

酒店全年营销工作计划 酒店全年营销计划酒店营销工作计划(精选8篇)

计划是人们为了实现特定目标而制定的一系列行动步骤和时间安排。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

酒店全年营销工作计划 酒店全年营销计划酒店营销工作计划篇一

1、情人节营销计划(2月14日)

以中、青年为主题，推出情侣套餐、情侣洗浴，情侣客房、大型晚会现场速配游戏活动。前50对报名参加的免收夜总会门票费用，并评选出当晚最佳情侣奖，最佳默契奖，最佳人缘奖。以此来吸引我们的目标客户。并同时推出美容卡、健身卡等的销售活动。扩大我们的市场份额，提高竞争力。

2、三八国际妇女节营销计划(3月8日)

举办妇女节酬宾活动，如：被评为优秀的“三、八”红旗手，可免费洗浴，并赠送一定数量的美容产品。举办大型的文艺演出活动，庆祝节日，并慰问工作在一线的妇女，以此扩大社会影响，提高公司的美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

3、植树节营销计划(3月12日)

主动参与政府组织的植树活动或自行组织〈以绿色、健康、环保为主题，突出公司的经营理念〉，参与公益事业，以此来提高公司的美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

4、五一国际劳动节营销计划(5月1日)

以餐饮为主题，推出五一美食七天乐，来酒店用餐，天天有惊喜，天天有优惠。依次来提升长假期间餐厅上座率。同时加大与旅行社的合作，争取更多的旅行团队。

6、端午节(又叫“女儿节”、“小孩节”、“娃娃节”)营销计划(农历5月5日)

随着“餐饮美食节”同期推出“粽子风味大赛”，设置奖项：评出最佳造型奖，最佳口味奖，最佳组织奖，最佳参与奖，最大的粽子和最小的粽子奖。以此来带动酒店的餐饮发展和其他配套设施的盈利。以此扩大社会影响，提高公司的美誉度。父亲节营销计划。7、母7、母亲节营销计划(5月的第二个周日)

评选最优秀的母亲活动，前十名有不同的奖励。邀请优秀母亲到酒店参观并入住酒店，以次来表达酒店对员工劳动成果的肯定，以此说明酒店的员工对母亲的尊敬、崇拜。以此扩大社会影响，提高公司的美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

8、六一国际儿童节营销计划(6月1日)

以儿童为主题，推出“儿童夏令营活动”，从各小学选出年度最优秀的学生共计100人，由公司出费用组织带领儿童旅游，举办篝火晚会活动，并免费洗浴一次。随团记者随时报道有关活动情况，以获得免费的新闻宣传。以此扩大社会影响，提高公司的美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

9、父亲节营销计划(6月的第三个星期天)

以“我最敬爱的父亲”为主题，做一期有奖征文活动，获奖

作品将免费刊登在媒体上。并举办以“父亲”为主题的一台诗歌文艺晚会。并评选出最优秀的文章，前十名分别有不同的奖励。

10、七一党的生日营销计划(7月1日)

以“党的生日”为主题，庆祝中国共产党成立82周年，举办大型的文艺演出活动，并给予被评为“优秀的共产党员”的同志免费提供洗浴门票及节日礼品。此次活动需政府配合。以获得免费的新闻宣传。以此扩大社会影响，提高公司的美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

11、八一建军节营销计划(8月1日)

以“军人”为主题，以庆祝中国人民解放军建军为契机，举办大型慰问武警战士活动，如消防支队，通过赠送物品或提供厨师上门服务等活动，从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

12、七七中国情人节营销计划(农历七月初七)

以“中国人自己的情人节”为主题搞台文艺晚会，以中、青年为主，推出情侣套餐、情侣洗浴，大型晚会现场速配游戏活动。前50对报名参加的免收洗浴门票费用，并评选出当晚最佳情侣奖，最佳默契奖，最佳人缘奖。以此来吸引我们的目标客户。并同时推出美容卡、健身卡等的销售活动。扩大我们的市场份额，提高竞争力。

13、教师节营销计划(9月10日)

以“我最敬爱的老师”为主题，推出有奖征文及诗歌比赛。对被评选为“年度优秀教师”的，给予免费提供一次洗浴门票及其他节日礼品。获奖作品也有相应的奖励。并与几家大专

院校合作搞一台别开生面的师生联谊会。以此体现公司尊师重教，以获得免费的新闻宣传。借此扩大社会影响，提高公司的美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

14、中秋节营销计划(农历八月十五)

以“迎中秋、庆团圆”为主题，举办歌舞冷餐酒会来答谢酒店重要客户，以次来维护酒店与客户的关系。同时推出中秋月饼系列，中秋礼包等，并在楼顶花园赏月。借此扩大社会影响，提高公司的美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

15、重阳节营销计划(农历九月初九)

“九九重阳登高处，每逢佳节倍思亲”。以“思乡”为主题，酒店给你家的温暖，搞一次郊游活动。针对酒店离家在外的人士。以次来表达酒店对员工的关爱，提升酒店的企业文化和员工对酒店的凝聚力。

16、国庆节营销计划(10月1日)

以餐饮为主题，推出十一美食七天乐，来酒店用餐，天天有惊喜，天天有优惠。依次来提升长假期间餐厅上座率。同时加大与旅行社的合作，争取更多的旅行团队。

17、圣诞节营销计划(12月24—— 12月25日)

以圣诞节为主体，举办圣诞节狂欢文艺晚会. 推出集餐饮、客房，康乐为一体圣诞套票系列。通过强有力的销售措施，以此来提升酒店的经济收入。

18、元旦营销计划

举办元旦文艺联欢晚会，邀请各界知名人士及会员参加，加强与他们的沟通，巩固客户的忠诚度。并加强会员卡的销售工作，并告知我们的下一年度的计划，会推出哪些产品及优惠措施。借助媒体宣传，扩大社会影响，提高公司的知名度、美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

19、春节营销计划

春节期间以餐饮为主题，推出餐饮+客房为主的套餐系列，消费送大奖，幸运大抽奖活动。同时推出“年货”系列。以此来带动酒店的经济收入。

20、元宵节营销计划。

元宵节期间搞优惠大酬宾活动，以洗浴、美容、美发、美体为主。邀请各界知名人士及会员参加，搞一台大型的猜灯谜文艺晚会，互动点歌，互送祝福等活动；组建一只文艺宣传队，到各个社区、机关、单位搞义演活动（秧歌、舞狮、舞龙、高跷、舞蹈等），借此扩大酒店的知名度及社会影响，提高酒店的美誉度。会员免费吃元宵。消费送大奖，幸运大抽奖活动。并加强会员卡、洗浴年卡、健身卡、美容卡的优惠销售工作，发展新客户、维护老客户，巩固客户的忠诚度。借助媒体宣传，扩大社会影响，提高公司的知名度、美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

21、店庆营销计划

以酒店5.28日店庆为主题，推出以酒店餐饮，客房，康乐为主题的系列优惠促销活动。如：赠送酒店周年纪念品，优惠券，赠品等。

酒店全年营销工作计划 酒店全年营销计划酒店营销 工作计划篇二

3. 完成赵总下达的各项工作指令。
4. 每天电话拜访5家商务客户，接待重要客户的入店及离店。
5. 早上大堂值班，交换2张陌生客户卡片，听取客人反应意见。
6. 完成每天工作日记，主要记录当天发生的事件及跟进情况。
 1. 跟进3位大客户□xx制衣有限公司;xx布业有限公司;xx国际。联系感情,了解春交会的消费动向及最近住房安排。
 2. 跟进有赠送客房的商务公司预约上门拜访。
 3. 陌生开发客户5家并跟进成为优质商务客户。
 4. 跟进正邦集团公司4月18号以及宸煜服装公司4月17号的住房安排，尽早确定住房名单，做好控房。
 5. 针对性地拜访与广交会有关的各个公司.
 6. 完成季度客户答谢会的操作方案。
 7. 跟进春交会期间的房间价格是否作调整,及宣传工作。
 1. 4月14号设立春交会期间用车宣传水牌。
 2. 4月14号之前确定宸煜服装公司订房的确定数量
 3. 4月17号作好宸煜服装公司的服务接待工作。提前与客人确定用餐人数及住房准确名单或数量。

5. 跟进青松布业公司广交会期间的订房。
6. 新开发商务公司20家, 四月份住房650间.
7. 另强客户拜访, 发觉客户的需求, 统计客户类型。
 - 1、积极应对四月份住房小高潮, 做好服务工作, 确保优质的服务。
 - 2、不断开发新客源. 以抢占更多的市场份额.
 - 3、国际劳动节、父亲节及儿童节的促销方案。
 - 4、由于二, 三季度属于淡季节, 制定定期促销活动, 如消费送现金券等。
 - 5、端午节种子的销售。
 - 6、5月31号将完成中秋节目标客户群的客户名单安稿, 为中秋节月饼销售做准备。
 7. 完成下达的各项工作指令, 协助赵总完成各项工作。

酒店全年营销工作计划 酒店全年营销计划酒店营销工作计划篇三

x年, 营销部的主要工作之一将放在提高散客入住率上。我们拥有大多数酒店不具备的优势, 那就是良好的区位优势与便利的交通条件。我们会利用所有可能的工具(网络、报刊、杂志及短消息的应用)加大对酒店的宣传力度。力争全年在散客的入住率上有较大提高。

x年营销部拟定在旅游黄金周到来之前, 利用周末的休息时间, 到省内几大的旅游城市(张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山

等)进行走访，与地州市的各大旅行社之间建立起长期的合作关系，使得这些旅行社有意向将团队安排到我们酒店，以确保酒店客房的收入。

x年营销部会根据不同的节日、不同的季节制定相应的营销方案，综合运用价格、产品及渠道策略将酒店的客房，棋牌，餐饮组合销售。使酒店在竞争中始终处于主动的地位，以限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

a□会议计划收入为13万，理想目标是完成15万。

b□会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。

c□由营销部带来的餐饮收入突破40万

新的一年，我们必将继续探索，继续学习，我们希望又会有忙碌而充实的一年，但是明年再回过头来总结的时候，我们希望不再留有遗憾。我们不奢望尽善尽美，但希望营销部在新的一年里，各项工作都有起色，有突破，有创新，最终当然要有不错的业绩。

酒店全年营销工作计划 酒店全年营销计划酒店营销工作计划篇四

通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝愿。今年计划在恰当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善20__年市场营销部销售工作计划完成任务及业绩考核管理施行细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。

营销代表施行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客

户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日志志综合考核营销代表。

督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解搜集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天候”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特别和有针对性服务，限度满意宾客的精神和物质需求。

制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

经常组织部门有关人员搜集，了解旅行业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，把握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

__年，营销部将在酒店领导的准确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

酒店全年营销工作计划 酒店全年营销计划酒店营销 工作计划篇五

1、外部宣传和促销

(1) 岛内外新闻媒体的全面合作，除正常的广告播放和栏目的合作，同时抓住时机策划和炒作一些临时性的新闻报道宣传，提高酒店的知名度和美誉度。

(2) 交通工具上的宣传：

如：飞机上的介绍和代理订房业务，海口、三亚豪华巴士的宣传和代理订房业务。

(3) 人员促销、交易会促销、信函促销，通过旅行社宣传，电子邮件，其它媒体等。通过以上方法和其它宣传促销宣传网，把客人吸引进来。

2、内部宣传网

客人进店要促成每项消费，就必须把每项服务介绍给他们，这样就需要建立内部宣传网——自走进酒店的大厅开始，就能了解酒店的基本设施情况(制作总体设施灯箱和图片)，走进电梯，又能进一步看到图文并茂的宣传广告，到了客房，除了一些重点介绍的项目外，还有一本图文并茂的服务指南，除了各项设施的介绍图片，计费方法、电视节目、菜谱(含图片)外，还有酒店的背景资料和名人来访图片资料及企业文化的内容等，。同时还有酒店位置图。各项交通设施和旅游景点的介绍、相应的地方风土人情等。打开电视应在整点插播酒店介绍专题片。

3、内部消费链的促成

通过内部交叉宣传网将内部各营业部吸引客人的方法介绍给

客人，并制作住房折扣卡赠送等完成内部的消费链的构成。

酒店全年营销工作计划 酒店全年营销计划酒店营销 工作计划篇六

1、区市场分析预测

近几年来随着社会的发展、人们的思想提高，旅游业的增加，使得经济发展迅速，目前酒店业在市内十分看好。从市场角度分析，现在中抵挡酒店市场日趋饱和，高星级酒店在两年内竞争不算激烈，可以从中采用各种应对措施稳定客源。

2、竞争对手分析

对于每个酒店来说，每个同档次的酒店都是自己的竞争对手，甚至某些不同档次的酒店也成为潜在竞争对手，但从目前情况看，在本市的竞争对手的不是在市区的星级酒店，而是附近的几家连锁酒店。连锁酒店都是依照总店的经营模式定位，而不会根据实地的实际情况定位。

3、本酒店竞争能力分析

本酒店的优势：1、本酒店属于自创酒店使用自己的模式和定位，可根据人们的消费水平自行调价来提高住客率，不用按照连锁酒店的模式给予定价，可根据当地的实际情况（淡、旺季）随时推出活动，打造几间独特的婚房，从这方面就有一定的独占性和排他性。

4、销售模型制定

为使销售过程与销售小组活动的关系正常化，制定顾客发展模型，对顾客进行销售前研究，以收集并预测顾客愿望，分析其销售潜能；然后探索和分析其特定需求，进行个性化销售宣传，决定竞争者类型及范围；接下来制定满足目标顾客

需求的明确的协议书，以得到顾客的认同；第四步是实施具体策略营销，尝试添加满足或超越顾客需求的增值产品或服务；第五步，随时追踪监控服务反馈信息，保证顾客满意最大化；最后是了解时尚趋势，精心研究客户未来需求以保持和扩大伙伴关系。

5、全年本酒店客源预测

全年稳定客源首先是关系户，协议客户，老客户，旅行社，维护新客户。

1、全年酒店目标

全年我店的主要目标市场应确立为商务市场为主导（包括商务散客、商务会议、），旅游市场为辅。商务市场的开发，我们必须着力拓展商务会议团队，不但只是附近地区的，而且要把触角发展到其他县、区，提高酒店的知名度和美誉度，把酒店打造成为本市知名商务品牌。保证顾客的忠诚度，为今后的竞争打下基础。

根据淡旺季不同月份、各黄金周制定不同的促销方案，做为各月份工作重点和目标。

1、从内部管理入手，提高保安综合素质。

建立目标管理责任制，层层分解落实工作任务，有效地解决干与不干、干好与干坏都一样的被动局面，起到鼓励先进、鞭策后进的作用。制定全年工作目标，将各项任务分解落实到各班组及员工，使人人有目标、有任务，个个有压力、有动力。

2、努力提高业务素质，增强处理突发事件的能力，培养一支纪律严明，作风顽强的保安队伍。

首先、做好思想工作，加强业务培训，培养员工吃苦耐劳和爱店如家的思想。各级管理人员要融入队员中，和队员一起训练，以便发现问题，有针对地解决问题。其次、增强服务意识，提高为客服务能力。在工作中要尊重客人，主动向客人打招呼，主动礼让。再忙也不能怠慢客人、忽视客人，必须用心服务，注重细节，追求完美。第三，必须注重策略，理解客人，尊重客人。对待客人的无理要求或无端指责，要采取引导和感化的方法，不能和客人发生正面冲突。教育员工从心里明白我们所做的一切，都是为了客人的满意。

3、利用行业优势，加强保安信息工作。

首先，根据公安、消防部门的要求，充分发挥保安部的职能作用，严格管理，严格要求，切实落实好各项安全防范措施，保证饭店的正常秩序。其次，加强与公安、消防部门的沟通，协助饭店把好用人关，进一步净化饭店的治安环境。及时消除各种不安全隐患，有效的遏制各类事故的发生，确保饭店各项消防工作安全顺利。

4、加强各种设施设备的维护保养，提高技防工作效率。

首先、完善维保制度，明确维保责任。根据不同设备、不同区域，明确维保责任和工作流程，确保设备处处有人管，件件有人护。其次、制定具体的维护保养计划，确保设备在规定的时间内能得到维护保养。第三、执行正确的维护保养技术标准，以技术参数为核心准确的反映设施设备的运行状态和维护保养的情况，整体提高维护保养的水平。第四、加强消防检查人员的业务素质和业务水平，凭借过硬的业务技能，保证设施设备维护工作的有序进行。

5、做好协调工作，加强业主单位员工的消防安全意识。

广泛开展消防安全宣传教育，利用大家喜闻乐见的形式开展消防宣传活动，普及消防知识，对具有典型教育意义的案例，

要及时对业主单位进行报道，形成互动，使大家充分认识火灾的危害性，增强做好消防安全工作的自觉性。

酒店全年营销工作计划 酒店全年营销计划酒店营销工作计划篇七

2015年，营销部的主要工作之一将放在提高散客入住率上。我们拥有大多数酒店不具备的优势，那就是良好的区位优势与便利的交通条件。我们会利用所有可能的工具(网络、报刊、杂志及短消息的应用)加大对酒店的宣传力度。力争全年在散客的入住率上有较大提高。

2、加强与各大旅行社间联系

2015年营销部拟定在旅游黄金周到来之前，利用周末的休息时间，到省内几大著名的旅游城市(张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山等)进行走访，与地州市的各大旅行社之间建立起长期的合作关系，使得这些旅行社有意向将团队安排到我们酒店，以确保酒店客房的收入。

3、加强主题、价格、渠道营销策略的应用

2015年营销部会根据不同的节日、不同的季节制定相应的营销方案，综合运用价格、产品及渠道策略将酒店的客房，棋牌，餐饮组合销售。使酒店在竞争中始终处于主动的地位，以最大限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

4、加强部门间的沟通协作

5、具体的目标明确

a□会议计划收入为13万，理想目标是完成15万。

b□会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。

c□由营销部带来的餐饮收入突破40万

酒店营销年度工作计划(四)

酒店全年营销工作计划 酒店全年营销计划酒店营销 工作计划篇八

第一个阶段：入流

这个阶段营销的根本目的是要强调xxx大酒店对xx酒店业的介入，对健康养生、尊荣品位的态度和观点。而目前针对xx或者是xx的旅游景点是无法给酒店带来一定量的旅游观光团队，建议本阶段主要把宣传重点放在开发区周边企业的政治与商务接待上面来。把目标市场做详细的市场细分，并根据细分市场去又针对性的去宣传推广，以达到在xx酒店行业以最快的速度占领市场份额。

第二个阶段：主流

这个阶段中，随着xxx大酒店在xx酒店业市场有一定的市场份额及品牌效应，针对xx当地的人文生活习俗，制定相应的特色产品及特色产品组合，做到在xx酒店业起着领头羊的作用，引领当地酒店的发展方向，避免其他竞争者抢占酒店客源。

第三个阶段：上流

随着酒店特色及品牌效应的形成□xxx大酒店将成为高端群体私人会所或俱乐部□xx及周边产业的定点酒店。

1. 地理位置一般，周边靠近xx市区，有直达高速公路；1小时可达xx□x市区。

2. 多功能综合体：各式豪华客房、商务中心、会议室、宴会厅□spa□健身中心及各类特色佳肴。

3. 同行业竞争略显优势：除xx大酒店之外□x国际大酒店□xx大酒店□xx酒店等都不具备相应的竞争能力。

4. 目标客户清晰□xx申禾自有客户、附近单位人员，以及本地高端人士。可延伸至外来散客。

xxx大酒店是xx首家按照高标准打造的精品商务型酒店。是一家集商务、餐饮、休闲、观光的四精品园林式酒店。

1、各xx部委办局约45家

2□xx当地有消费潜力的大型企业约40家总计可签约的客户为100家。