# 2024年酒店活动策划方案(通用12篇)

来源：网络 作者：岁月静好 更新时间：2024-09-07

*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。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。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。酒店活动策划方案篇一为...*

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。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。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。

**酒店活动策划方案篇一**

为提高酒店品牌及影响力，切实做好明年各种活动的实施。我部结合相关节日及经营时机，拟推出如下活动年度活动整体方案，详细如下：

1）. 三月 缤纷色彩——红绿蓝

3月5日，学雷锋纪念日（公益形象活动）费用预算：3000元（雷锋帽、工具等）

组织酒店人员若干，分小组或队，清理沿街小广告。

开展用心工作、学习雷锋，雷锋班组评选。观看纪念雷锋电影。

具体：

户外活动

抽调酒店后勤保障部门、一线经营部门，分四组，每组20人，头戴学雷锋帽，着\*\*\*大酒店工装，一组沿\*\*路——南\*路北段——\*\*路——\*\*路清理沿街电线杆小广告，二组由\*\*路\*\*路口向南——路。

店内活动 酒店活动策划多功能厅观看雷锋事迹电影。

3月8日，妇女节 （常规节日推广）

费用预算：500元（鲜花、海报）

凡节日当天，莅临酒店的女性，均免费赠送康乃馨鲜

花一枝。

3月12日，植树节 （公益形活动）

费用预算：4000元（车辆、树苗、铁锨、景区费用）

联系旅游景区，邀请上年度消费排名前20位重

要客户（携同子女）一同前往山上植树，。

3月15日，消费者权益日 （结合报纸、广播、电视，联合开展

诚信经营、上帝至上的活动）

店内围绕“亲情服务”“感动服务”等

开展“服务评分”活动，对象主要有：就餐客人、住

宿客人、会议客人、水疗客人、参观客人等，填写服

务意见表，即有可能被抽选成为\*\*大酒店大酒店服务

监督宾客，享受一年免费入住一次客房、水疗馆洗浴

免门票。

费用预算：1000元（海报、房券、门票）

3月17日，中国国医节 邀请中医学院/中医院，老中医

专家讲解健康饮食。（主要邀请会员卡客户，住店、

餐饮客户凭入场券免费参加）

费用预算：1500元（专家费、入场券、专家宴请）

3月22日，世界水日 （常规公益形象活动）

预算费用：1500元（印刷品、海报）

酒店针对于客人及内部职工，开展节约用水、造福人类的活动，旨在提高员工节水意识及公众形象。在客房内，摆放节水标签，对于连住两天以上的宾客，床单被罩枕巾及毛巾浴袍等布草不需一天一换的，酒店免费提供清心茶馆休闲茶券一张或免费水洗衬衣意见。以此达到节约降耗的目的。

4月5日， 清明节 （公益形象活动）

费用预算：500元（花圈、鲜花）

组织部分工作表现优异的员工，前往市烈士陵园为解放抗日牺牲的烈士扫墓。

4月7日， 世界卫生日 （内部活动）

费用预算：0元（酒店打印机自行制作海报）

开展“卫生服务，从我做起”，强调个人卫生、客房打扫卫生、餐饮烹饪卫生。

3）.五月缤纷色彩——最美

5月1-7日，国际劳动节

5月12日，国际护士节 （公益形象活动）费用预算：1800元（鲜花、水疗票）联合第一附属医院，慰问该医院一线的护士，赠送鲜花及spa水疗馆门票。

5月31日，世界无烟日 （常规公益型活动）费用预算：200元（海报）宣扬倡导公众场合禁止吸烟。

“欢乐暑夏”

1）.六月 欢乐暑夏冲击波——第一波“你来我送”

6月1日，国际儿童节

费用预算：500元（礼品、玩具）针对于进店住宿、用餐的儿童（1.5米以下），赠送精美小礼物。

6月6日，端午节 （开展端午粽子销售，联合眼科医院，每

购买十份粽子，赠送眼科医院保健卡一张）

费用预算：1000元（眼科医院联系、保健卡、宣传品）

6月7-9日，\*\*zhukao，为你加油。

费用预算：1000元（文具、折价券、营养粥、宣传品）针对于参加高考的学子，推出凭高考证享受高考特房，赠送每日赠送营养粥一份；及考前优质套装文具一份；谢师宴折价券100元。

2）.七月欢乐暑夏冲击波——第二波 “清凉美食”

7月1日，建党节 （常规公益活动）

费用预算：400元（横幅、海报、糖果瓜子等）热烈庆祝中国共产党建党80周年，开展党员生活会。

7月10日，夏季美食节

费用预算：800元（宣传品、写真、kt板）推出夏季清凉美食节、小吃城增设新品种-冰激凌系列，三楼、四楼餐厅推出夏季养生菜等。

7月全月，网络订房特惠月

费用预算：500元（茶叶、海报、网络等）针对于同期网络预订，推出连住两天以上特惠价。预订并成功入住酒店，赠送清心茶馆休闲券1张，可免费在茶馆获赠指定茶水。

3）.八月欢乐暑夏冲击波——第三波 “浪漫七夕”

8月1日，建军节 （常规公益活动）

费用预算：1000元（瓜果、纯净水等）

慰问三十三分部，庆祝建军节

8月6日 七夕情人节

费用预算：2024元（宣传品等）跨行业联合大商新玛特超市/世纪联华/丹尼斯/华润万家中任意一家，推出消费满299元（不含家电、团购等），即可获赠七夕情人节浪漫烛光法式套餐一份，限两人预订消费方可有效，即免费一人、付费一人。

方案一：

一、活动目的及意义：

根据酒店地理位置，环境档次，地区差异及酒店市场定位，开业以来在业内及松原区域市场占有一定地位，形成了 一定口碑，特别在区域婚宴、寿宴、升学宴等方面效果显明，但是，品牌的树立需要一定时间的积累和打磨（包括酒店硬件、广告、社会关系、服务等多方面），还 有很多重点人群不知道、不理解，经总经理、总厨对松原市场考查，决定以“绿色健康为主题（海参），以个性化服务为基础，以差异化经营为切入点”，在原有基 础上加快商散客人上座率。

中秋节和国庆节在一年当中占有重要地位，借助两节到来的有利时机，开发新客源维护老客源，重磅出击，进行全方 位、多角度、立体化、正面积极的广告宣传、软文报道及营销推广，树立酒店品牌形象，开拓松原餐饮市场，带动酒店整体销售，走出一条以天达名都大酒店为特色 的新型品牌化酒店经营模式。

二、活动时间：2024-xx-xx——2024-xx-xx13

三、活动地点：大堂、一楼自助餐厅、二楼包房

四、活动主题：

1、贺中秋 超值奉送 “海参全家福 健康伴您行”

2、迎国庆 海参盛宴 “海参集结号 健康伴您行”

五、活动宣传方案：

1、投放原则：根据酒店市场定位和目标客户群体的定位，选择针对性强、品牌度好、有实效的广告宣传媒体进行投放。并尽量以对等消费交换的原则进行，既降低成本又可增加客户体验的机会。

2、媒体选择：

（1）报纸：《松原晨讯》针对松原市机关企事业单位，权威性强，影响面广，价格适度。宣传方式以形象广告与软性宣传相结合形式。

1/4版\*8期 每周一、三、五发布。

《松原商务》针对沿街商铺，作为补充，少量投放。

1/2\*2期，中秋和国庆节前各一期。

（2）电视：油田电视台 松原最有消费力的`群体 重点宣传30〃\*30天\*3次/天

前郭电视台 区域媒体 30〃\*30天

（3）dm平面宣传彩页;

印制157克\*大8开\*份彩页

（4）广播：交通文艺台，私家车、公车、出租车针对性情强，30〃\*30天\*1-2次

（5）分众传媒：写字楼，卖场，车站等30〃\*30天。

（6）车载广告：针对大客车，商务出差、过节回家人群，30秒\*30天

（7）户外媒体：奥林匹克广场大屏幕， 针对附近居民，有消费力。

（8）手机短信：针对移动、联通大客户发条

（9）氛围营造：为营造节日氛围，中秋送什么月饼好酒店外侧制作彩色刀旗30面。

3、其它：

1、大堂做月饼展示

2、pop展架\*2个

3、定做月饼礼盒50份，什么牌子的月饼好吃？赠送大客户

六、活动主题内容：

1：贺中秋超值奉送 《海参全家福 健康伴您行》

海参全家福：a/b套 略

2：迎国庆海参盛宴 《海参集结号 健康伴你行》略

七、宣传费用预算：略

八、活动效果分析：

通过本次全面宣传，受众面大大增加，进一步增强了酒店的知名度和美誉度，树立品牌形象，同时也带来很多新的客源来品味、体会，为酒店持续发展奠定了基础，使节日营销出现一个小高-潮，通过规模化、品牌化、市场化屏蔽竞争对手，抢占先机，占领市场。

方案二：酒店餐厅促销活动策划方案

每一个节日的到来，餐饮和酒店都有自己的规划，这里我就把20xx年中秋节酒店餐厅促销活动方案策划拿出来给大家分享下！以便各餐厅更好地开展自己的促销活动！

促销活动方案一——中秋同欢喜，好礼送不停

一、活动目的

中秋佳节历来是餐厅酒店做促销的大好时节，也是刺激消费者，拉动消费的最好机会，此次活动一是为了获得更好的利润，另一方面也是为了加强餐厅外在形象，加深餐厅在消费者心目中的印象。

二、活动主题：“中秋同欢喜，好礼送不停”

三、活动对象：针对高中低不同的人群进行不同的中秋促销活动，有效的照应不同的人群。

四、活动时间：9月12日——9月21日

五、活动形式：打折；赠送；抽奖

六、活动具体内容

1、促销期间凡在本店用餐，百元以上均可享受九折优惠。并随桌赠送中秋特别加菜。

2、促销期间凡在本店指定系列套餐，即可获得相应中秋礼盒。

3、活动期间，凡在本店用餐，均可以参加中秋灯迷有奖竞猜活动。同时可以免费得到快照一张。

七、活动广告宣传

1、人流量集中的地方，火车站，公交车站等，做户外广告。

2、报纸、当地电视台也要进行宣传。

3、并进行传单发放。

八、其它相关策略

方案三：酒店节日活动策划方案

为提高酒店品牌及影响力，切实做好明年各种活动的实施。我部结合相关节日及经营时机，拟推出如下活动整体方案，详细如下：

春季主题“缤纷之春”

1）. 三月 缤纷色彩——红绿蓝

3月5日，学雷锋纪念日（公益形象活动）费用预算：3000元（雷锋帽、工具等）组织酒店人员若干，分小组或队，清理沿街小广告。开展用心工作、学习雷锋，雷锋班组评选。观看纪念雷锋电影。

具体：

户外活动

抽调酒店后勤保障部门、一线经营部门，分四组，每组20人，头戴学雷锋帽，着\*\*\*大酒店工装，一组沿\*\*路——南\*路北段——\*\*路——\*\*路清理沿街电线杆小广告，二组由\*\*路\*\*路口向南——路。

店内活动 酒店活动策划多功能厅观看雷锋事迹电影。

3月8日，妇女节 （常规节日推广）

费用预算：500元（鲜花、海报）

凡节日当天，莅临酒店的女性，均免费赠送康乃馨鲜花一枝。

3月12日，植树节 （公益形活动）

费用预算：4000元（车辆、树苗、铁锨、景区费用）

联系旅游景区，邀请上年度消费排名前20位重要客户（携同子女）一同前往山上植树，。

开展“服务评分”活动，对象主要有：就餐客人、住宿客人、会议客人、水疗客人、参观客人等，填写服务意见表，即有可能被抽选成为\*\*大酒店大酒店服监督宾客，享受一年免费入住一次客房、水疗馆洗浴免门票。

费用预算：1000元（海报、房券、门票）

3月17日，中国国医节 邀请中医学院/中医院，老中医专家讲解健康饮食。（主要邀请会员卡客户，住店、餐饮客户凭入场券免费参加）

费用预算：1500元（专家费、入场券、专家宴请）

3月22日，世界水日 （常规公益形象活动）

预算费用：1500元（印刷品、海报）

酒店针对于客人及内部职工，开展节约用水、造福人类的活动，旨在提高员工节水意识及公众形象。在客房内，摆放节水标签，对于连住两天以上的宾客，床单被罩枕巾及毛巾浴袍等布草不需一天一换的，酒店免费提供清心茶馆休闲茶券一张或免费水洗衬衣意见。以此达到节约降耗的目的。

4月5日， 清明节 （公益形象活动）

费用预算：500元（花圈、鲜花）

组织部分工作表现优异的员工，前往市烈士陵园为解放抗日牺牲的烈士扫墓。

4月7日， 世界卫生日 （内部活动）

费用预算：0元（酒店打印机自行制作海报）

开展“卫生服务，从我做起”，强调个人卫生、客房打扫卫生、餐饮烹饪卫生。

3）.五月缤纷色彩——最美

5月1-7日，国际劳动节

5月12日，国际护士节 （公益形象活动）费用预算：1800元（鲜花、水疗票）联合第一附属医院，慰问该医院一线的护士，赠送鲜花及spa水疗馆门票。

5月31日，世界无烟日 （常规公益型活动）费用预算：200元（海报）宣扬倡导公众场合禁止吸烟。

方案四：十一酒店活动方案

一、目的：

1、整合、提炼胥城大厦企业文化理念，编制胥城大厦企业文化建设规划，为今后的企业文化建设打下理念基础和框架。

2、 采用文化营销的思路和手法，结合、利用第28届世界遗产委员会大会在苏州召开的契机，策划和体现“情满胥城迎‘世遗’”的主题，密切胥城大厦和第28届世 界遗产委员会大会的关系，在“情满胥城迎‘世遗’”的主线（或红线）上，系统性地策划系列活动，以进一步有效提升胥城大厦的社会影响力、良好形象和知名 度，促进胥城大厦的营销业绩的提升。

二、主题含义：

1、隐含性、对应性、延伸性地体现苏州“小桥、流水、人家”的独特风土人情：

“小桥”——连接、沟通的功能，这里用“迎接”的“迎”来对应体现；

“流水”——流动的水，对应“多”情流露，即这里的“情满”；

“人家”——是地方的含义，在这里对应“胥城”和“世遗”。

2、“情”将体现：

（2）亲情和柔情——庆祝“五一”的优秀员工“群英会”；

**酒店活动策划方案篇二**

餐厅邀请会员顾客（特别是老师）召开茶话会、联谊会、座谈会等庆祝教师节活动；

1、活动主题：

桃李满天下，恩情似海深——xx餐厅教师节主题联谊会（或茶话会、座谈会）

2、活动目的：

2）塑造餐厅尊师重教的企业形象，推动会员顾客升级。

1、主持人诗歌朗诵《赞恩师》；

2、教师顾客发言，餐厅员工献花；

3、餐厅员工代表学生向老师献礼：励志手语舞蹈《感恩的心》；

4、凡教师凭教师证在餐厅可享受9折优惠。

1、凡在9月10日到餐厅消费的顾客均会收到一份关于“教师节感恩”的小礼品；

2、在餐厅门口和大厅悬挂教师节条幅：

“老师，您辛苦了！”

“尊师重教是中华民族和xx餐厅的\'优良传统！”

3、每个餐桌上配一份精美的教师节贺卡。

1、餐厅员工统一着服务装。

2、餐厅联谊会过程中，有空位置员工穿插就座，其余人员整齐站立会场两侧，积极鼓掌，制造场效。

3、带掌由各店长和各地区经理负责。

4、餐厅联谊会期间，餐厅员工不得随意出入餐厅及在餐厅内不得随意走动。

5、餐厅联谊会期间，餐厅员工不得在会场内接、打电话和收、发短信。

**酒店活动策划方案篇三**

酒店营销就是为了满足客户的合理要求，为使酒店盈利而进行的一系列经营、销售活动，营销的核心是围绕满足客人的合理要求，最终的目的是为酒店盈利。

酒店营销是市场营销的一种，也是酒店经营活动的重要组成部分。它始于饭店提供产品和服务之前，主要研究宾客的需要和促进酒店客源的增长的方法，致力于开发酒店市场的潜力，增进酒店的收益。市场营销涉及到满足宾客的需求产品，贯穿于从饭店流通到宾客的一切业务活动，最终使酒店实现其预设的经营目标。

顾客对饭店的需求除了宿、食等基本外，还包括美食、购物、娱乐、信息交流、商务活动等综合需求。现代酒店营销与饭店各部门的员工密切相关，只要有一员工的服务使宾客不满意，就会造成100-1=0。

服务是酒店的主要产品，酒店所有的产品都伴随服务出售，对酒店产品质量评价，取决于顾客对由服务支配的酒店产品的主观感受。酒店产品被顾客购买后，只是在一定时间和空间拥有使用权，而无法占有他们。

即酒店产品的不可贮存性。

(1)旅游构成，食、住、游、如愿、购缺一不可。

(2)季节性波动，即我们所讲的淡季、旺季。

(3)受政治、经济、社会及自然因素的影响。因此酒店的营销根据其特点，有效组织相应市场的营销，以追求最高效益。

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，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的销售潜力，客户的地理位置和类别来加以分配。

(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同，在规定销售人员达到销售数量的同时，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，工作能力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合适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，了解销售情况，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考虑，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，酒店营销要积极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。

酒店营销可根据企业的销售要求，针对宾客的不同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，为公务客人提供优惠：如免费在客房供应一篮水果，免费提供欢迎饮料，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提供。

(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，提供看管小孩服务，小孩免费使用康乐设施，餐厅提供儿童菜单。

(4)蜜月度假产品。蜜月度假产品只向新婚夫妇提供，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：该产品组合内容有豪华级京式或广式筵席，免费提供全场软饮料，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，洞房花烛夜免费提供新婚套房、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提供给客人。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。

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，不至于在激烈的酒店业竞争中败下阵来。

**酒店活动策划方案篇四**

1、母亲节促销活动方案，提高品牌知名度;

2、提高目标消费群体在酒店的购买率和消费额;

3、通过活动，增进酒店和公众的了解和沟通，制造新闻线索，扩大对外形象宣传。

20xx年5月10日-11日(5月第2个周末)

母亲节活动目标群体为25岁-45岁之间的\'时尚白领女青年和在政府机关、企业担任中高层职务的成功人士。由于公务或商务繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，“回报养育之恩”的情结，可以引发其潜在的消费可能和情感需求。

1、广告主题：感恩母亲·母爱永恒!

2、广告词：世界上有一种最美丽的声音，那便是母亲的呼唤。——但丁·(神曲)

1、赠送康乃馨鲜花：凡20xx年5月11日当天到店消费的女士每人赠送康乃馨1支。(客房由总台在客人登记时发放、唐人街美食城在客人落座后发放、品位自助餐厅在客人落座后发放，并致以母亲节日问候)

2、微博抽奖：到店消费晒照，并@酒店官微及3位好友，就有机会获得价值228元的免费自助餐券。

3、生日祝福：凡5月11日当天生日的女士，可凭身份证领取精美礼品一份。(酒店优惠券、纯天然成分的巴颜喀拉——红景天系列旅行套装)

4、女士营养菜单：餐饮部推出三道养颜营养菜肴。自助餐消费的女士可免费任选一道菜肴。

5、优惠酬宾：活动期间原价228元观景自助餐，母亲节专享套餐：xxx元。唐人街美食城推出母亲节专享·港式下午茶套餐。

1、短信群发：感恩母亲·母爱永恒!5月11日最佳西方财富酒店推出“母亲节专享特惠活动，当天生日女士更有精美礼品赠送!(5月10日发送)(市场企划落实)

2、店内pop：大堂、餐厅门口、一楼电梯口各一块。(5月5日前完成)(市场企划落实)

3、网络推广：通过官方微博、官方微信展开线上推广，5月2日开始预热，5日起开展为期7天的线上抽奖活动，关注酒店官微并@3位好友，每日送出一张自助餐免费券。(市场企划落实)

4、主流媒体(海峡都市报、东南快报)：5月10日、5月15日，活动前、后软文报道。

项目单位数量单价(元)金额(元)备注

康乃馨支2001200100人/店

纯天然成分的巴颜喀拉

——红景天系列旅行套装套2024人/店

餐饮优惠劵张30

客房优惠券张30

pop喷绘张615903张/店

报纸软文免费赠送

**酒店活动策划方案篇五**

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，\*\*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

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。

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。

《六一宝宝好福气，江南餐饮表情意》

迎六一，笑嘻嘻 妈妈疼爱小宝贝

来江南，齐相聚 合家欢乐过六一

吃大餐，玩游戏 宝贝都要爱妈咪

猜谜语，得奖品 江南给你表情意

唱儿歌，跳跳舞 照张合影甜蜜蜜

东走走，西逛逛 玩的开心都欢喜

斟满茶，端来菜 服务都是俏阿姨

只要宝贝能高兴 阿姨累点没问题

六一江南来聚会，吃的玩的数第一！

（二）联动促销：

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。

**酒店活动策划方案篇六**

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212，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3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6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5元可获赠西餐早餐券一张。

3、包房一次性消费满1元，获赠面值1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3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，送上海世博会门票一张。

**酒店活动策划方案篇七**

一、活动宗旨：

以“感恩伟大祖国，营造尊老氛围，建设和谐小区”为主题,在小区内营造文明、和谐、幸福的人文环境，进一步深化小区居委会服务体系，促进小区的和谐发展。

二、时间和地点：

时间：9月24日(星期六)

上午9：30—11：30、

地点：花城小区文化广场

三、活动单位：

主办单位：花城小区居委会

协办单位：碧桂花城物业管理公司、碧桂花城学校

活动主题：感恩伟大祖国营造尊老氛围、建设和谐小区。

四、参加人员：花城小区居民;特邀有关领导、嘉宾。

五、组织机构：

总策划：陈金凤

策划：刘莉

成员：何杰潮、欧少芬、冯兆元、刘志伟

主持：解力耘刘志伟

六、活动分工：

(一)资料组：

(1)主持稿、节目单。(解力耘、陈金凤)

(2)发放入场券、《节目单》、小礼品等物品资料。(黄思研、公司员工)

(3)现场饮用水、标识，活动方案报辖区民警中队。(何杰潮)

(4)现场环境(横幅、嘉宾台、观众座位等)布置。(物业管理公司)

(二)统筹：

(1)节目的流程监控。(周倩雯)

(2)全场录像、拍摄。(何杰潮)

(3)现场音响。(阿康)

(4)交通、安保。(何杰潮)

(5)老年人专座、演员、嘉宾座位安排。(欧少芬)

(三)活动流程：

1、8：30—9：00时工作人员就位，做好准备工作。

2、9：00—9：30时暖场，播放音乐。

3、9：30时主持人介绍领导和嘉宾。

梁淑艳陈嘉茵何海仪(政府)黄绮霞冯兆元(公司)

束轩梁少蓉(学校)王春泉方佩玉黄汉光(老年人代表)

4、主持人宣布活动开始。

5、活动期间穿插抽奖。

6、活动结束，演职人员和领导嘉宾合影留念。

备注：

1、黄思研负责活动后剩余礼品的保管和活动报道

2、周倩雯负责演出服装、道具、音响的安置与保管

3、欧少芬负责嘉宾礼品的发放

4、何杰潮负责配合公司人员做最后清场

**酒店活动策划方案篇八**

xxx参加人员：酒店领导和员工、集团其它领导和员工

1.展示xx集团的辉煌，激发员工的企业归属感、荣誉感和自豪感;

3.邀请优秀员工父母出席大会并颁发礼品，让优秀员工家庭更加支持员工在酒店工作，努力创造更好的业绩。

集团年度成果展示

第一部分：展架宣传

c.先进集体和优秀员工风采展示：照片、简介、感言、集体口号。

上述展示内容以展架形式，在xx走廊通道和xx会场入口处摆放。

第二部分：碟片宣传

大会入场时，在xx舞台大屏幕上，循环播放企业宣传片。

2.集团各企业文娱节目展示

展示集团员工的才艺和员工队伍良好的精神风貌。演出节目将进行评

比，评选出一等奖一个、二等奖两个、三等奖三个，其余为优胜奖，参与演出员工均有奖品。

3.年度先进集体和优秀个人表彰

f.领奖人上台领奖前，舞台大屏幕播放先进集体或优秀个人风采展示录相;

g.千人宴会厅观众席通往舞台设红地毯，所有领奖人员均通过红地毯走向舞台，整个领奖过程在富于激情的音乐伴奏下进行。

4.现场观众幸运大抽奖

一等奖：1人，奖励价值xxxx元奖品;

二等奖：2人，奖励价值xxx元奖品;

三等奖：5人，奖励价值xxx元奖品;

幸运奖：20人，奖励价值xx元奖品。

5.冷餐会

大会现场以圆桌形式摆台，摆放各式水果、糕点、糖果、饮料。

6.集团董事长xxx先生致新春贺词，并携集团各企业领导向全体员工行鞠躬礼仪

7.集团各企业领导与优秀员工、先进集体合影留念

1.13：00 参会人员入场，优秀员工和他的父母优先入场，坐在会场的最前排，xx宴会厅舞台背景大屏幕播放集团宣传片。

2.13：30 大会正式开始，以欢快喜庆的歌伴舞开场。

3.集团董事长xx先生致新春贺词，并携集团各企业领导向全体员工行鞠躬礼仪。

5.先进集体和优秀个人表彰仪式。

6、大会文艺演出和幸运大抽奖交替进行。

7.大会结束，集团领导与先进集体、优秀个人合影留念。

1.企业文化宣传品展示准备

请企划部提前设计制作集团文化宣传展架，包括：集团产品介绍、企业愿景与理念、企业活动、员工活动、优秀员工风采展示、先进集体风采展示等。

2.文娱节目准备

请集团各企业排练文娱节目。每个企业准备3-5个节目，要求至少有一个舞蹈和一个演唱节目，小品类节目不超过1个。

3.现场颁奖准备

b.行政人事部提前组织先进集体、优秀个人，拍摄制作风采展示录相碟片。

4.组织准备

行政人事部负责起草并印发大会实施，提前做好大会各项具体工作安排。

年会费用预算：

1.企业文化宣传品制作费用：xx元

2.表彰费用，包括购置奖品，制作奖杯费用：xx元

3.幸运大抽奖费用：xx元

4.节目演出费用，包括演员奖品、节目排练费：xx元

5.冷餐费用：xx元

6、会场布置费用：xx元

**酒店活动策划方案篇九**

传统民俗节日蕴涵着丰富的教育资源和文化内涵，是弘扬和培育中华民族xx的重要文化载体，保护和发展传统民俗节日文化，是传统文化复兴的重要途径和手段。

重阳节所传承的饮食文化传统节日是在古老祭祀仪式的基础上发展起来的。出于对神灵的尊崇，在节日到来之前，人们都会根据各种神灵的“嗜好”，为他准备各种各样的美食，人们在祭祀之后，也会分享到一份美餐。在缺吃少穿的年代，节日几乎成了人类传承其秀之饮食文化的惟一时段。这种情况在享乐主义思潮蔓延的唐宋元明清诸代，表现得尤为明显。所以，无论是初一还是十五，除去其从不间断地传承着古老的\'xx文明外，奢华的仪式背后，还为人类保留下了相当丰富的物质文明。重阳糕，菊花酒等独具特点的节日食俗，就是许多成龙配套的宴会佳肴，也无一不是从重阳饭、祭神、祭祖等大型祭奠食谱的基础上发展起来的。保护传统节日饮食，就是保护传统饮食文化精华。

为了唤醒人们对我国传统节日的保护意识，进一步让顾客们对我们民族博大精深的美食文化感兴趣。传统的节日文化是一个民族的东西，是一个民族共同创造的共同享受的一种文化，这种文化会自然形成一个民族的凝聚力在里面，再有附加其上的审美情感、趣味，它的xx影响力是巨大的。xx人之所以为xx人就是因为有这些东西来包装着我们。所以，特策划此活动。丰富我酒店美食文化生活，为广大顾客xx一套高品位的重阳节文化美食大餐。

品菊花糕、饮菊花酒、制茱萸佩、美食达人

（一）组织机构

主办单位：x大酒店

承办单位：x大酒店

协办单位：x生鲜市场

特邀嘉宾：xxxx、xxxx

参与群体：所有顾客

（二）主题活动构思

1、确定该次美食节特色定位

2、简单而隆重的开幕式

3、本次活动“美食使者”评选

为推动我们餐饮酒店服务人员的素质，在此次美食节期间还将举办一次别开生面的“美食使者”大赛。每个参与本次美食节的团队推举1名佳丽，参与“美食使者”的评选。在开幕式当天举行见面会，进行推介。美食节期间，在各参与团队中进行拉票。于美食节闭幕式上进行表演及评选。

4、活动期间的菜品，可供顾客们xx食用。

5、闭幕式

本次活动由\_大酒店全力赞助

重点推广重阳节美食文化、展示美食品种和知名美食。分阶段在酒店内各大媒体上刊登广告，专题报道；在美食节现场悬挂彩旗、横幅、广告气球、广告牌等；编印美食节宣传单向游人及有关社团xx发放；在会场航架上设大投影连续播放企业宣传片。

活动时间：xxxx年x月x日8：00——13：00

活动地点：xx大酒店户外广场

**酒店活动策划方案篇十**

活动参与方式：

1. 即日起至8月16日前来酒吧现场报名

2.拨打活动参与热线: ,报名参加

名额有限,敬请从速

活动道具：开心锁，爱心钥匙，爱心手牌，您的热情

酒吧情人节第二波：心花为谁怒放

参与对象：美丽情人夜希望用鲜花来表达浓浓爱意的来宾

参与目的：英雄豪情，誓夺花魁

活动简介：

现场拍卖酒吧提供的蓝色妖姬玫瑰一束和珍藏版葡萄酒一瓶，成功竞标者将获得特别爱心寄酒卡，双方签名才能取用.礼物寓意是一心一意，天长地久，酒吧见证真爱.

最接近成功竞标的前5位参与者，将免费获得酒吧提供的鲜花一束.

活动道具：蓝色妖姬玫瑰，珍藏版葡萄酒，5束不同的鲜花，您的热情

参与对象：全体来宾

活动目的：在这特殊的日子里向心中的她/他表达最真挚的爱意，爱她/他就大声说出来.

活动简介：酒吧在这美妙的夜晚，为您提供大声表达爱意的机会，特殊的日子特殊的真情告白，怎能不感动她/他?最有创意的真情告白，酒吧将赠情人节厚礼一份，为您祝兴.

活动道具：诚挚的爱意 , 大声表达的勇气

媒体推广:(可选)

店堂广告

入口看板

8月\*日---8月\*日 厦门晚报消费列车广告

厦门日报

海峡导报

城市t频道公交电视广告…

酒吧内部操作说明

细节表达:

酒吧情人节第一波:谁来开启我的心锁

1. 第一缘:主持人须事先掌握参与者名单,快速找到成功开锁者对应的号码手牌,并请该女生上台.上台开锁男生,最多5次开锁机会.不成功者出局.

2. 第二缘:尽力搓和台上男女自我配对,为实现下一节做准备,无法配对者将不能参与下一节,暗示他们不能获得奖品.促成配对.

酒吧情人节第二波：心花为谁怒放

拍卖前对礼物进行煽情描述(两个方面1.特殊日子里礼物的寓意.2.礼物的特殊使用方法,突出寄酒的特色)制造夺标气氛,促成高价.未中标的前五位参与者分别赠送不同的鲜花一束,花的具体名称根据8月15日和花店洽谈的结果来定.然后8月16日节目开始前知会主持人.

酒吧情人节第三波：真情告白

抒情环节,鼓励大家勇敢的说,并强调最感人的真情告白将获得大奖.

费用一览

道具名称 数量 单价 合计

开心锁 30只

爱心手牌 10只

蓝色妖姬玫瑰 1束

珍藏版葡萄酒 1瓶

不同的鲜花 5束

开心锁节目礼品

真情告白奖品

合计：

**酒店活动策划方案篇十一**

2月14日情人节就要到了，为消费者创造一个既浪漫又温馨的节日，是每一家酒店都在努力的工作。根据我们酒店自身的经营特色，根据常消费熟客的消费习惯。这是我们今年的情人节推广计划。

一、活动主题

xx酒店情人节(天赐良缘，情定××)

二、活动时间

2024年2月14日

三、活动地点

主要地点：香榭岛西餐厅(酒店六楼)

次要地点：客房

四、活动方法

1、通过浪漫的.场景布置，为消费者创造一个温馨，旖旎的爱的殿堂;

2、摆放“情人留言卡片”，供情侣在上面写下爱的誓言

3、客房设立“粉红情侣套房”，巧妙布置，并赠送玫瑰花，巧克力，香槟酒

五、气氛营造

1、外围设一块桁架做宣传广告

2、大堂电子屏、led屏滚动播放关于活动内容

3、一楼、六楼各放一个小展架

4、六楼餐厅每个餐桌摆一个烛台，一只玫瑰花

5、整个餐厅用白色桌布、白色椅子、腊梅、沙缦点缀整个餐厅

6、吧台摆一束鲜花(百合、马蹄莲)

7、西餐厅门口搭个拱门花柱

8、彩灯和沙缦布置现场用粉色气球点缀

9、现场拍照(拍立得20元/张)

10、餐台摆一个香槟塔

11、专门设一个餐台放一个大蛋糕摆在餐台上

六、广告方法

1、宣传单：1000份(客房，各营业口)

2、短信发布:1300元(2万条)

3、内部广告发布：(电子屏，三明电视台字幕滚动频，含喷绘)

4、广告文字：

a、天赐良缘，情定××。(广告词)

b、春信绽放，玫瑰花开，爱情来了，你的故事开始了;情人节到了，在××大酒店准备一份珍爱的礼物，然后温柔地携上你的她或他，就在这个浪漫的日子开始相约。(短信)

七、活动安排

1、营销部：2月10日前推出活动广告

2、其他部门2月10前结合营销计划，制定好情人节活动细则

3、餐厅客房在2月13日前做好情人节氛围营造工作

4、工程部：结合活动计划，做好用光，用电工作的安排及特殊道具的制作

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**酒店活动策划方案篇十二**

为了能在短期内尽快提高知名度，增进消费者对“......”的印象和记忆，以品牌带动销售，现制订本活动方案。主要是借助“母亲节”这一事件，以“......”名义传播“母亲节”概念，提醒目标消费者对“母亲节”的关注，引发其对“母亲节”的庆祝活动，使“......”深入目标消费者情感深处，从而起到提高品牌知名度，增加指名购买率的营销目标。

(一)母亲节促销活动方案 提高品牌知名度。

(二)提高目标消费者当中的指名购买率。

1、争取首位效应，制造社会热门话题。

在大中城市庆祝“母亲节”已经普及，但在漯河地区了解这个节日的人还不多。 “----”通过开展有关“母亲节”的活动，可以造成一定的轰动效应，使活动成为公众焦点话题。并且在首次了解“母亲节”的消费者心目中，可以留下“----让我知道母亲节”的印象和记忆，产生良好的社会效应和品牌传播价值。

2、迎合目标消费群心理，满足情感需求。

“----”目标人群是25岁~45岁之间，在政府机关、企业担任中高层职务的成功人士。由于公务繁忙，与家人在一起的时间一般较少，特别是与父母亲在一起的时间更少，所以一般都存在“回报养育之恩”的心结，可以引发其潜在情感需求。

3、选择媒体空白时区，制造最大传播效果。

本次活动避开了五一前的营销高峰期，当其他品牌媒体投放、促销活动都暂时疲软期间，在5月8日当天形成高潮，活动效果倍增。“母亲节”活动包含的情感因素，以及在漯河消费者当中的新鲜感觉，完全可以抵消消费者五一期间积累的信息接受疲劳，达到最佳的传播效应。

(一)、活动预热期

大多数人没有过“母亲节”的习惯，“----”本身知名度也不高，直接对整体活动“冷启动”就存在风险。为了保证活动产生更大的效果，必须进行相关的预热引导活动，为“母亲节”活动的正式展开做好铺垫工作。告知公众“今年-月-日是母亲节”，以及“----”在“母亲节”当天要做的活动内容和承诺，引起消费者参与活动的欲望。

时间：

内容：

1、特约500名品质监督员

为了精确锁定目标消费者，提高本次活动实效性，特选择500名政企中高层管理人员，在5月1日邮寄贺卡、母亲节宣传折页，告知他们“母亲节”活动内容，邀请他们5月8日到各活动酒店参加“母亲节”庆祝活动。通过聘请他们作为--品质监督员进行关系营销，促进他们的主观能动性，扩大“----”在中高端消费者中的口碑效应。

2、有线电视台卫视台插转广告

有线电视台投放广告，告知消费者“--”-月-日举行的活动内容，以及开展活动的主要地点。广告片时间30秒，播出形式为各卫视台插转广告。

3、50家酒店免费品酒活动。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn