

最新酒店合作计划书 酒店营销计划书酒店营销工作计划(实用7篇)

人生天地之间，若白驹过隙，忽然而已，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，一起对今后的学习做个计划吧。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？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。

酒店合作计划书篇一

在今年抓“三标一体”6s管理的推行认证过程中，酒店召开了多次专题会，安排了不同内容的培训课，组织了一些验审预检等。这些大大促进并指导了酒店管理工作更规范地开展。同时，酒店引进国内外先进酒店成功经验，结合年初制定的管理目标和工作计划，酒店及各部门全年主要抓了八大工作。

(一)以效益为目标，抓好销售工作

1、人员调整。酒店销售部划开前台等岗位，仅销售人员上半年就有x名，是同规模星级酒店的2倍多。酒店总经理班子分析原因，关键是人，是主要管理人员的责任。因此，酒店果断地调整了销售部经理，并将人员减至x名，增强了留下人员竞争上岗意识和主动促销的工作责任心。

2、渠道拓宽。销售部原来分解指标因人而定，缺少科学依据。酒店下达的经营指标却难如期完成。针对上半年出现的缺少市场调研、合理定位、渠道划分种种问题，总经理班子在调整了部门经理后，研究通过了下半年度的“销售方案”。其中在原有协议公司、网络订房、上门散客仅三条自然销售渠道的基础上，拓展增加了会展、团队、同行、会员卡等渠道，设渠道主管专人负责，并按各渠道客源应占酒店总客源的比例，相应地按比例分解指标。这样，一是划分渠道科学，二为分解指标合理，三能激励大家的工作责任心和促销的主动

性，四可逐步再次减员增效，五则明显促进了销售业绩的提升。

3、房提奖励。根据本酒店市场定位为商务型特色酒店，以接待协议公司商务客人和上门散客为主，以网络订房、会展团队等为辅的营销策略，总经理班子参照同行酒店“房提”的一些成功经验，制定了对销售部前台接待人员按高出协议公司价售房后予以一定比例提成的奖励。这一房提奖励政策，极大地调动了前台接待员促销热情和服务态度，使酒店上门散客收入由上半年x万元升至下半年x万元，升幅约为x%□

4、窗口形象。销售部前厅除充分利用酒店给予的房提政策，加大促销力度外，还特别重视塑造酒店的窗口形象。其一，合理销控房间，保证酒店利益最大化。例如，在今年的车展、房展期间，合理的运作，保证客人的满意，也保证了酒店的最大利益，连续多天出租率超过100%，而平均房价也有明显的提高。其二，完善工作流程，确立各种检查制度。加强对前厅在接待结帐、交接班等工作流程上的修订完善，尤其是结帐时采用了“宾客结算帐单”，减少了客人等待结帐的时间，改变了结帐的繁琐易错。加强主管的现场督导。通过增加主管去前台的站台时间，及时解决了客人的各种疑难问题，并对员工的微笑服务方面起到了检查督导作用。加强主管和领班的双检查工作。要求主管和领班对每天每班的户籍登记等检查并签字，增强主管、领班的责任心。今年户籍登记、会客登记、上网发送等无发生一起错登漏登现象。总之，前厅部在总经理的带领下，层层把关，狠抓落实，把握契机，高效推销，为酒店创下了一个又一个记录，上门散客由原来占客房总收入的x%提高到x%□最高日创收为x元，最高日平均房价为x元；全年接待宾客x万人次，接待外宾x万人次。

5、投诉处理。销售部尤其前厅岗位，是酒店的门面岗位，也是客人咨询问题、反映情况、提出建议、投诉不满等较为集中的地方。本着“宾客至上、服务第一”和“让客人完全满意”的宗旨，从部门经理到主管、领班，直至前台接待人员，

除了能做到礼貌待客、热情服务外，还能化解矛盾，妥善处理大大小小的客人投诉。一年来，销售部共接待并处理宾客投诉约x起，为酒店减少经济损失约x元，争取了较多的酒店回头客。

此外，销售部按酒店总经理班子的要求，开始从被动销售到主动销售、从无序工作到有序工作、从低效谈判到中效谈判、从无市场调研分析等无基础管理到每月一次市场调研分析和客户送房排名等等，直接赢得了销售业绩的显著回升。下半年共创收x万元，比上半年增额x万元，增幅约为x%□

酒店合作计划书篇二

通过专业实习熟悉酒店企业的业务和管理情况培养学生独立开展工作能力分析问题、解决酒店管理中实际问题能力为成为一名合格的酒店中高级专业人才打下良好的基础。

二、酒店管理专业实习领导小组名单

组长成员实习指导老师酒店1班酒店2班

三、实习指导老师职责

- 1、协助学院及系做好学生的实习动员工作及其它各项准备工作。
- 2、学生下点时实习指导教师应陪同前往做好学校和实习单位的衔接工作帮助学生迅速进入工作岗位。
- 3、学生实习期间指导教师至少应去学生所在实习单位巡视3次。
- 4、学生实习期间保持与所指导学生的联系解决学生在实习过程中的各类困难及问题。

- 5、对违纪学生提出处理意见。
- 6、填写各类相关表格提出学生实习等意见。

四、学生实习要求

- 1、按照实习大纲和实习教学计划的要求按时参加和完成实习任务服从指导教师、专业技术人员的指导记好实习周记按时完成实习作业写好实习报告。
- 2、严格遵守实习纪律和实习单位有关规章制度遵守社会公德和交通秩序注意人身和财产安全防止各类事故发生。
- 3、因病、因故不能参加实习者应在实习前书面提出书面申请并提供医院证明等相关材料向学院办理请假手续实习期间请假按有关请假制度执行。
- 4、实习结束后学生应将《营口市经济技术学校实习报告》、《营口市经济技术学校学生实习周记》参加专业实习、岗位实践同学填写等材料送交指导教师评阅。

五、实习考核与成绩记载

- 1、学生按照实习计划和实习大纲完成实习教学任务经考核合格取得相应学分。
- 2、学生实习考核内容与成绩比例实习态度与实习纪律占20、业务能力与水平占50、实习周记、实习报告或作业的完成情况占30。
- 3、无故不参加实习或实习全过程缺勤在三分之一及以上者实习成绩视为不及格。
- 4、指定专业实习期间未经学校同意私自调换实习单位的无实习成绩不能取得学分。

5、学生实习成绩按优秀、良好、中等、及格和不及格五级评定原则上呈正态分布严格控制优秀比例一般优秀率不大于20。

六、实习具体安排

3、住宿安排本学期结束退出学校的住宿既最后一年不缴纳住宿费学院提供一间教室作为临时仓库。堆放实习学生不需带深圳特区的各类用品。

七、注意事项

1、实习学生在实习过程中应与我校委托的深圳特区指导教师及学院指导教师保持信息联络的畅通。

2、严重违反酒店规定的行为在受到酒店处理的同时学院将按校纪校规给予相应的纪律处分旷工按一天七节课计算实习成绩不合格者不予毕业。

3、指定实习阶段原则上不予更换实习企业。确因其它原因其更换的程序如下

1学生向我校委托的深圳特区指导教师提出书面申请说明理由。

2深圳特区指导教师向我院指导教师提出处理意见。

3我校指导教师进一步了解具体情况。确认是由于实习企业不适合学生实习向实习领导小组提出更换建议。

4实习领导小组讨论决定是否给予更换。5未得到同意而离开实习单位的将给予相应的纪律处分。

酒店实习计划范文篇二：

(一) 实习目的

顶岗实习是人才培养方案中的重要组成部分，是学生理论联系实际的重要环节。顶岗实习的主要目的是让学生熟悉现代酒店业的组织及整体运作模式，掌握酒店业主要业务部门的工作程序与方法，提高分析问题和解决问题的能力，培养良好的职业素质和团队精神。使学生初步具备岗位独立工作的能力，为学生的就业和专业发展奠定基础。

(二) 实习要求

1. 全面熟悉和理解现代酒店业经营、服务与管理理念；
2. 熟悉现代酒店业组织结构及整体运作模式；

(三) 实习纪律有注意事项

1. 严格遵守实习单位的规章制度，服从实习单位的管理和工作安排。
2. 严格遵守学院有关顶岗实习的管理规定，听从指导教师和专业人士的实习指导，认真完成顶岗实习任务。
3. 遵守职业规范、设备操作规程和作息制度，遵守社会治安管理条例和食品安全法规，提高个人安全保护意识。
4. 文明礼貌，谦虚谨慎，勤奋工作，努力学习专业技术和岗位技能；尊敬领导，团结同事，密切企业合作关系，维护学院声誉。
5. 遵守职业道德规范，保守技术机密和商业机密，不做任何有损实习单位利益的事情。

二、实习项目内容

1. 酒店企业宏观认识

了解酒店目前运营状况、市场定位、发展前景。

2. 酒店基础操作培训

托盘培训、标准的铺台摆位

3. 服务操作流程

4. 对菜单的工作流程

对本酒店菜单与菜肴的了解、了解本酒店出菜顺序与配套器械、上台操作菜的操作方法

5. 前厅与客房服务工作流程

检查核对房态、客帐夹、熟悉预订工作流程、交接班注意事项、熟悉客房操作工作流程、现场巡查处理突发事件、处理客人投诉的步骤。

三、实习报告要求

(一) 实习报告的内容要求：

1. 实习工作简历：包含实习时间，实习单位、岗位名称及实习的工作项目；

2. 实习工作总结：

(1) 对顶岗实习的认识和态度；

(2) 对实习单位和行业概况的了解；

(3) 实习任务的完成情况；

(4) 实习工作的收获、成绩和经验教训；

(5)对专业课程的设置和教学方法提出建设性意见。

(二)实习报告的要求:

1.广泛搜集资料。

2.以事实说话,从材料中提炼观点,材料与观点统一;讲问题应实事求是,提建议应具体明确,谈体会应中肯独到。

3.层次清晰,结构合理,文字简洁明了,语言通俗流畅。

四、实习考核与成绩评定

(一)顶岗实习考核的依据:

顶岗实习考核的依据是“顶岗实习鉴定表”、“顶岗实习日志及周记”和“顶岗实习报告”三份材料。

材料要求如下:

1.“顶岗实习鉴定表”是对学生顶岗实习的评价性材料,其中包括“自我鉴定”、“单位鉴定”和“指导教师鉴定”三部分。“自我鉴定”要求简要总结个人顶岗实习工作、主要收获和存在的问题。“单位鉴定”和“指导教师鉴定”需有对学生顶岗实习的评价等级和指导教师和教研室主任的签名。

2.“顶岗实习日志及周记”是学生对个人顶岗实习的原始记录,要求及时如实地填写。3.“顶岗实习报告”是学生顶岗实习的总结性材料。内容包括以下几个方面:(1)总结个人对顶岗实习的主要工作的认识和表现:

(2)总结个人顶岗实习的主要工作内容及完成情况:

(3)总结个人顶岗实习的主要收获和教训,并进行深入的分析、思考和提炼,达到由感性到理性的升华。

(4) 字数3000字以上。

(二) 顶岗实习考核成绩的评定

3. 顶岗实习考核的总成绩包括顶岗实习鉴定、实习日志及实习周记以及顶岗实习报告

三个部分，由实习指导教师分别按4：3：3的比例进行综合评定。

(三) 顶岗实习的成绩：

最终成绩按优、良、中、及格和不及格五个等级登记。(90-100分为优;80-89分为良;70-79分为中;60-69分为及格;60分以下为不及格)

(四) 顶岗实习的纪律：

若严重违反实习纪律，造成恶劣影响或抄袭他人实习报告者，实习成绩以不及格论处。

五、其他

(一) 实习单位落实

1. 选择实习单位的基本原则与要求

(1) 选择与本专业紧密联系的对口企事业单位实习；

(2) 选择与本专业相关的企事业单位实习；

(3) 鼓励自主创业实习。

2. 实习基地建立

(1)全方位积极联系与本专业对口的企事业单位，调动所有教师参与实习基地开发。(2)逐步建立专职或兼职实习指导教师队伍，专职从事实习基地的开发。

(3)与学院就业中心紧密配合，开拓实习基地。

(4)利用行业协会、专业委员会合作的优势进行实习基地的开发。

(二)对实习指导教师的要求

1.尽量选择“双师”型具有丰富实践经验和实习指导经验，以及较强的人际交往能力的教师担任实习指导教师。

2.指导教师在实习期间对学生应严格要求，全面关心，耐心指导，具体做到：

(2)对学生进行学习、技能、生活、礼仪和人际交往等方面的指导；

(3)与学生、实习单位保持经常联系，及时了解和发现实习中存在的问题并帮助解决；要按时与实习单位交流情况，以取得其帮助和支持；要定时向系部汇报实习进展情况，重大问题要立即报告；要定时向实习学生通报和传达学院的相关信息和具体要求。

酒店实习计划范文篇三：

一.时间：__年7月上旬-----__年8月中下旬

二.地点：扬州人家国际大酒店

三.预期目标：

1.了解酒店运营流程及相关的管理知识

2. 熟悉酒店p(plan),d(do).c(check).a(act)模式的运转. 3. 锻炼人际交往能力和涉外交际能力.

4. 领会餐饮营销策略.

5. 深入团队，培养团队意识.

四. 具体内容:

第一周(前台服务部)

自身目标:

1. 了解前台服务部在酒店服务中的运营模式.

2. 掌握一定的对客服务技能.

工作细则:

1. 推行”微笑”服务. 博恩. 希思曾提出: ” 1: 25裂变” 理论, 赢得一位客人, 就有可能给酒店带来25位隐藏客人。

2. 加强门童, 引座员, 迎宾和前台咨询员的职业技能, 培养职业意识, 人的动作是由内而外所发出的过程, 服务意识的培养十分必要.

3. 及时回答客人所提出的疑问, 重视客人的投诉和反馈的情况.” 千里河堤溃于蚁穴” 一个小小的失误或许潜藏着巨大的危机.

4. 做好vip客人的和优惠工作, 及时向vip客人反馈信息和必要的问卷调查, 找出存在的服务漏洞. 对住店客人和用餐客人发放小礼物, 体现人性化服务.

5. 行李生及时给顾客拿行李年，客人需要寄存物品，为客人办好寄存手续.

期望目标:

1. 使客人享受贴心服务，增加顾客的满意度.
2. 架起酒店与顾客沟通的桥梁，使顾客的问题得到妥善的解决. 第二周(餐饮部)

自身目标;

1. 了解餐饮部运营环节及主要部门的职能.
2. 增强对餐饮活动的领导力和敏感度.
3. 协调各部门之间的联系，集中主打”组合拳”.
4. 将中. 西餐厅，酒吧等营业点的理论知识应运实践.

工作细则:

1. 加强部门合作，培养团队精神，增强员工的向心力和凝聚力，以期达到1+12的效果.
2. 注重创新，在海盗的世界里，第二名永远是败者. 因此对菜品方面要不断推陈出新，满足顾客”日新月异”的服务要求.
3. 餐厅用餐是注意察言观色，注意客人的举止，言谈. 如：四川的客人可以征求将菜品口味加重的建议，而江苏的客人可以征求将口味加稍甜的建议. 上菜顺序遵循”咸者宜先，淡者宜后，无汤者宜先，有汤者宜后，厚者宜先，薄者宜后，席客食饱而脾困矣，宜以辛酸以振动之，宾客酒多而胃困矣，宜以酸甘以提醒之.”

4. 注意服务质量控制，从预先控制，现场控制，人力控制和反馈控制入手进行。

期望目标：

1. 增加顾客的满意度和回头率。
2. 在控制成本的同时，拓宽服务市场，使顾客的多样需求得到满足。
3. 注重细节，从顾客的言谈举止出发，拥有超前意识。
4. 形成团队精神，消除”各自为政”的局面。

第三周(宴会部)

自身目标：

1. 将理论知识与实践经验相结合。
2. 亲身体会宴会承办, 销售和运转的管理细节。
3. 了解宴会承办的设计技巧和服务细节。

工作细节:1. 宴会正式确认后, 各有关部门发布一份宴会通知书, 明确工作细节。

2. 宴会前成立专门宴会承办组, 配备经理, 厨师, 服务员, 酒水员等等. 统一命令, 宴会前10---15分钟, 由主管人员开会分配各项任务和注意事项。

第四周(客房部)

自身目标：

1. 掌握客房部的职能和运转管理
2. 培养独立处事和房内服务技巧.

工作细节:

1. 定期浏览网页, 详细登记房客预定情况, 电话预定亦是如此.
2. 客房明亮宽敞, 清新的空气, 可准备室内盆栽, 如: 兰草等, 既具观赏性, 又助清新空气.
3. 对客房内设施进行定期检查, 维修, 床单, 布草之类定期洗换.
4. 注意送餐服务, 注意礼貌礼节, 当主人不在时由客房服务员陪同进入.
5. 客房送餐服务与客房部关系密切, 往往需要相互配合.

期望目标:

1. ”民以食为天, 食以礼为先, 礼以筵为尊, 筵以乐为变.” 因此做好宴会管理不但可以增加酒店收入更可以为酒店树立良好的口碑.
2. 提高客房的入住率, 减少客户投诉.

第五周(营销策划部)

自我目标: 1. 明确营销策划的内涵.

2. 掌握营销策划的技巧.

工作细节: 1. 营销包括: 餐饮产品营销, 服务营销和广告包装, 营销人员应将三者统筹兼顾.

2. 城市举办大型的展览活动, 营销人员要随机宣传本酒店的特色产品和优质服务.

3. 印发宣传册, 提高酒店的知名度.

4. 承办大型的宴会活动, 提高酒店的社会形认知度.

1. 后勤部: 保持前台的整洁度, 对大堂pa实行” 分区管理制” 和责任落实到个人.

2. 餐饮部: 市场部负责调查市场, 深入市民作出详细的药膳市场分析, 餐饮部推出药膳系列. 古语有云” 医食同宗”, ” 药疗不如食疗”, 加之现代人注意养生之道, 药膳发展的市场应该比较开阔.

3. 市场部:a.组织一部分人专门组成” 市场动向观察小组”, 主要负责原料成本价格走向和近期顾客的消费需求动向.

b.做好联合计划, 加强周边酒店的交流合作, 形成” 共赢” 的局面.

4. 宴会部: 影音, 灯光和室温适合宴会的气氛, 注意在场景上的设计.

5. 营销策划部: 开展试吃会, 菜品展览会, 借中外节日之机推出主题餐厅和套菜菜单

酒店合作计划书篇三

一、前厅部:

1、维护前厅整体形象, 安排保洁对大厅内外玻璃擦拭清扫, (需要田经理配合, 周二开始)。

- 2、前台更衣柜跟进，本周到位。更衣柜到位后将更衣室整体规范化，制定卫生管理制度并落实(更衣柜到位后，进行卫生监督检查，每天如此)
- 3、前台仪容仪表规范化，要求工装、头花工鞋规范化、化淡妆(周二开始发夏装)
- 4、强化对客服务语言规范化、简练化、业务培训加强业务熟练度
- 5、培训前台积极与各部门配合，减少摩擦，做好与各部门中转调度工作(中层管理对员工进行培训，各部门加强沟通)
- 6、做好前台销售计划，将前台销售知识，贯彻下去，落实到每个人(将之前所定销售技巧贯彻执行每天督促检测)
- 7、账务跟进，配合财务将团购账务结算!股东签单账务、结算流程更加规范化!
- 8、出租车提成跟进
- 9、周四增加前台新规章制度，规定制定后报徐店审批。
- 10、周例会再次进行突发事件案例处理培训。

二、销售部:

- 1、当月营业额任务为16万，截止20号目前仅完成当月任务50%。8万6千元。
- 2、与销售部经理共同制定本周销售计划，销售量。
- 3、宣传单页已经发完，需要印发单页，印发销售名片
- 4、网络销售再次跟进，协商团购价格。

5、原有客户进行电话拜访每天下午15:00至16:00

6、销售部提成核算、及提成标准、报销规定落实(需要徐店指导)

三、安防部

1、增加保安对消防认识，本周开始每天对消防器材巡查检验(逐步完善、预计六月份消防安全整体培训)

2、加强保安安防意识、夜间巡查楼层，停车场，有异常情况即可汇报。(加强培训，不能间断)

3、停车场卫生(下月1号开始统一清理，因本周只有两名保安都是夜班，停车场光线不足)

4、本周停车场画停车线(工程部、保安部合作)需要徐店指导(预计周四)

四、本周先规范各部门基本流程，相互配合。

六月份制定酒店各部门详细工作计划!不足之处请徐店指示。目前尚欠缺正规化服务理念，欠缺品牌形象认识，对客服务规范性不到位!

酒店合作计划书篇四

__酒店是按四星级标准建造的以教学为主的酒店。它位于大兴区庞各庄，京开高速路直达，交通便利。校园幽静，园林水系贯穿其中，建筑风格简约大气。在校园内建设，校园总共占地月300亩。

酒店共有38间宽敞舒适的客房，可同时容纳48人入住。房间

类型包括标准间，豪华单人间及豪华套间。房间设有独立网线接口、迷你酒吧、私人保险箱及较宽敞的私人活动空间。烟感及客房走廊保安系统俱全。可在安全舒适的环境中享受到浓郁的校园文化气息。标准间：酒店拥有10间标准间，使用面积为30平米。豪华单人间：酒店拥有豪华单人间26间，使用面积为30平米。拥有良好的采光效果。豪华套间：酒店拥有豪华套间2间，使用面积60平米。具有独立的会客室。

酒店前台采用国内外先进的opera管理系统。舒适的商务中心，为您提供服务。

__教学酒店餐饮设施由中餐厅、西餐厅、酒吧、宴会厅四个部分组成。

中餐厅位于酒店大堂东侧，分上下两层，可同时容纳240人用餐，餐厅首层餐厅约有600m²。设有四间半封闭式包房，每个包间可供6人用餐，其中两间为可连通式包间，可容纳24人同时用餐，(2桌/12人)首层大厅可容纳140人。

二层餐厅约有500m²，设有三个全封闭式包间，大包为10人间，中包为8人间，小包为6人间，所有包间内设有豪华沙发和高清晰电视。二层大厅可容纳80人同时用餐。餐厅南侧为玻璃幕墙，视野开阔，校园全景尽收眼底。二层餐厅可接中餐零点，团队餐，会议餐，聚会等活动。

西餐厅位于酒店二层西侧，面积约有200m²，餐厅北侧为自助餐台，东侧为酒吧，可同时容纳100人用餐，餐厅属于开放式空间。餐厅可提供西餐零点，西式套餐，自助餐等食品。

酒吧位于酒店一层的东南侧，面积约有150m²，可同时容纳70人就坐；整个酒吧为全玻璃幕墙，光线充足，视野开阔，三面环水，池水中映现出风格独特的校园建筑，呈现出一幅幽静、和谐的校园图画。坐在酒吧内可将校园美景一览无遗，是酒店休闲、会友、商务洽谈的最佳场所，酒吧内可提供冷热饮、

小吃、冰淇淋及中西式美点。

宴会厅位于酒店一层西侧，面积约有600m²，并配有vip包间，化妆间，可同时容纳400人用餐，适于举行各种大型会议、宴会、展会、冷餐会等活动，是庞各庄地区最大的宴会厅。

二、市场分析

在__酒店的周围，有五星级的龙熙温泉度假酒店。

龙熙温泉度假酒店的优势：住宿区有267套豪华客房，自然典雅，浴池临窗而设，时尚前卫，满足新一代度假族独特的时尚情调；8栋独立别墅，功能各异，尽显雍容典雅。有容纳10—400人的十多个大中小型会议室、多功能厅，配备设施先进完善，满足多种现代会议需求。龙熙的温泉水世界，共有35个泡浴池，高尔夫球场占地面积约20__余亩。各种豪华的服务设施一应俱全。还为客人提供热带雨林温泉泳池、台球、保龄球等十八项休闲娱乐项目。

服务设施：停车场、商务中心、有可无线上网的公共区域、免费停车场、外币兑换服务、前台贵重物品保险柜、免费旅游交通图(可赠送)、商场、鲜花店、理发美容室、自动取款机、票务服务、专职行李员、行李存放服务、洗衣服务、残疾人客房、邮政服务、叫醒服务。餐饮休闲：中餐厅、西餐厅、咖啡厅、茶室、限时送餐服务；卡拉ok厅、夜总会、棋牌室、桌球室、乒乓球室、健身室、室内游泳池、按摩室、桑拿浴室、室外游泳池、足浴□spa□水上运动。

龙熙温泉度假酒店的劣势：价格昂贵，因为有高尔夫球场地，因此有时环境嘈杂。建筑不够创新。

__酒店的优势：价格便宜，环境幽静，建筑风格简约大气，以教学为主的酒店，让客人有种踏实的感觉。

__酒店的劣势：没有娱乐项目，服务设施少，客房不够高档，有些设备不太完善。

三、销售的概念

销售就是介绍商品提供的利益，以满足客户特定需求的过程。商品当然包括着有形的商品及服务，满足客户特定的需求是指客户特定的欲望被满足，或者客户特定的问题被解决。能够满足客户这种特定需求的，唯有靠商品提供的特别利益。

对酒店进行销售，主要是对旅行社、公司、散客的销售。销售人员可能是人们与酒店最先接触的人，会议主管或公司主管与酒店打交道最先接触的也是销售人员。尤其是对酒店不熟悉的那些人来说，他们对酒店的最初印象，是通过酒店所有销售人员的外表、个性、举止和行为形成的。所以说销售是一门艺术，要很好的把握技巧、掌握必要的步骤，才能完全发挥它的作用。

销售人员的工作直接制约着酒店内所有员工，从客房服务员到经理人员。“把东西推销出去是最重要的”这一古老格言最适合酒店业。如果没有人入住酒店，那么打扫客房、餐饮服务、照顾顾客就无从谈起。

销售人员与客房部、前厅部和餐饮部保持着紧密的联系。团体销售的概念是，把一批顾客接到酒店，解决他们的膳宿要求，并帮助筹办会议。

销售人员通常会用几个月的时间完成一次会议销售，并设法按照承诺完美无缺地承办这次会议。其间需要销售部和其他部门之间进行有效沟通，这一点是非常重要的。

四、客源分析

可以由本酒店销售人员进行电话销售，联系一些公司，同时

先去大兴的一些公司进行上门销售。而且我们酒店离野生动物园很近，价格便宜，这样我们还可以和旅行社联系。学生的家长也属于少部分的客源。同时，我们可以像以前那样接待一些活动，搞大型活动时，龙熙的部分客源也会到我们酒店入住。等到我们酒店名牌被人打响，我们还可以去远一点的地方进行登门销售，因为酒店出名了，部分人或公司也就不在乎是否距离偏远一些了。

五、市场营销策略

五种与消费者的关系形态：

第一种是基本关系形态。它是指基本的交易关系，即指酒店的销售人员只负责销售酒店的产品，不关心和提供销售以后的任何其他服务。

第二种是反应性关系形态。它是指酒店的销售人员不仅负责销售产品，而且鼓励购买者在发现产品有问题时可以打电话与他们联系。

第三种是负责任关系型。它是指在酒店产品销售以后的一段时间内，酒店销售人员主动打电话给购买者，调查产品是否能满足购买者的期望。同时，酒店销售人员也向购买者征求改进酒店产品的意见。

第四种是主动联系关系形态。它是指一家酒店的销售人员或其他人员经常打电话给消费者，特别是老顾客了解他们对改进现有酒店产品功能和开发酒店新产品的建议。

第五种是合伙者关系形态。它是指一家酒店不断地与其客户一起工作来帮助他们，并不断发现能为他们提供更有价值的产品与服务的方法。

一般可以选用下列三种增加宾客价值感的方法：

1、增加宾客的财务利益

它是指对某些忠诚的顾客来说，支付相同的价格可以享受更多更好的产品。最通常的做法是对经常性的顾客给予优惠性奖励利益。如航空公司对经常乘坐它们飞机的旅行者提供“常旅客奖励方案”，即可以按乘坐飞机的里程给予奖励积分，积分到一定数额后可以为顾客提供免费的旅行奖励。据1992年统计，全世界参加这类奖励旅行计划的乘客已高达4000万人。这意味着航空公司拥有了4000万名忠诚的顾客。又如酒店对经常来住的宾客往往提供高一个等级的客房，酒店内的小商店则给予经常来购物的顾客可以对不满意的商品进行退款的特权。虽然，这类增加宾客财务利益的计划可以建立起消费者对酒店产品的偏好，但是由于这类计划很容易被竞争对手模仿，因此酒店难于通过实施这类计划拥有长期的竞争优势。这样，酒店还必须要运用增加消费者社交利益的方法来强化自己的竞争优势。

2、增加宾客的社交利益

增加宾客社交利益的方法是：通过了解宾客的独特需求，提供专门化与个性化的产品与服务，以此来建立与消费者个人间的良好关系。例如，波音飞机公司为每一位现在的或潜在的客户都指定一位营销经理进行定期联系，详细了解与记载每一位客户的各种需求信息，熟悉客户负责人的名字与个人爱好等。而不是像超级市场里的服务人员对待其顾客那样，不注意他们的名字与个性。实践证明个性服务和感情服务有利于形成顾客忠诚，为了使个性化服务更有主动性和计划性，必须提升个性服务，即对于一些建立在标准化基础上的，比较成熟的个性服务，可以逐步建立适应个性服务要求的规范，即个性服务的标准化。这需要两个保证：一是硬件——数据库保证。通过数据库综合，分析各种顾客信息，既可以帮助酒店找到目标顾客群，将各种宾客档案加以处理。这方面集团化或营销联盟中的酒店更有优势，如某位顾客在杭州下榻香格里拉饭店，他还要去武汉，于是在客人到达武汉之前杭

州香格里拉饭店已将其客情档案，特殊要求通过本集团的电脑网络传至武汉香格里拉饭店，使客人到武汉后仍可享受到在杭州一样的款待，俨然是武汉的“虚拟”回头客，网络扩大了回头客的定义。二是软件——素质保证。个性服务总处在提炼、升华状态，酒店组织应成为学习型组织，不断提高员工的服务技术、技巧和知识水平。

酒店合作计划书篇五

20xx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、微信、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

20xx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

20xx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xxx万，理想目标是完成xxxx万。

b□会议团队、旅行团队的总收入力争达到xxx万。

c□由营销部带来的餐饮收入突破xxx万

d□由营销部带来的客房收入突破xxx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。我始终坚信“天道酬勤”，有付出，就一定会有丰硕的成果等着大家。

酒店合作计划书篇六

目标市场即最有希望的消费者组合群体。目标市场的明确既可以避免影响力的浪费，也可以使广告有其针对性。没有目标市场的广告无异于“盲人骑瞎马”。

目标市场应具备以下特点：

既是对酒店产品有兴趣、有支付能力消费者，也是酒店能力所及的消费者群。酒店应该尽可能明确地确定目标市场，对目标顾客做详尽的分析，以更好地利用这些信息所代表的机会，以便使顾客更加满意，最终增加销售额。(黄金顾客档案效益)。顾客资源已经成为饭店利润的源泉，而且现有顾客消费行为可预测，服务成本也要相应随淡旺季而变，不能按照百分百编制，要让80人员创造100工作，还余20人员是纯利润。同时要维护顾客忠诚度，这是最好免费口碑宣传，也使竞争对手无法争这部分市场份额。

因此，融汇顾客关系营销，维系顾客忠诚可以给饭店带来如下益处：

1、从现在顾客中获取更多顾客份额

忠诚的顾客愿意更多地购买饭店的产品和服务，忠诚顾客的消费，其支出是随意消费者支出的两到四倍，而且随着忠诚顾客年龄的增长，经济收入的提高或顾客单位本身业务的增长，其需求量也将进一步增长。（如：谢师宴市场的开拓与巩固）。

2、减少销售成本

新的顾客群体需要大量的费用。如各种广告及其公关费用。顾客对饭店的产品或服务越来越熟悉，饭店也十分清楚顾客的特殊需求，所需的关系维护费用就变得十分有限了，我们要做的是进行合理的日常拜访与沟通（20xx年营销手段之一）。

3、赢得口碑宣传

具有较高满意度和忠诚度的老顾客的建议往往具有决定作用，他们的有力推荐往往比各种形式的广告更为奏效。这样，饭店既节省了吸引新顾客的销售成本又增加了销售收入，从而饭店利润又有了提高。根据目前我们xx人民消费心理，还欠缺稳定。跟“新”、跟“风”的消费心态。口碑是起到较大的催化剂。（口碑操作也是市场运作手段）

4、员工忠诚的提高

加大力度培养新生力量同时巩固员工流失，这是顾客关于营销的间接效果，员工满意度的提高导致饭店服务质量的提高，使之顾客的满意提高，形成一个良性循环（20xx年要求引进部分在校实践生来补充人力资源）。

酒店合作计划书篇七

1、定价：我酒店地处交通繁华地带，交通便利，受众面广。

硬件装修也已定位为三星级酒店，档次较高。现以利润、销售量及竞争为目标，建议将酒店房价定为(可讨论后修改)：豪华套房：2600元；商务套房：580元；标准间320元；单人间300元。 餐厅包间消费300元起或无底价。

2、市场形象：根据上述各项以及我们为客人提供的利益、我们的价格质量、我们的产品类别等，建议可将酒店定位为最为方便舒适、经济实惠的商务旅游型酒店。

三、促销手段：

1、与总办配合在有关媒体上发布广告(具体时间、策划等事宜依总办计划行事)。 2、距开业 天时定做客车座套，并与客运公司联系做好配换工作。

3、与出租车公司联系，长期为送往我酒店入住客户的出租车司机师傅现金回扣。具体操作时可为司机发放签有其车牌号的我酒店 折优惠卡，若有客人登记时持该卡享受打折即可为该车主 元现金提成，月底结帐或立即兑现。

4、与各大型娱乐场所联系做好结盟工作，互惠互利。 具体操作如下：协商达成协议后持我酒店房卡到结盟单位消费即可享受门票及消费优惠(视各单位协议不同而定)。持结盟单位消费单据来我酒店住宿可享受 折，就餐可享受 折。具体折扣率待协议后依据单位不同另行确立。

5、鉴于我市将于十月十七号召开××××节，届时预计有大量游客，可与本地旅行社提前联系，以佣金等形式吸引其为我酒店引进客户。

2)凡在我酒店预存现金××××元以上即可获赠充值会员卡。会员除享受与vip客人相同的优惠条件外还可享受每月为会员推出的打折、优惠、赠送菜肴、时尚礼品等活动。

7、合作人员：对于代表各单位与我酒店直接联系的合作人员可采用多开发票(须扣税金)、赠送时尚礼品或根据要求提供合理返利等手段抓牢回头客。

8、开业后十天或一月内推出凡入住本酒店都可享受5折优惠并获赠时尚礼品等优惠活动，就餐享受8折或赠菜一道。

9、每月评出客房及餐厅消费前十名，给予赠送礼品、合理返利或本酒店客房全额免费消费券。礼品及赠券可为其消费金额的 %左右，全额消费可为其消费金额的 %左右。如无贵宾卡可免费赠送，在以后消费时享受优惠。

10、推出各种组合产品，增加客户消费额，抓住市场机会：客人一旦入住即免费赠送时令水果一盘，鲜花一支。