

学校食堂营销策划方案

学校食堂营销策划方案（精选 7 篇）

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，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案应该怎么制定呢？下面是店铺帮大家整理的学校食堂营销策划方案（精选 7 篇），希望对大家有所帮助。

学校食堂营销策划方案 1

近年来，由于 XXXXX 的不断发展，东校区的学生数量一年比一年增多，这也使得学校的食堂拥有了大量的学生市场资源，但同时也充满了竞争。校外的小吃种类繁多，深受学生们的喜爱，这样学校食堂就受到校外小吃的巨大冲击。那么食堂要怎样才能吸引学生前去消费呢？我从市场、消费者行为、竞争对手三方面进行了分析。

一、市场分析

1、目标市场

女学生：由于保定职业技术学院东校区女学生占据了学校学生的百分之七十左右，所以女学生是学校食堂的主要顾客。女生对食堂的选择是挑剔的，她们当中大多数人对食堂的口味和就餐环境要求比较高。此外女生大多数都是好吃的，她们对小吃的喜爱程度很高，如麻辣烫、烧烤等小吃。所以要想去的女学生的青睐就要在特色小吃和口味上下功夫。

男学生：男学生虽在本校仅仅占了百分之三十左右，但这也是一个相对来说比较可观的一个数目。男学生与女学生不同，他们更注重的是饭菜的饭量。在哪里吃饭没多大的关系，关键是在哪里能吃饱。因此要想吸引男学生的眼球就要在饭量上下功夫！

2、市场定位

在市场定位这一方面。学校食堂需要迎合大多数人的口味。但是也要顾及一小部分人的感受。东校区的大部分都为北方人。南方人偏少。因此做饭的口味就要以北方人为主。南方人为辅。所以要进行差异化营销策略。根据上述分析，餐厅的目标市场主要是：学生个人、

情侣、学生团体、校内协会、教职工等。

二、消费者行为分析

1、文化因素：每个人都希望能够被尊重，如果服务态度不好，就会很影响销售的业绩。作为大学生来讲，我们也希望身边的人能够都是有一定的文化素养的，这样在就餐时能够留下一个很愉快的心情，从而享受就餐的乐趣，并且加深了对卖方的好印象。

2、社会因素：作为学生来讲，他们关注的不仅是“物美”，更重要的是“价廉”。作为学校食堂除了让饭菜符合学生口味，更要注意它的价钱是否合适。因

此它所面对的主要社会因素是来自市场上菜价的波动。菜价波动小无妨，如果菜价波动大，食堂的饭价一会相应的涨，那么这势必对食堂的声誉会有或多或少的影响。

3、个人因素：个人的因素就有很多了，但主要是个人饭菜口味的喜好和食堂的距离。食堂的距离是一个客观因素，我们改变不了。但在饭菜的口味上还是可以提高的。

4、心理因素：影响心理的因素包括该食堂的卫生、服务态度等方面。这些方面食堂可以通过对自身的整改和改进，不断地完善自己，才能更好的抓住顾客的心理。

三、竞争对手分析

1、快餐店：

优势：学校周边有不少的快餐店，而且口味众多、分量充足、服务周到、价格适中。在学校的就餐上占据了绝对的市场份额。深受广大学生的喜爱。并且营销方法适中。会适时推出一些特价餐点。提升营销竞争力。

劣势：快餐店的面积小，由于空间有限，里面的空气比较浑浊，就餐环境比较差。另外学生吃完饭后不收拾餐具，使得那里的卫生较差。

2、校外的小吃：

优势：距离学生宿舍很近，方便学生购餐。口味众多，品种多样，并且价格适中。而且会根据学生的要求作出相应的合适的餐点。满足

了学生的需求。自然客流量就大。

劣势：卫生没有保障，而且地方小，不方便学生就餐。

四、营销环境分析——SWTO 分析

1、优势

- (1) 地理位置优越，位于旧教学楼和旧宿舍楼处。
- (2) 隶属学校，食品安全信赖度高。卫生条件好。统一制度管理。
- (3) 空间大，方便学生就餐。
- (4) 有电视，就餐时可以看电视，了解国家大事。
- (5) 管理制度健全。有专业负责人。并且每周会推出一些特价食品。营销方案比较新奇。吸引人。

2、劣势

- (1) 距离新教学楼新宿舍较远，不方便新楼的学生购买。
- (2) 缺乏核心食品。都是一些比较常见的食品。没有自己的特色。
- (3) 供饭时间局限。

3、机会

- (1) 与学校合作，即是了解同学们的反馈信息。
- (2) 管理规范，运行稳定；用餐硬件设施改善有相应的资金技术支持保障。
- (3) 随着学生人数的增加，其市场潜在消费空间巨大。
- (4) 学校周边目前尚无市场影响力大的餐厅，以及周边市场的不规范导致服务质量跟不上等原因，都是餐厅发展的机会。
- (5) 利用餐厅与学校的良好关系，进一步加强合作，通过承办各类师生宴会，生日宴会等扩大其市场影响力。开发外卖等潜在市场需求。

4、威胁

食堂的服务于产品的质量的高低于经营成本又直接和必然的联系，如此则产品价格必然不会比竞争对手低，虽然总体上价格并不会太高，但相比之下客户的经济承受能力就成为一大考验了。并且成本与利润也是直接挂钩的，盈利的多少则又是能否在竞争中生存下去的一大决定因素。再者各地风俗与饮食习惯的不同，又产生了另外一个问题，即是否大多数学生都能对产品认可或满意呢，这也是需要接受考验的。

此外，现在物价变化很频繁，如果进货的价格上涨，那食堂食物的价格也会涨，这对食堂的信誉是一种损害。在营销的 4p 当中。产品是很重要的一个方面。需要有一个好的产品。这样后续的营销计划才有意义。

五、营销策略

1、产品方面

针对调查中食物品种不够丰富，饭菜口味欠佳方面。我们采用以下策略提高食堂在产品上的竞争力。

(1) 充分利用食堂的闲置窗口，增加各种被广大同学喜欢的特色菜。

(2) 提高饭菜的质量，不断督促师傅认真负责的做菜。迎合大众对饭菜口味和质量的要求。

(3) 不断加强对食物的管理，保持食物的新鲜度，保持食物的安全度。

学校食堂营销策划方案 2

一、活动背景

为了提高 XX 工程大学机电学院食堂营养配餐，科学饮食，饭菜可口，而且不耽误大家等待就餐。现与食堂联手，力求达到双赢效果，增加三楼食堂收入，现由 XX 工程大学机电学院《大学生设计协会》为食堂策划本活动的宣传。

食堂是在校大学生一日三餐就餐的地方，是每个同学都必到的场所。XX 工程大学机电学院内食堂有一楼、二楼以及三楼等，各个食堂之间也存在很大的竞争，而且校外有小吃一条街和许多小型餐馆，总是人满为患，出去就餐耽误大量的时间。大家都只知道一楼、二楼可以就餐，却总认为三楼是老师、领导就餐之地，在这里告诉大家，三楼不仅可以就餐，还可以送外卖到宿舍。

二、活动名称

“无尘食堂，科学膳食，打造理工品质”

三、活动主题

饮食新时尚，科学价更优

四、活动目的

1、使目标受众中 99% 的人都知道；通过在校园内贴海报、拉横幅等方式反复宣传一些简单明了的信息。

2、使目标受众中 70% 的人感兴趣；在宣传过程中，要让受众了解各食堂拥有的与其不同的特点，口味也独特但合了学生的大众口味，并且食堂内的每个服务员态度都特别好，也很热情耐心。

3、使 40% 的目标受众喜欢，25% 的受众较偏爱该食堂，通过促销活动等方式使受众进一步了解并且产生认同感。

4、对到食堂就餐的新顾客以及老客户尽量让他们满意，形成二次，三次的回头消费，形成一部分稳定的客源。

五、活动内容

由《大学生设计协会》为三楼食堂做宣传活动。主要内容包括为食堂制作宣传海报，在活动条幅下方打出食堂为赞助单位，帮助食堂宣传，每年都向新生介绍该食堂，节日时在食堂举行活动借此宣传食堂。

六、活动时间

20XX 年 10 月 19 日---20XX 年 10 月 20 日

七、活动对象

全体师生和教职工

八、活动方法

做广告

1、制作海报及宣传单，发放到校内人口聚集处，因为可以宣传本食堂特色、各菜单价格和外送号码等；

2、大力宣传食堂的口号：清静无染、真诚待人，以及它的精神品质；

3、在协会对外活动的主条幅上打出食堂为赞助单位；

九、活动流程

（一）由协会宣传部为食堂制作海报，表明食堂地点，罗列食堂特色食物，并注明其营养搭配的科学道理。张贴在学校主要地方。也可由食堂印刷宣传单，我们为其发送。

(二) 在协会对外活动的主条幅上打出食堂为赞助单位，提高食堂知名度，提高食堂人气。倡导健康、安全、科学的餐饮理念。

(三) 在每年的新生军训期间，为食堂宣传，使新生最先了解食堂饮食，为食堂创造新客源从而在竞争中处于不败之地。

(四) 如果可以的话，有食堂和学院联合，由我们《大学生设计协会》负责全院烹饪大赛，以提高食堂的知名度，同时可以丰富大学生的业余生活。

十、资金预算

1、设计海报 A4 双面彩色宣传单 (850 元 包送)

设计费：150 元

发放费：200 元

宣传费：200 元

2、易拉宝： 2个设计 + 成品 (200 元)

3、合计：1600 元

学校食堂营销策划方案 3

一、活动主题

为学生提供更好的饮食，服务学生。

二、活动时间、地点

时间：3 月 1 日——3 月 20 日

地点：南北食堂门口

三、活动目的

通过此次活动的策划举办，选出学校食堂最美味的菜。

四、活动意义

1、让学生充分参与到学校的活动中，丰富学生的大学生活。

2、让学生了解学校几大食堂的不同和特色菜肴。

3、选出优秀食堂，使落后的食堂的食堂负责人有警觉，针对本食堂做出改进，更好地服务于学生。

五、活动流程

(一) 前期准备 (3 月 1 日——3 月 4 日)

1、宣传途径：

(1) 确定宣传海报，请宣传部制作，海报两张（南北食堂各一张）
(张贴时间<3 月 6 日——3 月 10 日>)

(2) 在学校的人人、西祠、微博、qq 上发布活动告示

(3) 制作宣传单 100 份，由本部干事负责分发

(4) 撰写广播站通讯稿，并联系学校方山之声广播站播出，播出时间为 3 月 5 日至 3 月 8 日

2、特色菜名称简介：

(1) 联系各食堂负责人，让他们推荐各自食堂的 3 道招牌菜，并附有介绍)

(2) 对每道菜进行拍照，并进行编号，1、2——17、18，整理食堂负责人的发言（菜的配料、价格、营养价值），帖子照片旁，便于学生观看

(二) 具体流程

1、任务分配：3 月 1 日前，生管部召开部门例会，让部长协调好具体的工作细节，将任务分配给每位干事。

2、工作分配：在 pk 赛那天，所有生管部成员分成两组，一组在南食堂，一组在北食堂，11：30 在食堂门口集合，做好准备工作，12：00 准时进行活动

3、评选：

(1) 现场评选，由过往学生作为评委，给他们每人一票，并做登记，留下他们的联系方式

(2) 短信评选，学生编辑短信，如“1”或“18”到 XXXXX（1 或 18 代表菜的编号）

4、奖励方式：统计参与投票的同学，筛选出 20 名幸运者，给他们免费的食堂餐券（由食堂负责人提供）

(三) 活动后期

1、清理场地，确保干净整洁

2、pk 赛用具及时清理、归还

3、及时向中奖学生发放食堂餐券

六、活动注意事项

1、确保学生都遵循意愿投票，严禁工作人员影响学生投票

2、确保抽奖活动的公正公开

学校食堂营销策划方案 4

一、学校餐饮自主经营的优缺点

1.自主经营的优点。学校具有经营的主动权，可以真正提高服务质量，让利给学生，社会效益显著。食品卫生安全可以得到保障。食品质量、伙食价格等学校能够有效监控。

2.自主经营的缺点。管理队伍薄弱，制度不够健全。缺乏一套责权利相结合的分配激励机制，员工的工作积极性没有充分调动起来，员工思想上缺乏竞争意识，没有内忧外患意识，认为学校里的学生不得不在食堂就餐，以至于思想上不思进取，管理手段不科学，经营方式不创新，面对市场的变化缺乏应变能力。原料采购环节因信息有限，较难采购到质优价廉的原料；加工及成品的销售环节缺乏节约开支，控制成本的意识和行为，材料浪费、毁损等不合理，消耗大。烹饪技术一成不变，无专业人员研究膳食搭配，菜色单调。

二、外包经营的优缺点

外包的优点简单点说，就是什么也不用操心，全托式的交给承包人负责，只负责一些日常食品卫生安全，食品质量、伙食价格监督，及每月往来账务结算。管理流程简化，菜肴品种多样，就餐质量得以提高。

缺点就是承包人有很多都是昧着良心做食堂，说的是一套，做的是另一套，也许开始好点，后面就很差，用的食品有很多是变质的，食堂监督也很麻烦，通常承包方都会和负责学校食堂的人搞好关系，较难监督。卫生部办公厅《关于2010年全国食物中毒事件情况的通报》中，2010年共报告学生食物中毒事件37起，中毒2086人，死亡1人。其中26起发生于学校集体食堂，中毒1541人，发生在集体食堂的中毒人数最多，占中毒总人数的28.25%。从食物中毒原因来看，学生微生物性食物中毒事件的报告起数和中毒人数最多，分别占学生中毒总数的45.95%和46.6%。微生物性食物中毒事件主要是由食物污染或变质、生熟交叉污染等原因引起。这样的局势下，餐饮外包是否能让

广大师生吃的放心呢？

三、自主经营与外包经营的博弈

(一)自主经营是学校餐饮服务的定心丸

自主经营模式下，食堂的各项资产、设备由学校投入，食堂的管理人员及员工都由学校选聘，食堂经营管理的各项规章制度也由学校制定。食堂经营管理学校说了算。食堂经营的各种食材集中定点采购，保证了采购环节的食品卫生安全；且食堂员工耳濡目染都深知学生饮食安全的重要性，加工销售环节的食品安全也能得到保障。物价飞涨的今天，自主经营模式的优势自不必说，学校给予食堂多种形式的补贴，食堂也能体谅学校的难处，尽量保持基本大伙价格的稳定，让广大师生能吃得放心，吃得实惠。

(二)外包经营是学校餐饮服务的新方向

外包经营模式下，学校只提供经营场所和基本的经营设备，餐厅的改造装修及后续周转型资产都由承包方投入。学校还可以收取风险保证金及一定的管理费，对于食堂的补贴也可以适当减少，学校财务上的压力骤然减轻。外包经营的食材一般都由外包方片区统一采购配送，原料成本降低了，伙食价格也相对低廉，且有自主经营的大伙牵制，外包方也不得不维持伙食价格的合理稳定。外包方一般都配有专业的营养师，可提供品种多样，色、香、味俱全的菜肴，极大地丰富了广大师生不断提高的饮食需求。

(三)自主经营与外包经营能否和平共处

我校在充分调研、论证的基础上保留了食堂一楼的自主经营模式，食堂的二楼、三楼对外公开招标，选取资质较强，在多家学校经营餐饮的两家企业进驻，改头换面的餐饮经营一下就吸引了大批的学生，仅开学的第一个月餐厅(二楼)营业收入高达原自主经营时的三倍，最为可喜的是自主经营的一楼餐厅及教工餐厅也明显感受到来自外包经营的巨大压力，积极创新菜肴，改善服务态度，加强管理，节约成本，全力投入到这场前所未有的竞争中来。众所周知，有竞争才会有发展，才会出效益，广大师生才会得到更好更优惠的服务。当然因为自主经营食堂的牵制，外包经营的餐厅也不得不时刻关注伙食价格的合理稳

定，不能肆无忌惮的提高餐饮价格，降低服务质量，赚取超额利润。而且学校有自主经营的`餐厅做保障，就掌握了餐饮经营的话语权，可以有效地对食堂工作进行监督和检查，对师生的投诉做出及时处理，让广大师生吃的健康、吃的放心、吃的实惠。

总之，学校饮食工作是维护学校的教学、科研及师生员工生活服务的最具基础性和重要性的工作。开放校内餐饮市场，既要符合市场规律、产业规律和教育规律，又要符合经济体制、教育体制和后勤社会化改革方向。为了确保师生员工的身体健康，维护学校的稳定，适应学校的建设与发展，这种循序渐进的开放，不失为一种稳妥的管理模式和经营机制，当然这种探索和实践，必定会和原有的经营管理方式发生碰撞，会产生各种新的问题需要思考、研究、解决，但其最终目的都是要建立“市场提供服务，学校自主选择，政府宏观调控，行业自律管理、职能部门监管”的新型学校后勤保障体系。

学校食堂营销策划方案 5

一、计划摘要

本项目计划开一家大学校园餐厅，该餐厅位于盐城师范新长校区内，主要经营早餐、午餐、晚餐，以及夜宵和各种饮品。对于盐师新校区的学生来说，吃饭门口的流动摊点又不卫生安全，平时想聚个餐，120 且一点也不油腻，而且对于女生来说，早晨醒来最好要喝一杯温热的蜂蜜水，这样既有益于皮肤，又有益于顺肠排毒，因此本餐厅每天早晨特免费为每一位来就餐的顾客提供一杯温热的蜂蜜水。

而本餐厅的午餐和晚餐则以中餐为主。很多同学经常会抱怨学校食堂每天都是一样的菜，6 样与 530 热菜，然后每月进行统计，淘汰 1—2 在 30 且本餐厅在各时点均提供各种饮品。夏天的时候，本餐厅可提供各种冷饮，如水果杯，刨冰，冰奶茶等。而冬天的时候则可提供各种热饮，如热咖啡，热奶茶，热柚汁等。此外，本餐厅特为女生供应美容养颜的蔬果粥，蔬果饮品等。

本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/666205055242011000>