

最新酒店营销策划方案做 酒店开业营销策划(实用7篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

酒店营销策划方案做篇一

优势该店处于__市__地区航空高新技术产业区，境内目标群体收入高，消费能力强。经营的川菜是大众化菜系，消费者接受面广，并有试飞员等部分稳定的客源支撑。位置处于经济开发区，对今后的发展非常有利。

劣势周边居住人群较少，人气不足。该店前任老板经营管理较差，在当地口碑较差，后成为烂尾楼，现要盘活该楼，难度较高。该区除了跟飞人员及其他航空技术人员以外，其余流动人员相对较少。该区餐馆较多，市场小，竞争激烈。

宣传目的

重新树立酒店知名度，提升人气，稳定收入，立足于本土，打造当地一流酒店形象。

锁定目标群

当地中高收入人群,各企事业单位,机关团体,婚寿宴群体。

具体营销策略

提前向目标消费群发布开业活动信息及具体活动内容；

关注并运用当地社会热点，吸引消费群体。

通过媒体（报纸、电视、电台、中国移动）发布一些软新闻、硬广告，同时用宣传车□dm单、横幅等进行宣传。

宣传实施方案

时间安排

__月__日-x月__日，确定开业庆典及开业前后宣传方案。

__月__日-x月__日，制定并印刷宣传资料、优惠卡，确定各种宣传用品。

开业时间：

庆典地点：__酒店大门口

宣传范围：目标消费者

第一阶段

导入期（__天□x月__日-x月__日

x月__日，相关人员开始在__酒店主楼和附楼上挂宣传布幅，如主楼挂一大型布幅(20米×20米，设置开业倒计时时间表)，提前告知消费者具体开业时间及优惠政策，上方内容为大字：__酒店距开业还有__天，下方是优惠活动小字内容如下：

方案一：狂折到底

第一天：菜品5.8折(酒水不享受优惠)

第二天：菜品6折

第三天：菜品6.8折

第四天：菜品7.8折

第五天：菜品8折

第六天：菜品8.5折

第七天：菜品8.8折

酒店营销策划方案做篇二

一、 活动背景：

1、节日由来：中秋节又称月夕、秋节、仲秋节、八月节、八月会、追月节、玩月节、拜月节、女儿节或团圆节，是流行于中国众多民族与东亚诸国中的传统文化节日，时在农历八月十五；因其恰值三秋之半，故名，也有些地方将中秋节定在八月十六。中秋节始于唐朝初年，盛行于宋朝，至明清时，已与元旦齐名，成为中国的主要节日之一。受汉族文化的影响，中秋节也是东南亚和东北亚一些国家尤其是生活在当地的华人华侨的传统节日。自20__年起中秋节被列为国家法定节假日。国家非常重视非物质文化遗产的保护，20__年5月20日，该节日经国务院批准列入第一批国家级非物质文化遗产名录。中秋节是中国三大灯节之一，过节要玩灯。但中秋没有像元宵节那样的大型灯会，玩灯主要只是在家庭、儿童之间进行的。

2、活动回顾：上一届“唐韵中秋”活动的基本回顾、图片等。

3、针对人群：金字塔原理

也是本次我们活动主要的服务对象人群(受众)；最后是国内的

广大人民群众，这部分人群数量最多，对于中国的传统节日有一定了解，但是不想学者或者研究者一般精通，有认知空缺。也是本次活动的服务对象之一。

二、 本届活动内容

1、观看月饼制作过程，由知名品牌的月饼师来现场亲自制作各类馅儿的月饼，让包括中国人在内的所有参观者都对月饼制作有直观认识，并且每一个来客都可以现场挑选自己喜爱的口味的月饼一边吃，一边喝桂花酒，一边赏月(天气晴朗)。

ps□如条件允许，可现场加入赞助商售卖月饼的摊位。作为赞助回报。

2、由于中秋佳节时天气还比较炎热，故可给每一位参观者发放折扇，一边攀谈，一边赏月，一边扇扇子也别有一番滋味。

3、分三个区域(□区，东北区，国外区)使参观者了解不同地域的不同习俗，并且由英语讲师讲解各个习俗的典故，配上中大型的配图，使观众可以对中秋节有更加深入的了解和认识。

4、乐器演奏民谣。建议琵琶、古筝、二胡等，配以中秋佳节的氛围相得益彰。

5、现场放置100个孔明灯，作为三大中国灯节之一，自然在中秋之夜少不了放飞孔明灯。我们将100个孔明灯发放给前100位入场游客，并且在老师指导下亲手制作，写下心中美好祝愿放入灯内，在活动行将结束之时放飞。至此活动圆满落幕!

三、 活动流程

1、前期宣传□dm单页派发，发送邀请函等，报刊报道

2、场地选择与物料制作搭建

3、活动中的执行

4、总结

四、赞助回报

露出方式放置地点数量回报

大型背景板 主要活动地点放置1块 现场活动直接露出

易拉宝 活动场地四周 40个 现场活动直接露出

宣传单页 活动前期派发 2000张 使市民和外国友人了解并知晓活动

邀请函活动前期派发 200份重要观众了解并知晓活动

现场售卖(月饼) 活动现场/ 使受众可直接现场购买赞助商产品

折扇活动现场派发 1000只 折扇页面上露出

现场糕点师服装活动现场 2件 糕点师服装上露出

月饼制作台活动现场 2台 台面直接露出

孔明灯活动现场派发 100只孔明灯纸巾面直接露出

酒店营销策划方案做篇三

xx大酒店

1、让顾客了解酒店，打消顾客对消费档次的各种顾虑。

- 2、 丰富传统节日的庆祝氛围，刺激亲情消费；
- 3、 开发现有场地资源，调动清淡时段的营业潜力；
- 4、 凝聚宾馆销售合力，调动全员积极性，捆绑式营业。

端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

“融融端午情 团圆家万兴”在酒店消费水平日益提高的状况下，首先在广告攻势上独树一帜，活动标新立异，令人耳目一新，营造节日上热烈温馨的气氛。

1、客房部采取“送餐饮消费卷”的经营策略，每现金开房1间送20元餐饮消费卷。

2、餐饮部以“融融端午情 团圆家万兴”的名义开展如下促销活动。

1)、美食城的特价菜10元，燕京纯啤买一送一。

2)、贵宾厅菜金八折。消费300元以上送消费卷20元，并送ktv下午场(不含海鲜、鲍翅燕、煲汤、烟酒)。

3)、以端午节文化为内容推出多款适合家庭聚会的精美实惠端午团圆宴，预定团圆宴送ktv下午场。并推出几款特价端午菜品。

4)、在这一系列的活动过程中，一定要把握“地道”、“原汁原味”的原则。家庭用餐、亲朋好友聚会是这一阶段的主要客源构成。那么酒店的产品就应以满足这类客人的需求为主，菜品方面要求口味清淡，老少皆宜，菜量偏多，价格适中，并适时地推出各档次宴会用餐，此间穿插特色菜、招牌菜、新派菜等，使消费者能全面地了解酒店的厨师水平，促进酒店形象品牌的树立和推广。这是此次营销的主要目的，

也是此次活动中的主题项目。

3□ ktv

a) 开晚场消费送餐饮消费卷20元。

b) 消费超过300元者再送下午场中包一间，送茶水一壶。

c) 餐饮消费达到400元以上者送ktv下午场包厢一间(中包，提供茶水一壶)。

4、桑拿中心：全套300元、送餐饮消费卷20元。

1、这次策划体现酒店“先谋势再谋利”的.营销总体思想(也就是先做人气)，让顾客敢进酒店来消费，让酒店的服务设施能够获得广大顾客的认知，对端午节期间的家庭，亲朋好友的优惠能体现酒店对顾客的诚意。

1、酒店所有营运部门的销售目标向餐饮部倾斜，以部门联动拉升餐饮人气。

2、此活动会让顾客留下许多美好、甜密的回忆，加深顾客对大酒店的认识。

4、通过此次营销计划，应实现目标：客房x万元/天，餐饮x/天，ktvx/天，休闲中心x万元/天。总计x万元/天。

1、50条横幅广告。

2、短信覆盖。预计发5000条。

3、租用一台专用宣传车。

4、出租车车张贴广告。

5、组织员工上街拉练，散发宣传资料。

6、消费卷制作400张。

酒店营销策划方案做篇四

1、广告语：“游王府，吃川菜，送清爽”。

5月1日——5月7日黄金周期间，凡持当日游览xxx花园门票的宾客来店用餐，每桌可获赠清凉甜爽水果一份（或酸梅汁一杯）。

2、触摸“五一”幸运摸奖活动

5月1日——5月7日黄金周期间，在xxx店用餐者以桌为单位，均可凭结账单参加抽奖活动，凡抽出写有“五一”字样的客人将获得xxx花园门票一张；凡抽出写有“五一xx店”字样的客人将可获得三轮车什刹海胡同游览券一张。

3□“xxx饭店蔬香樟茶鸭特价卖”

另外，为回报消费者，5月1日—5月13日活动期间□xxx店特推出“精品川菜、百姓价格”的三款套餐：亲子三人套餐188元、快乐六人套餐588元、全家福套餐（10人量）880元。

4、订“益智斋”餐厅送花园游

5月1日——5月13日活动期间，凡在“益智斋”用餐的宾客可免费游览xxx花园。让宾客充分体会到“xx里的川菜，川菜中的经典”意境。

1、客户服务：订餐、订房后的确认短信，来店前短信提醒或地址信息；

- 2、广告宣传：利用广告群发手段进行广告宣传，发布特价信息，提高人气；
- 3、节假日客户生日关怀短信：利用节假日或老客户生日提供价格优惠，吸引客人；
- 4、短信打折券、现场短信交友；
- 6、现场抽奖：客人发送短信有机会获得价格优惠，或者赠送特色菜。既提高客人兴致，也可借此获得大量客户手机号，成为未来宣传服务的目标。

五一的餐饮节日商机是很明显的，有很多的婚宴、寿宴、家庭宴请等都会选择在这一时间段举办：一是处在小长假期间，亲朋好友难得聚会；二是正处于春暖话开时节，踏春、旅游需求旺盛，旅游的流动消费也会给餐饮市场带来不小的空间！

酒店营销策划方案做篇五

xx大酒店开业庆典仪式

20xx年6月 日

南阳理工学院、文法学院、10#117室（待定）

如何将“xx大酒店”的认知影响最大化，把品牌所营造的“势能”，转化成其南阳市同行业中的推动力，并利用这次开业大典的契机，扩大本酒店的知名度，增加本酒店的美誉度，从而给自己一个好的开端，是新店开业要解决的核心问题。

- 1、大酒店董事会人员以及全体工作人员。
- 2、南阳市各大媒体相关人员。

3、南阳市相关领导嘉宾、宛城区相关领导嘉宾。

4、其他相关生意合作伙伴。

1、 精心营造开业庆典现场的活动气氛，对目标受众形成强烈的视觉冲击力，提高受众对该银行的认知和记忆。

2、 加大广告整合宣传力度，提升传播效应和社会影响力。

3、 开业庆典现场力求大气、时尚、活跃，极力渲染开业的喜庆气氛。

正式宣布酒店开业，引起南阳市场同行、目标消费者以及媒体朋友的关注；

让南阳市场的目标客户以及竞争对手的潜在用户进一步充分了解提供的独特服务，创造出对体验的强烈欲望, 进一步加强与南阳媒体的互动和交流，为在区域市场的销售和推广营造一个良好的舆论环境；借助开业机会，建立起与南阳市场的相关政府部门和合作伙伴的良性关系，为后续的市场经营及推广做好铺垫。让人们对xx大酒店有一个初步的了解、认识。
参与人员：市、县级相关领导、公司领导、外界友人、相关媒体。

包括场外布置和场内布置：

1、在酒店（10#117）大门两侧设立迎宾两名，用气球等用品适当布置。

2、酒店大门上沿挂横幅一条，内容□xx大酒店开业庆典；

4、现场礼仪服务人员 名，负责现场秩序的维护、给嘉宾倒茶等事项。

5、主席台两侧放置户外远程音响一对，活动开始活动期间播放喜庆音乐和活动开始主持人及相关领导嘉宾发言讲话扩音。

20xx年x月x日：00酒店工作人员到达现场做准备工作，保安人员正式对现场进行安全保卫。

xx:00 活动各项准备工作就绪，播放喜庆音乐；

xx:00 礼仪小姐迎宾（佩带贵宾花、请领导签名并引导相关领导和来宾至休息处）；

xx:00 主持人介绍相关活动情况，邀请相关领导和来宾至主席台前就位；

xx:00 主持人宣布xx大酒店仪式正式开始，介绍到场领导及嘉宾。

xx:00 第一项：鸣炮（下载鞭炮音乐代替）

xx:00 第二项：邀请省南阳市相关领导讲话；（上台时配出场乐，讲话时配轻音乐）

xx:00第三项：邀请宛城区领导致恭贺词：（上台时配出场乐，讲话时配轻音乐）

xx:00 第四项：酒店董事长或总经理表态发言, 企业介绍；（上台时配出场乐，讲话时配轻音乐）

xx:00 第五项：主持人邀请相关领导为xx大酒店剪彩；（礼仪陪同、放礼花炮、喜庆音乐）

xx:00 第六项：主持人宣布开业大典胜利闭幕，由酒店董事长或者总经理送别相关领导以及嘉宾。

- 1、使xx大酒店开业的消息得到广泛的传播，吸引更多的目标消费群体来参加此次来次活动。
- 2、加深xx大酒店在消费者心目中的印象。
- 3、不管是从前期策划还是从后期执行上，都要力争做到使这一开业庆典达到空前轰动的效果。
- 4、增强内部员工对公司的信心。
- 5、在同行业中做到后来者居上，成为行业内一匹黑马

- 1、现场布置：条幅、气球、礼炮、礼花等共×××元。
- 2、请相关领导赴会的车费以及其他花费共×××元。
- 3、活动结束后给相关嘉宾以及记者赠送的礼品等共×××元。

酒店营销策划方案做篇六

为答谢新老客户一直以来对我酒店的大力支持，利用元旦新年的有利商机来回馈我们的新老客户，以刺激其继续消费，以达到我酒店营业额的.稳定性增长，最终达到更好的赢利目的。

20xx年元月1日。

中、西餐厅及客房。

相约20xx[]相聚xx大酒店。

(一) 西餐：

- 1、 凡元旦当天在西餐消费的客户均可获赠纪念卡一张(自行

制作)。

2、元旦当日一次性消费满xx元的客户，均可获赠西餐单人早餐券一张。

3、元旦当日一次性消费满xx元的客户，可获赠优惠房券(凭此优惠券可获门市价6折优惠)一张。

(二) 中餐：

1、凡元旦当天在中餐消费的客户均可获赠纪念卡一张。

2、元旦当天在中餐大厅消费的客户，一次性消费满xx元可获赠西餐早餐券一张。

3、包房一次性消费满xx元，获赠面值xx元现金券(此现金券可在本酒店任营业区消费)一张。

4、元旦当日一次性消费满xx元，即赠送贵宾卡一张。

5、元旦当日在中餐一次性消费满xx元，赠送标准客房一间一晚。

6、元旦当日在中餐一次性消费满xx元，可获赠电影门票一张。

(三) 客房：

1、凡元旦当天在客房入住的客户均可获赠纪念卡一张。

2、元旦当晚个人入住客房，一律按门市价8折优惠，并赠送果篮一个及早餐券一张。

3、元旦当晚一次性开房满8间者，送电影门票一张。

1、 广告宣传：

(1) pop广告牌三块：大堂一块，中餐入口一块，西餐入口一块。布标一条，放置酒店大门。 内容为：相约20xx[]相聚x大酒店！

(2) 设计制作彩色宣传单张。

(3) 设计制作西餐早餐券。

(4) 设计制作赠房券。

(5) 设计制作现金券。

2、 口碑宣传：

销售部及营业部，以销售部为主，各营业部为辅。

3、 短信宣传：

销售部及营业部各部门经理利用手机短信形式向客户发送此次活动信息，以达到宣传，吸引客户消费的作用。

(1) 大门正对面绿色植物区，制作新年倒计时。

(2) 酒店大门及西餐侧门吊大红灯笼，以衬托节日气氛。

(3) 酒店大门正对面，制作“元旦快乐”装饰。

1、 总指挥[]x总。

2、 总执行及总协调[]x副总。

3、 布场：市场营销部，各部门配合。

4、策划宣传：市场营销部负责各类广告宣传、票券的设计及制作。

6、采购：财务部负责关于本次活动的物品采购，美工跟进。

注：世博会门票需财务部跟进落实，确保当日能顺利把门票送到客人手中。

1、纪念品若干；

2、电影票若干(须提前预订)；

3、布标一条；

4、彩色宣传单。

十、费用预算

1、纪念品若干约xx元；

2、电影票若干约xx元；

3、布标一条约xx元；

4、彩色宣传单约xx元。

合计□xx元

酒店营销策划方案做篇七

20__年以来，我营销部在酒店领导的正确指导和大力支持下，积极调整思路，优化酒店客源结构，从开拓经营、提升管理和开源节流入手，不断提高服务质量，提升管理水平，积极进取，开拓创新，团结协作，认真努力工作，取得了一定的

成绩。现将20__年工作及20__年工作思路总结安排如下：

一、20__年工作回顾

(一)争取客源，开拓新客户市场

争取客源，开拓新客户市场，对我们公关营销部来说，是一个永恒的主题。只有不断争取客源，开拓新客户市场，才会创造经济效益。所以我们公关营销部把争取客源，开拓新客户市场，作为工作中的重中之重来抓，务必抓出成效来。

在争取客源，开拓新客户市场的同时，我们营销部积极对一些新客户做好促销与维护工作，例如____、____等，这些单位的消费也较可观。然而更多的一些情况便是对一些新客户的促销中，也了解到去年金融危机带来的影响，虽然随着新客户促销扩大了酒店的客源面，但新客户的消费从无到有，必须要有一个市场培育期，效益不能很快体现，所以这也是今年营收不能持续得到稳固的体现，此外在对新客户的维护过程中，一些应收账款的问题也随之而来，一方面即要维护好与客人的关系，另一方面更要处理好应收账款的问题。

今年，我们公关营销部积极获取新客户资料，编订客户名册，收信客户信息，同时根据所在区域的不同划分了各人的促销区域，进行了广泛的上门，也收到了一些成效。尽管有一些客户表示暂时不会来消费，或者根本不来消费也好，我们总是向客户提供一些酒店的最新信息，以保持与客户的联系。有些客户尽管现在没有消费，但随着他们业务的扩大，也许今后会成为我们酒店的忠实客户。

(二)确保稳定，维护老客户群体

我们在本地市场营销中，做了许多工作，采取一定措施。对所有建议消费的客户进行不间断上门，认真倾听客户的内心想法，为酒店传递合理化意见，使有些客户的想法得到了实

施，从积极的程度上满足了客户的要求。现在共编在册的机关、事业、企业签单客户共计有____家单位，计客户____多位。我们除了对客户进行常规上门拜访外，还带去了酒店的一些新信息，例如装修后的客房情况，美食活动的优惠内容，客户普遍感到酒店的做法很受客户欢迎，虽然方法较简单，但起到的沟通效果却是积极良好的。

(三)抓成本控制，做好开源节流

为进一步降低财务成本和风险，加大了账款回收力度，规范了担保挂账的一系列制度，对担保额度和期限进行限定，有效地保证资金及时回笼。此外，还在银行降息以后，及时与中国银行衔接协商，将酒店的贷款进行了转贷，此举一年可为酒店降低利息费用____万左右。

二、工作中存在的不足

20__年的工作虽然取得的一定业绩，同时，我们也清醒地看到经营中还存在着一些问题和不足：

一是管理者执行力度欠佳，缺乏灵变思想。在战略营销上错误的盲目套用以往经验，缺乏准确的市场信息导向下所制定的营销策略。

二是部门员工主动服务意识不强，自主开拓创新意识更是不够，严重影响了市场营销部的高效运作，个人的能力也未能得以发挥。

三、20__年工作计划

一是调整营销策略，瞄准主攻方向

要深入搞好市场调查，经常组织部门有关人员收集、了解旅游业、宾馆、酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和

接待服务动向，准确地分析市场动态，为部门提供全面、真实、及时的信息，以制定适合酒店各阶段合理的整体营销战略和灵活的推销方案。

1、抓商务客源。根据酒店历年会议接待情况，我们将重点关注美容行业、汽车轮胎行业、医药类企业、建材类企业、电子信息行业、高速公路建设、家电下乡工程中的彩电、空调两个产品市场、农业生产方面的饲料行业。加强与各大网络订房中心的联系，争取更多的商务客源。

2、抓旅行社团队客源。明年5月-10月在上海将举办世博会，我们将通过旅行社拉动外地来长沙的消费，加强与张家界等外地旅行社的联系，签订合作协议，争取更多的团队客人来酒店消费。

二是强化内部管理，提升服务水平

1、加强人员培训。围绕“规范服务、强化执行”，力争规范各项服务程序和规章制度、创新培训方式、完善质检体系、提升内部管理水平。加强与学校联系，拓宽人员招聘渠道。督促各部门做好各项培训工作，不断为部门所属员工提高业务技能提供合理培训，保证培训效果，迅速提高新员工的技能水平。对新晋升的基层管理人员开展培训工作，外派到华天旅游管理学院或外地学习，提升管理能力。

2、完善各项管理机制。实施亲情化管理，每月定期找部门员工谈心，了解员工生活及思想动态。实行灵活多变的激励方式，每季度对员工开展涉及酒店基本情况、业务技能等方面的考核，提高员工的工作热情，以人性化的制度和管理的留住人才。实施每周总结会制度，总结上周工作中的得与失。完善和丰富部门值班制度。

3、加强团队建设。实施优胜劣汰的制度，对不服从酒店和部门规定的、业绩平平的营销人员进行淘汰，打造高效的队伍。培养员工的宣传意识，树立人人争做营销员的工作思想，打造一个积极而高效的前线营销队伍，从而争取更多的顾客，确保完成酒店下达的每一项工作任务和指标。

三是继续开源节流，降低经营成本

在成本控制方面，严把办公用品申领和广告成本费用严格按照集团财务预算方案，配合财务部做好物品的申领和领用工作，出现问题做到及时汇报；广告费用方面，将对每一个和我店合作的媒介进行详细、周密的考察、预算，争取做到能不花的费用坚决不花，对于有影响力的宣传媒介，将适时跟进。

20__年过去了，在充满希望的20__年，我们营销部将在酒店的正确领导下，以高昂的精神，优良的作风，不屈的意志，团结一致，顽强拼搏，开拓创新，努力完成全年销售任务，为酒店健康持续发展，创造良好经济效益，做出我们不懈的努力与应有的贡献。