

最新酒店端午节营销策划方案 酒店端午节策划方案(优质10篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。下面是小编帮大家整理的方案范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

酒店端午节营销策划方案篇一

酒家从x月xx日起推出三款新颖的健康特色粽子（价格待定）

- （1）绿茶咸肉粽：清咽利喉，益气养颜。
- （2）豆沙碱水粽：清凉解暑，消食健胃。
- （3）薏米灵菇粽：清热解毒，散风通窍。

酒家拟同时大力推出一系列健康特色菜肴，以强身健体功效明显作为卖点向食客进行促销。

酒家拟在端午节期间结合传统风俗推出“端午佳节品香粽、祛病除疾保健康”的活动。

- 1、酒家在门口设一展示台，将制作精美的粽子和艾草饼进行促销、售卖。
- 2、用香包、艾草对酒家门面进行适当的装饰，楼面再用各色汽球进行装点。
- 3、制作精美的宣传单张和海报进行派发和张贴，以扩大影响力，引导宾客消费。

- 1、宣传单张（由美工负责制作□xx日前完成）。
- 2、报纸广告（由营销部负责，五月底和六月初在xx报和晚报上各做一次广告）。
- 3、海报制作（由美工负责设计，并制作彩色喷绘图加kt板张贴于大堂立柱正面□xx日前完成）。

- 1、宣传单张派发由中餐营销主要负责，其它部门配合。
- 2、散客预订工作由中餐营业台负责。
- 3、常客、协议客预订工作由酒店营销部负责
- 4、促销及预订工作由xxx经理全面负责。

酒店端午节营销策划方案篇二

20xx年xx月xx日。

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。酒店端午节营销方案。

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xx元，燕京纯啤买一送一。

(2) 贵宾厅菜金八折。消费xxx元以上送消费卷xx元，并送ktv下午场。

(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xx元。

[b]消费超过xxx元者再送下午场中包一间，送茶水一壶。

[c]餐饮消费达到xxx元以上者送ktv下午场包厢一间。

4、桑拿中心。

全套xxx元。

送餐饮消费卷xx元。

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。

3、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xxx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xxx张。

酒店端午节营销策划方案篇三

二、负责部门:营销部，餐饮部

三、举行日期:207月20日至8月5日

四、活动目的:

1. 经过夏季美食节这次活动，进一步宣传西苑，扩大知名度。
2. 营造夏季清凉畅快的饮食文化，拉动夏季酒店的餐饮消费。
3. 进一步挖掘潜在客户，增加客源。

五、具体资料

(一) 美食节筹备：

1. 采购菜肴原料，确定美食节的菜肴品种、价格以及优惠措施。
2. 经过报纸媒体、传单、横幅、信息群发等传递此次美食节的信息，引起消费者的关注。

(二) 美食节资料：

1. 举办品牌菜肴形象展示。设固定的展区，展示夏日特色菜品进行菜肴的实物艺术形态。
2. 服务人员的服装贴合本次活动的主题，仪表姿态也应进行必须的要求。

在就餐环境的气氛营造上，需要富有创意和文化内涵的业内人士来策划本次美食节整体环境的布置，基于西苑饭店的院落式布局，可在室外进行布置。消费者在一种良好的氛围下就餐，心境和食欲自然不一样。

(三) 活动促销：

1. 以“夏日好乘凉，开怀享美食”为活动主题，开展啤酒买二赠一活动，夏季啤酒的消费量会很大，成为酒店酒水消费的主力，经过开展买赠活动，吸引更多消费者。

2. 每日推出三到五款特色菜品，扩大特色菜品的理解度，并从中进一步筛选，一便更为消费者理解。

3. 现场活动派发神秘礼品，多重惊喜，意外收获。

(四) 宣传策划:

1. 印制美食节广告彩页随京华时报、新京报附送。

2. 夏季美食节宣传户外幕布，活动主题海报，电梯间宣传海报，活动主题台卡、大堂放置美食节宣传广告牌。

3. 信息群发，消息散播

(五) 费用预算:

1. 媒体广告宣传费用1000+宣传单印刷夹报+信息群发2000=5000元。

2. 赠送礼品费用:按每一天100元计算，合计 $100 \times 8 = 800$ 元。

3. 装饰费用:横副+金布+彩旗+气球等(15天)+杂费=5000元。

酒店端午节营销策划方案篇四

酒家从x月xx日起推出三款新颖的健康特色粽子(价格待定)

(1) 绿茶咸肉粽：清咽利喉，益气养颜。

(2) 豆沙碱水粽：清凉解暑，消食健胃。

(3) 薏米灵菇粽：清热解毒，散风通窍。

酒家拟同时大力推出一系列健康特色菜肴，以强身健体功效

明显作为卖点向食客进行促销。

酒家拟在端午节期间结合传统风俗推出“端午佳节品香粽、祛病除疾保健康”的活动。

酒家在门口设一展示台，将制作精美的粽子和艾草饼进行促销、售卖。

2. 用香包、艾草对酒家门面进行适当的装饰，楼面再用各色汽球进行装点。

3. 制作精美的宣传单张和海报进行派发和张贴，以扩大影响力，引导宾客消费。

1. 宣传单张(由美工负责制作□xx日前完成)。

2. 报纸广告(由营销部负责，五月底和六月初在xx报和晚报上各做一次广告)。

3. 海报制作(由美工负责设计，并制作彩色喷绘图加kt板张贴于大堂立柱正面□xx日前完成)。

1. 宣传单张派发由中餐营销主要负责，其它部门配合。

2. 散客预订工作由中餐营业台负责。

3. 常客、协议客预订工作由酒店营销部负责

4. 促销及预订工作由xxx经理全面负责。

酒店端午节营销策划方案篇五

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。酒店端午节营销方案

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。
 - 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。

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，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。

酒店端午节营销策划方案篇六

1、酒店端午节营销策划

一、时间□x月x日——x月x日

二、地点□xx大酒店

三、活动目标及活动宗旨：

让顾客了解锦江大酒店，打消顾客对消费档次的各种顾虑。

四、公众对象：端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

五、定位：“融融端午情团圆家万兴”在祁阳酒店消费水平日益提高成为一个高档次的状况下，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。

六、促销活动组合

客房部采取“送餐饮消费卷”的经营策略，艾f金开房1间送20元餐饮消费卷。

七、营销活动效果分析

这次策划体现锦江大酒店“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。

八、经费预算及广告策划：

祁阳县城主干道50条横幅广告。费用3500元。由奉总负责。

2、酒店端午节促销策划书

一、总方案概括：

(一)酒店开设亲情粽子套餐(来酒店消费的家庭成员均可参加)。

(二)目标：端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

(三)活动方式：全家“粽”动员

1、粽子所需材料由酒店提供

2、全家一起包粽子

3、专业厨师临场指导

4、煮粽子(酒店提供餐具、家庭成员负责自煮)

5、吃粽子。酒店免费提供：为顾客拍照吃粽子全家福照片。

二、做好前期推广工作(举例)

(一)推广形式

1□xx酒家从五月十八日起推出三款新颖的健康特色粽子(价格待定):

a□绿茶咸肉粽: 清咽利喉, 益气养颜;

b□豆沙碱水粽: 清凉解暑, 消食健胃;

c□薏米灵菇粽: 清热解毒, 散风通窍。

3□xx酒家拟在端午节期间结合传统风俗推出“端午佳节品香粽、祛病除疾保健康”的活动。

1□xx酒家在门口设一展示台, 将制作精美的粽子和艾草饼进行促销、售卖。

2、用香包、艾草对酒家门面进行适当的装饰, 楼面再用各色汽球进行装点;

3、制作精美的宣传单张和海报进行派发和张贴, 以扩大影响力, 引导宾客消费。

(三) 广告宣传

1. 宣传单张 (由美工负责制作, 16日前完成)

2. 报纸广告 (由营销部负责, 五月底和六月初在南山报和晚报上各做一次广告)

3. 海报制作 (由美工负责设计, 并制作彩色喷绘图加kt板张贴于大堂立柱正面, 16日前完成)。

(四) 促销分工

1. 宣传单张派发由中餐营销主要负责, 其它部门配合。

2. 散客预订工作由中餐营业台负责。
3. 常客、协议客预订工作由酒店营销部负责。
4. 促销及预订工作由郑云芳经理全面负责。

三、活动期间准备工作：

1、横幅：“全家‘粽’动员”

2、浸泡过的糯米、粽叶若干；棉线若干；勺子4把；硬币和蜜枣若干；毛巾架；桌子。

3、围兜和一次性手套。

提醒：该端午节活动方案主要是为了给顾客全家提供一个包、吃粽子的快乐平台，让顾客深刻体会到端午节全家人聚集的意义，也能让顾客对酒店留下美好的印象。

3、酒店端午节策划书

【一】活动主题——“融融端午情，健康xx粽”

【二】策划宗旨

- 1、让顾客了解xxx大酒店，打消顾客对本酒店高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、利用现有场地资源，实现多元销售；提升酒店营业额；
- 4、凝聚酒店销售合力，调动全员积极性，捆绑式营业；
- 5、扩大酒店知名度，加强酒店与客户联系。

【三】活动时间5月x日5月x号

【四】公众对象：酒店供货商、机关团体及科局级单位、企事业单位、酒店所有协议客户等。

【五】活动内容

1. 酒店推出三款低、中、高档三款健康特色粽子，印刷标有“天元大酒店”店名包装盒

酒店端午节营销策划方案篇七

XXXXX

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。

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。

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，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识，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。

2、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。

3、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。

酒店端午节营销策划方案篇八

中国传统的端午节将至，为满足大部分游客利用小假期出游的需求，针对该节气推出应季促销活动，并与酒店资源相结合进行推广，同时更好的帮助贵酒店提高淡季客房销售、扩大市场知名度，再次掀起一波销售高潮，携程大力推出“端午佳节，酒店优惠多重好礼”大型促销活动，现特诚邀您共襄盛举！

促销期间，贵酒店将在携程线上、线下平台等多渠道获得充分的品牌展示！

活动期间预订酒店，入住后享受以下优惠：

- 1) 连住优惠/房价优惠
- 2) 赠送免费加油卡（或凭加油卡在退房时抵扣房费）
- 3) 免费加床+免费早餐
- 4) 赠送端午节特色礼盒（粽子礼盒、雄黄酒等）

以上优惠四选一或可多选，礼盒优惠可以根据酒店实际情况自行选择提供，根据选择的内容不同，促销力度不同。

20xx年5月20日

推广渠道：

- 3) 线下销售及sem等其他渠道推广
- 4) 使用“携程消费券”获得返现支持
- 5) 公关新闻发稿

为了使此次的促销取得更好的效果，我们会根据酒店提供的促销产品的竞争力，合理安排宣传的渠道和推荐的力度。

酒店端午节营销策划方案篇九

酒家从x月xx日起推出三款新颖的健康特色粽子（价格待定）

- （1）绿茶咸肉粽：清咽利喉，益气养颜。

(2) 豆沙碱水粽：清凉解暑，消食健胃。

(3) 薏米灵菇粽：清热解毒，散风通窍。

酒家拟同时大力推出一系列健康特色菜肴，以强身健体功效明显作为卖点向食客进行促销。

酒家拟在端午节期间结合传统风俗推出“端午佳节品香粽、祛病除疾保健康”的活动。

1、酒家在门口设一展示台，将制作精美的粽子和艾草饼进行促销、售卖。

2、用香包、艾草对酒家门面进行适当的装饰，楼面再用各色汽球进行装点。

3、制作精美的宣传单张和海报进行派发和张贴，以扩大影响力，引导宾客消费。

1、宣传单张（由美工负责制作□xx日前完成）。

2、报纸广告（由营销部负责，五月底和六月初在xx报和晚报上各做一次广告）。

3、海报制作（由美工负责设计，并制作彩色喷绘图加kt板张贴于大堂立柱正面□xx日前完成）。

1、宣传单张派发由中餐营销主要负责，其它部门配合。

2、散客预订工作由中餐营业台负责。

3、常客、协议客预订工作由酒店营销部负责

4、促销及预订工作由xxx经理全面负责。

酒店端午节营销策划方案篇十

：5月26日——6月10日

锦江大酒店

- 1、让顾客了解锦江大酒店，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”在祁阳酒店消费水平日益提高成为一个高档次的状况下，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)、美食城的菜价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、这次策划体现锦江大酒店“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，加深顾客对锦江大酒店的认识。

4、通过此次营销计划，应实现目标：客房1.2万元/天，餐饮1万元/天，ktv3千元/天，休闲中心1.2万元/天。总计3.7万元/天。

1、祁阳县城主干道50条横幅广告。费用3500元。由奉总负责。

2、祁阳县所有的手机尾数带6、8、9用户地毯式短信覆盖。预计发5000条，共500元。由钟经理负责。

3、租用一台专用宣传车绕城宣传10天。费用xx元。由奉总负责。

4、祁阳县所有的出租车车张贴广告。费用1000元。由蒋部长负责。

5、组织员工上街拉练，散发宣传资料(material)费用300元。由蒋经理、杨经理负责。

6、消费卷制作400张，费用50元。由李姣姣负责。

附：广告词

1、新锦江新娱乐新消费端午节全场赠送惊喜多多

2、新锦江新口味美食城每款菜价10元，啤酒买一送一

3、锦江ktv全新装修改版，倾情推出唱歌送餐饮

4、锦江桑拿中心让您感受夏日冰与火的较量

5、“开心唱歌、畅心用餐”锦江大酒店高贵而不昂贵

6、“天籁之音，魅力互动”来锦江ktv有意外惊喜

7、“融融端午情团圆家万兴”锦江预定酒宴送ktv下午场

1、所有部门的工作服发放到位。由唐四军负责。

2□ktv及餐饮改造完工。由赵总负责。

3□ktv小姐服制作完毕。由唐四军负责。

4、消费卷发放的管理由财务部制定完善。由陶会什负责。

5、所有部门的宣传鼓动及准备工作完成完成。由各部经理负责。