

# 《大众化餐饮运营管理与营销策略》

主讲：宋德标

## 课程目标

解除角色转换的困惑，清晰定位大众餐饮经营管理者角色，学习如何成为一个优秀的领导人，建立领导权威、培养、激励下属、授权工作。有效提升管理效率，组建高绩效的管理团队，让团队每个成员发挥最高的积极性、热情、工作表现。

## 课程收获

- 1、陈述大众餐饮管理者的角色定位及所需管理技能
- 2、运用团队构建、管理及激励的有效方式方法
- 3、运用目标管理、经营、销售技巧等管理技能

## 为什么要参加本课程的学习

## 学员对象

餐饮企业总经理、总监、中层管理者

## 培训时间：

2天/12课时

## 授课风格

讲授方式极具亲和力，擅长互动，注重双向沟通，视频、讨论引发学员自主思考。课程注重解决学员实际问题，实用性强，始终遵循理论+实践的教学理念。

## 课程纲要

导语；什么是大餐饮运营与营销

### 单元一 大众餐饮创新的策略与思路

策略一 思路决定出路

策略二 摸清市场、找准方向

策略三 创造体验，环境为首

策略四 口味创新，敢为天下“鲜”

### 单元二 大众餐饮营销理念在市场中的表现

- 一、大众餐饮业持续增长的原因
- 二、大众餐饮业市场未来发展前景
- 三、大众餐饮企业的定位
- 四、大众餐饮的营销策略
- 五、关系化营销策略

### **单元三 大众餐饮营销理念的演变**

- 一、大众餐饮新营销理念
- 二、营销理论新发展
- 三、“4C”：以顾客为导向
- 四、大众化餐饮新营销理念之一：餐饮业顾客的需要
- 五、大众化餐饮新营销理念之二：绿色营销
- 六、新营销观念之三：内部营销
- 七、新营销观念之四：顾客让渡价值
- 八、大众餐饮市场营销的新形式

### **单元四 大众化餐饮营销、推销和促销的区别**

- 一、大众餐饮外部营销策略与技巧
- 二、大众餐饮人员推销的程序
- 三、大众餐饮广告推销
- 四、大众餐饮推销注意事项
- 五、大众餐饮内部营销策略与技巧
- 六、大众餐饮制定促销计划
- 七、大众餐饮门店促销预算通常有以下方法
  - 1、销售额比率法
  - 2、如何选择促销手段
  - 3、设计促销方案
  - 4、促销评价
- 八、大众餐饮酒店促销目的
- 九、大众餐饮企业客户关系管理的内容
  - 1、客户资料的管理
  - 2、客户关系管理分析的方法
  - 3、顾客档案建立实务

### **单元五 大众餐饮业市场的发展趋势**

- 第一点 大众餐饮市场精细化趋势
- 第二点 餐饮市场整合趋势
- 第三点 品牌企业化趋势
- 第四点 经营连锁化趋势
- 第五点 无厨房化趋势
- 第六点 行业标准化趋势
- 第七点 产业链发展闭环趋势
- 第八点 食品绿色健康趋势
- 第九点 产品多元化趋势

## 第十点 餐厅智能化趋势