

dorice



# 多爱米品牌营销推广方案

BRAND MARKETING PROMOTION PLAN

# 多爱米快捷餐厅品牌营销推广方案

**区域环境简述**

**目标客群分析**

**品牌核心形象**

**营销组合策略及推广执行方案**

# 区域环境简述

多爱米快捷餐厅位于西安市东大街菊花园，北临西安核心商业区——东大街，南邻西安广告工程聚集地——端履门，周边有西安老城居民区，以及西安旅游学校等数个社会性质的经营机构。

菊花园区域作为东大街的辅街，有着闹中取静的特有优势，该区域商业结构涉及到衣食住行等多个生活领域，其中300米范围内就有3星酒店二所，5星酒店一所，中型超市1所，品牌服饰若干、各类餐饮店若干。



菊花园至端履门一线从十余年前开始萌发广告工程制作行业，发展至今已经成为西安市广告工程制作、婚庆等领域的第一聚集区，拥有上百家广告工程门店和十余家婚庆、婚纱、摄影店铺。

东大街作为西安百年来的核心商业街区、钻石商业地段，有着最为悠久的历史，数百家国际国内著名品牌以及西安最好吃、最好玩的一切事物，合力把东大街推上西安主流时尚的巅峰地位，成为外地游客来到西安必来的地方，甚至连本地人，一段时间不到东大街逛一逛，都会有落伍的危机感。



# 目标客群分析

## **我们可能服务的客户群体是：**

- ♥**周边广告公司工作人员，及其客户；**
- ♥**周边学校教师、学生；**
- ♥**菊花园以及东大街品牌商铺的工作人员；**
- ♥**富森酒店、新百合酒店的客人以及工作人员；**
- ♥**周边公司的职员。**

## 消费习惯

	核心	环境	服务	口味	频次	消费力
工程人员	主食量足	♥	♥♥	♥♥	每天	6~8元/顿
品牌店员	无需等待	♥♥	♥♥	♥♥♥	每天	6~15元/ 顿
酒店客人	有特色	♥♥♥♥	♥♥♥♥	♥♥♥♥	偶然	不考量
公司职员	可送外卖	♥♥♥	♥♥	♥♥♥	每天	9~15元/ 顿
教师学生	营养美味	♥♥	♥♥	♥♥♥	每天	5~10元/ 顿

## 广告工程公司的工作人员

多为男性，食量较大；

对饭食的价格以有较高的敏感度；

除价格期待之外，多爱米的各项标准明显高于这个群体，如果希望拉动这个客群，**可考虑一些定向优惠政策。**



## 品牌商铺的工作人员

多为女性，对口味、服务的要求较高；

而且由于行业特性，该人群外出吃饭时间仅有40分钟~60分钟，需要就近速食；

多爱米的价格定位与该群体价格期待相符合，快餐的即食特性也与该群体对吃饭这一行为的要求相符，**可作为主要目标人群，需增添素食套餐。**



## 酒店的客人

对环境、服务、口味有很高的要求，对价格不敏感，喜欢尝试有地方特色的食物，如果特色够足，甚至可以减弱对环境的高标准要求；

该群体人数较少，仅作兼顾处理，不作为主要意见参考。



## 周边公司职员

吃饭时间稳定，每天均有需求；

该人群对餐品的卫生、口味、搭配、方便有较高的敏感度，人数众多，价格及菜单定位与之相符，**考虑作为核心目标客群，加以分析并量身定制相关的服务策略。**



## 学校教师、学生

该群体对价格、营养有较高的要求，人数适中，  
可考虑长期定向优惠方案。



## 消费场景假设

广告制作公司的客户到了吃饭时间没有办完事，广告制作公司的客服人员引导客户来到平时自己不舍得来的多爱米；

酒店客人到了吃饭时间，因为对西安不熟悉，想找个干净卫生的地方就近打发饥饿问题，看到多爱米的宣传单页（或者宣传菜单）；

某品牌服装店的服务员应付完一波又一波的顾客，站了一天，想吃顿好的犒劳一下自己，但是店长只给了40分钟吃饭时间，近处好像只有多爱米快捷餐厅又快又好，而且刚好手里还有那里的9折会员卡（集体办理）；

某公司职员临到下班时间，还有一些事情要处理，看到多爱米宣传单页上的外卖字样；

学生放学，直接来到多爱米，询问服务员今天的特价套餐是什么。

# 品牌推广形象

## 产品卖点挖掘

美味——厨师队伍成熟、稳定、经验丰富；

快捷——5分钟内送达客户纯正的家味套餐；

核心——多爱米的“米”与众不同、回味无穷；

绿色——凭借陕西教育系统专用食材通道，绿色无污染；

中式——有别于西式快餐“垃圾食品”的特质，中国人吃中式套餐才谈得上健康；

实惠——美味不贵，精致实惠，老百姓日常消费标准；

特色——特色蒸碗低油健康，想吃就吃；

管理——数十年餐饮行业管理经验，科学合理，自成一体；

服务——先进服务理念，以客户所需所想为我们一切服务的源头；

理念——打造都市轻快食尚，“轻——不设厚重文化壁垒” “快——领航快捷、快乐餐饮新方向”。

# 视觉形象

## LOGO释义

### 内容释义

- 1、多爱米的字面意思，是温和的劝慰大家珍惜粮食，取“粒粒皆辛苦”的意思；
- 2、本品牌快餐遵循大众口味，主要提供米饭套餐；
- 3、“多爱米”谐音同“多爱你”，饱含年青人主流思潮追求，颜色鲜艳，造型时尚，定位16~35岁中青年的目标群体，吸引他们的目光，满足他们的实际需求。

### 造型释义

- 1、多爱米字体变化充满卡通时尚感，显示中青年的精力充沛、富有激情和想象力；
- 2、字体上方的稻谷，象征粮食，隐喻绿色健康，纯天然食材采购通路；
- 3、字体下方的波浪显示整个品牌不畏艰苦，踏浪前行，暗和目标客群的社会地位及其现实追求。

### 整体释义

- 1、多爱米快餐，承载绿色健康，引发快乐食尚；
- 2、以稻穗为帆，张扬自我，挥洒青春，踏浪而行，奔向快乐的彼方；
- 3、不论口味、环境、服务，均为年青人量身打造，在生活艰难的日子里，吃好每一顿，快乐每一天。



*dorice* 多爱米

## VI延展

国内中式快餐普遍不如西式快餐，并非单纯意义上的口味、环境、服务跟不上，而是很少引入“品牌标准化”运作，“品牌标准化”的意义在于，它使每一个品牌成为一个独立的、和谐统一的个体存在，并且具有与众不同的产品特质和服务理念，同时具备可持续发展的成长属性；

多爱米品牌快餐将以LOGO为推广核心，严格按照国际VI视觉系统的标准打造整套多爱米品牌延伸；

多爱米VI系统将从门头店招、点餐台灯箱、餐具、服装、餐纸、名片、打包袋等各种细节体现多爱米的品牌形象，务求达到和谐统一、标准化传达。

## 环境包装

多爱米快餐厅的装修风格简洁明快、富有跃动的青春气息，整体包装上严格遵守品牌“打造都市轻快食尚”的经营理念，去除一切华丽繁杂的不实之处，仅仅以最清脆干练的形象把最符合目标客群所需所想的餐品双手奉上。

装饰上多采用大面积流线型色块组合，突出快餐店简约、精致、快捷的行业特质，色彩上采用正红，迸发出激情青春。



# 标准化服务流程

## 仪表仪容标准化

服务员形象是餐饮品牌形象塑造最重要的一环，同时也是最容易产生问题的一个环节，而中式传统餐馆的服务，往往成为最为客人诟病的的地方，也是品牌形象衰落的第一张多米诺骨牌。

新式的中式连锁快餐品牌，引进西式快餐流程化管理，有了明显的改善，但要把服务员形象持续发扬，不仅需要极其细致的流程管理标准，同时还定期反思、考察、评定，以及界定各个等级的奖惩标准和升级制度。否则处于人情社会长大的服务员们，将会以各种合理的理由破坏服务规则。

多爱米快餐厅的服务员，将严格遵守店内各项规章制度，以指向明确的岗位职责为行动指导，遵照规章制度中的服务流程，本着视客人为上帝、为亲人的态度进行服务。

届时，呈献给客人的将是一个富有活力，生动干练的服务员形象，她们散发着青春的热情，带着微笑，有着当连锁店长的目标，自信和真诚的对待每一位客人。

## 服务细节标准化

服务细节，就是自客人进店之后，所看到、想到、感觉到的，多爱米传达给他们的第一手信息，这在一定程度上决定着他们是否选择留下进餐，以及是否以后常来，或者带朋友一起来。

目前在西安，最成功的服务形象来自海底捞，他所拥有的，不是特殊的擦桌手法、洪亮真诚的问候、排队等候时的小吃座椅指甲刀，而是一颗真诚为顾客服务的心，这才是海底捞服务水平不断升级的根本，一切为着顾客着想，哪里还有想不到的服务形式。

多爱米快餐厅一开始不可能直接拷贝海底捞的服务形式，事实上，形式上的模仿一般都持续不了多久。

我们的服务要分三步走，首先，制定尽可能详尽的服务标准，例如“问候客人后推介新品，收费之后详细记录客人所点的餐品，然后给予客人点餐牌”“客人离桌后1分钟内清理干净，要求公式化兼具美感的擦拭手法，餐具回收车须有金属盖，需清理的餐具直接放入车内，不外露”等等。

其次，设立投诉打分机制，投诉本上有每名服务员照片，下方留有打分区域以及投诉理由，不定时抽查服务质量，严惩明奖，订立精确的服务奖励标准，例如“1个月无投诉奖励100元”“每季度内部针对厨房流程、服务流程、服务感受等项目进行技能竞赛，分级奖励”等等。

最后，专人记录客户反馈，搜集客户实际需求，观察客户对多爱米各方面的反应，及时统计，经每周汇总，逐步完善多爱米专属的服务形式，最终形成具有品牌特质的服务体系。

## 服务标准

快餐和中式传统餐饮的区别，即在于服务标准是否量化，中式传统餐饮的服务模式的核心是“人情化”，即对贵客、对熟客的人情化接待；快餐则是以详尽具体的数据，流水线一般输出服务，对待每一位客户都采取同标准对待。传统餐饮的服务模式利弊均突出，但不适用于快餐，因为快餐的快捷特质、装修特点、价格定位都不大会出现“贵客”，也不方便进行商务洽谈。

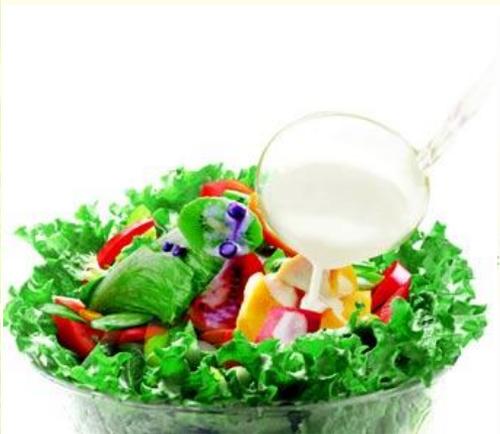
多爱米快餐厅将采用详尽数据量化服务标准，对每一个环节都做到有据可查、有理可依。无论是服务流程、服务态度、服务质量都可以通过监督检查、客户投诉等方式实现分级。

## 产品形象

### 食材

在点餐台上设立食材采购来源图，经平面设计润色，标明米的来源、蔬菜来源、以及相关配方来源，比如豆浆口味是天津的还是北京的，醋是山西的还是陕北的。

如能挂牌更好，如“教育系统食材绿色通道牌匾”“杨凌农科院指定蔬菜培育中心”等，视实际资源而定。



## 餐品外观

餐品外观摆放组合方式主要考虑三个方向

其一是功能性，即米饭的量和菜品的量相匹配，菜品是米饭的2倍，菜多可以显示该品牌实惠踏实，促进顾客回头率。

其二是营养性，即荤菜与素材的搭配，一目了然，荤菜下饭，素材补充维生素。

其三是美观性，即菜品的颜色、材质摆放考究，荤菜酱厚多汁、素材新鲜亮泽，米饭颗粒饱满，一看就有食欲。



### 3、餐具

多爱米的餐具简约大气，与餐品配合相得益彰，盘口较阔、颜色纯净，让人心情舒畅，食欲大振。

托盘采用黑色乌木感的材质，突显一种厚重踏实；主餐盘、配菜碗、汤碗均采用仿瓷材质，干净卫生。所有餐具均有多爱米品牌标志镶嵌其中，极尽精致，体现多爱米品牌的专业化、精细化。



## 推广方案1

多爱米一些！

## 剖析：

该推广语洋溢青春气息，谐音同“多爱你一些”，朗朗上口，便于记忆，符合16~30岁年青客群价值观，也容易得到30岁~40岁以上人群的认同。

该推广语有温柔劝慰大家珍惜粮食的意味，原本粮价、菜价在年轻客群的心目中是毫无概念的，但近年来粮价、油价、菜价猛涨，社会上出现了有关于肚子问题的流行思潮，在过去，珍惜粮食、蔬菜一度都是“过气、守旧、土气”的同义词，是不时尚、脱离潮流的标志。而在现在，“珍惜粮食”已成为年轻受众中还未明确提出的潜在呐喊，成为一种新型健康的时尚指标。

## 概念支撑：

点餐台头顶的菜单灯箱、会员卡、订餐卡、宣传单页、店内上方吊旗、以及活动时期的易拉宝、优惠券等宣传物料上以手写体的亲民字样加以标识，体现多爱米品牌人性化、时尚化、年轻化的独特魅力。

在青年群体中（公司职员、品牌店店员、学生）广泛做优惠促销活动，推出针对每个青年族群的特殊优惠卡，吸引他们的目光并引导长期消费。

## 推广方案2

香甜米粒，回味无穷！

## 剖析：

“米”是最能体现一家餐饮店品质以及管理理念的要素，该推广语是针对西安市场上米饭粗制烂造的实际情况提出的，首先，市面上普通餐饮店的米经常出现生熟不一、焦糊过期的现象，导致盖浇饭、米饭套餐等主流餐品消费退化迟滞。

该推广语将围绕“米”这一事物展开推广，以强调“米”的种类、烹制手法、表现形式等手段展开宣传，务求创造多爱米品牌核心，实现区别其他品牌以及吸引消费的目的。

该推广语呈现“米”的口感味道，强调“米”的香甜原味，唤醒消费者重新审视“米饭”因熟悉而导致的“视觉盲区”。

该推广语的核心目标是通过“米”的重新包装塑造，使客人得到多爱米品牌快餐店“连米都这么讲究，菜品肯定更没的讲”的品牌认知。

## 概念支撑：

套餐用米采用东北大米加玉米（粗粮、粳米、黑米、可食用花朵）的方式，从视觉上给予客人冲击，辅以服务员口头或者托盘垫纸上对“米”的种类、功效的描述，给客人留下深刻印象，和品牌认知。

开发米线、糯米鸡、小米粥、八宝粥等“米”类餐品，丰富品牌品类，紧扣多爱米品牌名称强化核心形象。

# 营销组合策略

## 推广目的

在开店之初聚集大量人气，让周边各类客群知道、了解、品尝，对多爱米品牌的口味、风格、服务留下初步印象；

吸引特定客群留下深刻印象，并形成内心认同，从而考虑长期消费；

在多爱米经营过程中收集客人实际反应，深入了解客人需求，进而改良调整现有可调整的经营部分，并推出有价值的新餐品、新服务。

## 营销组合策略

**开业初期：（开业起45天内）**

### **哄动人气**

开业前期印制大量3元代金券，吸引周边各类人群前来品尝；

### **留下印象**

通过套餐优惠组合，扩大客人品尝范围，对多爱米品牌留下更为丰富、深刻的印象；

### **创造亮点**

开店初期可随意拟定一种单品或套餐组合作为特价餐品，吸引各类人群前来品尝，并通过口碑效应将品牌各种特质加以传播。

## 开业中期：（45至90天）

### 定期调整

通过开业初期对客户实际反应、需求情况的收集整体，选出客人最常点的餐品，加以包装，加少量价格捆绑更多辅菜，达到扩大客人总消费额的目的；

### 保持新鲜

推出每日特价套餐，该套餐将在原价基础上下浮2~5元左右，促成店内长期人气，吸引更多客人进店品尝，该政策将以菜价变化和采购量为考量因素；

### 特定优惠

开发多爱米会员卡、多爱米学生卡，针对特定客群进行长期促销，吸引长期人气和固定消费。

## **运营稳定期：（开业三个月后）**

### **推出赠品**

长期赠品和不定期赠品两种，长期赠品为开胃菜、每日例汤或小米粥，不定期赠品以套餐价格为限，例如15元以上套餐，在活动期间赠送鸡腿一支，10元以上套餐赠送卤蛋一枚等；

### **启动外卖**

销售稳定后，开发网上订购系统，根据实际情况增加外卖人员，专门针对周边写字楼进行宣传，同时启动每半小时一次定时送餐，拓展服务范围。

谢谢!