

# 最新餐饮酒水活动方案的通知(优秀9篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、风险的评估以及市场的需求等，以确保方案的可行性和成功实施。以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

## 餐饮酒水活动方案的通知篇一

国际妇女节是在每年的3月8日为庆祝妇女在经济、政治和社会等领域做出的'重要贡献和取得的巨大成就而设立的节日。为了增加节日气氛，让每个人懂得关爱女性、学习女性，赞美女性，为她们的奉献而骄傲而共享，我们勇丽餐饮特开展“美丽女人节，勇丽喜相约”活动：

xxx年3月8日

：美丽女人节，勇丽喜相约

活动一：各店根据自己的实际情况，活动期间主推春季养颜养生菜品三至五款，列展台展示。

活动二：3月8日当天，前38名到本店消费的女顾客，各店可根据自店条件免费赠送小礼品、养颜汤等，各店做好登记，财务备存。

活动三：利用短信平台发勇丽餐饮三八妇女节活动信息，稳定维护老客户，短信内容：“美丽女人节，勇丽喜相约!在这温馨的节日里，勇丽餐饮与您共度美丽食尚三八妇女节!各种养生美容套餐，精彩呈现。”

活动四：各店门口悬挂横幅，内容：“美丽女人节，勇丽喜相约”

1、各店对员工进行相关知识的培训，当日客人用餐时主动提示，并送上节日祝福。

2、活动当天赠券活动、积分卡活动正常进行。

## 六、相关要求

1、企划部负责制作横幅于3月7日前送至各店。

2、各店要将新客户名单于3月9日上报公司企划部，以便于企划部及时回访客户，了解各店活动开展情况。

勇丽餐饮经营管理有限公司

## 餐饮酒水活动方案的通知篇二

六月夏日炎炎，六月父爱如山。6月的阳光是一年之中最炽热的，象征着父亲给予子女那火热的爱。父爱如山，人生中很多东西不可能永存，但父亲给我们的爱却永恒……一年一度的父亲节即将来临。在这个属于父亲的节日，为了调动起消费者的积极性，吸引更多的顾客，提升营业额，经管理公司研究决定拟父亲节营销策划方案如下：

通过6.18父亲节前期和当天的宣传，对用餐的顾客进行温馨提示和礼品赠送，以及给顾客提供其他的超值服务的系列行为，来感动顾客并增加顾客对我们麻辣风芙蓉会馆的情感关注，不断聚焦麻辣风，进而提高我们的营业额和顾客的回头率以及对我们麻辣风芙蓉会馆品牌的忠诚度。

通过我们的情感营销(提供超值服务)不断提高我们麻辣风芙蓉会馆在该廊坊餐饮市场的占有率，不断领先于竞争对手。

是我们完成品牌战略的一次行为。

1、父亲节当天来我店用餐的顾客都可以免费给父亲打个电话，无论是市话、国内长途。限时15分钟。

2、父亲节当天来我店用餐的顾客都可有机会免费拍照一张，并免费寄到本人父亲的手中；

3、父亲节当天如有客人请本人父亲来我店用餐，可享有如下优惠：

(1)、免费合影一张；

(2)、送影框一个；

(3)、送纪念父亲节特制菜品1—3份；

(4)、送礼品一份(领带等)。

4、如果是请自己的父亲用餐，除了可享受以上优惠，还可以享受全单8.8折优惠；

5、父亲节当天过生日的父亲，我店免费提供“父亲节家庭套餐”一桌供10人以内用。(父亲的生日必须以二代身份证上的日期为准，年龄达到法定结婚年龄一年以上，有和儿女合影照片)

(一)、对外广告宣传

1、做2期平面媒体广告；

2、电视广告2期；

3、网络广告；

4、高档楼宇广告

## (二)、短信群发。

短信内容：6.18父亲节到了，麻辣风全体员工祝福您的. 父亲或身为父亲的您健康快乐!当天(6.18)生日的父亲可享受免费家庭套餐!还有更多惊喜呐!订餐电话：

(三)、通过店内外各种广告(图片和文字)在不同位置的布置，进行全方位立体化的宣传，在店内营造出浓浓的“父亲节”文化氛围。具体工作布置如下：

1、店外水牌，第一次提示顾客；

2、店内广告和氛围营造：

(1)□x展架3个；

(2)、喷绘图片30张；

(3)、特制父亲节菜单；

(4)、免费父亲节家庭套餐；

(5)、台面软文(从“六·一”儿童节到“6·18”父亲节)；

(6)、员工问候语：父亲节快乐!等等对顾客进行第二次第三次父亲节提示，让顾客产生父亲节的情感或由此而想起了家乡的父亲或由此而想起自己做父亲的艰辛与不易……为后面的感动做好铺垫！

3、现场互动：

(1)、送“父子(女)连心”菜品一份。祝福语：祝愿天下父子父女都永远心连心、幸福快乐！

(3)、为现场的父亲和天下父亲敬上一杯祝福酒，祝酒词：今

天是父亲节，祝现场的父亲和远在家乡的父亲节日快乐、身体健康！

(4)、(祝酒词讲完之后)说：各位领导，我和我的助手一起为现场的父亲和客人献上一曲《父亲》，再次祝您和您的父亲节日快乐身体健康！(将氛围推向高潮)

1、宣传文稿、词句感情表达要贴切、准确、到位，过则显假，欠缺则无法与顾客产生情感共鸣，就很难感动顾客。

2、对父亲节活动内容要进行全员培训，达到熟知的地步。

3、父亲节优惠活动不能与其它优惠活动同时享有。

4、6·18父亲节那天来我店过生日的“父亲”必须提前预约。

5、当天在我店过生日的“父亲”或在我店里请父亲吃饭时，要组织管理层一起为“父亲”说句祝福的话语。

6、要保障父亲节特制菜品原材料充足。

### 餐饮酒水活动方案的通知篇三

活动在酒店美食坊采取分餐制的形式进行，突出浪漫、温馨的氛围。

1、场地布置[x月x日]以前将酒店美食坊布置好(在各餐桌之间及走道搭配摆好绿色植物、并张贴酒店pop旗、搞好灯光配置)。

2、广告宣传：由公关营销部在x月x日在x月x日前制作xx块宣传海报分别在xx等张贴。

3、动其它事项：

a□就餐从x点开始。

b□由公关营销部于x月xx日下午前定购xx朵玫瑰。

#### 4、营销方式：

采取现场营销的方式，来客可直接到吧台购票就餐，每对情侣送玫瑰花一束。

(xx元/每七人)

罗宋汤或玉米奶油汤七份。

黄油餐包七份。

鸳鸯扒(黑椒汁/番茄汁牛扒)七份。

水果拼盘一份。

蔬菜沙律一份。

红酒/咖啡/红茶各一份。

注：客人也可以点其他菜(包括中餐)，自己选择。

## 餐饮酒水活动方案的通知篇四

(一) 新店所处的地理位置及目标消费人群分析

(二) 新店核心竞争力分析

新店的核心竞争力在于本店环境有独特的品味和菜品品种多样、主要有中餐和西餐、例如、意粉、小炒、盖饭、配菜、沙拉、甜点等、饮料有咖啡、奶茶、果汁、苏打等。

### （三）新店促销目标分析

新店的促销目标在于吸引更多的消费者在促销期间进店消费、同时达到宣传本店的目的

促销期间吸引更多的消费者进店消费

1、点任意套餐即送任意甜点或沙拉一份

这样能吸引更多的消费者前来消费、让他们能更大限度地品尝到本店的特色

2、到店消费满20元送5元现金卷

3、开业七天内来本店用餐即可免费申请为会员

成为本餐厅的会员、会定期享有本餐厅提供的优惠服务。

4、每天都有抽奖活动等着大家

在开业的一周之内、凡是加了本餐厅的官方微信群或者来本餐厅用餐的顾客、都会有机会成为幸运儿、享受低至五折的优惠。

1、餐厅开业前一周（9月15日~21日）以发放传单、微信和微博的形式来做广告宣传、因为主要客户群是针对学生的、而学生中传递信息的速度与广度是很大的、所以宣传上可不用费太大力度、之需进行传单或多媒体等简单广告的形式即可。

2、餐厅开业选择在9月22日星期一、因为我们餐厅主要的`客户群是学生。

3、开业七天之内每天都会抽出三名幸运顾客享有5折优惠、如若已经是本店会员、则会更加享有折上折的优惠。

项目费用xx元

新店开业宣传单张3000张300

印刷现金卷1000张20

现金卷发放、预计800张4000

赠送甜点或沙拉每份成本约22400元预算到店消费人数1200人

总费用:6720

1、由于我们主要面对的客户群体以学生为主、因此在宣传方面因更加考虑到学生的心理去做宣传。

2、学校周边同行业竞争压力大、因此必须保证食物的可口以及食物的卫生。

3、做好食材的准备、避免缺货的现象、如若出现售罄的情况、应在顾客点餐前告知。

5、菜单的封面设计要新颖、内容材料要清晰。体现特色菜肴、花样丰富。

6、服务人员的制服与餐厅风格保持一致、态度必须良好。

## 餐饮酒水活动方案的通知篇五

酒水的销售是喜欢喝酒的人的心头爱，下面是本站小编为你整理的酒水活动方案，希望对你有帮助！

### 一、活动背景与目的

11月11日光棍节即将到来，近年来，由于社交软件的多样化

和普遍化，很多年轻人之间交流的机会越来越少，圈子越来越窄。为给广大青年男女搭建一个更好的互动和交流平台，11月9日，由金鑫集团婚恋中心和洛阳晚报义务红娘帮帮团共同策划开展“脱光，淘、讨、逃”公益相亲会。本次活动主题鲜明，活动形式丰富，新颖，宣传期即得到广大青年的拥护与支持，初步预计本次活动参与人数将突破3000人次。

针对毛铺苦荞酒健康的先进理念，符合当前青年消费者的消费需求。本次活动参与者年龄在25-35岁左右，是未来酒水消费的主力军。本次活动经销商积极整合自身资源，通过与洛阳晚报前期的合作，加之后期的跟进与维护，此次活动毛铺苦荞酒通过礼品的形式赞助成功牵手的嘉宾，通过现场毛铺苦荞酒的氛围营造，对毛铺苦荞酒在洛阳市场的知名度和影响力将会得到进一步提升。

## 二、活动主题

毛铺喜荞酒、共享嘉年华

## 三、活动地点

洛阳市上海市场金鑫珠宝、 门前广场步行街

## 四、活动时间

11月9日14:00至17:00(此外，11月9日—11日，在洛阳市场宝龙国际还有其主办的相亲会，毛铺苦荞酒氛围顺势导入)

## 五、活动形式

4、现场宣传：本次活动毛铺苦荞酒作为奖品赞助商，主持人可以通过串联主持词，现场宣传毛铺苦荞酒，加深消费者品牌印象，其次，活动将选出成功牵手的13对嘉宾，每对嘉宾提供毛铺喜荞酒1提，有效吸引现场观众的眼球，宣传效果较

好。

## 六、活动氛围布置

2、现场布置宣传彩旗若干，门展两个，网展1个；

3、品鉴台两个

4、结合活动现场布置其他氛围。

## 七、活动投入

3、合计费用： $26*70+35*6=2030$ 元。

## 八、活动回报

4、毛铺苦荞酒自上市以来，洛阳市场宴席推广活动开展较少，通过本次活动的宣传，可以为洛阳市场毛铺苦荞酒宴席推广奠定基础。

## 九、费用承担

本次费用共计投入2030元，费用全额由公司承担。

## 十、活动要求

1、要求所有参加活动人员当天统一工装，佩戴胸牌，树立良好的品牌形象及精神风貌；

2、要求销售团队加强对活动现场氛围的布置，确保此次毛铺苦荞酒良好的宣传效果；

4、活动期间，营销经理和经销商应及时关注相关媒体报道，保证毛铺苦荞酒多渠道宣传效果。

## 一、活动目的：

对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么?是处理库存?是提升销量?是打击竞争对手?是新品上市?还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

## 二、活动对象：

活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在范围多大内?哪些人是促销的主要目标?哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

## 三、活动主题：

在这一部分，主要是解决两个问题：

### 1、确定活动主题

### 2、包装活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能从消费者角度出发，艺术化去处理，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。

这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

## 四、活动方式：

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

### 1、确定伙伴：

拉上一个强大的组织做后盾，还是挂上和媒体联合，以获得更大的资源？是厂家单独行动，还是和经销商联手？或是与其它厂家联合促销？和政府或媒体合作，有助于借势和造势；和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

### 2、确定刺激程度：

要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标对象参与。刺激程度越高，促销的反应越大。但这种刺激也存在边际效应，因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

### 五、活动时间和地点：

促销活动的的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与工商等有关部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

### 六、广告配合方式：

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒体投放？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

## 七、前期准备：

前期准备分三块，

1、人员安排

2、物资准备

3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交叉点。谁负责与机构、媒体的沟通？谁负责文案写作？谁负责现场管理？谁负责礼品发放？谁负责顾客投诉？要各个环节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的小区域试行方案等。

## 八、中期操作：

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条不紊。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度

和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

## 九、后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传？

## 十、费用预算：

没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。要杜绝直到活动开展后，才发现促销计划公司根本没有财力支撑诸如此类的状况发生。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

## 十一、意外防范：

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、供应链和物流的配合，甚至天气突变导致的意外原因等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

## 十二、效果预估：

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现最佳效益。

有了一份有说服力和操作性强的活动方案，才能让公司高层支持你的方案，也才能确保方案得到完美的执行，从而最大化促销的效果。

## 一、活动主题

qz陈酿 乐享中秋

## 二、活动背景

中秋节和国庆节两节相邻，广大消费者在节日期间难免会走亲访友，而白酒则是馈赠亲友不可或缺的必备品。由于生活水平的提高，消费者习惯了去商场、超市、便利店采购节日所需礼品。市场部希望能够以中秋节为契机，在餐饮、商超和流通领域开展促销活动，全方位出击推动市场，拉动市场销量，为市场旺季的到来做一个良好的开端。

## 三、活动目的

推动qz陈酿白酒的旺季销售，提升产品在消费者心目中的品牌形象。

## 四、活动时间

201x年9月1日——201x年9月15日

## 五、活动地点

惠友超市(军校店、十方店)、杰出便利店(由业务员提报)

## 六、活动形式及内容

### (一)活动形式

初步定为买赠形式，分场内和场外，杰出便利店外进行抽奖活动。

### (二)活动内容

凡在活动时间内购买qz陈酿精品、珍品、尚品、典藏、君尊系列白酒均有优惠，具体优惠活动如下：

注：此优惠政策适用于场内和场外，场外可适当增加买赠力度。

### (三) 杰出便利店外促销活动

购买qz陈酿盒装任意产品一瓶或者一瓶以上者均可参加一次现场抽奖活动，中奖率为100%。

### (四) 奖项设置和控制原则

本次促销活动设一、二、三等奖和参与奖

1 一等奖：赠qz陈酿典藏1瓶

1 二等奖：赠qz陈酿精品1瓶

1 三等奖：赠qz陈酿小红瓶酒1瓶

1 参与奖：赠打火机1个

## 七、活动执行细则

### (一) 活动店的选择条件

1、活动店规模比较大，地理位置位于居民小区的聚集地，能起到户外宣传的作用。

2、营业时间的客流量大，能起到店内宣传的作用。

### (二) 活动店的提报程序

- 1、参加活动店由商超主管按照平时的销量表现提报，由销售部评定决定是否进行活动。
- 2、评定完成后结果传报相关店面的促销人员进行准备，准备期不少于两天。
- 3、批准后三天市场部人员完成促销用物料准备，促销部人员完成人员准备。
- 4、活动的前晨会相关人员进行安排：(1)物料盘点(2)人员明确岗位要求。
- 5、进行相关物品领取。

### (三) 促销活动的广宣安排

1. 在各大超市显著位置张贴海报(海报上为活动内容)。
2. 在超市的dm刊上刊登优惠活动。
3. 超市内申请堆头，配合促销活动。
4. 超市展架上的爆炸签。
5. 场外摆展台，促销人员穿广告衫进行销售，扩大宣传力度。

## 八、活动执行时间进程

(一)8月25日前确定各项活动政策，完成报批

(二)8月29日前完成各项所需物品准备工作。

(三)9月1-15日正式实施阶段

现场要求：

1、促销员必须在早晨8点到位. 9: 30完成现场的陈列。

2、现场生动化陈列要求

每个门店摆台为两组平行陈列，展台外层有关于活动的pop文字说明。

1 赠出产品必须详细在报表登记(报表后附)。

1 活动结束后详细盘点货物数量，核对无误人员签字。

(四) 人员安排

1、负责人：张雨竹

商超渠道业务员、临促(负责前期的协调和店面的促销活动)。

2、市场部人员1名(负责前期的广宣品准备和活动期间的监督协调)。

九、广宣文案及所需物料

1 pop海报。

1 促销台、空箱子、气球、红色手提袋。

1 活动礼品：果粒橙、露露、茶礼盒、汇源礼盒、八宝粥。

十、执行报表

1 活动提报表

1 礼品预留登记表

## 1 销量表

十一、活动所需物品及费用(预估销量：惠友和杰出合计精品：30件、珍品15件)

### (一)所需奖品申请

1 一等奖□qz陈酿典藏10瓶

1 二等奖□qz陈酿精品20瓶

1 三等奖□qz陈酿小红瓶100瓶

1 幸运奖：打火机140个

### (二)所需费用

1 果粒橙 13件\*75元/件=975元

1 露露 10件\*58元/件=580元

1 汇源礼盒 40个\*38元/个=1520元

1 八宝粥 40提\*30元/提=1200元

1 临促 6个\*50元/天=300元

1 海报 6张\*20元/张=120元

1 展台 6个\*200元/个=1200元

1 气球 2袋\*5元/袋=10元

1 茶礼盒20盒(公司有库存)

## 餐饮酒水活动方案的通知篇六

国际妇女节是在每年的3月8日为庆祝妇女在经济、政治和社会等领域做出的重要贡献和取得的. 巨大成就而设立的节日。为了增加节日气氛，让每个人懂得关爱女性、学习女性，赞美女性，为她们的奉献而骄傲而共享，我们勇丽餐饮特开展“美丽女人节，勇丽喜相约”活动：

xxx年3月8日

：美丽女人节，勇丽喜相约

活动一：各店根据自己的实际情况，活动期间主推春季养颜养生菜品三至五款，列展台展示。

活动二：3月8日当天，前38名到本店消费的女顾客，各店可根据自店条件免费赠送小礼品、养颜汤等，各店做好登记，财务备存。

活动三：利用短信平台发勇丽餐饮三八妇女节活动信息，稳定维护老客户，短信内容：“美丽女人节，勇丽喜相约!在这温馨的节日里，勇丽餐饮与您共度美丽食尚三八妇女节!各种养生美容套餐，精彩呈现。”

活动四：各店门口悬挂横幅，内容：“美丽女人节，勇丽喜相约”

1、各店对员工进行相关知识的培训，当日客人用餐时主动提示，并送上节日祝福。

2、活动当天赠券活动、积分卡活动正常进行。

六、相关要求

- 1、企划部负责制作横幅于3月7日前送至各店。
- 2、各店要将新客户名单于3月9日上报公司企划部，以便于企划部及时回访客户，了解各店活动开展情况。

勇丽餐饮经营管理有限公司

## 餐饮酒水活动方案的通知篇七

5月20日情人节就要到了，为消费者创造一个既浪漫又温馨的节目，是每一家酒店都在努力的工作，多年来，也一直是送玫瑰、送巧克力布置一下场地来向消费者传送这个节目的讯息。

xx酒店xx情人节粉红之旅

玫瑰、粉红、物语

5月20日

主要地点：丽骏会大厅

次要地点：客房桑拿房

- 1、通过浪漫的场景布置，为消费者创造一个温馨，旖旎的爱的殿堂；
- 2、设立“情人留言板”，供情侣在上面写上爱的挚言。
- 3、通过彩色荧光棒挂在身上的方式，区分单身和有情人之间的身份，单身客人可参加大厅举办的“情侣对对碰”活动(另附活动方案)
- 4、客房、桑拿房设立“粉红情侣套房”，巧妙布置，并赠送玫

瑰花、巧克力、香槟酒及双份早餐。

5、酒吧推出情侣鸡尾酒内容。

夜总会：

1、大门口用松枝、鲜花、粉红色雪纱扎成心形拱门。

2、进大门横梁上注明活动主题。

3、二楼玻璃墙处设立4×2米“情侣留言板”。

4、大厅内用粉红色雪纱，玫瑰花，粉红色汽球点缀。

5、客房、桑拿房：用粉红色雪纱，玫瑰花，粉红色汽球点缀。

1、宣传单：10000份，自行派发。

2、短信发布：3000元。

3、内部广告发布：（含喷画、电脑屏幕）。

4、广告文字：

a□拥有你，我此生有幸。珍惜你，我毕生力行。（广告词）

b□春信绽放，玫瑰花开，爱情来了，你的故事开始了；情人节到了，在东莞山庄准备一份珍贵的礼物，然后温柔地携上你的她或他，就在这个浪漫的日子开始相约。（短信）

c□5月14日情人节，“粉红情侣套房”188元，恭祝您情人节快乐！5月14日东莞山庄单身贵族“情侣对对碰”party恭候您的光临！玫瑰花雨，美酒烛光，丽骏会情人节粉红之旅，等待您的参与！

1、客房设八间“粉红情侣套房”，“每间每晚228元，并赠送玫瑰8支，巧克力一盒，香槟酒一支。

2、桑拿房设八间“粉红情侣套房”，“每间每晚218元，并赠送玫瑰花8支，巧克力一盒香槟酒一支。

3、夜总会大厅推出“情侣鸡尾酒”套餐。

4、夜总会大厅“单身贵族”“情侣对对碰”活动。

1、营销部：5月10日前推出活动广告，5月13日前做好情人节氛围营造工作

3、桑拿、客房部：5月13日做好粉红情侣套房的布置工作

4、工程部：结合活动计划，做好用光、用电工作的安排及特殊道具的制作。

合计：9800元

## 餐饮酒水活动方案的通知篇八

### 一、活动目的：

对市场现状及活动目的进行阐述。市场现状如何?开展这次活动的目的是什么?是处理库存?是提升销量?是打击竞争对手?是新品上市?还是提升品牌认知度及美誉度?只有目的明确，才能使活动有的放矢。

### 二、活动对象：

活动针对的是目标市场的每一个人还是某一特定群体?活动控制在范围多大内?哪些人是促销的主要目标?哪些人是促销的次要目标?这些选择的正确与否会直接影响到促销的最终效果。

### 三、 活动主题：

在这一部分，主要是解决两个问题：

#### 1、 确定活动主题

#### 2、 包装活动主题

降价?价格折扣?赠品?抽奖?礼券?服务促销?演示促销?消费信用?还是其它促销工具?选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配。

在确定了主题之后要尽可能从消费者角度出发，艺术化去处理，淡化促销的商业目的，使活动更接近于消费者，更能打动消费者。

这一部分是促销活动方案的核心部分，应该力求创新，使活动具有震撼力和排他性。

### 四、 活动方式：

这一部分主要阐述活动开展的具体方式。有两个问题要重点考虑：

#### 1、 确定伙伴：

拉上一个强大的组织做后盾，还是挂上和媒体联合，以获得更大的资源?是厂家单独行动，还是和经销商联手?或是与其它厂家联合促销?和政府或媒体合作，有助于借势和造势;和经销商或其它厂家联合可整合资源，降低费用及风险。

#### 2、 确定刺激程度：

要使促销取得成功，必须要使活动具有刺激力，能刺激目标

对象参与。刺激程度越高，促销的反应越大。但这种刺激也存在边际效应，因此必须根据促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入。

## 五、活动时间和地点：

促销活动的时间和地点选择得当会事半功倍，选择不当则会费力不讨好。在时间上尽量让消费者有空闲参与，在地点上也要让消费者方便，而且要事前与工商等有关部门沟通好。不仅发动促销战役的时机和地点很重要，持续多长时间效果会最好也要深入分析。持续时间过短会导致在这一时间内无法实现重复购买，很多应获得的利益不能实现；持续时间过长，又会引起费用过高而且市场形不成热度，并降低顾客心目中的身价。

## 六、广告配合方式：

一个成功的促销活动，需要全方位的广告配合。选择什么样的广告创意及表现手法？选择什么样的媒体投放？这些都意味着不同的受众抵达率和费用投入。

## 七、前期准备：

前期准备分三块，

1、人员安排

2、物资准备

3、试验方案

在人员安排方面要“人人有事做，事事有人管”，无空白点，也无交叉点。谁负责与机构、媒体的沟通？谁负责文案写作？谁负责现场管理？谁负责礼品发放？谁负责顾客投诉？要各个环

节都考虑清楚，否则就会临阵出麻烦，顾此失彼。

在物资准备方面，要事无巨细，大到车辆，小到螺丝钉，都要罗列出来，然后按单清点，确保万无一失，否则必然导致现场的忙乱。

尤为重要的是，由于活动方案是在经验的基础上确定，因此有必要进行必要的试验来判断促销工具的选择是否正确，刺激程度是否合适，现有的途径是否理想。试验方式可以是询问消费者，填调查表或在特定的小区域试行方案等。

## 八、中期操作：

中期操作主要是活动纪律和现场控制。

纪律是战斗力的保证，是方案得到完美执行的先决条件，在方案中对应对参与活动人员各方面纪律作出细致的规定。

现场控制主要是把各个环节安排清楚，要做到忙而不乱，有条不紊。

同时，在实施方案过程中，应及时对促销范围、强度、额度和重点进行调整，保持对促销方案的控制。

## 九、后期延续

后期延续主要是媒体宣传的问题，对这次活动将采取何种方式在哪些媒体进行后续宣传？

## 十、费用预算：

没有利益就没有存在的意义。对促销活动的费用投入和产出应作出预算。要杜绝直到活动开展后，才发现促销计划公司根本没有财力支撑诸如此类的状况发生。一个好的促销活动，仅靠一个好的点子是不够的。

## 十一、意外防范：

每次活动都有可能出现一些意外。比如政府部门的干预、消费者的投诉、供应链和物流的配合，甚至天气突变导致的意外原因等等。必须对各个可能出现的意外事件作必要的人力、物力、财力方面的准备。

## 十二、效果预估：

预测这次活动会达到什么样的效果，以利于活动结束后与实际情况进行比较，从刺激程度、促销时机、促销媒介等各方面总结成功点和失败点。

以上十二个部分是促销活动方案的一个框架，在实际操作中，应大胆想象，小心求证，进行分析比较和优化组合，以实现最佳效益。

有了一份有说服力和操作性强的活动方案，才能让公司高层支持你的方案，也才能确保方案得到完美的执行，从而最大化促销的效果。

## 餐饮酒水活动方案的通知篇九

针对营销部的工作职能，我们制订了市场营销部xx年销售计划书，现在向大家作一个汇报：

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计

划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善xx年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

强调团队精神，将部门经理及营销代表的`工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天候”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，最大限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公

众单位对酒店工作的支持和合作。

xx年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。