# 最新酒店活动策划书(14篇)

来源：网络 作者：雨声轻语 更新时间：2024-06-14

*每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。相信许多人会觉得范文很难写？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。酒店活动策划书篇一中国辛勤的劳动人...*

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。相信许多人会觉得范文很难写？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

**酒店活动策划书篇一**

中国辛勤的劳动人民，在数千年的饮食文化的探索和发展中，逐渐形成了风格各异的xx等个大菜系和具有属地方特色的食品。xx，是xx名食，它以色泽红艳，肉质细嫩，味道醇厚，肥而不腻的特色，被誉为“天下美味”而驰名中外。xx是现代xx师秉承传统xx工艺研发出的新派xx，xx表面色泽金黄油亮，外酥香而里肉嫩，别有一种特殊的鲜美味道，是xx中的极品。

当今的宣化餐饮业，发展趋势可概括为：发展十分迅速，规模不断扩大，市场不断繁荣。然而，繁荣的同时意味着竞争的加剧，总有餐饮店铺倒下，又有新的店铺站起来，但总有少数几家在大浪淘沙中站稳脚跟并不断发展壮大。作为xx新派xx在宣化餐饮业的代表，“xx”应成为响当当的招牌。

宣化餐饮市场同样存在着激烈的竞争，各式各样的大小酒店、饭店，争夺着宣化有限的餐饮资源，冲击着食客的味觉、视觉。

一个酒店要获得成功，必须具备以下条件：

（1）、拥有自己的特色；

（2）、全面的（质量）管理；

（3）、足够的市场运营资金；

（4）、创新，不断推陈出新。这些条件缺一不可，否则，就是昙花一现。这也是许多酒店、餐馆风光开业又迅速消失的原因所在。

xx酒楼，是在xx的基础上新生的饭店。xx经过多年的宣传与运营，已在xx地区有了一定的知名度，在xx更是家喻户晓。如能利用xx在xx的知名度延续宣传xx酒楼，提高菜品质量（行家点评稍差），将能够有效提高酒楼的知名度。

餐饮服务的目的是让顾客满意，只有顾客满意了，酒店才能获得利润；要做好优质的服务，离不开企业内部员工的努力；内部员工营销的成功又以全面的（质量）管理、有效的激励机制和良好的企业文化氛围为基础。

xx酒楼开业两月，现正在举办“回报消费者关爱”优惠活动。借此机会，应以顾客满意营销、内部员工营销和文化营销三者结合，作为本次活动的重点进行。

1、本次活动的目的：增加“xx酒楼”品牌的影响力，提升知名度和美誉度；提升“xx”形象，增强竞争力；加强员工的企业忠诚度和向心力；提高员工服务意识、工作积极性；进一步提升“xx”的企业文化；提升销售额，增加利润；为下一步更好的发展打下良好的基础。

2、活动时间：xx月xx日-xx日，共计xx天。

3、参与人数：xx的所有员工、就餐的顾客等。

4、顾客满意、员工满意、管理提高、文化创新。

（一）sp方案。

1、“微笑服务”。

在活动期间，所以员工一律微笑服务，细致耐心，让顾客乘兴而来满意而归，提高顾客的感觉消费价值。具体实施如下：

xx月xx日前召开动员大会，xx日-xx日服务员之间开展“服务大比武”，在大厅设一个专门的版面，每日评出“当日服务之星”，并给予物质奖励。

2、特价。

（1）每日推出一道特价菜，日不重样。

（2）随顾客所点菜品加赠部分菜品，如消费100元送两份小菜；200元以上，加赠2道凉菜；500元以上，加赠4道凉菜等。

（3）打折，这是一个迅速提高消费的法宝，建议适当打折刺激消费。

（二）内部营销方案。

内部营销是一项管理战略，核心是发展员工的顾客意识，再把产品和服务推向外部市场前，现对内部员工进行营销。这就要员工与员工、员工与企业之间双向沟通、共享信息，利用有效的激励手段。

1、在全体员工内部加强温情管理，要求每一个员工将所面对的其他员工视为自己的顾客，像对待顾客一样进行服务。并在以后的工作中，将内部员工营销固定下来。

2、征文比赛。

内部员工征文：《我的选择——xx》（所有员工都写，洗浴、餐饮各写个的。目的是培育员工热爱“xx”的情感，让大家同心合力，共同创造“新xx”！）

要求：

（1）题材围绕xx酒楼、xx洗浴所发生的事情，可以是工作经历、感想、寄语等。

（2）体裁不限。散文、杂文、记叙文、议论文、诗歌皆可。

（3）截止日期为xx月xx日。

鼓励全体员工积极投稿。本次征文活动评出一等奖1名，奖金xx元；二等奖2名，奖金xx元；三等奖5名，奖金xx元。并进行集中展出。

3、成本节约比赛。

通过系列活动，对内部员工再教育，提供其的积极性。

（三）产品营销方案。

1、在推特色餐饮的同时，推进情侣套餐、商务套餐、家庭套餐、孝心套餐等。如：情侣套餐可推出38元、48元、58元等（对餐饮不明，仅供参考）。

2、绿色家宴：随着生活水平的提高，人们的饮食已不仅仅是为了解决温饱，而是吃“绿色”，吃“健康”。绿色家宴的推出，无疑会受到消费者的青睐。在原材料使用上，力推生鲜类绿色食品；烹饪方式上结合现代人的消费时尚，使菜肴风味化、营养化；在家宴的菜谱上，注重菜肴的营养搭配，平衡膳食，满足人们的健康要求。强烈建议厨房推出！

（四）文化营销方案。

向消费者宣传“xx”的企业文化，增强xx企业在目标消费群中的影响力。

在公交车身制作xx酒楼的环境图片，xx的制作流程图和酒店的精神口号（xx酒楼提醒您：关注饮食健康），让顾客把“吃”当作一种享受，使顾客乐而忘返。

在信息发达的现代社会，媒体无疑是吸引大众眼球的媒介。可根据不同的媒体有不同媒体受众的特点，合理的进行市场定位和目标顾客的定位，合理的选择媒体投放广告，不可片面追求覆盖率，造成广告的浪费。

硬广告和软广告相结合，软硬兼施，已取得更好的效果。利用媒体整合，实现小投入，大产出。

六、效果分析

1、宣传造势，让消费者产生强烈的记忆感，引起良好的口碑宣传，提高知名度和美誉度。

2、店内富有人情味，服务周到，能提升目标消费者对企业的忠信度。

3、通过服务比赛、征文比赛、成本节约比赛，能极大的增强员工的企业归属感和向心力，提高工作积极性。

4、通过促销，提升营业额。

**酒店活动策划书篇二**

通过圣诞、元旦的策划活动，扩大酒店的知名度，加强与商务客户的感情联系，引导周边地区居民的餐饮消费，从而取得一定的经济效益和社会效益。

（一）圣诞、元旦活动安排

1、砸金蛋

日期：20xx年1月1日——20xx年1月10日

时间：中午12：00至13：00，晚上18：00至21：00

活动地点：酒店南大堂

形式：

（1）娱乐活动带动客房餐饮促销

（二）元旦宣传安排

电视台、广播、报纸、宣传单页、短信群发、市内led宣传。

1、媒体：《xx日报》《xx晚报》《xx资讯》、xx广播电台、宣传单页、短信群发等。

2、宣传方式：活动介绍，节目花絮，新闻跟踪采访报道、活动专题报道、活动录音报道、会场图片文字报道等。

3、宣传时间：20xx年12月26日—20xx年1月10日

4、宣传频率：

（1）报纸：《xx日报》公告一次，各项活动介绍一次。《xx晚报》公告一次，新闻报道和现场图片刊登共计五次。（后续）《xx资讯》花絮及新闻报道三次，争取一个头版宣传。

（2）xx广播电台：xx电视台、xx广播、xx交通广播

（3）xx企业网、xx国际大酒店网站、微信平台，播出相关新闻，总体情况介绍，并配合五幅以上宣传图片。

（4）以新闻公告形式进行一次活动介绍、20××年12月26日—10日每天在广告时刻进行间隔性的宣传、对活动筹备情况进行一到两次的跟踪报道、活动现场录制后进行一次专题报道。

（5）印制5000份宣传单页进行全市发放。

（6）针对高端客户进行群发短信宣传。

（7）制作市内led宣传广告，滚动宣传1个月。

庆元旦，砸金蛋，欢欢喜喜拿大奖。

20xx年1月1日——20xx年1月10日：

中午12：00至13：00，晚上18：00至21：00

从20xx年1月1号中午12：00开始到20xx年1月10日21：00，餐饮一次性消费满20xx以上，在活动期内本人客房入住达二晚以上的客人结帐时可到收银台领取幸运金蛋卡，每天限提供50个金蛋，凭幸运金蛋卡可到大堂金蛋林中从工作人员手中领取幸运小锤，选择自己喜欢的几号金蛋，奋力砸下去，顿时金花四溅，幸运瞬间降临，给来酒店消费的客人带去节日的祝福与慰问。客人凭掉落的奖品卡片到商场领取相印的奖品。

奖项及奖品：特等奖2名（奖品标准客房480元体验卷2张）

1等奖4名（奖品标准客房480元体验卷1张）

2等奖8名（奖品酒店巴烤自助餐券2张）

3等奖30名（奖品酒店巴烤自助餐券1张）

幸运奖酒店商务小礼品（酒店巴烤自助28元代金券或绒毛玩偶一个）

**酒店活动策划书篇三**

现阶段，酒店业竞争日益激烈，消费者也变的越来越成熟，这就对我们酒店经营者提出了更高的要求。在今年淡季我们计划对市场部销售工作作出一系列的调整，吸引消费者到我店消费，提高我店经营效益。

1.我酒店经营中存在的问题。

（1）目标顾客群定位不太准确，过于狭窄。

总体看来我市酒店业淡季经营状况普遍不好，主要原因是酒店过多，供大于求，而且经营方式雷同，没有自己的特色，或者定位过高，消费者难以接纳，另外就是部分酒店服务质量存在一定问题，影响了消费者到酒店消费的信心。

我酒店在经营中也存在一些问题，我们应当反思目标市场的定位。应当充分挖掘自身的优越性，拓宽市场。我酒店目标市场定位不合理，这是导致效益不佳主要原因。我酒店所在的城东区是一个消费水平较低的城区，居民大部分都是普通职工。但我酒店的硬件水平和服务质量在本区都是上乘的，我们以中高档酒店定位于市场，面向中高档消费群体，对本区的居民不能构成消费吸引力。

（2）广告宣传力度不够，市场知名度较小。

我酒店虽然隶属于xx集团但社会上对我酒店却不甚了解，我酒店也没有做过广告，这导致我酒店的知名度很低。

2.周围环境分析。

尽管我区的整体消费水平不高，但我酒店的位置有特色，我酒店紧邻xx路客运站，机场大巴终点也在本酒店门口。其位置优越，交通极为方便，车程xx-xx分钟可达xx火车站、xx汽车站，距离xx机场xx公里，乘坐出租车约xx分钟。地处xx市主要交通要道，是所有进入xx市车辆必经之路，所以过往的车辆很多，商务散客是一个潜在的消费群。低价位吸引他们来我酒店消费，这可谓一个巨大的市场。

3.竞争对手分析。

我酒店淡季最大竞争对手是位于酒店对面xx大酒店，xx大酒店开业于xx年是一家集住宿、餐饮、休闲、娱乐为一体的涉外四星级酒店，总体上看他们的经营情况是不错的。但因营业已经四年设施和装修比较陈旧，而我酒店的设施和装修比其截然一新，客房种类比其具有特色，而且我酒店大量的客房加之三个会议室可接待其无法接待的大型会议。酒店周围其他的酒店都是一些小型商务酒店在经营能力上不具备与我们竞争的实力。

4.我店优势分析。

（1）我酒店隶属xx公司，xx公司是我市的著名企业，其公司实力雄厚是不容质疑的，因此们在细致规划时，也应充分利用我们的品牌效应，充分发掘其品牌的巨大内蕴，让消费者对我们酒店不产生怀疑，充分相信我们提供的是质量高的产品，在我们的规划中应充分注意到这一点来吸引消费者。

（2）我酒店硬件设施良好，资金雄厚，而且有自己的停车场和即将开业的xx路客运站。这可以用来吸引过往司机和一些过往周边县市的客户。

机会点：

①本企业雄厚的实力为我们的发展提供了条件；

②便利的交通和巨大的潜在顾客群；

③良好的硬件为我们的调整和发展提供了广阔的空间。

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。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，服务成本较低，对价格也不如新顾客敏感，同时还能提供免费的口碑宣传。维护顾客忠诚度，使得竞争对手无法争夺这部分市场份额，同时还能保持饭店员工队伍的稳定。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、从现有顾客中获取更多顾客份额。忠诚的顾客愿意更多地购买酒店的产品和服务，忠诚顾客的消费，其支出是随意消费支出的两到四倍，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。

2、减少销售成本。酒店吸引新顾客需要大量的费用，如各种广告投入、促销费用以及了解顾客的时间成本等等，但维持与现有顾客长期关系的成本却逐年递减。虽然在建立关系的早期，顾客可能会对酒店提供的产品或服务有较多问题，需要酒店进行一定的投入，但随着双方关系的进展，顾客对酒店的产品或服务越来越熟悉，酒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。

3、赢得口碑宣传。对于酒店提供的某些较为复杂的产品或服务，新顾客在作决策时会感觉有较大的风险，这时他们往往会咨询酒店的现有顾客。而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，酒店既节省了吸引新顾客的销售成本，又增加了销售收入，从而酒店利润又有了提高。

4、员工忠诚度的提高。这是顾客关系营销的间接效果。如果一个酒店拥有相当数量的稳定顾客群，也会使酒店与员工形成长期和谐的关系。在为那些满意和忠诚的顾客提供服务的过程中，员工体会到自身价值的实现，而员工满意度的提高导致酒店服务质量的提高，使顾客满意度进一步提升，形成一个良性循环。

根据我们前面的分析结合当前市场状况我们应该把主要目标顾客定位于周边一些企事业单位、政府机关、汽车4s店，商务散客在次基

础上再吸引一些中高收入的消费群体。他们有如下的共性：

1.收入水平或消费能力较高，讲究服务上乘，到酒店消费一般是商务宴请接待客户。

2.具有高消费能力但对酒店各方面要求高。

3.关注酒店档次，需要酒店对其vip接待服务。

1.进行立体化宣传，突出本酒店的特性，让消费者从感性上对酒店有一个认识。让消费者认识到我们提供给他的是一个让他有能力享受生活的地方。可以在报章上针对酒店的环境，所处的位置，吸引消费者的光顾。让顾客从心理上获得一种“尊贵”的满足。

2.采用强势广告，如报纸，以期引起“轰动效应”作为强势销售，从而吸引大量的消费者注意，建立知名度。

1.规定销售区域和范围。市场部经理配合销售人员规定销售的区域和范围，一包干的方式，积极引导销售人员拓展销售面，销售区域和范围的分配要根据常客消费潜力，客户的地理位置和类别加以分配。销售人员的销售区域和范围的分配如下：

xx主要负责xx市各政府机关及各大会议公司、旅行社。

xx主要负责xx市各大企事业、各汽车4s店。

xx因人际关系主要负责xx各政府机关、企事业单位。

xx主要负责内勤工作，做好登记接待工作。

2.规定销售指标，市场部经理根据酒店的销售目标和政策制定销售目标。

**酒店活动策划书篇四**

为营造积极、健康、向上的工作氛围，激发酒店广大员工的活力，凝聚员工的力量更好的服务于旅游接待工作，经研究决定开展“酒店员工健身计划系列活动”。

一、活动时间： 20xx年12月21日下午13：30分开始（如未结束再由次日下午13：30分续赛）

二、活动项目：活动项目及活动规则详见附表，如需安排其他活动项目，职工根据实际健身需求提出，经研究同意后予以实施。

三、活动范围：酒店停车场。

四、参加对象：酒店全体员工（三人为单位）自由组合

五、组织形式：活动项目以竞赛形式随意组合，小组参加呼啦圈、踢毽子、跳绳三个项目按一轮的比赛成绩排定名次。比赛优胜者分别给予一定的奖励。

六、报名时间：20xx年12月17日至21日上午12时

七、筛网报名地点：人力资源部

八、内部电话：5005

欢迎员工踊跃报名参加

附：

员工健身活动竞赛规则

总裁判长：

副总裁判长：

裁判员：跳绳——

呼啦圈——

踢毽子——

成绩统计员：

（一）、比赛项目：

呼啦圈、踢毽子、跳绳三个项目；每组每人必须参赛，无特殊原因不得弃权（如弃权取消评选三项全能资格）。

（二）、组织形式：

比赛活动项目分类进行：呼啦圈、踢毽子、跳绳等三个项目进行一轮比赛，按每组比赛平均成绩排定名次。

（三）、奖励方法：

比赛按分设单项前一名、三项全能前一名，小组前三名各一名。

（四）、赛事安排：

1、裁判员及统计员应于比赛日时提前10分钟到达赛场；（如有特殊原因无法准时参加，应提前1天告知。）

2、参赛小组根据赛程安排顺序，准时参赛。如有特殊原因无法准时参赛须提前1天告知。

3、裁判员负责从成绩统计员处领取《比赛结果记录单》，并于赛后交于成绩统计员统一登记，

4、成绩统计员负责将裁判递交的每次赛程分数记录、汇总。

5、人力资源部将比赛结果公布于公司网及粘贴于员工餐厅。

6、其他：

比赛中的具体情况由每场比赛裁判员负责裁定；具体项目技术问题由总裁判、副总裁判负责解释裁定；本次活动解释权交由人力资源部。

跳绳：一分钟内跳绳次数多者胜出；若加赛，时间为半分钟。

呼 啦 圈：3分钟内绕圈次数多者胜出；若次数相同，需加赛，时间为一分钟。呼啦圈触地即停止计数，运动中不得借助双手扶圈作调整，否则论违规处理，停止计数。

踢毽子：一分钟内踢次数多者胜。毽子落地，即终止计数。

**酒店活动策划书篇五**

项目背景

饭店建于\*\*年９月。前身是北京展览馆招待所，\*\*年更名为西苑大旅社，\*\*年改造后改为公司、商社等常驻房，正式更为现名。1993年开始合资经营，聘请英资国泰国际酒店管理集团参与饭店经营管理工作。五星级商务饭店，拥有一座主楼与9栋4层小楼，有不同类型的客房705间（套）。餐饮设施有8家餐厅和2间酒廊，不仅提供淮扬、清真、小吃等风味菜肴，还有韩式料理、日本料理、西式大餐供宾客享用。位于大堂的商务中心提供专业的秘书服务，包括文字处理、打字、租用电脑、传真、复印、翻译、装订以及出租打字机服务，还提供internet上网服务。

自身优势：地理位置优越，位于中关村科技园区内，是京西金融、商业和交通中心，与国家计委、财政部、建设部等主要部委，以及中国五矿集团、金融街、北京展览馆和首都体育馆相毗邻。距著名的北京动物园、紫竹院公园仅1公里，步行便可到达。

曾经在北京外事接待饭店中占重要地位，如果说西苑饭店是北京“年纪”最大的饭店，这话应不过分，因为它至今已有60多年的历史了。西苑饭店原名“西苑大旅社”主营新疆风味的菜肴。上世纪80年代，一号主楼重新扩建形成今日最豪华的饭店，在饭店的顶端的旋转餐厅，是北京第一家饭店的旋转餐厅，至今也气势恢弘，景致高雅。

存在的问题：最主要的就是设备陈旧，尤以客房最甚。酒店整体给人老旧的感觉。其次是酒店正式员工平均年龄偏大，亟需注入新鲜血液。由于酒店设施方面的落后，酒店房价在北京五星级酒店中属于低水平，影响酒店的经济效益。

北京作为首都，商务酒店自然是星罗棋布，随处可见，各档次的饭店也为数甚多，要想在如此多的竞争对手中显出自身的吸引力，就必须在充分发挥现有自身优势的基础上，克服缺点，整合各方面资源，使饭店跟上时代的步伐，从而创造更好的效益。

公关目标

提升饭店形象

提高饭店的在消费者心目中的知名度，进而获得更多消费者的认同传播策略。

（一）密切联系目标公众，创造良好的人际传播渠道，让公众很好的了解到饭店信息。

（二）通过各种媒介的传播作用，宣传酒店新形象。

（三）通过良好服务传递口碑，在宣传中获得发展。

项目实施

（一）发挥自身优势

自身地理位置优越，交通便利，作为国企，有一些稳定的公务客源。

（二）强化自身品质，提升饭店形象

把老旧的客房、康乐设施等重新整修装饰，旧貌换新颜。使饭店老旧形象从根本上得到改变。

（三）利用各种途径，宣传全新的品牌形象

宣传活动先从内部做起，强化企业形象，有针对性地选择公众媒体宣传企业形象。

首先，可以把这一改变过程用视频的形式记录下来，传到饭店xx上，使公众得以了解饭店最新状况。也可联系北京电视台，作为老酒店蜕变的实例，在电视台播出。在各大饭店预订代理网站，也应在本饭店介绍中充分体现。

其次，每年文博会举办时期，北京xxx要员都会入住酒店，在酒店形象改造后，抓住这一契机，与政府人员协商，联系北京电视台对北京政府要员进行一次采访，采访内容就是了解他们在入住开会期间对于饭店的新形象，新的服务的感受，通过电视台对节目的播出，让更多的消费者了解到新的西苑，吸引更多客源。

再次，举办魅力管理人员以及魅力服务人员大赛，大赛可以包括形象展示，才艺展示，管理及服务知识技能问答。利用报刊、电视、互联网等多种媒介对大赛进行宣传，并邀请一些社会名流以及普通市民来免费参观，使公众了解西苑人的魅力。在大赛同时可以举办摄影活动，好的作品给予奖励。

具体活动宣传

1、提前10天在酒店门前的led灯上显示本酒店将在某月某日举行员工技能大赛。

2、在北京电视台进行播报，在移动电视进行广告，并在北京市日报宣传。

3、在社区宣传栏以及交通站牌粘贴宣传单。

4、编辑短信，将此活动告知酒店的vip及金卡客户。

5、在酒店的网站上进行宣传。活动流程

1、由酒店员工自愿报名参与本次大赛。

2、活动时由员工上交主题为“酒店是我家”的摄影作品。对宴会厅进行摄影展布置，搭建舞台，调配灯光、音响等设施，准备好大赛相关事宜，提前联系相关专业评委。

3、评比时除了专业评委评分，所有来宾都可作为大众评委投票。

大赛结束后，邀请活动嘉宾参观摄影展，参观饭店新的设施设备，并利用抽奖方式，选出两名嘉宾可以免费在饭店入住一晚。

（四）通过良好服务传递口碑，在宣传中获得发展。强化总体服务水平，提高饭店的在公众中的知名度

招聘高素质年轻的服务及管理人员，为企业注入新的活力。用心服务，为酒店注入亲和力。

为客人提供符合其所需的、个性化、人情化的服务；组织专人调查研究顾客心理与需求，进而制定出相应的服务措施。

根据大多数客人的年龄、层次、工作方式等方面的变化和需要，提供无线上网、手提电脑以及商务咨询等系列服务，方便了客人所需。

项目评估

（一）创商务酒店，实现品牌更新，成功地将酒店新的品牌形象推向市场，实现了品牌更新，得到目标公众群的认同和支持。

（二）在短期内迅速提高了酒店知名度，酒店形象的全新蜕变，得到同行和社会各界的关注和呼应。

（三）有效地拓展了酒店的市场，赢得了良好的经济效益。极大促进酒店的进一步发展，在市场竞争中占得先机。

（四）营造了良好的公关关系。随着西苑人的努力，西苑饭店知名度进一步提高，新的形象被认同，饭店品牌含金量提高，不但取得了良好的经济效益，还营造了良好的公关关系。

方案实施中遇到未知因素，可在大前提下做出适当调整，确保酒店成功转变形象。

**酒店活动策划书篇六**

而气氛又是从哪些方面体现出来的?在餐厅消费，食品只是消费都要求的其中一环，更多的是人们要求的是餐厅的整体服务。因此，在整个餐厅的气氛上要做好相应的布置。而怎样布置也有讲究，如果是主题餐厅的话，那便要依餐厅的主题来布置，一般情况下可以参照以下：

灯光，餐厅灯光的强弱与光色的照射，对餐饮消费者的就餐情绪有着重要的影响。合理的餐厅光色，既可以激发消费欲望，又可以使消费者乐于在视觉舒适的餐厅环境中就餐。

色调，不同的色彩能引起餐饮消费者的不同联想意境，产生不同的心理感受。餐厅的色彩如果调配得当，醒目宜人，对餐饮消费者和餐厅服务员的情绪调节、预防冲突都将具有重要意义。

布局，餐厅的整体氛围是消费者产生愉悦的就餐心理的又一重要因素。如果其布局能根据餐厅主题和餐饮市场定位的消费者心理进行设计，必将受到顾客的青睐。

餐台，在餐桌上摆一瓶色泽鲜艳的插花或盆花，如月季、杜鹃、米兰等。其艳丽的色彩，清馥的香昧，可使人的大脑处于悠然之境，并能增加消费者的食欲。

音响，餐厅中特定的音响效果能够产生独特的气氛，在餐厅中布置山水小景，山石滴泉叮咚声响使人如同漫步泉边溪畔。餐厅播放一些行云流水的背景轻音乐，如克莱德曼的钢琴曲等。都能使餐饮消费者的就餐心情变得格外舒畅。

有人喜欢高山流水，有人喜欢情意绵绵，布置出优雅的酒店餐厅环境，是做好五一促销活动的第一步。

促销活动中人的因素是很重要的，它体现了一个餐厅的态度，每一个人都喜欢被尊重，被关注，优质的服务能够征服消费者的心，让消费都牢牢记住你。所以在促销之前，要做好人员的基本服务培训，促销特色培训，态度意识的培训等等，这样可以让促销活动更好的发挥它的效果。

消费都都喜欢新鲜事物，对于新菜都有一种要品尝的欲望，利用几款新菜来吸引消费者，满足消费都的新鲜感。

消费者都大部分是喜欢实惠的消费，而餐厅里食品的促销方法有很多，可以菜式搭配不同推出不同的超值套餐供消费选择，但价格的定价方面也有讲究。如下：

菜式，劳很多商家会推出相应的套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择。

制作，让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望。

观赏，在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌。

价格，通过价格来吸引消费者，这也是商家常用的方法，太要拿捏到位，不要降低价格的同时也降低了餐厅的品牌。

赠品，提供一些节日相关的赠品可以拉动一定的消费者。比如说提前预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到一些赠品。赠品要与自己餐厅的品牌风格相应。

**酒店活动策划书篇七**

一、活动主题：“岁月无声、真爱永恒”“诗情花意过情人节”

二、活动时间：20xx年8月15日星期天 19：30--22：00

三、活动地点：某某酒吧

四、活动形式：男女配合.才能玩的活动

五、活动规模：33人左右

六、情人节策划活动流程方案：

（一）“寻找你心中的女神”

1、通过对嘉宾的介绍，嘉宾选出自己心仪的对象

(自我介绍限时2分钟/人，女嘉宾们全部站一排通过自我介绍让男嘉宾有个初步的了解，男嘉宾作出选择，如果只有1位男嘉宾选择，并且女嘉宾同意，则初步速配成功。如果有多名男嘉宾选择，则男嘉宾有1分钟的表白时间，最后女嘉宾选择1位心仪的，速配成功。)（情人节情侣活动策划书）

2、如果男女双方同意则第一轮速配成功，在剩下第二轮速配游戏中只有一男一女合作才能得到大礼品，只有男女一对可以玩、要配合。男女是一组后都不能离开对方，离开算弃权处理没有礼品，不能玩下轮游戏.

（二）“分组对战帅哥美女对对碰”

大家分成2组：牛郎队与织女队。每队6对男女外加一个男的。游戏就是每组每次游戏游淘汰一对，到最后成3队后可以得到礼品，排第一名、第二名、第三名。

1、牛郎背织女(推选现场每组2对男女组合共同完成本游戏)

游戏规则是分组进行，其中一人蒙上眼晴背上自己合作伴侣，由另一方负责指挥，按游戏的路程，要捡起所安排的物品、规则是男方的蹲下女方捡起、拾玫瑰等关口。顺利通过的组并且用时最少的一组将得到小礼品一份。

2、智力大冲浪，争分夺秒游戏

每组2对男女，女的坐在凳子上 男站在墙对拿玫瑰花。每组的女方给对方男的提出一些问题，答对可以走一步，知道男方可以把玫瑰送到女方，就是胜利者。答对问题最多的组将得到小礼品一份；失败的就淘汰。

3、情歌对对唱

由主持人说个字，如“爱”，现场每组一对。比赛过程中参与者自由发挥自我特长，努力表现自我。唱爱开头对情歌最多的一组将得到小礼品一份。要答对5次 失败的就淘汰。

**酒店活动策划书篇八**

1、平安夜，狂欢夜自助大餐

时间：24年12月24日、25日18：20

地点：四楼多功能厅，二楼大厅

规模：四楼26人/场，二楼16人/场

内容：大型自助餐，综合性文艺节目，大型抽奖活动。（奖品以赞助为主）

气氛布置：热烈、明亮、欢快

票价：比去年提高，今年以提高票价，控制人数为原则、

二楼：——————元/张儿童票半价（无套票）

四楼：——————元/张儿童票半价

套票：——————元/张（两大一小）

节目安排：由娱乐部负责，中间穿插抽奖活动，市场营销部负责节目审核和总协调。动力部在二楼安装电视同步播放器，同时播放四楼晚会节目及抽奖活动，

四楼抽奖对二楼同时有效、

2、烛光晚宴：

时间：24年12月24日、25日19：22：

地点：21楼旋转餐厅

规模：81人

内容：烛光晚宴、家庭套餐。适合家庭、情侣。

气氛布置：全场烛光，放轻音乐，强调安静祥和，浪漫温馨气氛。

票价：————元/张儿童票半价

————元/张（两大一小）

（以上演员及主持人费用由娱乐部另呈领导批示）

1，主景点布置：

大厅外：考虑到酒店大堂比较小，不能摆大气的装饰，今年准备在大厅外空地做一个三米高的城堡及风车装饰（木工制作），在酒店大门处放一个春老人，增加春节气氛。（

包括周边装饰一起费用预算15元）、

大堂：大堂准备摆两个景点：一是总台前做一个长城雪景图（木工制作，费用预算1元）；二是在客梯前空地做一个哈里波特和魔法屋（用泡木雕，费用预算5元）、

二楼楼梯口：放一颗精美的春树。（费用预算2元）

咖啡厅：以气球和装饰灯，喷绘为主体装饰物、（5元）

大厅内外柱子：以灯和喷绘做主体装饰物（8元）

2，其他：

四楼多功能厅晚会场地及走廊，三楼电梯口，二十一楼电梯口，二楼大厅及包房，客房走廊以及其他各营业区尽量用去年的存品，估计仍须采购物品9元、

3、礼品：主要是春节当晚在各营业区及晚会现场所发的礼品和在客房常客，商务客人所送的礼品，预计礼品费用15元、

以上共计预算费用15元、

时间：24年12月24日、25日19：24-凌晨7：00

地点：四楼歌舞厅

规模：所有包房

内容：1、包房价格上涨

小包房：晚场58元/场（送啤酒4瓶，大果盘一份，大碟两份，、清茶免费），晚晚场38元/场（清茶免费）。

中包房：晚场128元/场（送啤酒12瓶，大果盘二份，大碟八份，清茶免费），晚晚场58元/场（清茶免费）。

大包房：晚场158元/场（送啤酒24瓶，大果盘三份，大碟十二份，清茶免费）晚晚场88元/场（清茶免费）。

春节当晚给常客，重要商务客人以及外宾送春礼物、用传统的春老人袜装好送到房间，给客人惊喜、

1、给各营业区发春小姐服装，由春小姐为客人服务，给小朋友发礼品。

2、安排两名春天使迎宾、

3、整个酒店安排两名春老人和小丑发礼品。

4、酒店提供

照相留影服务。（自助餐客人）

1、在电视台，交通频道及晚报作广告宣传（费用已含在全年广告费用预算中）

2、印制宣传单1份（费用财务另呈领导批示）

3、印刷贺卡送客户（费用销售部另呈领导批示）

4、大堂广告，大厅外横幅，电梯广告宣传。

1、11月1日12月3日拉赞助，12月5日到位摆置大厅。

2、11月25日大堂及电梯广告到位、

3、12月1日具体布置方案制出，物品采购到位，开始装饰。

4、12月2日春票、贺卡、宣传单。

5、各部门12月2日开始卖春票，并各媒体上广告。

6、12月6日景点布置完毕。

7、12月8日送贺卡。

8、12月12日核定娱乐部节目。

9、12月15日下发晚会备忘录。

1、12月23日下发服装。各部门相关工作及人员安排到位、

11、12月24、25日作好晚会各项工作。

**酒店活动策划书篇九**

为庆祝一年一度的“六一”国际儿童节，让小朋友们度过一个快乐而有意义的节日，给家长们创造关心孩子的机会，江南餐饮集团为孩子们精心准备了美味可口的儿童套餐、精彩纷呈的文艺晚会、五颜六色的蛋糕，各部餐厅大门饰以缤纷多彩的气球，六一期间童真荡漾，让孩子们在欢乐的天地、缤纷的美食世界中度过一个快乐难忘的“六一”儿童节。届时江南各部将推出系列精品菜肴和美食，通过本次活动的开展，提高江南在太原和山西的美誉度，吸引更多的家庭来江南各部消费，让家长和小朋友们来江南分享美食、体验快乐。

5月28日——6月1日

欢乐童年，精彩无限——江南艺术儿童节

届时，江南各部通过策划主题活动给参与活动的儿童朋友一个惊喜、一份快乐、一份难忘的记忆、一个一生都难以忘怀的20xx年儿童节。

(一)大酒店“欢乐童年 精彩无限”艺术儿童节晚会节目设计

凡是点到大酒店儿童套餐的小朋友，在晚会开始前均可到主持人处报名参加以下活动比赛(书画比赛要提前报名参加)，获奖小朋友均有礼品赠送。

1、儿歌演唱比赛：曲目为背景音乐里的二十首儿歌，一部、三部、大酒店同时进行，各部根据情况确定小朋友报名数量。

2、儿童舞蹈演出：由东方佳艺演出公司提供，只在大酒店晚会中间参差进行，——由徐鼎明负责落实。

3、儿童书画比赛：凡是提前来店预订儿童套餐小朋友均可报名参加书画比赛，晚会现场所有来宾是裁判，取前六名在大酒店合影留念，并颁发奖品

4、趣味谜语竟猜：共设谜语100条一部、二部、大酒店同时进行，大酒店晚会随机进行安排，由主持人负责。

5、江南六一儿歌朗诵比赛：在一部、二部、大酒店同时进行。

(二)联动促销

活动一：5月28日——6月1日期间，凡在江南一、二、三部定大酒店儿童乐套餐者，均可获赠大酒店“欢乐童年 精彩无限” 主题儿童文艺晚会免费门票一张;

活动二：5月28日——6月1日活动期间，凡在六一期间来江南各店用餐者，均可免费获赠气球一个。

(三)大酒店晚会现场装饰

1、舞台设计：“欢乐童年 精彩无限”主题背景布，周边用粉纱和印有六一祝福语的气球装饰，突出童真、竞技的氛围。

2、宴会厅内布置：用气球装饰与彩色纸花布置。

3、其他点缀：在宴会厅内各个音响和玻璃上张贴征集到的儿童图画，作为展览。

1、背景音乐：在酒店大堂和包房里播放儿童喜欢的歌曲，如《小燕子》《读书郎 》《歌声与微笑 》《好爸爸，坏爸爸》《红星歌》《快乐节日》《两个小星星》《让我们荡起双浆 》《山里的孩子》《少年先锋队 》《生日快乐》《世上只有妈妈好 》《蛙哈哈》《我爱北京天安门》《我们多么幸福》《每当我走过老师的窗前》《雪绒花 》《外婆桥 》《找馍馍》《小兔乖乖》，共计20首儿童歌曲，即可在殿堂内和包房里播放，又可以让小朋友们学着演唱;

2、门厅装饰：一部、三部、大酒店用气球做彩门装饰，营造六一热闹氛围。

3、媒体宣传：山西省交通台、太原交通台、山西日报《经济时讯》、生活晨报。

4、视觉宣传：5月28日(提前三天)各店开始宣传，主要以条幅、易拉宝、彩页菜单、口碑传播、向新老客户介绍等多种形式推广，以达到最佳的效。

本次活动套餐设计以营养为主，主要在大酒店宴会厅以销售套餐的形式进行，套餐分设六款， 共计46套。

“欢乐童年”营养套餐288元(a三人用)，15套计4320元;

“金色年华”营养套餐388元(b四人用)，16套计 6208元;

“望子成龙”营养套餐488元(c四人用)，15套计7320元;

本次活动预计收益为：17848元。

**酒店活动策划书篇十**

xx酒店在端午节来临之际，特推出了以下优惠活动：

端午特惠期：5月27日-30日

客房优惠活动：

五星区特惠客房：400元/间夜

四星区特惠客房：350元/间夜

餐饮优惠活动：

三餐赠送稻香湖小枣糯米棕

餐厅售卖稻香湖纯手工自制糯米棕（香甜蜜枣棕、广式枧水莲蓉棕、瑶柱蛋黄棕、咸香鲜肉粽）

店外优惠活动：

赠送 凤凰岭自然风景区5折优惠券

赠送 西山樱桃节采摘9.5折优惠券

地址：北京市海淀区苏家坨镇稻香湖公园内

酒店餐饮端午节促销活动方案参考二

·客房部采取“送餐饮消费卷”的经营策略，毎现金开房1间送20元餐饮消费卷。

·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）。

·桑拿中心，全套300元送餐饮消费卷20元。

亲友团购价。端午节是亲朋好友团聚的日子，一起吃饭热闹一下是常事，但如何把这些人聚到自己的酒店就不是一件简单的事。亲友团购价，针对的就是相聚一起的人亲朋好友。

酒店餐饮端午节促销活动方案参考三

凡是在端午节期间达到以下标准的都可以在本酒店申请亲友团购消费。 ａ、人数达到八人以上。

ｂ、用餐人当中有假期回本地的火车票。

提前预购价。可以刺激消费者提前预定。

酒店端午节促销活动的方法还有很多，您有自己更好的想法了吗？

**酒店活动策划书篇十一**

感恩广大来宾，梅利温暖消费者活动

活动的目的和意义：

一、通过此活动，一方面让顾客体验到梅利的变化，另一方面吸引更多的顾客，让他们感受到梅利的与众不同。以此更好的宣传酒店品牌。

二、因接下来圣诞节、元旦等节日接连而至，所以此次感恩节活动要跟接下来的节日相呼应，为下一步更好的发展打下良好的基础。

一、感恩节场景布置

1、四个店面统一悬挂红灯笼(东司门店一楼不用挂)，大门口挂大灯笼，支充气拱门，挂主题横幅。

2、添加菜品展板。在大厅及走廊包间挂上菜品的展板，给顾客视觉上的冲击。

二、具体实施方案

宣传时间：20xx年11月22日~20xx年11月24日

活动时间：20xx年11月24日

宣传方式：

1、在大门口设立海报，简介为此次活动方法和内容。

2、制作宣传彩页，一方面是向就餐顾客发放，另一方面在人流量较大的地方发放，达到双重效果。

方案一：

1、给进门的小朋友一个棒棒糖或小礼品，并送上节日致辞。

2、消费一百元以上的顾客，可以有一次扎气球的机会(气球提前准备)，气球内装有几种凉菜的菜名，中奖即获得该菜品(价格低廉的为主)。消费二百元以上的顾客，还可有一次扎气球的机会。

方案分析：

本方案优点在于投入成本小，且互动的成分多，能够让顾客感受到节日的气氛。因感恩节在开封来说其重要性和名气不如圣诞节和春节，故此方案的目的主要是以改变顾客印象为主。

方案二：

赠送消费300元以上的客人抽奖卡，该抽奖卡上面留该客户联系方式，奖品为一些精美的小礼品;也可询问前厅经理哪些是经常消费并且平均消费高的顾客。因为留有客户的联系方式，所以可以在逢年过节前或天气突变时以公司名义发信息致以问候并宣传梅利的新款菜式。(此方案不局限于此次节日活动，可持续进行)

方案分析：

该方案前期会降低毛利，且顾客数量大，从中筛选出固定客源的工作繁重。但能抓住相当一部分顾客，省掉不必要的广告宣传费用，可以让顾客第一时间了解梅利的新品，且能从中体会到梅利在服务方面的提高。

方案三：

在感恩节当天推出新菜品和特价菜品，借助感恩节向外宣传，在吃上进行改观，饭后赠送一小碗汤圆或是耳暖，买单后送一张10元代金券。

方案分析：借用感恩节的噱头推出新菜品能够快速的让大众接受，另外赠送的汤圆数量虽然不多，但是经过服务员的口头介绍后，能让顾客感觉到感恩节的不同和温暖，对梅利的口碑有益。

各部门职责及准备工作：

采购部：负责所需物品的购买

策划部：负责节日活动的具体策划及活动安排

前厅：前厅经理主动协助策划部进行店面的布置、员工之间的协调。服务员统一节日问候语，微笑服务，主动向顾客介绍节日活动的详细内容，并推出新菜品。

活动预算：

拱门租金：150元/天四个店面共600元

耳暖(礼品)：1.5元/个200个共600元

灯笼(小)1.2元/个400个共480元

宣传页5000张共700元

菜品展板70x90大小60元/个168个共10080元

灯笼(大1.2米)50元/个20个共1000元

海报+展架50元/个4个共200元

整体方案分析：

因之前梅利活动做得不多，故此次活动虽然规模很小，但是却可以让消费者产生较强烈的记忆感，引起良好的口碑宣传，提高知名度和美誉度。且各项制度刚刚下发，趁节日机会严抓服务，能起到明显的效果。

**酒店活动策划书篇十二**

为提高前厅部服务质量，为酒店开业打好基础，充分展示前厅部精神文明风貌，特开展“服务明星”评选活动，制定方案如下：

前厅部全体员工。

每月评选出3名“前厅部服务明星”。

1、在前厅连续工作3个月以上；

2、遵守酒店考勤纪律，当月无缺勤；全月没有受过过失单及以上处罚。

3、具有较强的业务技能及较好的服务意识；富有团队精神；生活中表现优良，品德高尚；

1、仪容仪表符合酒店及部门的相关要求。

2、在本岗位上发挥重要作用，出色完成本职工作，受到顾客及部门人员一致认同及赞扬。

3、敬业爱岗、乐于助人，对客人热情礼貌，与同事相处融恰，对领导尊重服从。

4、能够快速反映客人的意见和投诉，满足客人的需求；当月无客人投诉和重大责任事故；

5、在服务、业务技能、管理、安全、环保、节能降耗等方面主动提出合理化建议。

6、积极参加酒店或部门组织的各类培训及活动。四、评选程序本次服务明星评选采取“分部推荐，集中审定，统一表彰”的方式。

1、每个分部可推荐1名员工作为部门服务明星候选人；

2、岗位服务明星候选人推荐名额原则上按每个分部推选一人，若有表现十分突出的也可同时推荐。

由前厅部经理组织各分部主管人员对各分部上报的服务明星候选人进行综合评定，部门总监负责对评审结果进行审核，确定3名前厅部服务明星。

部门总监将在前厅部例会上对于每月服务明星进行表彰；并将个人工作照张贴在休息室白板上。同时发放100元现金作为奖励。

在与酒店整体活动计划及相关政策不冲突的前提之下，本活动自10月1日起将长期开展。每月25日，各分部将候选人名单送交至前厅部经理。酒店保安部工作思路酒店可疑爆炸物应急演练预案。

**酒店活动策划书篇十三**

一味的降价和打折已经不新鲜了，关键是如何打得有亲情味，有团员感。不妨考虑以下方案：

1、活动期间，男女夫妻(情侣)订中秋情侣套餐优惠xxx元;

2、活动期间，父母子女二代人订中秋二代同堂团员套餐优惠xxx元;

3、活动期间，祖孙三代同堂订购中秋三代同堂团员套餐优惠xxx元;

4、活动期间，四世同堂订购中秋三代同堂团员套餐优惠xxx元;

酒店中秋节促销送礼篇——送美满

酒店中秋节送礼还是月饼好，在月饼价贵，人们不想掏钱买的形势下，酒店可和月饼制作方合作，大批量定制月饼。首先是价格上得到实惠，也满足了顾客的需求，同时在月饼或月饼包装礼盒上印上本酒店的logo，对酒店品牌也是一种营销。笔者有一位商友，她叫伍神连，通过网络找她定制月饼用来送礼的人络绎不绝。

本酒店的顾客主要是中上层人士和政府机关工作人员，但其中也有不少是私款消费，这要求酒店在提高档次的基础上必须兼顾那些私款消费者的个人利益。

1、饭菜基本上可以保持原来的定价，但要考虑和中秋节相关的一些饭菜的价格，可采用打折(建议使用这种办法)或者直接降低价格的办法。

2、针对价格高的饭菜，建议采用减量和减价想结合的办法。

3、中秋节的套餐(下面有说明)的价格不要偏高，人均消费控制在20-30元(不含酒水)。

4、其他的酒水价格和其它服务的价格可根据酒店的实际情况灵活变动，在中秋节的前后达到最低价(但要针对酒店的纯利润来制定)。

1、制作专门针对中秋节的套餐，可以根据实际的情况分实惠、中、高三等，有二人餐、三人餐等类型，主题要体现全家团圆，可赠送月饼(价格不需要太高)。

2、如果一家人里有一个人的生日是8月15日，可凭借有效的证件(户口本和身份证)，在酒店聚餐可享受5-6折(根据酒店的实际决定)的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。

3、如果手机和固定电话号码尾号是815(临汾地区以内)，可凭借有效的证件(户口本和身份证)，在酒店聚餐可享受5-6折(根据酒店的实际决定)的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。最好是酒店直接联系一下这些人。

4、由于本酒店暂时没有住宿服务，可和其他的以住宿为主的大型宾馆联合行动，相互介绍客户，这样可以增加客户群，减少一些相关的费用。对这部分客户可用专车接送，同时也建议给他们推荐中秋节套餐。

5、在饭后赠送一些和中秋节相关的小礼物(上面要印上酒店的名称、电话、地址、网址)。

6、活动的时间定于农历8月10日-20日。

1、在酒店的门口附近、火车站、汽车站放置户外广告(户外广告采用喷绘为主，条幅相结合的形式)。

2、电视、街道横幅和报纸广告相结合。

3、可以尝试一下手机短信广告，群发的重点是原来饭店的老顾客，注意要使用适当的语言，主要介绍酒店的最新活动。

4、可在网站做个弹除框广告或者比较大的flash动画广告或者是banner。网页动画和图片的处理必须要和营销的内容相符合。

5、也可采用传单广告，但传单的质量必须要高。

注意：以上的广告可同时选择几种，推广的重点在市区，也可向周边的县市推广。广告的受众最低要保证15万人。

保安必须要保证酒店的安全;对服务员和相关的工作人员采指定一些激励政策，调动她们工作的积极性(以后可以细化这个内容);在大厅里放一些品位高的音乐;上菜的速度必须要快;大厅的布置上不需要太豪华，但要美观大方，表现出中秋节的味道。

如果推广和相关的服务到位，收入最少是平时收入的1、5倍以上。

1、在服务大厅配备电脑，随时保存一些重点顾客的资料。

2、在争取顾客同意的条件下，把顾客的信息输入数据库(关键是顾客的名字和手机号码)，为以后的推广服务(以后可以细化这个内容)。

3、尽快做好酒店的网站，网站必须要由专业的人士制作，域名既要简单有要好记，网页的设计上要体现出酒店的特色，颜色以暖色调为主，主页最好要一个大的flash动画，还要有新闻发布系统、网上营销系统、顾客留言板、客户论坛、员工娱乐等方面的内容。通过网络营销(最大的优势是受众范围大，花费少)增强酒店的知名度。

**酒店活动策划书篇十四**

温馨的生活，总少不了他（她）的陪伴节日的浪漫，总愿为您点燃！

度浪漫七夕，享温馨生活，酒店七夕节“点燃浪漫”活动正在进行中！

原价980元樱花标准房，浪漫点燃价：398！并赠送价值198元的情侣套餐！原价1180元玫瑰豪华房，浪漫点燃价：498！并赠送价值198元的情侣套餐！原价1380元百合特色房，浪漫点燃价：598！并赠送价值298元的情侣套餐！

（注：①“浪漫点燃价”即酒店协议价；②活动仅限本周末8月24日、25日）

七夕“点燃浪漫”正在进行中，398/498/598元即可入住首家浪漫主题酒店、免费享受几百元情侣套餐！详询0591—63111111

通过富有中国本土浪漫气息的情人节与本酒店“浪漫”主题个性的相结合，形成鲜明、易传达、富有感染力的浪漫气息，并将此迅速传达给消费者，借此能将本酒店的浪漫品牌个性灌输到消费者的记忆中，吸引消费者前来消费的同时更提升了本酒店的知名度。针对指定消费群体，特别推出餐饮和住宿一体式优惠套餐，满足消费者和潜在消费者的节日需求，进而了解和体验到本酒店的服务，建立和加深对本酒店的品牌好感和忠诚度。

1、通过七夕中国情人节传达酒店的“浪漫”品牌个性。

2、吸引消费者前来本店体验和消费，建立和提高酒店知名度；3、促进酒店客房及餐饮消费，提升本店销售额。

第一部分：客房和餐饮配合促销。通过客房和餐厅套餐的捆绑，组合成本酒店的七夕巨惠套餐，最后定位为七夕节浪漫点燃价，套餐详情为：原价980元樱花标准房，浪漫点燃价：398！并赠送价值198元的情侣套餐！原价1180元玫瑰豪华房，浪漫点燃价：498！并赠送价值198元的情侣套餐！原价1380元百合特色房，浪漫点燃价：598！并赠送价值298元的情侣套餐！

第二部分：情人节布置布置风格：以浪漫为主题，结合本酒店品牌个性，布置成唯美、浪漫风格。

以粉色、蓝色为主色调，以花、云、牛郎织女等为主要表现载体。

通过易拉宝、人形牌、多媒体和kt板将大厅和酒店门口装饰成七夕浪漫唯美风格

1）备餐，包括套餐、巧克力、玫瑰花、红酒2）依据即定金额，确定菜单3）餐厅的七夕节布置

4）回收装饰并交与营销部保存？前厅部

1）大厅、酒楼、酒店入口的布置2）回收装饰并交与营销部保存

3）接受顾客咨询，向顾客解释活动详情？

20xx酒店七夕节活动策划方案提供相应客房，并布置客房保安部？

1）疏导交通

2）协助布置物料的维护工程部？

1）满足七夕节活动中，电力设施的用电需求2）协助布置（有时需要高空作业）营销/策划部？1）确定布置调性

2）拟定和实施营销方案

3）物料设计

4）组织现场布置六、媒介宣传店内宣传？

1）易拉宝宣传介绍七夕节套餐，以浪漫唯美为基调，七夕元素为题材。设计文案：温馨的生活，总少不了他（她）的陪伴节日的浪漫，总愿为您点燃！

度浪漫七夕，享温馨生活，酒店七夕节“点燃浪漫”活动正在进行中！活动期间：

原价980元樱花标准房，浪漫点燃价：398！并赠送价值198元的情侣套餐！原价1180元玫瑰豪华房，浪漫点燃价：498！并赠送价值198元的情侣套餐！原价1380元百合特色房，浪漫点燃价：598！并赠送价值298元的情侣套餐！（注：“浪漫点燃价”即酒店协议价，活动仅限周末6日、7日）

2）多媒体宣传

led突出活动主题“酒店七夕节‘点燃浪漫’活动正在进行中……”液晶电视和楼宇电视突出七夕气息和本次活动的优惠信息。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找