

吉林外部餐饮定位培训课程

生成日期: 2025-10-21

想要开设一家餐饮店，起步阶段的选址很重要。选址决定了店内主流消费者的类型。要想知道你的目标消费者是谁光凭自己的想象也不行，需要先行调查所开设餐饮门店的周边环境以及人口状况是怎样的。一定要仔细展开调查，再决定是否适合在此地开设某种模式的餐饮店。市场定位定的是目标消费者。比如说通过走访调查到的周边都是公司企业的工作人士居多，且这些人偏好经济实惠、方便快捷的小吃，那么选择开一家快餐店再合适不过了。若是周围都没有早餐店，那么为了方便周边的居民或是上班族，在店里开放设计一些可外带的甜甜圈或是煎饼果子也是不错的选择。再比如该地是商圈，大家逛完街想要吃一顿精致美味的大餐，那么更是有许多口味独特的餐饮店可供选择……对于餐饮行业而言，服务是不言而喻的相当重要的；吉林外部餐饮定位培训课程

餐饮市场定位所形成的定位体系，每一个方面的具体内容都存在一个量和度的掌握程度，即所谓市场定位的量度关系。如定客源中的三项内容:类型--是选择以公款消费为主还是以家庭为主，是选择以团体聚餐为主还是以散座零点为主;层次--是选择高消费还是中低档客源，是选择以机构为主还是以公司社团为主;距离--是以流动旅游客人为主还是近距离客人为主等。再如定价格中的具体量度关系:单价--菜单上各种产品的价格水平应该掌握在什么程度;毛利--菜单价格、宴会、团队等客源的毛利水平以多高为佳，分类毛利率、综合毛利率应控制在多少才能吸引、刺激、留住目标市场的客人;结构--菜单上各种产品的价格结构应该掌握在什么程度，高级、中档、低档菜价的比例如何安排才较有利于吸引、刺激、留住目标市场的客人等。这些都存在一个市场定位的量度掌握。安徽邵德春餐饮定位报考餐饮市场定位是组织餐饮业务经营、提供优良产品和优良服务，从而获得良好经济效益的重要条件;

大型商业区：方便快捷是王道。商业区也往往是饭店较为集中的地方，因为这里通常人流量大，客源相对丰富。虽然这些人多以购物为主，但是，也有一部分人需要休闲和就餐。针对大部分顾客购物时间紧迫，就餐环境要求舒适、卫生，菜品要求简单的特点，可以适当选择经营中式快餐，或是一些小火锅、大排档等形式的餐饮。俗话说的好，“买卖扎堆做，日子分人过”，这也适用于餐饮业的运营管理。如果一条街的餐饮生意都很火爆，那你在这里开店，即使缺少特色，没有价格优势，也不会差到哪里去。许多饭店也正是靠这种区位优势盈利的。

选择适合的客源层次，定位目标客户餐馆在进行市场定位时，要根据目标市场不同层次的顾客的不同需求进行有条件的挑选，明白不同层次的顾客的利益所在，有针对性地投其所好。青岛三川餐饮旗下的上三川厕所串串从成立之初就将消费群体定位在大众消费，针对20-40岁的消费能力比较强的消费人群，牢牢抓住这一部分人群，那就抓住了整个餐饮很大的一部分市场。树立起与众不同的市场形象在选择了具体的目标市场之后，就应该考虑餐厅以怎样的形象来投的顾客的新人和好感。树立自己与众不同的形象，比较好能够站在目标人群的角度，投其所好，同时又坐到别具一格。餐饮市场定位是设计企业产品结构和消费环境、控制企业档次和价格水平的客观依据;

餐饮市场定位终是为其业务经营活动的开展提供服务的。在市场定位已经确定目标市场的客人类型、地域、层次、范围，掌握其细分市场的具体需求的基础上，餐饮企业就必须按照目标市场的客人需求、消费水平和支付能力来组织业务经营，提供适合客源市场需求的优良产品和优良服务，从而获得经济效益。这里的优良产品、优良服务，包括硬件质量、产品质量、环境美化质量等都要与定价，客人的消费水平和支付能力相符，即质价

相符。餐饮市场定位是组织餐饮业务经营、提供优良产品和优良服务，从而获得良好经济效益的重要条件。餐饮定位策划的中心点：品牌定位；黑龙江邵德春餐饮定位培训学习

文化的定位就是将餐饮的文化内涵注入到餐饮门店的品牌中，形成自身的文化特色；吉林外部餐饮定位培训课程

要进行消费群体定位及附近街区人群的定位，也就是顾客定位。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，在进行普遍市场调查分析的基础上，做出符合本企业的定位。吉林外部餐饮定位培训课程