

## 餐饮营销案例：西餐厅推广方案

**案例开发人：**昆明理工大学 李媛媛

**案例所涉及部门：**餐饮部 销售部

**案例所涉及相关课程或科目：**酒店市场营销 餐饮服务与管理

### 案例陈述：

深圳前海 华侨城 JW 万豪酒店于 2014 年底在深圳隆重登场。作为宝安区的首家国际豪华酒店，深圳前海 华侨城 JW 万豪酒店紧邻宝安区政府、图书馆、少年宫等大型公共设施，坐拥前海湾美景，距离深圳国际机场最近的国际豪华酒店仅 15 分钟，交通便捷。。。

深圳前海华侨城 JW 万豪酒店提供精致多元化的用餐体验：全日制餐厅都会尚膳集中国、印度、日本、欧洲等地的地道美食，以经典而时尚的设计、开放式厨房的布置，让宾客尽享多元化的选择及卓越的餐饮体验。

但酒店在开业初期，因地理位置原因，全日制餐厅生意很差，酒店餐饮部应该如何开发餐饮市场，培养顾客的呢？

深圳前海 华侨城 JW 万豪酒店 餐饮市场开发及顾客培养经历了如下阶段：

第一，市场调研。经过前提调研，结合区域特点，酒店发现（1）40-50 岁的企业家是酒店餐饮的首选目标客户；（2）该区域建设银行网点较多。

第二，和建设银行合作，采用半价促销的方式，吸引消费者到店消费。

第三，积累了一定顾客后，取消半价促销活动，测试顾客的价格敏感度，结果发现顾客大量减少。

第四，恢复半价促销活动，增加合作银行（中国银行、招商银行等）和在线销售渠道，吸引不同的顾客到店消费。

第五，数据整理及分析。通过数据整理，了解餐厅的销售状况，比如顾客来源（渠道）比例、一周什么时间或者周几的销量更好。通过数据分析获得：（1）有些合作银行顾客来源较少；（2）周一到周三顾客人数少于周四到周日；（3）中午的生意比晚上好。

第六，优化渠道，调整部分时间价格。取消顾客来源较少的银行渠道，推出针对住店客人的优惠折扣。同时，把周四到周日的价格调整为 5.5 折，运营半年后，折扣调整为 6 折。

第七，继续调整渠道及价格，增加餐饮盈利。当顾客数量较稳定后，酒店发现周一的客人数量最少，因此调整为周一 5 折，其他时间 7.5 折；到 2017 年 7 月底，酒店的餐饮折扣为：周一到周日，每天有一家银行卡持有者可以打 6 折，其他银行或渠道 7.5 折的优惠。

通过三年的市场开发和顾客培养，深圳前海 华侨城 JW 万豪酒店 全日制餐厅的生意越来越红火。

### 教学方法：

阅读案例，让学生根据所学市场营销理论分析本案例。指出成功的策略，并提出优化方案。

1. 按照班级大小进行分组，建议 5-8 人一组，每组分发 10 颗“心”。

2. 给出案例，以小组为单位进行讨论。
3. 教师进行过程控制，了解各团队情况，并做好指导。
4. 各团队把讨论出的关键词写在纸上，拍照发到群里。
5. 小组选出一位发言同学阐述本组思路，其他小组提出疑问。
6. 所有团队发言后，小组讨论 10 颗“心”的分发结果：可以给一个组 10 颗“心”，也可分给不同的组，但不能给自己小组。
7. 拥有“心”最多的小组获胜，可以考虑小奖品。
8. 结合学生的综合表现及获得“心”的数量，给学生打分，记录成绩。

### **教师笔记与分析：**

本案例需要学生掌握酒店市场营销环境、酒店营销信息管理、酒店消费者行为分析、酒店 STP 营销战略、酒店产品策略、酒店价格策略、酒店渠道策略和酒店促销策略等知识点，把所有知识点融会贯通后，给出可行的解决方案。