

最新酒店端午节活动策划方案(优秀5篇)

当面临一个复杂的问题时，我们需要制定一个详细的方案来分析问题的根源，并提出解决方案。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？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。

酒店端午节活动策划方案篇一

以端午节为契机，大张旗鼓宣传餐饮新出品（粽□□xx□xx试营业等信息，挖掘市场销售潜力，电话联络或拜访团体客源，增加团体、家庭订购份额，通过“粽”文化的渲染，浓厚端午节日气氛，提高餐饮食品品牌知名度，对六月餐饮营业冲刺开启前奏。

目标□xx西餐（铁板烧、大堂吧），仅粽子销售额力争达到 5 万元。

主题：粽香传情 香飘万家

时间：5月28日端午节（促销时段：5月25日—28日）

1. 人人都过端午节，但知道端午节和粽子的来历没有几人。
2. 思乡怀古，纪念屈原，也是一种爱国主义的传统教育。
3. 金至尊粽子食品是来自历史发源地——洞庭湖汨罗江畔的传统工艺，厨艺正统、风味独特、源远流长。
4. 时下富贵客源以本地人居多，广东人最讲迷信、避邪、求吉祥，趋求精神保险者多，“至尊粽”有此功效：益智、驱邪、避邪、润五脏。
5. 根据粽子的配料和成分，功效、吃法各有不同，老人润五

脏，中青年扶正驱邪、儿童益智，因人而异、各取所需，购有所值，食有所益。包粽比赛，吸引参与。

6. 通过电视广告“空中轰炸”，金至尊“龙船”出水激起百丈浪花（动画），引起百家瞩目，近悦远来。

1. 印制宣传单、粽券各2000份，单、券合一页，节省印刷费用，策划部设计制作。（价格1500元，5月23日到货）

2. 制作大型龙船一个，放置西餐展台；配文字：粽行千里，香飘万家。

3. 广告展架2个，宣传端午节来历、粽的特色、品种等，图文并茂。

4. 设粽子展示柜、设现场销售点：冰柜储存粽子。

5. 对所有粽子，密封压膜包装，印金至尊质检标签、更显高雅，设计礼品手提袋，待议）

6. 宣传横幅：

（1）粽香千年，驱邪益智，香飘万家！

（2）快乐端午、健康美食——相约金至尊！

（3）政府防流感指定饮品——xx免费享用！

7. 宣传单派发方式两种：

a□跟报刊发售点联系，拿2000份粽子宣传单夹在报纸中派发。

b□各部门前台派发。

8、演艺大厅led推介、主持人宣讲（端午节活动）。

9、短信宣传10000条、电视广告4天（播20次）

端午节家庭套餐（含粽子）： 粽子种类及价格：

大堂吧酒水价目： 铁板烧促销价目：

（均由西餐部拟定报总办、同时做餐牌）

1. 粽券派发方式：拿4万元粽券分派各营业部门友情销售。
（餐饮部出计划）

2. xx商场设点销售（销售部安排）

3. xx现场销售

凡订购20只以上，可享9折优惠

凡订购30只以上，可享8.8折优惠

凡订购50只以上，可享8.5折优惠

凡1人购粽券1套（6张），可免费现场吃粽子。

6只为1套/打，1人现场（买单）吃粽子一打以上，再吃不要钱。

（预订500元以上，可送货上门）

活动三大亮点：

1、下午现场包粽比赛——5月25—28日，西餐部大堂吧促销粽子，同时组织客人举行“现场包粽比赛”，让客人体验包粽之乐趣，优胜者可享赠当晚入住客房特价（268元/当晚），

或送粽子一串红酒一盅（预计10份）。

2、娱乐“千人粽子宴”——5月25—28日，各包房派发粽子，供客人品尝，节目部编演《端午纪念屈原》的特别节目（员工饭堂加粽一个）。

广告印刷费用1500元、电视广告费用（含日本料理铁板烧宣传）4000元。

效益预测：只要营销到位，突破目标任务应该不成问题。

酒店端午节活动策划方案篇二

二、地点□xxx大酒店

三、活动目标及活动宗旨：

- 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。

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

1、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。

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

送餐饮消费券20元。

七、营销活动效果分析

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a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。

八、经费预算及广告策划：

1□xx县城主干道50条横幅广告。费用3500元。由xxx负责。

2□xx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xxx负责。

3、租用一台专用宣传车绕城宣传10天。费用xx元。由xxx负责。

4□xx县所有的出租车车张贴广告。费用1000元。由xxx负责。

5、组织员工上街拉练，散发宣传资料。费用300元。由蒋xxx

负责。

6、消费卷制作400张，费用50元。由xxx负责。

酒店端午节活动策划方案篇三

5月26日——6月23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

开晚场消费送餐饮消费卷20元。

消费超过300元者再送下午场中包一间，送茶水一壶。

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。

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20xx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。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

新锦江新娱乐新消费端午节全场赠送惊喜多多

新锦江新口味美食城每款菜价10元，啤酒买一送一

锦江ktv全新装修改版，倾情推出唱歌送餐饮

锦江桑拿中心让您感受夏日冰与火的较量

“开心唱歌、畅心用餐” 锦江大酒店高贵而不昂贵

“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。

所有部门的工作服发放到位。由唐四军负责。

ktv及餐饮改造完工。由赵总负责。

ktv小姐服制作完毕。由唐四军负责。

消费卷发放的管理由财务部制定完善。由陶会什负责。

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。

酒店端午节活动策划方案篇四

酒店开设亲情粽子套餐。

目标：端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

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
5. 吃粽子。酒店免费提供：为顾客拍照吃粽子全家福照片。

推广形式

酒家从五月十八日起推出三款新颖的健康特色粽子：

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。

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。

店内装饰、气氛

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。

广告宣传

1. 宣传单张

2. 报纸广告

3. 海报制作。

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。

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。

酒店端午节活动策划方案篇五

一、策划思维出发点：

1. 人人都过端午节，但知道端午节和粽子的来历没有几人。
2. 思乡怀古，纪念屈原，也是一种爱国主义的传统教育。
3. 金至尊粽子食品是来自历史发源地洞庭湖汨罗江畔的传统工艺，厨艺正统、风味独特、源远流长。
4. 时下富贵客源以本地人居多，广东人最讲迷信、避邪、求吉祥，趋求精神保险者多，至尊粽有此功效：益智、驱邪、避邪、润五脏。
5. 根据粽子的配料和成分，功效、吃法各有不同，老人润五脏，中青年扶正驱邪、儿童益智，因人而异、各取所需，购有所值，食有所益。包粽比赛，吸引参与。
6. 通过电视广告空中轰炸，金至尊龙船出水激起百丈浪花(动

画)，引起百家瞩目，近悦远来。

二、宣传措施：

1. 印制宣传单、粽券各份，单、券合一页，节省印刷费用，策划部设计制作。（价格1500元，5月23日到货）

2. 制作大型龙船一个，放置西餐展台；配文字：粽行千里，香飘万家。

3. 广告展架2个，宣传端午节来历、粽的特色、品种等，图文并茂。

4. 设粽子展示柜、设现场销售点：冰柜储存粽子。

5. 对所有粽子，密封压膜包装，印金至尊质检标签、更显高雅，设计礼品手提袋，待议)

6. 宣传横幅：

(1) 粽香千年，驱邪益智，香飘万家！

(2) 快乐端午、健康美食相约金至尊！

(3) 政府防流感指定饮品大堂吧免费享用！

7. 宣传单派发方式两种：

a□跟报刊发售点联系，拿2000份粽子宣传单夹在报纸中派发。

b□各部门前台派发。

8、演艺大厅led推介、主持人宣讲(端午节活动)。

9、短信宣传10000条、电视广告4天(播20次)

三、西餐出品销售价目

端午节家庭套餐(含粽子)：粽子种类及价格：

大堂吧酒水价目：铁板烧促销价目：

(均由西餐部拟定报总办、同时做餐牌)

四、销售措施：

1. 粽券派发方式：拿4万元粽券分派各营业部门友情销售。(餐饮部出计划)

2. 天虹商场设点销售(销售部安排)

3. 大堂吧现场销售

凡订购20只以上, 可享9折优惠

凡订购30只以上, 可享8.8折优惠

凡订购50只以上, 可享8.5折优惠

凡1人购粽券1套(6张), 可免费现场吃粽子。

6只为1套/打, 1人现场(买单)吃粽子一打以上, 再吃不要钱。

五、5月28日端午节西海岸大堂吧试营业活动

活动三大亮点：

1、下午现场包粽比赛5月2528日，西餐部大堂吧促销粽子，同时组织客人举行现场包粽比赛，让客人体验包粽之乐趣，优胜者可享赠当晚入住客房特价(268元/当晚)，或送粽子一串红酒一盅(预计10份)。

2、娱乐千人粽子宴5月2528日，各包房派发粽子，供客人品尝，节目部编演《端午纪念屈原》的特别节目(员工饭堂加粽一个)。

六、费用计划与效益预测：

广告印刷费用1500元、电视广告费用(含日本料理铁板烧宣传)4000元。效益预测：只要营销到位，突破目标任务应该不成问题。