

# Mẫu kế hoạch marketing theo mùa và khung giờ cao điểm

1. Giới thiệu Nhà hàng thường gặp tình trạng lượng khách không đều giữa các mùa hoặc các khung giờ khác nhau trong ngày. Nếu không có kế hoạch marketing theo mùa và khung giờ cao điểm, doanh thu có thể bị giảm và chi phí marketing lãng phí. Mẫu kế hoạch này giúp nhà hàng tối ưu hóa lượng khách và doanh thu, bằng cách phân tích mùa vụ, xây dựng chiến lược cho giờ thấp điểm, và thiết kế các chương trình ưu đãi theo mùa hoặc dịp đặc biệt.
2. Phân tích mùa vụ và thời điểm đông – vắng khách
  - 2.1 Phân tích theo mùa vụ
    - Xác định các tháng cao điểm (ví dụ: Tết, lễ, hè) và tháng thấp điểm.
    - Đánh giá nhu cầu ăn uống của khách hàng theo từng mùa, sự kiện, thời tiết.
  - 2.2 Phân tích theo khung giờ trong ngày - Nhận diện giờ cao điểm (ví dụ: 11h30–13h, 18h–20h) và giờ thấp điểm. - Xác định số lượng khách trung bình, doanh thu từng khung giờ để điều chỉnh nhân sự, món ăn và chiến lược marketing. - Ví dụ: Thứ 3 và thứ 5 buổi trưa lượng khách ít hơn bình thường, cần chương trình kích cầu để tăng doanh thu.
3. Chiến lược marketing cho giờ thấp điểm
  - 3.1 Khuyến mãi theo giờ
    - Giảm giá món ăn, đồ uống hoặc tặng kèm khi khách ghé vào giờ thấp điểm.
    - Thời gian áp dụng linh hoạt theo từng tuần hoặc mùa vụ.
  - 3.2 Chương trình trải nghiệm - Mini event, trải nghiệm món mới miễn phí, workshop nấu ăn. - Tạo trải nghiệm thú vị để khách quay lại và giới thiệu bạn bè.
  - 3.3 Marketing online nhằm mục tiêu theo thời gian và địa lý - Quảng cáo trên Facebook, Instagram, TikTok, Google Maps nhắm đúng nhóm khách gần quán trong giờ thấp điểm. - Remarketing với khách đã ghé nhưng chưa quay lại gần đây.
  - 3.4 Gọi ý đặt bàn trước - Khuyến khích đặt bàn online hoặc qua hotline. - Tích hợp ưu đãi cho khách đặt trước giờ thấp điểm. - Ví dụ: Quán cà phê áp dụng “Happy Hour” 14h–16h giảm 20% đồ uống, tăng doanh thu trung bình giờ thấp điểm 25%.
4. Chương trình ưu đãi theo mùa và dịp đặc biệt
  - 4.1 Ưu đãi mùa vụ
    - Tết, Giáng sinh, Lễ tình nhân: menu đặc biệt, combo quà tặng, ưu đãi nhóm đặt trước.
    - Mùa hè/mùa đông: đồ uống, món ăn theo mùa để kích thích trải nghiệm mới.
  - 4.2 Ưu đãi dịp đặc biệt - Sinh nhật khách thân thiết, kỷ niệm lần đầu ghé quán, giới thiệu bạn bè. - Tặng voucher, quà tặng nhỏ, hoặc món ăn thử miễn phí.
  - 4.3 Kết hợp online – offline - Thông báo chương trình qua mạng xã hội, app, email marketing và tờ rơi. - Tạo sự kiện trên Facebook/TikTok để khách đăng ký tham gia, tăng nhận diện thương hiệu. - Ví dụ: “Menu mùa hè mát lạnh” giảm 15% từ 1/6–30/6, thu hút khách trẻ, tăng lượt khách quay lại và cải thiện doanh thu nhóm khách mới.

5. Chỉ số đánh giá hiệu quả

- Lượng khách theo khung giờ và mùa vụ.
- Doanh thu theo thời điểm, dịp lễ.
- Số lượng khách sử dụng ưu đãi, voucher.
- Tương tác online (like, share, đăng ký tham gia sự kiện).