

酒店客房营销活动方案 酒店营销活动方案 (精选5篇)

为确保事情或工作顺利开展，常常要根据具体情况预先制定方案，方案是综合考量事情或问题相关的因素后所制定的书面计划。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。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。

酒店客房营销活动方案篇一

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。

20xx年元月1日

中、西餐厅及客房

相约20xx[]相聚丽晶

(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xx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xx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20xx年上海世博门票一张。

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20xx□相聚xx□

（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。

(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。

1、酒店外围：

(1) 大门正对面绿色植物区，制作20xx年上海世博倒计时。

(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“xx”展架（内容20xx年世博时间表，整个活动内容一个。）

(2) 在原圣诞屋的基础上，饰“海宝”[20xx年世博海宝]及有关饰品。

六、责任分工及完成时间：

1、总指挥□xxx

2、总执行及总协调□xxx

3、布场□20xx年12月28日完成）：市场营销部，各部门配合

4、策划宣传□20xx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□20xx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。

七、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□“xx”展架三个；5、布标一条；6、彩色宣传单

八、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□“xx”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

酒店客房营销活动方案篇二

一位酒店高级管理人员指出，标榜生活情趣的情人节是第二个在本地消费群中“落地生根”的西方节日。一家酒店要占得情人节市场先机，就必需花心思设计一些独特的“浪漫点子”。真正的营销高手，是能找到新奇的点子、做有创意的营销的。有人形象称：一个好的促销主题就像是一个动人的“媚眼”，对消费者有相当的吸引力。

位于广州环市路某四星级酒店，去年在情人节就搞了一个名为“情人玻璃瓶”的主题活动：酒店提供彩色玻璃瓶，情人们把爱情蜜语写在纸上，然后塞进瓶里，再用丝带绑好，送予对方。据闻，这样的营销活动成本较低，然而效果却很好。

今年，该酒店则举行以玫瑰鲜花装饰的“花世界主题情人夜”。会场用300多枝玫瑰及其它装饰物布置，营造浪漫温馨的进餐环境。届时有歌手在餐桌旁助兴表演，为情侣唱上情意绵绵的醉人乐曲，而别有风情的萨克斯演奏及吉它弹唱也让人陶醉一番。在席间或离席时男士可随意摘取玫瑰，送赠情人。爱的印记，永留心底。

在北京，曾有酒店举办黑白着装晚宴，规定参加的男士要穿燕尾晚礼服，女士要么白的要么黑，室内乐团伴奏轻柔乐韵。席间客人或进食自助餐，或翩翩起舞。有行家分析，这样的主题宴会不一定是最好，但总比单一的餐饮推广要强。

一位见多识广的酒店人对记者说：“酒店的餐厅固然高雅，然而在情人节最好能围绕“情”字作文章，有创意的布置将给客人一个难忘的惊喜。”他提到曾参加一个由外国公司举办的主题宴会，会场布置真是令人如入仙境，鲜花由荷兰空运过来，四周的布景犹如电影般不断幻变。这位酒店人认为，其实创意是无限的，比如把餐厅的地毯掀起，铺上沙粒，天

花板上拉起帷幔或帐篷，再想一个全新的诱人的主题，一个有创意的特色营销活动就可炮制出来了。

酒店客房营销活动方案篇三

活动目的：

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-20xx年6月12日

20xx年5月20日

- 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。

酒店客房营销活动方案篇四

做广告千万不要临时抱佛脚，因为信息的传播有一个过程，而人们对信息的消化也有个过程。临时宣传，首先是广告信息传递受阻，另外就是卖家本人也会因手忙脚乱而发生错误，即浪费了广告成本，又失去了潜在客户。无论小店还是大商城，无论是小广告还是现场活动，至少就提前一个星期动手，如需借助外部力量的(如主挂、表演等活动)，至少也要提前15天开始准备。促销广告，应该注意以下三个方面：

- 1、无论你是在电视、报纸上投放广告，店内的海报是少不了的，详细情况必须得依靠这种海报加以说明。
- 3、不妨在广告里加入“低金券”，受众可以拿着这些“低金券”来店面购物兑换，效果相当不错。

现场互动是所有宣传手段中最有效的一种，它利用消费者“爱占便宜”、“凑热闹”的购物心理，通过现场活动将受众引入一种“癫狂”状态，使其在不知不觉中掏钱付账。多数女性逛街时很开心，等回家翻看买的东西才后悔，原因就是对自己购买的东西不满意，而这些东西绝大多数是在活动现场卖的，这就是“现场互动”的威力!对于店门宽敞、人流量大的商家来说，应尽量多的采用这种方法。就算没人唱歌跳舞，用个音响对着人群喊几句也不错哟。

月饼既是吃的那就把机会当场送给顾客吧!光靠高档的包装、精致的礼盒、心动的价格是不够的。紧紧抓住中国人“不好意思拒绝”这一消费心理，大大方方的让他们来吃，加上业务员的热情服务，顾客掏钱付账就不再是问题了。这也是零售大王沃尔玛最常使用的伎俩。

中秋并不只属于月饼卖家，它属于任何人，你要想办法搭上“月饼”的顺风车，把产品卖得精光。

- 1、根据自己的实际情况，赠送礼盒，感恩回馈，顾客照样会心动；
- 2、联谊活动更能引起人们的关注和参与，利用“中秋团圆”这个契机，巧做活动，吸引顾客参与，现场宣传。
- 3、中秋佳节客户也是不可多得的机会哟，小小一份月饼，将会得到意想不到的收获。引导消费，到社区、老年活动中心等做做善事，想办法让媒体盯上你。

今年的中秋与国庆两节相隔约1周，商家可以将两个黄金时间联合起来，前后呼应，相互促进，共同发挥作用。

1. 在中秋不足地方的可以利用国庆再做补充，让消费者满意，树立口碑形象；
2. 中秋留下悬念，国庆揭晓秘底，促使顾客关注、期待、参与，发掘更多潜在顾客；
3. 享受中秋、国庆双重待遇，即能稳定老顾客，又可以发展新顾客，获得更多消费者的信认与光顾。

有了好的点子更要有一个坚强的团队不折不扣地去执行方能见效，花样再多，点子再好，离开了团队的执行，一切都是白搭。在促销活动的整个过程中，一方面要配备人手，另一

方面要准备充分，让大家全力以赴，共同努力，才能发挥促销的效果，实现预期目标。

酒店客房营销活动方案篇五

为答谢新老客户一直以来对我酒店的大力支持，利用春节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。

20xx年1月1日

中、西餐厅及客房

相约xxxx□相聚xx

（一）西餐：

- 1、凡春节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、春节当日一次性消费满300元的客户，均可获赠西餐单人早餐券一张。
- 3、春节当日一次性消费满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、凡春节当天在中餐消费的客户均可获赠纪念卡一张。
- 2、春节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、春节当日一次性消费满xx元，即赠送贵宾卡一张。

5、春节当日在中餐一次性消费满3000元，赠送标准客房一间一晚。

6、春节当日在中餐一次性消费满1xx元，可获赠xxxx年xx门票一张。

（三）客房：

1、凡春节当天在客房入住的客户均可获赠纪念卡一张。

2、春节当晚个人入住客房，一律按门市价8折优惠，并赠送果篮一个及早餐券一张。

3、春节当晚一次性开房满8间者，送xxxx年xx门票一张。

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xxxx□相聚xx□

（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。

（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。

1、酒店外围：

(1) 大门正对面绿色植物区，制作xxxx年倒计时。

(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“春节快乐”装饰。

2、大堂：酒店大堂摆放三个“x”展架（整个活动内容）

1、总指挥□x总

2、总执行及总协调□x副总

3、布场□20xx年xx月xx日完成）：市场营销部，各部门配合。

4、策划宣传□20xx年xx月xx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□20xx年xx月xx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：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。

（详见附表）

（详见附表）