# 怎么做酒店营销方案策划 怎么做酒店营销方案模板

来源：网络 作者：逝水流年 更新时间：2024-06-22

*为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，通常会被要求事先制定方案，方案是解决一个问题或者一项工程，一个课题的详细过程。下面是小编为大家整理的内容，以供参考，一起来看看！怎么做酒店营销方案1一、产品组合酒店营销可根据企业的销售要求，针对宾...*

为保证事情或工作高起点、高质量、高水平开展，通常会被要求事先制定方案，方案是解决一个问题或者一项工程，一个课题的详细过程。下面是小编为大家整理的内容，以供参考，一起来看看！

**怎么做酒店营销方案1**

一、产品组合

酒店营销可根据企业的销售要求，针对宾客的不一样需要开发各种受宾客欢迎的组合产品，吸引客源，现有的组合产品方式包括：

(1)公务客人组合产品。针对公务客人的特殊服务，为公务客人供给优惠：如免费在客房供应一篮水果，免费供给欢迎饮料，免费使用康乐中心的设施和器材，免费参加酒吧，歌舞娱乐活动。

(2)会议组合产品。会议组合产品包括使用会议厅，会议休息时间供应点心咖啡，会议期间工作餐，按每人一个包价优惠供给。

(3)家庭住宿组合产品。形式如双人房供全家住宿，小孩与父母同住免费加床，供给看管小孩服务，小孩免费使用康乐设施，餐厅供给儿童菜单。

(4)蜜月度假产品。蜜月度假产品只向新婚夫妇供给，一般需要漂亮而宁静的客房以及一些特殊的服务，如一间布置漂亮的洞房，免费床前美式早餐，免费奉赠香槟酒，客房里供应鲜花、水果篮。

(5)婚礼组合产品。这类产品主要针对当地居民市场，结合婚礼消费的形式，适应消费的心理，强调喜庆的气氛，吸引消费：该产品组合资料有豪华级京式或广式筵席，免费供给全场软饮料，四层精美婚礼蛋糕一座，以鲜花和双喜横幅隆重地布置婚宴厅，根据具体要求制造婚宴气氛，播放婚礼进行曲，洞房花烛夜免费供给新婚套房、鲜花、水果和香槟酒，免费美式早餐送到客房。

(6)周末组合产品。周末组合产品可吸引客人在一周工作之余，来休息和娱乐一下，因而需策划组织一些娱乐体育活动：如举办周末晚会、周末杂技演出等等，将娱乐性活动加上饭店的食宿服务组合成价格便宜的包价产品。

(7)淡季度假产品。在营业淡季时以一周、十天住宿加膳食以包价供给给客人。同时，为了吸引宾客，还要策划组织宾客免费享受娱乐活动。

(8)特殊活动组合产品。这类组合产品的开发需要营销人员具有创造性及事实思维，设计出既新颖又在经济和销售上可行的产品，可利用现有的设施和服务组织，如乒乓球、网球、保龄球赛等活动，提高酒店的声誉及形象。

二、组织营销

酒店营销在组织开展时，要做到以下几项：

1、划定销售区域和范围。营销部经理配合销售人员划定销售的区域和范围，以包干的方式，进取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的销售潜力，客户的地理位置和类别来加以分配。

2、规定销售指标。营销部经理根据饭店的销售目标和政策制定销售指标。销售指标分为数量指标和质量指标。数量指标有：

(1)销售数量，如客房销售的天数，餐饮销售额，平均房价，销售收入等。

(2)销售次数，每一天或每月应进行的销售访问次数。

(3)销售费用的指标与控制，每月销售人员所涉及的销售费用，如交通费和招待费用。

由于各销售人员分管的客户需求潜力不一样，在规定销售人员到达销售数量的同时，要确定销售的质量标准，质量标准有销售人员的产品和销售知识，销售访问的效果，销售人员的工作态度，工作本事以及与客户的关系等。

3、销售人员的成绩评估。销售管理人员应采取适宜的途径了解和获取销售人员工作的成绩信息，制订销售人员每月上报\"销售报告\"规则，了解销售情景，及时反馈销售信息。

4、编排合理的组织机构。营销部根据酒店客户的地理位置和类别综合研究，组织销售人员按地理位置分工销售，减少路途时间，提高工作效率。根据当前酒店的发展状况，酒店营销要进取挖掘酒店产品的潜力，增加产品的吸引力，吸引宾客消费，招徕生意。

三、策划宣传

酒店营销除开发新产品、新活动项目外，更要推出独特的宣传方式来吸引客源，这就要在广告策划推销上多做文章。

(1)可选择电视、电台、报刊、网络等媒体，经常性地报道酒店新近推出的特色菜肴、客房环境、活动项目等，提高宾客对酒店的感官印象。

(2)运用行业性杂志、报纸、旅行线路小册子、指南、广告传单、直接信函等方式对酒店产品进行宣传。

(3)以邀请知名演出的方式壮大声势，增强影响面，营造酒店的消费热点，如邀请举办省市模特大赛，时装秀;大型歌舞器乐演奏等促销方式。

(4)设计推出啤酒节，菜肴赏品的方式提高酒店消费，增加效益。

酒店营销不应局限在一个阶段，拘泥于一种模式，沉迷于一种状态，它必须以最敏锐、最超前、最独到的嗅觉感官去创造和设计适宜于酒店经营发展的最佳经营模式，使酒店经营更趋完善，先进及独特，不致于在激烈的酒店业竞争中败下阵来。

**怎么做酒店营销方案2**

一、时间

\_月\_日—— \_月\_日。

二、地点

\_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

\_节期间的散客、家庭、亲朋好友。

五、定位

“融融\_情团圆家万兴”在\_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)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\_节文化为內容推出多款适合家庭聚会的精美实惠端午团园宴，预定团园宴送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。

七、营销活动效果分析

1、这次策划体现\_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。

1、酒店所有营运部门的销售目标向餐饮部傾斜，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。

八、经费预算及广告策划

1、\_县城主干道50条横幅广告。费用3500元。由\_负责。

2、\_县所有的手机尾数带6、8、9用户地毯式短信覆盖。预计发\_条，共\_元。由\_负责。

3、租用一台专用宣传车绕城宣传10天。费用\_元。由奉总负责。

4、祁阳县所有的出租车车张贴广告。费用\_元。由蒋部长负责。

5、组织员工上街拉练，散发宣传资料。费用\_元。由蒋经理、杨经理负责。

6、消费卷制作400张，费用50元。由\_负责。

附：广告词

1、新\_新娱乐新消费\_节全场赠送惊喜多多。

2、新\_新口味美食城毎款菜价10元，啤酒买一送一。

**怎么做酒店营销方案3**

春节即将来临。根据往年市场分析，春节这两天人们反映十分热烈，场面也异常火爆。今年春节为了让人们体会到品牌的辉煌气势和我们酒店独特的春文化氛围，力争做到比往年更具节日气氛;并在装饰和布置上突出新颖和独特;加大广告宣传力度，达到在经济利益增长的同时，最大程度的达到良好的社会效益。

初拟营销方案及布置策划如下：

一：春节酒店的布置及装饰;

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1500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1000元);二是在客梯前空地做一个(用泡木雕， 费用预算500元)。

二楼楼梯口：放一颗精美的春树。( 费用预算200元)

咖啡厅：以气球和装饰灯，喷绘为主体装饰物。(500元)

大厅内外柱子：以灯和喷绘做主体装饰物(800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9000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，商务客户所送的礼品，预计礼品费用1500元。

以上共计预算费用15000元。

二：春节主题活动安排：

1、 平安夜，狂欢夜自助大餐

时间：20\_年12月28日、29日18：00——20：00

地点：四楼多功能厅，二楼大厅

规模：四楼260人/场，二楼160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：20\_年12月28日、29日19：00——22：00

地点：21楼旋转餐厅

规模：80——100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)

三：KTV狂欢春晚晚场

时间：20\_年12月28日、29日19：00——24：00 24：00——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580元/场(送啤酒4瓶，大果盘一份，大碟两份，。清茶免费)，晚晚场380元/场(清茶免费)。

中包房：晚场1280元/场(送啤酒12瓶，大果盘二份，大碟八份，清茶免费)，晚晚场580元/场(清茶免费)。

大包房：晚场1580元/场(送啤酒24瓶，大果盘三份，大碟十二份，清茶免费)晚晚场880元/场(清茶免费)。

四：客房礼品放送：

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

五：酒店整体气氛布置

1、 给各营业区发春小姐服装，由春小姐为客户服务，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。(自助餐客户)

六：广告宣传

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1000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。

七：春节各项工作安排

1、 11月 10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。

10、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。

以上是小编整理的全部内容，阅读了这么多，我想你一定收获了很多。如果想要获取更多精彩内容，请持续关注“”。

【怎么做酒店营销方案策划 怎么做酒店营销方案模板】相关推荐文章：

七夕情人节餐厅促销营销活动方案策划

2024七夕情人节主题活动营销方案策划 七夕情人节促销活动方案范文精选5篇

2024年策划中秋节活动的方案有哪些

营销个人日常工作总结 营销个人工作总结范文5篇

科技月活动方案2024年 科技月活动方案策划

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