

# 餐饮业营销



[餐饮业营销\\_下载链接1](#)

著者:黄文波

出版者:企业管理出版社

出版时间:1999-01

装帧:平装

isbn:9787801471451

## 内容简介

《餐饮业营销》是我国第一部结合国情专门论述餐饮业营销策略规划与管理的著作。本书在理论性和实践性相结合的基础上，全面系统的畅述了餐饮市场调研与餐厅规划、餐饮产品策略、餐饮人员策略、餐饮价格策略和餐饮内外部促销策略等核心内容，并提出了未来餐饮经营的方向。本书从内容上兼顾高中低档餐饮企业，无论是对宾馆饭店的餐饮经营，还是对独立的餐饮经营都有很强的适用性。同时，本书也可作为餐旅管理专业本科和专科学学生教材及餐饮管理人员培训的教材。

作者介绍:

目录: 目录

### 第1章 餐饮业与市场营销

#### 1.1 餐饮业的构成

#### 1.2 餐厅的分类

#### 1.3 餐饮业的发展与所面临的问题

#### 1.4 市场营销与餐饮营销

#### 如何推销旅馆餐厅

### 第2章 餐饮市场调研分析与餐厅规划

#### 2.1 市场调研分析

#### 2.2 餐饮企业自我透视

#### 2.3 餐饮部门分析——各利益中心分析

#### 2.4 餐饮市场细分

#### 2.5 餐厅的选址

#### 2.6 餐厅筹建与费用估算

#### 肯德基的选点投资

### 第3章 餐饮产品策略

#### 3.1 餐饮产品市场规划

#### 3.2 餐饮产品市场测验

#### 3.3 餐饮产品市场组合

#### 3.4 餐饮产品的更新开发

#### 3.5 菜名与餐饮品牌

#### 3.6 店名与餐厅形象设计

#### 成功的唐山饭店

### 第4章 餐饮人员策略

#### 4.1 餐饮业的人本管理

#### 4.2 餐饮业人员流动的控制

#### 4.3 餐饮业员工的素质培训

#### 4.4 餐厅组织与岗位设置

#### 麦当劳管理制度的启示

### 第5章 餐饮价格策略

5.1 餐饮产品价格构成及其特点  
5.2 餐饮定价目标  
5.3 餐饮企业定价政策  
5.4 以成本为基础的定价方法  
5.5 以需求为基础的定价方法  
5.6 餐饮企业采用的其它定价方法  
5.7 清淡时间价格折扣策略  
5.8 亏损先导推销策略  
5.9 提价与降价的时机  
墨西哥美食餐厅的价格策略  
第6章 餐饮 内部促销  
6.1 餐厅环境设计与布局  
6.2 菜单设计  
6.3 服务员推销  
6.4 餐饮推销活动  
6.5 宴会推销  
非预定的大型宴会  
第7章 餐饮外部促销  
7.1 人员销售  
7.2 餐饮广告  
7.3 直接邮寄餐饮广告  
7.4 宣传与公共关系  
克林顿欢宴绿波廊  
第8章 餐饮业未来的营销方向  
8.1 餐饮经营方式的更新  
8.2 娱乐形式与餐饮经营的结合  
8.3 餐饮经营的大众化方向  
8.4 新开业餐厅——借鉴与特色  
8.5 餐饮企划新创意  
8.6 餐饮业促销创意专辑  
圣雷杰斯——喜来登饭店的餐饮娱乐经营  
· · · · · · [\(收起\)](#)

[餐饮业营销\\_下载链接1](#)

标签

餐饮

评论

-----  
[餐饮业营销\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[餐饮业营销\\_下载链接1](#)