx只以上，可享x折优惠。

凡x人购粽券x套（x张），可免费现场吃粽子。

x只为x套/打□x人现场（买单）吃粽子一打以上，再吃不要钱。

活动三大亮点：

- 1、下午现场包粽比赛x月x日-x日，西餐部大堂吧促销粽子，同时组织客人举行现场包粽比赛，让客人体验包粽之乐趣，优胜者可享赠当晚入住客房特价□xxx元/当晚），或送粽子一串红酒一盅（预计xx份）。
- 2、娱乐千人粽子宴x月x日-x日，各包房派发粽子，供客人品尝，节目部编演《端午纪念屈原》的特别节目（员工饭堂加粽一个）。
- 3、端午节健康饮品大赠送各部门发行免费糖水券、美容花茶券、防流感健康饮品券：指定在大堂吧享用。

广告印刷费用xxx元、电视广告费用（含日本料理铁板烧宣传□xxx元。效益预测：只要营销到位，突破目标任务应该不成问题。

餐饮夏天活动广告语篇四

“持会员卡消费享受88折再88折”

1、活动时间：20__年10月8日0：00——20__年11月7日24：00止；

2、在活动有效期内，会员客户持会员卡在艳阳天商贸旗下分店均可，消费享受折上折优惠

3、使用范围：艳阳天下属所有旅店、酒家、小厨；

方案二：主题(今天送礼送现金)客人50元可买“100元16周年庆餐饮券”

2、销售区域：艳阳天下属所有旅店、酒家、小厨；

3、使用范围：艳阳天酒家、小厨(特别说明：旅店不能使用)；

4、使用规则：每桌限用一张，等同于现金使用。(宴会除外)；

6、售券即为客人开具发票，过期不补，客人消费不再开具发票；

7、此券不找零不兑现；

8、折扣方式为：先用券再打折(此券为全额使用)；

9、此“100元周年店庆餐饮券”购买当天不能使用；

10、售券时提供发票，消费时不再提供发票；

方案三：主题(会员卡买179送179)

4、礼包券使用有效期：20__年10月2日——20__年12月20日

5、使用范围：

50元店面(孝感店、珞瑜店、鄂州店、荆州店)

30元店面(前进店、黄鹤楼店、太平洋店、长虹店、黄陂店)

20元店面(解放店、黄石店、随州店)

9元店面(宝丰店)

使用数量：每房限用一张；

方案四：主题(价值元16桌免费团年宴等着您)

2、抽奖时间：10月18日和11月8日作为两抽奖时间；

3、客户信息不全不参与抽奖

餐饮夏天活动广告语篇五

为提升西餐厅的知名度和美誉度，增进目标消费群体对母亲节的印象和记忆，通过媒体以亲情进行包装，号召做儿女的向父母亲表达关爱和祝福，借势造势，强化家庭责任，反哺母亲，奉献孝心，值20_年母亲节到来之际，策划以感恩母亲母爱永恒为主题的专题活动，具体方案如下：

一、活动目的

- 1、母亲节促销活动方案，提高品牌知名度；
- 2、提高目标消费群体在西餐厅的购买率和消费额；
- 3、通过活动，增进酒店和公众的了解和沟通，制造新闻线索，扩大对外形象宣传。

二、活动时间

20_年5月10日-11日(5月第二个周末)

三、目标群体

母亲节活动目标群体为25岁-45岁之间的时尚白领女青年和在政府机关、企业担任中高层职务的成功人士。由于公务或商务繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，回报养育之恩的情结，可以引发其潜在的消费可能和情感需求。

四、活动主题

- 1、广告主题：感恩母亲母爱永恒！
- 2、广告词：世界上有一种最美妙的声音，那便是母亲的呼唤。

五、活动内容

- 1、赠送康乃馨鲜花：凡20_年5月11日当天到店消费的女士每个人赠送康乃馨一支。(客房由总台在客人登记时发放、唐人街美食城在客人落座后发放、品位自助餐厅在客人落座后发放，并致以母亲节日问候)
- 2、微博抽奖：到店消费晒照，并@酒店官微及3位好友，就有机会获得价值228元的免费自助餐券。

3、生日祝福：凡5月11日当天生日的女士，可凭身份证领取精美礼品一份。（酒店优惠券、纯天然成分的巴颜喀拉红景天系列旅行套装）

4、女士营养菜单：餐饮部推出三道养颜营养菜肴。自助餐消费的女士可免费任选一道菜肴。

5、优惠酬宾：活动期间原价228元观景自助餐，母亲节专享套餐：——元。唐人街美食城推出母亲节专享港式下午茶套餐。

餐厅母亲节活动促销方案2

一、西餐厅推出美颜养生套餐惠泽母亲节

1. 母亲节之怀旧大餐。

怀旧就是缅怀过去。旧物、故人、老家和逝去的岁月都是怀旧最通用的题材。

2. 母亲节之滋补大餐。

在母亲节来临之至，陪妈妈一起吃一顿营养、美味的大餐，祝福母亲永远都健康、美丽。

3. 母亲节之亲情大餐。

打起亲情牌，吸引中低端食客，主打家常菜，口味大众化，再辅以时尚就餐环境，标准化服务，吸引时尚年轻人来为母亲过节。

二、准备母亲节礼物

西餐厅要相应设计一些庆祝母亲节的活动和小礼品。为每一位前去就餐的母亲赠送康乃馨作为节日礼物。

三、发送母亲节亲情短信

1. 以西餐厅名义，向目标消费者发送母亲节精彩短信，以情感交流打动消费者。
2. 通过短信发送活动内容，告知目标消费者母亲节西餐厅活动内容，以及开展活动的主要地点。

餐厅母亲节活动促销方案3

一、母亲节活动背景

为了进一步提高知名度，增进消费者对西餐厅的品牌认知，以品牌带动销售，现借助20_年的“母亲节”这一节日，策划母亲节感恩主题活动，提醒消费者对“母亲节”的关注，让活动主题深入消费者情感深处，引发其“回报养育之恩”的心结，从而达到共鸣，产生消费欲望。并借此活动提高西餐厅品牌知名度。

二、活动主题

五月西餐厅，“感恩”当先——母亲节系列活动

三、活动目标

- 1、迎合目标消费群心理，满足情感需求，提高目标消费群指名购买率。
- 2、通过母亲节活动提西餐厅在--地区的品牌知名度。

四、活动时间

20_年5月-日

五、目标客户群

目标人群是25岁~55岁之间，私营老板、企业高管以及政府机关担任中高层职务的成功人士。由于事务繁忙，与父母亲在一起的时间少，大都存在“回报养育之恩”的心结，可以引发其潜在情感需求。

六、活动内容

1、“三重”好礼献母亲

好礼一：当天中餐消费的女士赠送养颜甜品“冰镇桃露”一份；

好礼二：当天中餐消费的女士均可获赠康乃馨一束、8.8折消费券一张(操作说明：折扣券在客人结账时赠送，当次不可使用)

好礼三：当天住店女士，中餐消费可享受8.8折优惠(操作说明：客人登记入住时，前台赠送8.8折优惠券)。

2、感恩“妈妈菜”养生美食节

“感恩”套餐□a款：2980/桌b款：3580/桌

零点餐厅“妈妈菜”特别推介：菜式以保健养生为主，菜品起名需迎合母亲节主题，如：“母子情深”、“恩重如山”等。

七、活动流程

1、活动预热期

(1)广告宣传。

(2)活动所需物料准备。

(3)活动操作培训。

2、活动执行期

(1)客房前台操作规范;

(2)餐饮部操作规范;

(3)礼品的发放和监管

八、宣传推广(略)

九、礼品

康乃馨：100束-20元=元十、氛围装饰(简单装饰)

餐厅包房、酒吧、西餐厅桌面插康乃馨鲜花(费用约1000元)

餐厅母亲节活动促销方案4

为增进客户对公司产品认知，带动销售，借助“母亲节”这一节日，策划母亲节感恩主题活动。引导客户对“母亲节”的关注，让活动主题深入消费者情感深处，引发其“回报养育之恩”的心结，从而达到共鸣，产生消费欲望。

活动一：颌首致意母爱倾诉感恩心语

母亲青春的流逝见证了我们的成长，母亲积累沧桑让我们拥抱明天;随着年轮的递增，我们多了沉稳，但我们感恩母爱的情感却愈发甘醇浓烈。

【活动内容】

1、活动期间，进店消费的客户均可以获得母亲节录音贺卡一张;

2、随贺卡代客户邮寄至制定的收件人地址。

【活动时间】 20_.5---20_.5.12

【活动目的】 收集客户资料，发现潜在客户，扩大品牌影响力

【执行网点】

公司旗下所有网点

【感恩共鸣】 在这个即将到来的特殊日子里，我们一起向那暖暖的三春阳光颌首致意。对伟大的母亲倾诉出发自肺腑的感恩之情。

活动二：母爱执着温馨亲情真挚永恒

康乃馨已经是母亲节的常规礼品，它代表着温情，代表着温馨，新鲜的康乃馨由于其物理属性，只能保存数天，而真挚的亲情需要永恒与执著。显然，只能保鲜数天康乃馨承载不了这层信息。

公司推出的贵金属吊坠和转运珠配上时尚的24k镀金仿真康乃馨就能完美的承载永恒的亲情、代表着执著信息的母亲节礼品。

【活动内容】

活动期间，购买贵金属吊坠满2999元以上均可获赠24k镀金仿真康乃馨一支。

【目标客户】

目标人群：年龄25岁~55岁之间，重点为私营业主、企业高管

以及事业单位中高层职务的成功人士餐饮母亲节活动策划方案餐饮母亲节活动策划方案。由于事务繁忙，与父母亲在一起的时间少，大都存在“回报养育之恩”和“家·亲情”观念的心结，可以引发其潜在情感需求。

【活动时间】 20_. 5. 12-

【活动目的】 扩大品牌影响力，提升销售量

【执行网点】

1、公司旗下所有网点

2、公司天猫网店同步执行，另收邮寄费10元。（是否限量待定）

【感恩共鸣】 妈妈在，家就在，纵岁月改变了容貌，纵沧海变作了桑田，枯守着不变的，依然是那份家的眷恋和深深的母爱。因为家和妈妈和我们血脉相连，息息相通。

餐厅母亲节活动促销方案5

一、母亲节活动背景

为了能在短期内尽快提高知名度，增进消费者对“----”的印象和记忆，以品牌带动销售，现制订本活动方案。主要是借助“母亲节”这一事件，以“----”名义传播“母亲节”概念，提醒目标消费者对“母亲节”的关注，引发其对“母亲节”的庆祝活动，使“----”深入目标消费者情感深处，从而起到提高品牌知名度，增加指名购买率的营销目标。

二、母亲节活动目标

1、母亲节促销活动方案提高品牌知名度。

2、提高目标消费者当中的指名购买率。

三、母亲节促销活动方案母亲节活动亮点

1、争取首位效应，制造社会热门话题。

在大中城市庆祝“母亲节”已经普及，但在漯河地区了解这个节日的人还不多。“——”通过开展有关“母亲节”的活动，可以造成一定的轰动效应，使活动成为公众焦点话题。并且在首次了解“母亲节”的消费者心目中，可以留下“——让我知道母亲节”的印象和记忆，产生良好的社会效应和品牌传播价值。

2、迎合目标消费群心理，满足情感需求。

“——”目标人群是25岁~45岁之间，在政府机关、企业担任中高层职务的成功人士。由于公务繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，所以一般都存在“回报养育之恩”的心结，可以引发其潜在情感需求。

3、选择媒体空白

时区，制造最大传播效果。

本次活动避开了五一前的营销高峰期，当其他品牌媒体投放、促销活动都暂时疲软期间，在5月8日当天形成高潮，活动效果倍增。“母亲节”活动包含的情感因素，以及在漯河消费者当中的新鲜感觉，完全可以抵消消费者五一期间积累的信息接受疲劳，达到最佳的传播效应。

四、母亲节活动流程内容

(一)活动预热期

大多数人没有过“母亲节”的习惯，“——”本身知名度也

不高，直接对整体活动“冷启动”就存在风险。为了保证活动产生更大的效果，必须进行相关的预热引导活动，为“母亲节”活动的正式展开做好铺垫工作。告知公众“今年-月-日是母亲节”，以及“——”在“母亲节”当天要做的活动内容和承诺，引起消费者参与活动的欲望。

时间：20_年5月12日

内容：

1、特约500名品质监督员

为了精确锁定目标消费者，提高本次活动实效性，特选择500名政企中高层管理人员，在5月1日邮寄贺卡、母亲节宣传折页，告知他们“母亲节”活动内容，邀请他们5月8日到各活动酒店参加“母亲节”庆祝活动。通过聘请他们作为——品质监督员进行关系营销，促进他们的主观能动性，扩大“——”在中高端消费者中的口碑效应。

2、有线电视台卫视台插转广告

有线电视台投放广告，告知消费者“——”一月一日举行的活动内容，以及开展活动的主要地点。广告片时间30秒，播出形式为各卫视台插转广告。

3、50家酒店免费品酒活动

餐饮夏天活动广告语篇六

一、活动目的：圣诞节即将来临!为了让消费者体会到xx饭店的品牌气势和独特的圣诞文化氛围，力争做到比往年更具庆祝圣诞节的气氛，我们在装饰和布置上突出新颖和独特;在xx市加大广告宣传力度，达到在经济利益增长的同时，最大程度的强化酒店的知名度，提升品牌影响力。

二、活动时间：月24日——26日

三、活动地点□xx饭店

四、活动主题：让我们把圣诞的钟声传播四方，也让我们把圣诞的祝福洒向人间。

五、活动内容：

(一)12月24日平安夜

主题：平安是“福”

活动方式：对当天到柳州饭店消费的顾客都可以进行赠送“平安果”（苹果）活动。顾客可亲自“采摘”平安果，寓意一年的收获。

具体内容：“平安夜”是一个很亲情的夜晚，同时也是柳州饭店改善品牌形象的好时机，为此，我们计划把“平安果”和包含亲情的“亲情卡”绑在圣诞树上，这样就赋予一个普通的苹果以亲情、关爱、温暖的元素。而祝福平安的亲情卡片也带着一份柳州饭店对顾客一年来的支持和一份祝福！

需要支持：一棵大型的圣诞树（供应商支持）；

苹果0枚，费用大约6000元；

亲情卡片20000枚，费用6000元。

(二)12月25日圣诞夜

主题：幸运

活动方式：凡符合其中任何一项的顾客，都可以参加幸运活动。

年龄25周岁，手机尾号为25，生日是12月25日的等顾客，都是幸运顾客。

活动内容：在酒店大厅设立一个活动区，做简单的布置，加强酒店的活跃气氛，重要的是让顾客有一种过节日的感觉。而幸运顾客只要在一分钟内，在主持人的提示下猜出礼品的价格，猜中即赠。

需要支持：幸运礼品(供应商支持)

其它费用预测：1000元。

(三)12月26日狂欢夜

主题：激情狂欢夜

活动方式：

1、中西式餐厅、咖啡厅、绿岛食街等餐厅

(1)吃：免费品尝最具柳州特色的风味小吃——螺蛳粉

(2)喝：免费品尝厂家支持的酒水饮料和咖啡

2、娱乐综合楼的卡拉ok歌舞厅

(3)玩：免费进行喝啤酒比赛

(4)乐：免费现场点歌活动。

(四)、惊喜特价，超值回报

24日—26日，在这三天除了有以上的系列活动提升人气外，我们改变以往搞演出、请主持耗费大量人力物力的方式，结合酒店自身实际情况，设定以下活动：

- 1、每晚7:00—10:00在大厅举办现场抽奖活动，将晚会推向高潮。
- 2、在一楼绿岛风味食街的自助火锅中增加“超值价”的牛排等西式菜品，丰富餐台食品；
- 3、二楼的包厢区域堆出圣诞节聚会“定制化”专案。针对广大机关、企事业单位团体的需要，为其提供联欢聚会场地。
- 4、二一九楼的客房，为每位入住的客人赠送圣诞糖果，长住客人可免费到娱乐综合楼参加“玩、乐”活动。

一、圣诞节酒店的布置及装饰

(一)、主景点布置

- 1、大厅外：在大厅外空地做一个三米高的城堡及风车装饰(木工制作)，显得高大气派，吸引客人注意。(包括周边装饰一起费用预算1500元)
- 2、大堂：大堂准备摆两个景点：一是总台前做一个长城雪景图(木工制作，费用预算1000元)；二是在客梯前空地做一颗精美的圣诞树(用方木搭建，费用预算1000元)。
- 3、中西式餐厅、咖啡厅、绿岛食街、商场：以气球和装饰灯，喷绘为主体装饰物。(1000元)
- 4、大厅内外柱子：以灯和喷绘做主体装饰物。(1000元)

(二)、其他景点布置

娱乐综合楼：以气球和装饰灯，喷绘为主体装饰物。(1000元)

(三)、礼品

主要是圣诞节当晚在各营业区及晚会现场所发的礼品和在客房常客，商务客人所送的礼品，预计礼品费用1500元。

(以上共计预算费用10000元。)

二、酒店整体气氛布置

(一)、酒店所有的员工都必须着红色圣诞装，加强节日气氛。

(二)、安排两名圣诞天使迎宾。

(三)、安排两名圣诞老人和小丑给每一位顾客发送圣诞帽，最好有酒店形象标志的。(可以其他商家合作)

(四)、酒店内播放圣诞颂歌。(播放的曲目：《平安夜》、《普世欢腾，救主下降》《天使歌唱在高天》《缅想当年时方夜半》《圣诞钟声》等等)

三、产品设计策略

(一)、客房

客房分别于12月24日、25日推出“平安房”“圣诞房”(套房)，全价出售;房内配送金百合一束、圣诞贺卡一张，圣诞蛋糕一份，自助餐券两张。其余房内全部配置圣诞贺卡一张。用传统的圣诞老人袜装好送到房间，给客人惊喜。

拟订方案：

“圣诞祝福”套房

1、时间：12月24日——26日

2、地点：二——九楼的客房

3、规模：25间

4、内容：特别设定一些“圣诞祝福”套房。

5、气氛布置：房间配置白色烛光，放祝福音乐，强调幽静祥和，浪漫情调的气氛。

6、房价：588元/间

(二)、餐饮

餐饮部推出圣诞特价菜单，具体可分为：圣诞美餐、情侣套餐、儿童套餐、家庭套餐、自助大餐等等。厨房设计出圣诞节菜肴，菜肴内容包括：冷热开胃小吃、正餐、软饮料(果汁、香槟塔)无限畅饮、火鸡2~3只限量供应、蛋糕点心羹粥类。冷热开胃小吃和蛋糕点心可以适当的多一些，正餐少一些。

拟订方案：

烛光晚宴

1、时间：24日——26日19：00——22：

2、地点：一楼星河厅

3、规模：80——100人

4、内容：烛光晚宴、家庭套餐。适合家庭、情侣。

5、气氛布置：全场烛光，放轻音乐，强调安静祥和，浪漫温馨的气氛。

6、票价：情侣票200元/张

家庭票250元/张(两大一小)

(三)、娱乐

娱乐综合楼内有游泳池、卡拉ok歌舞厅、美容、桑拿、健身房等娱乐设施。在圣诞节期间，可针对性地打一定的折扣，以便刺激消费；而卡拉ok歌舞厅则举行圣诞狂欢晚会，引导年轻一族的消费意识。

拟订方案：

ktv狂欢圣诞晚晚场

1、时间：24日——26日

19:00——24:00

24:00——凌晨7:

2、地点：二楼包厢及娱乐综合楼

3、规模：所有包厢

4、内容：包厢价格上涨

小包厢：晚场680元/场，晚晚场480元/场(送啤酒4瓶，大果盘一份，小碟两份，清茶免费)

中包厢：晚场1280元/场，晚晚场1080元/场(送啤酒8瓶，大果盘二份，小碟四份，清茶免费)

大包厢：晚场1580元/场，晚晚场1280元/场(送啤酒12瓶，大果盘二份，小碟四份，清茶免费)

(四)、圣诞节各项工作倒计时

- 1、12月1日——12月7日拉赞助，12月5日到位摆置大厅。
- 2、12月2日具体布置及装饰方案制出。
- 3、12月5日圣诞票、贺卡、宣传单制出。
- 4、12月6日开始卖圣诞票。
- 5、12月6日开始布置景点。
- 6、12月10日景点布置完毕，开始在媒体上做广告。
- 7、12月11日贺卡、礼物准备完毕。
- 8、12月12日核定娱乐部节目。
- 9、12月15日下发晚会备忘录。
- 10、12月23日下发圣诞服装。
- 11、12月24、25日、26日作好晚会各项工作。

此外□xx饭店还精心推出了“平安夜”、“圣诞夜”、“狂欢夜”等系列活动，引导们度过一个新的圣诞节。其中，有在酒店里播放圣诞歌曲，圣诞老人为你派送精美礼品、幸运抽奖等精彩圣诞活动。

狂欢实惠多

xx饭店把二楼的包厢和娱乐综合楼结合在一起，举办盛大的圣诞狂欢晚会。圣诞节当天的大厅，除了慈祥的圣诞老人外还有美丽的圣诞小姐，并伴有悠扬的圣诞歌声。快来吧！化一个最酷的妆，带上你的至爱，今晚最炫的就是你啦。

作为全市最具震撼力的酒店——柳州饭店，将是你“圣诞狂

欢”的最佳选择。

(二)、电台软文

45秒钟广播

男：圣诞节的钟声就要敲响了。

女：圣诞节的活动也要开始了。

男：今年的圣诞节该去哪过呢？

女：当然是xx饭店了。

男：为什么要去xx饭店呀？

男：真的？那我们圣诞节就相约在柳州饭店吧？

女：好啊！不见不散啊！

男：不见不散！

(三)、海报和横幅

1、冬季生活的恋歌□xx饭店传送圣诞祝福。

2□xx饭店圣诞活动多三大主题让你狂欢

3、200元的情侣套餐250元的家庭套餐

餐饮夏天活动广告语篇七

餐饮淡季营销管理的方案是什么呢？春节过后，餐饮业将迎来一年中最漫长的经营淡季，基本上要延续到4月份，在这期间

还是需要盈利的，但如何应对节后“门前冷落鞍马熄的营销重担，早已沉沉地压在了酒楼老板的心坎上。

餐饮淡季营销管理的要注意以下几点：

一、做好旺季与淡季的营销转换

别在春节旺季里看着天天顾客爆满就沾沾自喜，可能大年一过你就天天唱空城计。由于中国传统习俗的使然，一临近春节，全社会的消费力在短期内有一个喷发行情，大大小小的酒楼几乎家家爆满，而这很难说是因为你的营销工作做得多么出色。真正考验营销的成效，还在于到了淡季是不是一落千丈，一年里是不是能持续、稳定地经营，在顾客中是不是享有较高的满意度和美誉度，在同行企业中是不是属于领先方阵的。

成功酒楼营销的目标都是非常明确的，策略都是很清晰的，且都是按计划有步骤地推进实施。有一点非常关键，那就是如何做好旺季与淡季营销策略的转换。

“旺季取利，淡季取势”，这应该是酒楼营销的核心思想。取利，就是要夺取最大的销量，获取最大的收益；取势，则是获取制高点，争取有价值的东西，包括经营人气、顾客口碑、品牌知名度，等等，从而建立长期的战略优势。这“势”和“利”的关系是截然不可分开的，没有淡季的“势”作为铺垫，就很难获得旺季的“利”；而没有旺季的“利”，也无法支撑酒楼在淡季里去取得所需要的“势”。往往淡季营销工作做得好的酒楼，到旺季不用再投入太大的营销成本也能获利颇丰，这就是水到渠成。

淡季里，营销工作重点可归纳为三个方面：

1、老客户的维护；

2、新客源的开发;

3、品牌形象的塑造。

要做好这三方面的工作，适度的'营销成本是必不可少的，而不是一味地没有策略性地压低经营成本。这个阶段应相对轻视收益率，而更重视上座率和顾客的满意度，终而实现旺季取利以及全年的收益目标。

二、认清市场变化，从容应对

这需要根据酒楼的市场定位，从客源构成、消费动机，以及节后餐饮市场的调整趋势等

方面作出正确的判断和分析，然后把有限的营销资源投入到最有效的目标市常

对于中、高档酒楼来说，春节旺季的时候最主要的顾客群体是官方(包括政府和)、商务以及其他社会团体的集团消费，这期间很多酒楼对一般的散客都无暇顾及，有所怠慢。但是春节过后一段时期，餐饮市场的客源结构就会发生变化。由于节前集中的突击消费，节后集团消费的热情会降低，消费的频次也明显降低。相应家庭消费和散客消费的份额就有所抬头。而节日期间淹没在众多团年宴、庆功宴之中的婚寿宴、百日宴等，在淡季里会显得比较突出，成为很多酒楼的支柱收入来源之一。而另一块市场，比如象会展、旅游团队等，在春节期间几乎停顿，但在节后也会成为餐饮市场不可忽略的部份。

针对这些市场变化，酒楼应根据自身的定位调整营销的手段，做到有的放矢、简单有效。比如，中档酒楼可推出较为实惠的家庭套餐、白领午餐，以吸引家庭和白领上班族的消费;推出“平价酒水超市”，以此降低客人的酒水消费成本，且有效克服客人自带酒水的矛盾;策划更加细致、周到的婚寿宴、百

日宴营销预案，以更多的优惠赠送项目以吸引预定婚寿宴、百日宴的消费，等等。当然，对中、高档酒楼来说集团消费仍然是主流，那针对这部份客源也应该有相应的营销举措，切不可顾此失彼了。

三、把握淡季中的小高潮

在春节后的餐饮淡季里，也有一些小的消费热点，比如3.8妇女节，很多单位就会组织女性员工聚餐庆祝，很多女性消费者也会跟朋友相约一起享受美食。各地也会有一些各不相同的展会商机，短期内会掀起一股不小的餐饮消费热潮。酒楼应及早制定营销预案，有条不紊地开展营销促进工作，力争在这些淡季中的小高潮有不错的斩获。

四、配合淡季的营销活动，保持适度的广告宣传

旺季的时候，你的广告往往会被淹没在广告的海洋中。而在淡季，适度的营销活动再配合适度的广告宣传，会使得你的酒楼在整个行业中显得比较醒目，品牌宣传的效果会更好，营销活动的效果也会更好。

五、砍柴磨刀两不误

淡季里的营销工作应该两手抓，一手抓市场，即所谓的“砍柴”；另一手练内功，即所谓“磨刀”。前面主要阐述的是抓市场的一些策略，关于练内功，我有如下一些建议：

- 1、总结旺季营销工作的得与失，不断改进营销的思路和方法；
- 2、对已经制定的后续的营销工作计划重新检讨，进行修正和完善；
- 4、淘汰不合格的营销人员，招募新的营销人员，并进行全面

的强化培训；

5、检讨酒楼过去在品牌展示方面的不足，充实品牌内涵，努力打造高品位的品牌形象。春节后餐饮业淡季形势严峻，因此要做好营销管理的方案，这样才让自己的企业赢取更多的利益。

餐饮夏天活动广告语篇八

2某某某年10月某某某某美食节拟在某餐厅餐厅举办。届时，某餐厅将通过美食节的舞台，展示以满汉全席、官府菜、名人伟人典故菜、湘军首领私房菜、永州八景菜及本地山村野味等特色菜肴，让市民融入其中，真正达到“食以人为本，节以人为乐”的效果，营造出“食人合一”的美食节气氛！举办满汉全席美食节，引进名厨，其旨在于提升大餐厅的餐饮竞争能力：一是引进菜系，提高餐厅菜肴制作质量；二是培养客户，营造纳德餐饮文化。因此，某餐厅上下应举全力支持配合办好此次美食节。

一、美食节活动目的

通过美食节活动，让市民进一步了解餐厅、认识、喜欢，从而提升餐厅餐饮的竞争力。

二、美食节活动原则

实惠第一，大众参与，体验昔日满汉全席/今上百姓餐桌和星级亲情服务。

三、美食节活动卖点

精典的菜肴、布衣的消费，把美食和文化相结合，走食疗、功效、价廉新路线。

四、美食节活动理念

餐厅菜肴很有个性化!

五、美食节活动主题

感受鲜香，人性服务，亲情接待，营造完美的“中国第一次满汉全席美食节”。

六、美食节活动组织

1、组织机构：餐厅

2、工作分工：营销部经理总指挥

3、协调联络：餐厅总经办

4、对外宣传：营销部经理出提纲，餐厅执行

5、客户营销：营销部经理培训营销人员并指挥营销队伍

6、活动保障：餐厅财力、物力、人力

7、安全防护：保安部

七、美食节活动内容

(一)美食节活动筹备

1、引进菜肴原料，确定美食节的菜肴品种、价格以及优惠措施；

3、加强对外联络，协调合作关系，解决食品原料来源，确保原汁原味。

(二) 美食节活动举办

1、品牌、菜肴形象展示

1) 主题：有滋有味、色、香、味、形再加上质、器、名。

2) 方式：设固定的展区，制作成品展示。

3) 形式：通过菜肴体验，展示品牌及其文化形象。

4) 互动：现场参与满汉时期的抽签模式，每天设一等奖一名“永州皇帝享受权”价值上万元；二等奖二名“宰相享受权”价值三千元，现场开奖，营造活跃气氛。

5) 内容

- a 菜肴的实物艺术形态；

- b 菜肴的文化展示；

- c 服务人员的仪表姿态。

- d 展区设在餐厅大厅，让菜肴系列成为吸引客人眼球的又一道风景线。

2、美食节促销活动

1) 主题：轻松体验，更欢乐。

2) 形式：价格优惠，借美食节开展促销，留住老顾客，吸引新顾客，培育未来消费群体。

3) 内容：在美食节期间，对消费者一律实行平民价格优惠。

3、美食节经营活动模式：

采用自助的模式经营，菜肴设置在餐厅大厅。

八、美食节活动其它

1、广告宣传费用：宣传单20000张，每张0.15元，共计3000元；流动宣传车八辆共计2000元；短信群发二十万条共计6000元；员工派发宣传单和推车补贴费用2000元。

2、抽奖奖品费用：按每天500元成本费用。

3、菜肴原材料费用：另计。

餐饮夏天活动广告语篇九

活动背景：

面对年后第一个长假的来临，第一个销售高峰也随之到来，在这个春夏交接的时段，是一个消费较为活跃的时期，尤其是服装和食品类。

活动思路：

五月正是天气转暖并趋于稳定的季节，也是进行旅游等户外活动的好时期，特举办“锣开五月、_假期”活动，“锣开”是大力度的促销活动，为消费者省钱的时间到了，“_假期”则是假日期间我们将举行很多有意思的活动，此活动的目的就是抓住这段时间的消费者的消费特点。随后还有“母亲节”

“助残日”“牛奶节”等爱心大行动贯穿整个五月。

活动目的：

提高门店销售额，同时增加企业亲和力，树立优良企业形象，

培养忠实顾客。

活动主题：

“开锣五月、_假期”

主体宣传：

1、我开锣、您省钱。

2、玩转假(价)期

活动时间：

4月25日——_年5月15日

篇章：

1、开锣省钱、_假期

2、诗歌花语、_母亲节

3、爱心行动、_助残日

4、健康生活、_假期

背景：五一黄金周

内涵：_在五一消费者省钱的假期，消费者的五一应该在_。

外延：降价促销、抢购、捆绑销售、联合促销、换购。

内容：

1、开锣套餐、惊喜无限

2、开锣时刻、争分夺秒

3、_价期、任您挑选

a促销板块

开锣套餐、惊喜无限(活动时间：5月1日至5月7日)

“五一”期间是旅游高峰期，在市民准备前往旅游目的地之前的采购，部份市民的市内户外活动、短途旅游也将是我们这次促销活动的一个契机。

活动内容：实质是捆绑，销售分“旅游套餐”和“假日套餐”

“旅游套餐”是针对短途旅游消费群和外来长途游团体，将单个商品的折扣累加、集中凸显价格优势。

“假日套餐”针对平日忙于工作难得休息的人群，尤其是单身消费群体，主要将生活必需品适当组合、建议在此炒作健康概念，推出“黄金周健康谱”。

5月1日“劳动光荣餐”为滋补系列

5月2日“开锣首席餐”华达特色系列

5月3日“玩美心情餐”绿色系列

5月4日“时尚青年餐”营养系列

5月5日“青春飞扬餐”美容系列

5月6日“开心、玩转餐”休闲系列

5月7日“归心似箭餐”调节合胃系列

每日食谱不同(主要包括:菜系、水果饮料、休闲食品等、捆绑销售)。

b□开锣时刻、争分夺秒(活动时间:_年5月1日至_年5月7日止)

活动内容:实质是抢购,在每天的早上8:00—9:00分、下午:14:00—15:00、晚上20:30—21:30分建议每天每时段抢购商品都具有实用性、独特性,能够让消费者产生购买欲望。

早上8:00—9:00以家庭主妇商品为主

下午14:00—15:00普通商品

晚上20:30—21:30只要在活动期间一次性购物满68元,即可至服务台加一元领取一张抢购票入场抢购,抢购票当天使用有效,过期作废,(数量有限,抢完为止)

(注:本次活动单张小票最多限领二张抢购票,入场抢购时必须将抢购票交于工作人员,才能入场抢购,抢购票必须加盖华达方才有效)。

内部注意:内部员工及员工家属不得参与本次活动,违者必纠,所有抢购商品均为纸条放在盒子里(盒子为密封)堆放在抢购堆头上,顾客抢购到纸盒至服务台加一元换商品,每天限抢300份商品。

3、玩转价期(活动时间:_年5月6日晚20:00开始)