

# 火锅促销活动方案(精选5篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。方案的格式和要求是什么样的呢？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

## 火锅促销活动方案篇一

每年的x月x日，是基督教徒纪念耶稣诞生的日子，称为圣诞节，是西方国家一年中最盛大的节日，可以和新年相提并论，类似我国过春节。而元旦则是庆贺新年的开始，欢度元旦可说是世界各国、各地区的一种习俗。在我国，元旦节已列入了法定假日，各火锅店如果借此契机推出相应的促销活动，必定能起到事半功倍的宣传效果。

### 一、活动目的

圣诞节及元旦是西方与中国的两个重要节日，也是人们消费的高峰期，许多商家都会在这期间加大力度宣传、吸引顾客。因此在节日期间一个好的促销方案是必不可少的，这不仅会增加利润，也会增强火锅店的知名度，为以后的经营创造更大的消费群体来源，为今后的发展做好更坚实准备。

另外，通过在圣诞元旦期间开展一系列的餐厅环境氛围营造、打折优惠和现场互动等促销活动内容，达到增加餐厅双节期间经营销售收入的目的，同时提高餐厅在本区域内的品牌知名度，在消费者心目中，特别是周围大众和学生消费者心目中良好的企业形象和优质的产品服务，为酒店餐厅的除夕年夜饭、元宵节等后续的促销活动做好顾客资源准备。

### 二、活动主题

缤纷圣诞激情元旦好礼送不断。

### 三、活动时间

20xx年x月日-x月x日。

### 四、活动内容

主活动：活动期间凡在本店消费的顾客，均享受8折优惠。期间学生（酒水优惠聚餐超十人以上者，凭借学生证可享受酒水7.5折优惠。后不再算入总活动优惠当中）

活动一：消费有礼礼品连连：（所依据费用为最终实际消费额）。

20xx年x月x日-20x年x月x日（除去平安夜当晚）。

凡一次性消费满x元的赠送价值20元的圣诞手套一副。

凡一次性消费满x元的赠送价值35元的圣诞老人一个。

凡一次性消费满x元的赠送价值50元的圣诞树一株。

20xx年x月x日-20xx年x月x日（除去元旦当天）。

凡一次性消费满x元的赠送价值20元的卡通兔一对。

凡一次性消费满x元的赠送价值35元的中国风茶具一套。

凡一次性消费满x元的赠送价值50元的中国结一对。

备注：再出此方案前我们实地到火锅店进行了考察，据老板介绍平均每桌的消费超过，聚餐时应该会大约-x元，因此制定此项按照消费金额赠送礼品的活动。

## 活动二 x号当天活动

1. 所有服务员带上圣诞帽，让服务员装扮成圣诞老人和麋鹿，在客流高峰期时给顾客赠送糖果和巧克力及小饰品。
2. 圣诞红包：在店内服务台空旷处的圣诞树上悬挂上红包，红包里写有礼品名称（消费代金券、酒水券、小吃券、菜品券、圣诞吉祥物、新年贺卡等），在时间 x:00-x:00 邀请顾客上来选择红包（每桌一位顾客，选一个红包）。
3. 推出圣诞优惠菜系每桌赠送羊肉、五花肉各一盘，以及圣诞优惠套餐（消费满五百）。
4. 一次性消费满 x 元的顾客，发放元旦优惠的代金券 xx 元，元旦活动期间进店消费可使用代金券，每桌限用一张代金券。
5. 平安夜学生聚餐超十人以上者凭借学生证可享受酒水 8 折优惠（酒水优惠后不再算入总活动优惠当中）。

### 元旦当天活动：

1. 大红大喜：进店的顾客身上凡是带有红色物品的都赠送转为元旦设计的红辣锅底一份（为偏好辣味的人准备）汤。
2. 店内服务员同一着红色工作服，并向进店的顾客问好（元旦快乐，鼠年吉祥）。
3. 推出多种新品小吃，特色菜，可在中国传统过年食物上进行加工，如年糕，春卷，拼盘等。

### 1. 啤酒免费

夏季，炎热的夏季。冰镇啤酒，一想起就觉得如火山爆发天降大雨。心里就咯吱一声的凉爽。提前将啤酒冰镇到位，无

限量供应。可能有的人认为会亏损，事实证明相当于全单打八折。以前本人在重庆骑龙火锅任职总经理的时候，包括重庆的直营店都是这样的一个营销策略，不仅赚来了十足的人气，更是赚得盆满钵满。有事实作为依据，大家就不用怀疑。

最后说明一点，光大家听到啤酒免费就足以吸引眼球。是你，难道不去？

## 2. 火上加火策略

既然大家觉得吃火锅上火，我们到不如来个火上加火策略。这也是营销策略之一，实际操作方法就是“上火，你更火！”的主题营销活动“天上掉馅饼，火锅免费整”。

活动规则：

- (1) 每天前来就餐的顾客，有一桌将会获得全免单的机会。
- (2) 如果你餐厅有68张台位，在抽奖箱里放置68个乒乓球。其中有一个球是免费的。
- (3) 在运营高峰期，举例晚上8点是客人入座率的时候，将入座的客人进行扎帐。
- (4) 挨桌让客人摸奖，若摸到免费那个乒乓球，则在扎帐之前的消费全由店买单。哪怕客人消费了20xx块，只要他又那么好的运气和胆量。

此策略的做法就是火上加火，营造一种人们都希望自己火的美好向往。重点要把这种气氛做出来，用互动的气氛转移人们对火的另外一种期盼。同时这种营销策略也符合中国人买彩票的四两拨千斤的赌博心理。如果我免单了，我幸运，如同中了彩票头奖；如果我没中，那么我也无所谓。反正自己消费了。

### 3. 其他营销小策略

- (1) 免费冰激凌。
- (2) 免费凉茶。
- (3) 免费绿豆汤。

以及其他，但小策略的营销活动不要单独使用。配合其他大型促销活动使用，增加顾客对我们的映像。

## 火锅促销活动方案篇二

重点推出“38元每位自助火锅”

10月1号到10月7号

1、本次活动的时间主要集中在国庆节期间，估计人数较多。为了节省成本和方便操作，也为了更好的吸引顾客。

享受优惠的具体时间为每天的9：00到2：00，晚上的5：00到9：00。

2、本次活动的任吃食物只限于展台上所摆放的火锅物料，客人另点按所点食物收费。本酒家会保证所提供的自助火锅材料新鲜、齐全。

3、自助火锅的汤底不在活动范围之内。客人所选汤底按原价另外收费。

4、每位享受38元优惠的顾客均可以免费获得本酒家的特制凉茶，清热解毒。

5、享受优惠的客人必须珍惜食物，不得任意浪费。到结帐时

间止锅内有大量食物残留要加收费用。费用从10元到100元不等，按残留食物量计算。

6、为保证每一位客人都可以享受优惠，自助的用餐时间规定不超过3小时，否则另加每小时10元收费。

7、用餐食物为客人自取，不得呼唤服务人员拿取食物。另外加费的除外。

8、本店对每位客人优惠加优惠，每一位到本店吃火锅的客人均可以免费赠送精美饺子一碟。自助用餐客人可以打包带回。

1、本次活动是本店开业两周年以来的首次尝试，意义重大。所有的执行有楼面的张部长负责。

2、对酒家全体服务人员和厨房人员、行政人员清楚告知此次的活动内容。重点在服务人员要遵守活动规则，不得给自助客人拿取食物。以免客人有剩余食物时造成争执。另外也要注意服务质量，不能怠慢客人。

3、厨房主事要监督好自助食物的质量，活动结束后及时将食物入库，尽量保持新鲜和减少活动的消耗。

4、负责的张部长必须对当天享受自助的客人进行记载和分析，及时修改方案，报经理批准。

5、活动宣传和物料均由策划人员负责。

1. 大概10米长22厘米宽的横布，活动期间横挂在酒家正门上方，红底黄字横写“全市最平，38元每位任食自助火锅”

2、高一米的展架，展架贴一张红纸，用金字写“欢迎享受自助火锅”。

# 火锅促销活动方案篇三

10月1日—10月10日

□“

国庆，相约xx□欢乐优惠与您同在！”

每年的10月1日，是国庆节，是一个盛大的节日很多人都会回到自己的家与自己的亲人们一起度过这一节日，他们往往选择一些地方来聚会自然我们促销活动对象涵盖面很广了，各店如果借此契机推出相应的促销活动，必定能起到事半功倍的宣传效果，对于建立品牌知名度有很好的效果。

店内外布置富有人情味，服务周到，能提升目标消费者对xx火锅的忠诚度；

通过此次活动建立良好的客户关系

a.门口：

b.大堂：

e.玻璃门窗：

d.服务员和收银员

10月1日-10月7日，满百100元抽奖一次（200元抽奖2次，以此类推）。

注：奖品可以是代金券、菜品□xx酒礼品等。

10月1日-10月7日，提前预定，赠xx礼品一份。

3、活动期间10月1日-10月7日，指定“牛羊肉吃一送一”

“每桌赠送精美特色小吃一份”

媒体宣传

制作宣传单，通过夹报、员工发放等方式对此次活动进行宣传

出租车椅套、车顶led广告对此次活动进行推广

当地美食报、电台进行宣传

店内推广

店外门头悬挂条幅进行宣传

酒店入口处进行水牌宣传

酒店玻璃墙外张贴大幅“促销活动”海报

餐桌上用旋转菜单夹进行宣传

1、条幅pop制作费用：300元

2、对外媒体宣传宣传费用：2000元

3、环境布置费用：2000

4、礼品费用：3000元

此次活动整体费用控制在8000元左右为宜。

## 火锅促销活动方案篇四

为了确保事情或工作扎实开展，时常需要预先开展方案准备工作，方案指的是为某一次行动所制定的计划类文书。那么大家知道方案怎么写才规范吗？以下是小编帮大家整理的火锅店的促销活动方案，仅供参考，大家一起来看看吧。

夏季，炎热的夏季。冰镇啤酒，一想起就觉得如火山爆发天降大雨。心里就咯吱一声的凉爽。提前将啤酒冰镇到位，无限量供应。可能有的人认为会亏损，事实证明相当于全单打八折。以前本人在重庆骑龙火锅任职总经理的时候，包括重庆的直营店都是这样的一个营销策略，不仅赚来了十足的人气，更是赚得盆满钵满。有事实作为依据，大家就不用怀疑。

最后说明一点，光大家听到啤酒免费就足以吸引眼球。是你，难道不去？

既然大家觉得吃火锅上火，我们到不如来个火上加火策略。这也是营销策略之一，实际操作方法就是“上火，你更火！”的主题营销活动——“天上掉馅饼，火锅免费整”。

活动规则：

a□每天前来就餐的顾客，有一桌将会获得全免单的机会。

b□如果你餐厅有68张台位，在抽奖箱里放置68个乒乓球。其中有一个球是免费的。

c□在运营高峰期，举例晚上8点是客人入座率最高的时候，将入座的客人进行扎帐。

d□挨桌让客人摸奖，若摸到免费那个乒乓球，则在扎帐之前的消费全由店买单。哪怕客人消费了两千块，只要他又那么

好的运气和胆量。

此策略的做法就是火上加火，营造一种人们都希望自己火的美好向往。重点要把这种气氛做出来，用互动的气氛转移人们对火的另外一种期盼。同时这种营销策略也符合中国人买彩票的四两拨千斤的赌博心理。如果我免单了，我幸运，如同中了彩票头奖；如果我没中，那么我也无所谓。反正自己消费了。

a□免费冰激凌。

b□免费凉茶。

c□免费绿豆汤。

## 火锅促销活动方案篇五

火锅店的生意分为旺季和淡季，老板需要根据实际情况去制定火锅店的促销活动方案，下面一起去看看小编整理的火锅店的促销活动方案吧！

夏季，炎热的夏季。冰镇啤酒，一想起就觉得如火山爆发天降大雨。心里就咯吱一声的凉爽。提前将啤酒冰镇到位，无限量供应。可能有的人认为会亏损，事实证明相当于全单打八折。以前本人在重庆骑龙火锅任职总经理的时候，包括重庆的直营店都是这样的一个营销策略，不仅赚来了十足的人气，更是赚得盆满钵满。有事实作为依据，大家就不用怀疑。

最后说明一点，光大家听到啤酒免费就足以吸引眼球。是你，难道不去？

既然大家觉得吃火锅上火，我们到不如来个火上加火策略。

这也是营销策略之一，实际操作方法就是“上火，你更火！”的主题营销活动——“天上掉馅饼，火锅免费整”。

活动规则：

a□每天前来就餐的顾客，有一桌将会获得全免单的机会。

b□如果你餐厅有68张台位，在抽奖箱里放置68个乒乓球。其中有一个球是免费的。

c□在运营高峰期，举例晚上8点是客人入座率最高的时候，将入座的客人进行扎帐。

d□挨桌让客人摸奖，若摸到免费那个乒乓球，则在扎帐之前的消费全由店买单。哪怕客人消费了两千块，只要他又那么好的运气和胆量。

此策略的做法就是火上加火，营造一种人们都希望自己火的美好向往。重点要把这种气氛做出来，用互动的气氛转移人们对火的另外一种期盼。同时这种营销策略也符合中国人买彩票的四两拨千斤的赌博心理。如果我免单了，我幸运，如同中了彩票头奖；如果我没中，那么我也无所谓。反正自己消费了。

a□免费冰激凌□b□免费凉茶□c□免费绿豆汤。

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。

总体环境：

1. 上午十一点，员工坐在椅子上闲谈；下午四点半，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，七点半，消费者每组最少为两人最多为九人。在受访的五组中，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，且背后一百米处为菜市场。

6. 据了解未来嘉州新城与满庭芳将有五万住户。

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。

### 一) 优势(s)

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)。

### 二) 劣势(w)

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。

### 三) 机会(o)

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。

### 四) 威胁(t)

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。

### 五) 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）。

## 六) 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。

### 一) 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。

### 二) 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，也方便今后的营销制定。

## (二) 会员划分

1. 普通会员

2. 金卡会员

## (三) 会员卡功用

1. 普通会员：凭卡消费，赠送特色菜品一份；或享受折扣优惠。

2. 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

1. 普通卡：简洁、大方、不俗。

2. 金卡：高贵、典雅，能凸显持卡人品味。

3. 普通卡及金卡均进行统一编号。

## (五) 会员卡发放形式

1. 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。

2. 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。

## 二) 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)

## 三) 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。该策略的作用：

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。

## 四) 促销宣传策略

天地和火锅坊定位在中高端市场，因此在做宣传时，定位为“精品火锅坊”。

### (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。

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。

### (三)经费预算

传单： $0.5\text{元} \times 3000\text{份} = 1500\text{元}$

传单发放人员： $30\text{元} \times 10\text{人} \times 3\text{天} = 900\text{元}$