

海南餐饮定位节资费

发布日期: 2025-09-22

再次，要进行服务定位。餐饮业就是服务业，顾客来吃饭，同时也是来享受服务的，如饭店的环境，以及其他一些个性化服务。你开个小饭店，三五张桌子，十来把凳子，不是不行，关键是服务也要跟上，夏天热了，空调你要开着。客人点多点少，你都得面带微笑。做餐饮，不管你生意好不好，店面大不大，都得把客人当爷。这是信息时代，你得罪了一个顾客，也就得罪了一帮顾客，利润是小事，名声更重要。做餐饮，做的就是服务，服务是能力，更是竞争力，所以对服务要进行明确定位，如提供什么样的服务，哪些是**的，哪些是酌情收费的。定位，不管是个人、企业，还是品牌，除了要符合自身特点，适应餐饮市场变化，还要能够执行，能够落地。否则，都容易变成一场空。餐饮市场定位是组织餐饮业务经营、提供质量产品和优良服务，从而获得良好经济效益的重要条件。海南餐饮定位节资费

在餐饮行业中，每个人的眼力、能力不同，但基本都认同“店多隆市”。一条街上如果特色小饭店多了，会造成店多隆市的效应，生意反而比单***匹马更容易做。某市一年前新开了一家购物商场，商场四楼整层分布着**小小的餐饮店。老王做了10多年餐饮，他在此租了一个店面，生意做的很红火。虽然同样面积的租金要比**门面稍贵，但老王选择这里，是因为这里的人流。在这个商场的四楼，像老王这么大的店面有一百多家，每家店都有自己的特色，不管从西式到中式，还是从小吃到正餐，稳定的人流量加上“一站式”的美食体验，让这里的人气越来越旺。老王的生意并不是比较好的，有些店面在饭点时间是都要排长队的，有的店在高峰时的翻台率在三次以上，生意好的不像样。海南餐饮定位节资费在数字信息时代，传统餐饮定位成立的基础营销环境已经崩塌，需要***更换营销思维。

定位决定了企业的业绩。没有清晰务实的定位，不但做不好餐饮，还无法给企业带来投资回报。餐饮的定位应该从以下12个方面进行考虑。（1）消费群体定位；（2）附近街区人群的定位；（3）竞争对手的定位；（4）文化卖点的定位；（5）人性关怀的定位；（6）成本投入的定位；（7）设备的定位；（8）安全设置和视觉导视的定位；（9）酒店的形象定位；（10）餐饮的品牌选择和定位；（11）餐饮的产品定位；（12）价格定位。明确酒店定位。以项目整体要求为参考，选择地理位置，建立在客源市场需求和发展的基础上，重视**规划和规范，以投资回报和项目整体效益为目标，通过经济测算，选择比较好方案，听取意见，写报告，明确酒店的定位。

昨天我在宝龙广场，我就听到“华馨园烤鸭店”，他在那儿拿个喇叭在那儿做广告，“华馨园北京烤鸭店，我们的烤鸭是**的北京烤鸭，是果木烤鸭，我们既提供湘菜又提供川菜，还有杭帮菜”，我听到他这一喊就想完了。本来这个店生意就一般，可能老板急了，你这样越喊生意就越糟糕，为什么？因为在宝龙广场，“杭帮菜”边上就是“鲈鱼”，再边上就是“外婆家”，又是

“老头儿油爆虾”，杭州的宝龙城那是“杭帮菜”的主体，谁到你“北京烤鸭店”去吃“杭帮菜”，“川菜”。边上的“巴国布衣”等专门有“川菜”的品牌，有好几家，“湘菜”有“湘菜”的品牌。在杭州宝龙城里面60多个品牌的餐饮店，什么都是专业化，细化的品牌，我还跑到你“华馨园”来吃“湘菜”，吃“杭帮菜”。所以他这个喇叭喊得越响，生意就越清淡。所以千万不要什么菜都做，什么人都接，你把客人打晕的结果就是生意越来越下滑。首席定位即强调自己是同行业或同类产品中的**地位，在某一方面有独到的特色。

肯德基在进入中国市场时，将其目标客户定位在青少年消费阶层，其企业文化根据客户定位，有机展开，取得了巨大成功。美国品牌肯德基在进入中国市场时，更是将目标客户定位在大、中、小城市16—25岁的青少年群落中，据此定位完成品种定位、价格定位、营销策略定位、服务观念定位等。经营实践中，餐饮企业要从本企业所处的地理位置、经营环境等状况出发，在进行***市场调查分析的基础上，做出符合本企业的定位。其次，要进行餐饮企业的产品定位---菜品定位。有一段时间某品牌黄焖鸡米饭火得不像样，好多餐馆赶快换了牌子，声称自家的才是**的，顾客一吃，不是那么回事儿，真是糊弄人啊，下次不来了。所以，就出现了这样一个景象：相邻的几家店，主打招牌都是某品牌黄焖鸡米饭，午餐时间，一家客满为患，挤爆了头，其他家门可罗雀。为什么？顾客认为你做的不**，旁边有**的，我为什么要进你的店？选址定位：在哪个地方卖，决定选址商圈与门店条件。海南餐饮定位节资费

企业外观建筑及其门脸装修要根据形象设计的要求，做到装饰美观大方，形象高雅独特，能给客人留下深刻印象。海南餐饮定位节资费

储值营销：储值营销有利于企业回笼资金，提高资金的利用率。会员营销：增加用户的粘性和活跃度，用户生命周期持续延伸。粉丝营销：利用企业**度和产品拉拢消费者群体，让爱上你的人爱死你。假日营销：只有假日，你们的消费才会结结攀升。事件营销：性价比比较高的营销方式。开业营销：教你如何抓住消费者眼球。主题营销：使销售活动人性化，激发顾客的购买欲望。主动营销：寻找顾客**需要的需求。唤醒营销：使销售活动人性化，激发顾客的购买欲望。庆典营销：了解客户的需求与理念，达到企业的比较大宣传利益点。海南餐饮定位节资费