

酒店运营方案策划工资多少 酒店线上运营策划方案(汇总5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来看看吧。

酒店运营方案策划工资多少篇一

经营特式：

- 简单西餐；
- 提供咖啡、茶水服务；
- 午餐及晚餐提供套餐。

经营概念：

餐厅将提供多款红、白葡萄酒，以薄利销售方式推出，极力推广吃西餐喝葡萄酒的文化。协助酒店提升接待国际游客之能力。

--面对本地市场时，以食品质量为主要卖点，务求做到出品精美，物有所值。

--开放式的明档将预先准备好之肉类如：肉眼扒、西冷、里脊、鹅肝、羊扒、鸡扒、猪扒、三文鱼、鳕鱼等，用保鲜膜裹好，让客人随意选择。

设施特色：

--现代装修风格与传统之中式装修相结合。

--主色调与灯光效果须柔和及协调。

--欧美背景音乐。

目标客群：商务客户、酒店住客、海外游客、会议客人、本地客户。

酒店运营方案策划工资多少篇二

1、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，酒店元旦营销策划方案。

二、活动时间：20__年元月1日

三、活动地点：中、西餐厅及客房

四、主题口号：相约20__，相聚丽晶

五、活动内容：

(一)西餐：

1、凡元旦当天在西餐消费的客户均可获赠奥运纪念卡一张(自行制作)。

2、元旦当日一次性消费满300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600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奥运纪念卡一张。
- 2、元旦当天在中餐大厅消费的客户，一次性消费满500元可获赠西餐早餐券一张。
- 3、包房一次性消费满1000元，获赠面值100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2000元，即赠送贵宾卡一张。
- 5、元旦当日在中餐一次性消费满3000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12000元，可获赠奥运会门票一张(票价详见奥运门票价格一览表，附后并待定中)。

(三) 客房:

1. 凡元旦当天在客房入住的客户均可获赠奥运纪念卡一张。
- 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，送上海世博会门票一张。

一、活动广告宣传方式:

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20__ , 相聚__ !

(2) 设计制作彩色宣传单1000张(具体内容样板另附)。

(3) 设计制作西餐早餐券(西餐自带有早餐券)。

(4) 设计制作赠房券，规划方案《酒店元旦营销策划方案》。

(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。

六、场地布置：

1、酒店外围：

(1) 大门正对面绿色植物区，制作上海世博会倒计时。

(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。

2、大堂：

(1) 酒店大堂摆放三个“_”展架

(2) 在原圣诞屋的基础上，饰“海宝”及有关饰品。

七、责任分工及完成时间：

1、总指挥：_总

2、总执行及总协调：_副总

3、布场(20__年12月28日完成)：市场营销部，各部门配合

4、策划宣传(20__年11月30日前完成)：市场营销部负责各类广告宣传、票券的设计及制作。

6、采购(20__年12月1日前完成)：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。

八、物品采购单：

1、海宝若干；

2、世博会纪念品若干；

3、世博会门票若干(须提前预订)；

4、“_”展架三个；

5、布标一条；

6、彩色宣传单

九、费用预算：

1、海宝若干约650元；

2、世博会纪念品若干约1000元；

3、世博会门票若干约3000元；

- 4、“_”展架三个约180元;
- 5、布标一条约70元;
- 6、彩色宣传单约550元。合计：5450元。

酒店运营方案策划工资多少篇三

1□ktv房：ktv房，一个主要收入项目。定位为青年、中年成功人士及商务人士。这部分人有着很大的消费潜力。

2、在ktv房的装修设计上，走高档路线：简致式的布局、傢俬，可调式的灯光组合能符合现代成功人士的身份与地位。

3、装修设计上与同城的夜场完全不同，自由空间；体现及张扬消费者的个性□ktv房区同样分几个区域，装修不同主题式新型vip房，（美女主题式、运动主题式、名人馆主题式）等不同风格、装饰特别的卡拉ok房。融合自然风景，浓缩世界风情。装修务求达到新、奇、异、艳。

4、根据消费者的心理及消费方式，使用不同的经营策略，配以业务、公关□dj公主等促销手段，订制经营方案，以新包装、新经营的方法面向外界，达到双赢的局面。

1、在管理方面，要给所有的工作人员灌输娱乐场所的经营管理理念，如提供科学、正规的培训课程，使所有工作人员具有专业的实际工作操作模式及方式、方法。能配合不同的制作、配合消费者营造娱乐氛围，为消费者提供方便、快捷的优质服务。

2、科学严谨的管理方式，体现管理人的特点；针对不同员工，体现个性化、人性化的管理模式。

3、服务方面，在服务方面将针对不同的消费者提供个性化及

针对性的超前服务，保证服务质量及服务水准。

(1) 多种媒体广告宣传手段，以强大的攻势，在本地电视台和报刊，连续制作show大造声势。加大社会知名度，宣传公司的娱乐性、可玩性、趣味性。吸引及开发不同身份的消费群。

酒店运营方案策划工资多少篇四

- 1、员工过生日时，酒店统一为其提供礼物或活动如统一就餐。
- 2、业务技能优秀，不迟到，不早退，不请假，无旷工。
- 3、工作积极，团结同事，任劳任怨。
- 4、礼貌，热情，周到的服务，经常得到客人的好评。
- 5、所在区域楼层卫生，连续合格数周。
- 6、从公司利益出发，为酒店发展出谋划策，有贡献，尽心尽力。

(一)。违反一下规定，每次处罚二十元。

- 1、上班迟到，早退三十分钟以内，（三十分钟以上者按旷工半天处理，月累计旷工3次无全勤）。
- 2、在工作时间。玩手机。闲聊。嬉戏干与工作无关的事。
- 3、浪费公物，视情节处理。
- 4、妨害工作秩序或违反安全卫生工作守则。
- 5、工作时间内躺卧。睡觉。对客人指手画脚，品头论足，把个人情绪带入工作中。

6、操作不按照规定，不标准服务，违规操作。

（二）。违反一下规定按次罚款五十元。

1、不服从管理与分配工作。（多次给予开除）

2、对同事恶意攻击或诬告，伪证而制造事端。

3、随意进入厨房，偷吃。偷拿等

4、工作散漫，粗心大意。

5、在更衣柜存放酒店物品。食品或饮料。

6、上下班拒绝酒店管理人员或授权人员的检查。

7、对宾客不礼貌，与宾客争辩。

8、当班时擅自离岗，闲逛，干私人事情。

9、不请假，随意旷工。

（三）。违反一下条款给予辞退或开除，造成经济损失的按原价赔偿，触碰刑法的提交司法机关。

1、偷盗同事财务或公有财物。

2、对上司或同事实施暴力或有重大的侮辱行动。

3、蓄意破坏酒店或他人财务。

4、不服从工作安排，调动指挥。无理取闹影响工作秩序。

5、工作不负责任。损坏工具设备浪费原材料，造成经济损失较大的。

- 6、玩忽职守，违章操作，指挥，造成事故或经济损失较大的。
- 7、包庇员工，对员工所犯错误视而不见，屡教不改的。
- 8、道德败坏，复杂男女关系，向客人索取小费或物品，与客人吵架的。
- 9、连续旷工三天。或月累计三天的
- 10触动刑法，造成影响的，移交司法机关。

以上奖罚项目均由总经理主持并进行落实。

酒店运营方案策划工资多少篇五

酒店位于广东省佛山市南海区南国桃园旅游度假区内，于20xx年1月27日正式对外营业。酒店由法国名师按五星级标准设计建造，占地面积约二十三万多平方米，建筑面积四万八千平方米，总投资超过3.5亿元。酒店由a区、b区和广场三个建筑主体组成，其中a区包括主楼和a区别墅□b区包括新楼和b区别墅。

酒店于20xx年1月27日开业以来，经过了7年市场的考验，已经是一家步入正轨的企业。作为商务度假型酒店，某酒店在市场营销方面有着非常明显的优势，酒店在经营管理过程中总结出了很多值得我们学习的市场营销的策略，这些有效的营销策略使得酒店在残酷的市场竞争中得以暂时胜出。

所谓酒店的产品，是指能够满足客人需要的一切经营项目、设施、设备和各种服务等。企业市场营销活动的中心是满足消费者的需要，消费者需要的满足时是通过提供某种产品或服务来实现的，因此产品是市场营销组合中的一个重要因素。产品策略直接影响和决定其他市场营销组合策略，对企业营销的成败和目标的实现起到巨大的作用，在现代市场经济条

件下，每个企业应致力于产品质量的提高和组合结构的优化，更好的满足市场的需要，取得较好的经济效益。

某酒店在20xx年开业之初，依照自身的市场定位，为顾客提供了多种休闲度假的产品服务，其中包括客房、餐饮、会议、宴会、高尔夫等等。但随着市场的发展，面对如此多的产品和服务，酒店已经显得力不从心了。酒店产品线过宽过长，导致酒店决策不灵活，整合资源，发展自己的强项势在必行。酒店决策层经过商议，决定放弃一部分产品服务，以外包的形式投资入股成立了南国桃园枫丹高尔夫球俱乐部，中餐外包给诚隆酒家和天宝轩两家餐饮企业，而商场、康体等也相应地外包给企业或个人，某酒店则集中资源发展自己的特色产品/服务——会议和客房。事实证明这个决策的正确性，经过资源的整合，产品面的缩减使得某酒店能够集中资源发挥自身的优势，做出自己的特色。

主产品的成功往往少不了辅助产品的有效补充，作为某酒店的主产品——政府、商务会议，其利润的一部分来还是在于其辅助产品——会议点心。某酒店实行“主产品+辅助产品”的产品理念，租借会议室的同时也向客人推荐会议点心，由于会议点心的成本相对较低，与主产品搭配在一起销售，其利润最多可占总利润的50%以上。而且这种“主产品+辅助产品”的产品理念更使得某酒店的产品面不至于过单一，能给客人更多的选择。

酒店产品价格的制定是否合理，将会对产品的销售、利润及产品形象产生很大的影响。经济学家认为：人是讲究经济效益的动物，人们无论要作什么样的购买，都会首先对产品的价格作仔细的、系统的评估和计算。价格是影响消费者购买决策的主要因素。因此，应用价格这个因素努力选择酒店的市场，取舍经营目标中的客源，并采取灵活多变的价格政策，吸引目标市场中的客户，从而在同行业竞争中稳操胜券是非常重要的。

某酒店到目前为止还没进行星级评定，并不是因为酒店没有达到五星级的要求，而是因为酒店客源的特殊要求所决定的。某酒店的客源主要是来自政府机关，而在佛山，政府机关是不可以到四星级以上酒店消费。正是由于这个特殊的原因使得某酒店不能进行星级评定。假如评个四星的话又会降低酒店的层次，怎样能使酒店既有五星级的档次，又能留住政府客源。经过商议，管理层决定，暂时不进行星级的评定，但在酒店产品的价格，服务的标准以及硬件设施方面都以五星级的标准来严格规范，通过这样的价格手段，即提高价格，不断提升酒店高档次商务客人的构成，不断降低以观光旅游、度假为特征的一般性客源成份。