# 2024年酒店店庆活动方案前厅(汇总11篇)

来源：网络 作者：海棠云影 更新时间：2024-09-13

*为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决...*

为了确保事情或工作得以顺利进行，通常需要预先制定一份完整的方案，方案一般包括指导思想、主要目标、工作重点、实施步骤、政策措施、具体要求等项目。方案的制定需要考虑各种因素，包括资源的利用、时间的安排以及风险的评估等，以确保问题能够得到有效解决。接下来小编就给大家介绍一下方案应该怎么去写，我们一起来了解一下吧。

**酒店店庆活动方案前厅篇一**

一、前言：

对引领婚礼时代潮流的花好月圆婚庆礼仪策划机构而言，它的开业活动是否新颖别致，即“首战能否大获全胜”，给界首市人民耳目一新的感觉并最终一炮打响，对花好月圆婚庆礼仪策划机构能否在界首市先声夺人并立稳脚跟有着至关重要的影响。

界首市花好月圆婚庆礼仪策划机构位于界首市解放四大街的大风车精品城内，处于市内繁华地段，且所属地的大风车精品城在该市有着一定的潮流影响，所以其有着先天优势及相关优质的硬件设施，只要通过合适的市场方式启动运营，定能产生不错的市场效益。

二、本次活动方法及活动宗旨：

本次活动我们采用“激发人气、营造商气、沉淀商机”层递的操作方法，以既要产生轰动的场面，又要有实在的营业额做为本次活动的出发点，在激发人气上用礼宾举措、户外show、新闻造势的方式，在营造商气上用相关的促销活动(礼宾、节日、幸运)，在沉淀商机上用低买高送、让交易延伸的方式来进行整合，以达到最佳的效果。

三、开业庆典总体结构策划设想：

本公司策划此次活动将打破以往庆典常规模式，将采取分场地承接进行。目的一：突破开业庆典区域影响小的限制；目的二：将界首市的各方面人群吸引到花好月圆婚庆礼仪策划机构的店面来。

本次活动总体框架设想是将婚礼现场梦想化新颖化欢腾化。使婚礼形式和开业庆典的双重喜庆气氛相结合。进而达到开业聚敛人气扩大花好月圆婚庆礼仪策划机构知名度的目的。

(同步进行婚纱表演show，以及现场观众互动游戏，以持续保持人气，促进现场销售。)

四、花好月圆婚庆礼仪策划机构开业庆典活动(一)安排：

1、时间：20xx年8月16日、17日(庆典流程进度时间控制表视具体情况另行制定)

2、地点：第一天界首市购物中心门前广场第二天界首市市政府中心广场

3、开业庆典人物安排：新郎新娘司仪一名传单店员两名婚礼现场督导一名服务人员若干

司仪宣布花好月圆婚庆礼仪策划机构开业婚庆开始，吹鼓手奏乐(时间：三分钟)。

鞭炮齐鸣，司仪宣布迎亲开始，新郎，迎亲车出发。

一路吹敲前往花好月圆店铺处(配备两名店员散发开业优惠宣传品，此活动贯穿开业庆典始终)

新郎到达新娘处：新郎向新娘单膝下跪求婚，献上捧花，并将新娘抱到车中。吹鼓手奏乐表演(时间10分钟，目的吸引市民)

新郎新娘及所有人员一同前往现场秀处。

司仪宣布婚礼开始。

新人入场：(小天使领路追光灯打出效果伴郎伴娘抛洒花瓣路引上燃放小焰火结婚进行曲)新人交换信物(戒指的出场方式设计一下)证婚人祝词询问新人意愿亲吻对方喝下交杯酒(背景音乐我愿意);新人点燃幸福蜡烛台(背景音乐);倾倒甜蜜香槟酒(背景音乐);新娘背对未婚女子抛出手捧花(背景音乐)。

司仪阐述此类婚礼的意义以及花好月圆婚庆礼仪策划机构的服务范围等

界首市花好月圆婚庆礼仪策划机构招牌由红布覆盖，在祝福声中由公司经理将红布揭开，司仪大声宣布：(背景音乐)界首市花好月圆婚庆礼仪策划机构开业大吉，财源滚滚。鞭炮齐鸣。

展示相关现场婚礼的图片(投影机和幕)接受现场咨询和订单。

五、花好月圆婚庆礼仪策划机构开业庆典活动(二)安排：

1、场景布置：

【开业活动传单】

a、数量：5000张

b、规格：a4彩页双面

c、材料：纸质

d、内容：(待定)

e、区域：市区内相关居民点城市周边农村乡镇

【t型背景台】

a、数量：一个

b、规格：高3米宽6米

拱门在最面前粉色再次是方亭用红色拉纱装饰然后是金色地毯路引全部采用发光灯管路引

d、布置：台下桌子4张凳子16把、给受邀请未婚已定的宾客坐桌面上放宣传单

【迎宾牌】

a、自己设计欢迎参与的宾客

b、写真新人的相片

c、制作个主题展示

【专业音响】

a、数量：一套

b、说明：专业(配置专业人员操作、确保音质流畅)

c、位置：主会场侧

【专业演出秀】(具体安排见下页第六点演出项目说明)

a、数量：4对(视婚纱数量而定)

b、说明：身材较好相貌姣好气质较好的男女展示不同类型婚纱礼服

c、位置：主会场演出台

2、现场工作人员安排：

a、现场总指挥：(负责全场工作人员指挥、调配、流程控制、处理突发事件等)

b、现场副总指挥：(配合总指挥负责全场工作人员指挥、调配、流程控制、处理突发事件等)

c、现场协调小组：(负责现场电源衔接管理，迎亲典礼的执行、操控，庆典仪式流程衔接及不同小组间的良性配合等)

d、演出小组：(负责在整个仪式、典礼上，音响效果恰倒好处的发挥及演出活动及游戏的配合与互动效果等)

3、所需要的物品列表及经费预算(见附表)。

六、花好月圆婚庆礼仪策划机构开业庆典活动(三)安排：

根据对此次演出活动的策划，决定组织4对各具特色的男女具体实施该次演出活动进行。使其达到活跃现场气氛：

1、模特队组：(该演出队组以各式中外婚纱礼物展示表演的方式进行。人数：4男4女(青春、时尚、靓丽)——(可以邀请主力供应厂商联合赞助，活动中品牌名称由主持人口头播报)

在婚纱礼服展示同时，司仪可对服装的含义，适合人物，适合场所进行相关介绍。

2、乐队组：

表演者：\*\*\*乐队。

人数：3--4人(电子琴手，吉它手，架子鼓手，主唱)。

表演内容：幸福的婚礼适用的歌曲和音乐。

本次活动在具体的操作过程中将有大量的后勤保障工作需要得到足够的重视，后勤保障工作的好坏将直接影响本次活动的成败：

1、活动经费安排：

对活动所需的经费应指定专人专项进行管理，在确定方案后，确保活动经费充足，确保活动得以顺利实施。

2、活动当天安全保卫及应急措施、交通秩序：

配备数名保安员对活动现场进行全面的监控。

3、电工：

主会场配备专业电工一名，检测维护用电，保证典礼正常讲话播音。

七、开业促销活动方案：

鉴于花好月圆婚庆礼仪策划机构的现状，在开业期间特提出以下促销企划提案：

活动产生：为达到前面说的既要保证人气又要保证销售额的目的，跳出传统的“开业庆典，全场\*\*折”的老套模式，在牺牲一部分毛利的情况下，来换取较高的销售额，确保来之不易的人气和商气，同时，较高的销售额对经营者和销售者来说都是一种信心的保证。

1、“现场定单”的促销活动(本次促销活动核心)

活动形式：即顾客当场定单，交纳较大数额(1000元/rmb)定金后，顾客可以享受确定婚庆总价格的7.5折优惠。

2、“现场订单”的促销活动：

活动形式：即顾客当场订单，交纳一定(500元/rmb)保证金后，顾客可以享受确定婚庆总价格的8.5折优惠。

3、“开业期间”的促销活动

对于没有当场下订单或定单的客户，但凡在本机构开业一个月内到店铺下单的，可以享受确定婚庆总价格的9折优惠。

5、其他互动性知识抢答游戏(具体待定、另案提供)。

6、其它供应商进行的局部的促销活动，须与整体协调。

八、界首市花好月圆婚庆礼仪策划机构开业庆典活动广告媒体的投放及安排：

在活动当天邀请当地电视台进行拍摄，剪辑后在开业期间的一个月内在电视台的黄金时间播放宣传。

1、印制广告：宣传单页、礼品袋……

2、电动车车身广告：(具体待定、另案提供)

3、户外大型路牌广告：(具体地点待定、另案提供)

4、电台广告：(具体待定、另案提供)

5、广告内容：(具体待定、另案提供)

6、游戏内容：(待提供)

**酒店店庆活动方案前厅篇二**

前言：

12月24日(星期\_\_)是圣诞节，根据往年经验，下周起将进入圣诞大餐的预订高峰。由于物价上涨，为了控制成本，相较于往年的打折优惠，尚海派主题餐厅今年的促销活动主要以赠送礼品、精彩的表演以及提供更贴心服务来吸引消费者。为了促销活动的顺利进行，现对于圣诞节活动的筹备、操作及成本的控制，做出如下方案：

一、活动策划思路和目的：

1、尚海派主题餐厅节日特色的装饰，营造圣诞节喜庆的节日气氛，为消费者提供一个节庆消费的环境。

2、主打“低价格、高品质”的促销模式，再加以节日礼品赠送，更好地吸引消费者的目光;并积极利用有效的促销活动宣传，引起广大消费者对尚海派主题餐厅的关注，以达到提升直营店销售业绩，巩固顾客忠诚度，开拓新客源等目的。

3、安排小提琴演奏等表演服务，烘托温馨浪漫气氛，提升消费档次，加深消费者的体验印象。

4、活动目的：通过圣诞节的策划活动，扩大尚海派主题餐厅的知名度，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。

二、活动地点：

尚海派主题餐厅延安路店

三、活动对象：

尚海派主题餐厅延安路店

地址：上海市长宁区\_\_(\_\_酒店二楼)

电话：\_\_

四、活动时间：

12月24日(星期\_\_)晚上18.30—20.30

五、活动主题：

品尝爱情的味道，聆听浪漫的声音。

六、活动内容：

尚海派圣诞浪漫大餐

588元，2人用

菜单：

北海道金枪鱼芒果色拉

金必多南瓜鱼翅盅

照烧澳洲和牛

法式焗小青龙配番茄柠檬

法式焗小青龙配番茄柠檬汁

拉提米苏

精美水果拼盘

赠送皇轩精装干红一瓶

晚上18：30—20：30提供小提琴演奏

注：本活动不可与其他优惠同时享用活动最终解释权归本店所有。

广告宣传

1、通过店面装饰，营造喜庆的圣诞节日气氛，利用圣诞树、圣诞帽等外在装饰物吸引消费者来店消费。

2、制作圣节日促销宣传海报、x展架在店面促销宣传。(12月15日前贴出去，提前宣传)

3、制作宣传单张，12月15日前开始在店面周围进行派单宣传。(公司提供统一的促销宣传单张和海报等)

4、横幅宣传，在12月10日前制作好促销横幅，挂在店面进行宣传。

**酒店店庆活动方案前厅篇三**

（一)xx西餐(以下工作由西餐厅负责）

1、凡在儿童节当天（6月1日—周日）来西餐厅用儿童节半自助餐的家庭，成人两位合计128元（每位64元），儿童享受免费优惠。

注：如一大人带一小孩，儿童可按半价优惠，即优惠价合计96元（成人64元，儿童32元）。

2、自助餐的内容除西式美食外，还将设立儿童特色美食台（包含：汉堡、热狗、串烧、雪糕、特饮、茨条等）

3、凡来硅谷西餐用餐的儿童均可获赠由酒店送出的一份精美礼物——多功能电子益智宝（酒店有现货）。

（二)xx酒家(以下工作由中餐厅负责）

2、儿童节促销时段其它优惠不得同时使用；

3、凡儿童节来用餐的儿童还可获赠由酒店送出的精美汽球一个。

1、餐厅店面贴一些卡通图片及“儿童节快乐”中英文美术招贴字；（由美工配合餐饮部在16日前完成）

2、用各色汽球布置餐厅，渲染节日气氛；（由餐饮部在16日前完成）

3、由餐厅在周末分别布置礼品展台，对茶市客人进行有针对性的促销工作

4、从五月下半月起逢周六、周日午、晚市在西餐厅播放卡通音乐及电视片。（由工程部配合在16日前完成）

1、宣传单张（由美工负责制作，16日前完成）

2、报纸广告（由营销部负责，5月29日在南山报上做广告）；

3、海报制作（由美工负责设计，并制作彩色喷绘图加kt板张贴于大堂立柱正面，16日前完成）。

1、宣传单张的派发由中、西餐、营销部共同完成；

2、散客预订工作由中西餐负责；

3、常客、协议客预订工作由中餐及房务营销负责；

4、促销及预订工作由方赞能总监全面负责。

**酒店店庆活动方案前厅篇四**

操作目的：完善统一咖啡西餐经营项目，通过圣诞节特殊的日子，把握西餐行业消费旺季，提高咖啡厅知名度和人气指数，结合省会西餐市场发展现状，采用严谨的营销策略执行操作，以“免费品尝咖啡”为引线，以“圣诞节”为主题贯穿整个活动，制定出适合咖啡厅占领省会市场可行性操作系统及实施方案，使咖啡厅在20\_\_年岁末成功运作，开创省会西餐行业新篇章!

一、缘起：

咖啡厅石家庄店于20\_\_年10月成立，作为全国著名品牌连锁经营店，咖啡厅融合了现代商务多功能气息，立志于成就具有中国特色的西餐品牌文化时尚，打造全国商务休闲沟通网络。

根据目前现状，咖啡厅石家庄店因开业前期市场宣传执行欠佳，造成餐厅客流量较少，社会影响力和品牌美誉度整体无法体现出来。临近冬季，正是餐饮市场火爆阶段，咖啡厅应尽快做多种活动宣传，以吸引客源，在春节前稳步经营，达到快速盈利的目的。金喜文化传播有限公司经过充分市场调研，以独到的创意、多年酒店成功操作的经验，在临近圣诞节之际，为咖啡厅策划了“‘\_\_\_\_咖啡’圣诞节活动，此次活动延伸宣传范围，加大宣传力度，进行有目的的实施策略，为扩大咖啡厅石家庄店的社会知名度、品牌美誉度、消费认知度打下坚实基础。

二、活动时间：20\_\_年12月10日——20\_\_年12月25日

三、活动主题：成功沟通始于\_\_\_\_

四、组织形式：

主办单位：咖啡厅石家庄店

承办单位：金喜文化传播有限公司

五、活动可操作性分析：

地处建设北大街与光华路交接口，紧邻棉一立交桥北，与邻近的中浩商务中心、东海国际大厦、老百姓大药房、米氏家具城、华普超市、北国超市等大型公共设施共同构成省会北部的商业旺圈。交通位置优越、便利，区域辐射半径内无同行竞争对手，因此，咖啡厅有着得天独厚的环境优势，在此基础上，企业尽可放心利用周边有利环境、设施进行大规模、有目的的宣传。

随着东南商业经济的快速发展，人们把目光聚集在固定区域，造成一定区域内商业饱和，整体虽呈繁华之势，但因竞争趋势明显激烈，企业却未得到真正的利益。而北部承载着传输经济流通的重要责任，造成城乡、外省与本土资源的优势互补，信息的相互交流，填补了北部市场“冷淡”的空白。所以，咖啡厅圣诞节活动的实施，具有一定的可操作性、可执行性。能够促进咖啡厅走新时代多功能型西餐发展道路，引导餐饮业健康和谐发展，能充分带动北部商业的发展进程，打造北部餐饮市场新型标杆!

六、活动内容：

(一)

真情【\_\_\_\_】——免费品尝咖啡活动方案

时间：20\_\_年12月10日——12月15日(可自行选择人流高峰期时间)

地点：咖啡厅门前广场

内容：15日至19日，由主办单位在\_\_\_\_咖啡门前广场摆一操作台(见图)，操作台整体紧随于咖啡厅企业形象主题，标语。广场上人头攒动，许多消费者争相在操作台品尝醇香浓郁的\_\_\_\_咖啡，派4名礼仪小姐(含服装，身披绶带，文字内容：(正面)圣诞节快乐(反面)成功沟通，始于\_\_\_\_负责，有2人为消费者现场烹制咖啡，向消费者讲述咖啡厅的文化历史，另2个向消费者派发宣传单页(单页主要内容告知消费者圣诞节期间，咖啡厅菜品优惠措施和精美礼品相赠)，敬请消费者光临。

活动寓意：圣诞节是西方最重要的日子，而近几年在中国，圣诞节亦是都市人日趋崇尚的重要节日，通过免费品尝咖啡，体现咖啡厅近距离走进消费者中，以极具亲和力的表现手法，提升品牌的诚信度及社会效应，就能把消费者带入咖啡厅深层次的境界，大量的形象展示为活动的顺利召开起了很好的推动作用。

建议：由金喜为商家提供形象展台的设计方案含制作，宣传单页的设计制作，商家派礼仪小姐做促销活动。(待定)

(二)

咖啡厅圣诞亲善大使赠送礼物活动

时间：20\_\_年12月23日——12月25日

地点：咖啡厅二楼餐厅

内容：圣诞树上的雪花悄然无声的的飘落，风捎来醉人的醉声，当夜色铺满天空，平安夜的歌声唱起，我们再一次在欢歌笑语的圣诞节相遇。

为培养文化的人气指数，我们特邀五位圣诞亲善大使为在咖啡厅消费的宾客赠送圣诞礼物。同时，在圣诞礼物上标有咖啡厅的主题标语或祝福语。(例：成功沟通始于\_\_咖啡祝各界宾鹏圣诞节快乐!)初雪的石家庄到处洋溢着圣诞的色彩，圣诞亲善大使欢快的歌声，为满鹏宾客送来了圣诞祝福，也送来了温暖了【\_\_\_\_】情怀。

活动寓意：品牌与消费者零距离接触，能够留下过目不忘的印象，起到推动咖啡厅品牌广告效应。

(三)咖啡厅中外嘉宾圣诞大联欢活动方案

时间：20\_\_年12月24日20：00

地点：咖啡厅二楼

邀请嘉宾：省会部分外教老师及留学生

内容：12月24日晚，在\_\_\_\_咖啡举行中外嘉宾圣诞大联欢活动。届时，省会部分外教老师在二楼餐厅欢聚一堂，共同庆祝自己传统的节日。整个酒店装扮成圣诞的气氛，使他们有重归故里的感觉，给他们营造家的享受，在欢乐祝福的同时，品尝家乡的美食，聆听悠扬的钢琴曲，飘散在橙色的灯影里，三分迷离，七分柔情，感受法国的浪漫、英国的含蓄、美国的奔放…感受西餐文化带给人们的愉悦享受，感受超值服务的优越性。餐厅所有人员必须都佩戴绶带。文字内容同上。

寓意：通过外教嘉宾的参与引发咖啡厅圣诞节活动的高潮，吸引新闻

媒体的广泛关注，整个活动气氛热烈、高雅，倡导时尚消费理念，咖啡厅西餐文化得到了最大的渲染，使本次活为咖啡厅前期宣传打下坚实的基础，突出咖啡厅深厚的文化底蕴。

七、形象宣传制品促销投放策略：

1、台历：

制作策略：把\_\_\_\_咖啡西餐中选出12道精典菜品，每一道菜品设计在每个月中，并做相应打折活动，在圣诞节前全部派发完毕。消费者可持菜品彩图到\_\_\_\_咖啡消费，享受部分优惠政策，如免费点钢琴曲，菜品打折消费。

(台历样品，仅供参考)

2、dm宣传单页：

制作策略：将咖啡厅圣诞节活动优惠措施体现出来，如赠送咖啡纪念礼品、免费品尝部分菜品，通过夹报的形式和现场品尝咖啡时派发，让消费者感受到咖啡厅菜品的精典。

3、钢琴曲点单：

制作策略：中内外著名钢琴名曲荟萃，简约、时尚，消费者就餐时可聆听优美的钢琴曲，并根据自己的兴趣点曲自己喜爱的音乐，钢琴师即可弹奏出悦耳动听的音乐。

正面反面

4、咖啡品尝操作台：

制作策略：重点突出企业形象、企业文化、企业理念，能更大范围吸引消费者眼球，识别性强，受众率广泛，加上咖啡厅简明的精典物语，得到消费者对咖啡厅的极大认可。

(操作台样品，仅供参考)

5、易拉宝：

制作策略：主要内容：咖啡厅精典咖啡起源简介、企业理念。摆放于二楼就餐厅显赫位置，传播频次高，增添活动气氛。

(图片样品，仅供参考)

6、吊旗

：主要内容：活动主题标语，“成功沟通始于\_\_\_\_”

悬挂于二楼餐厅楼顶部，广告信息量密集，受众面广泛，受众记忆时间较长，是室内举办大型活动最佳选择。

(图片样品，仅供参考)

7、大型菜品展牌：

制作策略：采用不锈钢金属制作，具有稳定性强、随意更换广告内容、保存时间最长的特点，主要内容：企业理念，企业精典招牌菜菜品名称，价位。摆放于二楼餐厅楼梯旁边，便于消费者上来就可自行挑选菜品。

8、圣诞节通票(略)

八、活动意义：

1、在省会咖啡西餐厅招牌菜品尝尚属首例，消费者可以在活动时间内免费

享受一定优惠服务措施(品尝手工咖啡、优惠券、打折卡及礼品的赠送，招牌菜的特价推出)，塑造咖啡厅品牌知名度和美誉度。

2、引领咖啡厅由普通消费阶层向高档位转型，彰显企业尊贵色彩，弘扬品牌文化理念，推动西餐行业健康有序地发展，促进西餐行业流畅沟通!

**酒店店庆活动方案前厅篇五**

一、客房目标任务：xx万元/年。

二、餐饮目标任务：xx万元/年。

三、起止时间：自xx年xx月——xx年xx月。

1、20xx年全市酒店客房10000余间，预计今年还会增加1~2个酒店相继开业。

2、竞争形势会相当激烈，“僧多粥少”的现象不会有明显改善，削价竞争仍会持续。

3、今年与本店竞争团队市场的酒店有：

4、与本店竞争散客市场的有：

5、预测：新酒店相继开业团队竞争更加激烈；散客市场仍保持平衡；会议市场潜力很大。

1、三星级酒店地理位置好。

2、老三星酒店知名度高、客房品种全。

3、餐饮、会务设施全。

4、四周高星级酒店包围、设施设备虽翻新，但与周围酒店相比还是有差距。

作为市内中档旅游商务型酒店，充分发挥酒店地理位置优势，餐饮、会务设施优势，瞄准中层次消费群体：

（1）国内标准团队。

（2）境外旅游团队。

（3）中档的的商务散客。

（4）各型会议。

（1）团队——本省旅行社及岛外旅行社（北京、上海、广东、东南亚、日、韩等）

（2）散客——首先长沙及周边地区，再岛外北京、上海、广州等大城市的商务公司。

（3）会议——政府各职能部门、驻琼企、事业机构及岛内外各商务公司

1、旺季：1、2、3、4、5、10、11、12月份(其中黄金周月份：10、2、5，三个月)

2、平季：7、8月份

3、淡季：6、9月份

1、按团量大小分成a、b、c三类

a类：省中旅、海王、风之旅、民间、山海国旅、金图旅行社、事达国旅、扬帆、山海、港澳国旅、观光、悠闲、航空假日、南山锦江、金椰风、海航商务、等。

b类：神州旅行社、省职旅、市职旅、天之涯、雁南飞、国航、春秋、东方假期、天马国旅、神州、明珠国旅、华能旅行社等。

c类：其它。

按不同分类制定不同旅行社团队价格

（1）稳定a类客户，逐步提高a类价格。

（2）大力发展b类、c类客户，扩大b、c类比例。

2、境外团旅行社：

（1）香港市场：港中旅、中航假期、康辉假期、关键旅游。

地接社：港澳国旅、海王国旅、山海国旅

（2）马来西亚东南亚市场

地接社：天马国际

（3）新加坡：山海国旅

（4）韩国市场——-热带浪漫度假之旅

地接社：京润国旅

3、确定重点合作的旅行社：

省中旅、事达、东方假期、神州、扬帆、省职旅、华能、山海、港澳国旅、海王、明珠、观光、悠闲、航空假日、南山锦江、风之旅、金椰风、民间、海航商务、国航风情等。

在本章节中根据淡旺季不同月份、各黄金周制定了不同的价格，月日团队、散客比例，每天营业收入，月度完成任务及各月份工作重点。

1、旺季：1、2、3、4、5、10、11、12月份

a、每天团队与散客预定比例：6：4

b、房价：团队价：110元/间，散平均价：180元/间

c、月平均开房率：90%即161间/日

d、每日收入：团队：9666元，散客：10948元

e、五个月总（153天）收入：315.3942万元，月平均：63.0788万元

f、各月工作重点：

20xx年1月份：

1、加强对春节市场调查，制定春节促销方案和春节团、散预订。

2、加强会务促销。

3、加强商务促销和协议签订。

4、加强婚宴促销。

20xx年3月份：

1、加强会务、商务客人促销。

2、加强婚宴促销。

3、“五一”黄金周——客房销售3月中下旬完成促销及接待方案。

开拓市场没有多大捷径可走，吃苦是最根本的出路。为什么这样说，因为准确的定位、合理的房价、良好的合作信誉都具备的同时，信息输出（宣传促销）是最关键。酒店销售在广告宣传上不可能象做日用品，大量投放媒体广告，即使有也是小范围内在开业初期，那么人员促销是最主要的手段。所以定期回访是最重要的。

（1）把价格做杠杆，在旺季追求利润最大化，在淡季时追求高的出租率，吸引各社团队。

（2）稳住本岛的主要大社、走出去寻访广东、上海、北京各地的旅行社和国内主要游览地的旅行社合作，力争为指定酒店。主要是岛内旅行社。他们的客源是酒店的生存基本客源，在旅行社客源市场的开发，主要以价格为杠杆，接待好各社的老总，保证节日用房，障碍基本不存在问题，而价格是竞争对手最容易做到的。怎样在同等的价格或稍高的价格的情况下保证较高的开房率，那就必须对计调部人员进行公关。

（3）积极寻找港澳各地旅行社合作和其它地区旅行社团体客源。

（4）推出“年价团队房”（一年一个价）。

（5）为扩大餐饮消费，团队要求含早餐、正餐。

（6）加强日本团、韩国团、会议等促销。

（1）促销时间：上半年1至4月

下半年10至12月

（2）促销对象：

（a）政府各职能部门

（b）本地商务公司

（c）岛外商务公司

（3）以本岛企业单位和建立岛外酒店联盟对接会务、散客。

（4）建全代理制，组织省内外会务客源。策划一些企业经济类的，学术研讨，培训班会议和事业单位的会议。

散客市场客源的开发，是我们酒店客房追求的最主要的客源市场，要在有限的房数提高总量，散团比例的改变是根本途径。在开拓散客市场，重点是xx市场，其次是岛内其它县市，从战备方向上来讲最后的重点移向岛外，广东、上海和北京等地。

1、参加行业的连锁服务网，加强与各企事业单位的联系，稳定现有客户，大力开发新客户，本地市场客户要逐一登门拜访。

2、针对散客，客房、餐饮捆绑销售，客户在酒店住房，可同时在餐饮、娱乐方面享受不同程度的优惠。

3、根据不同客人的需要，设计多种套餐（包价），含客房、餐饮、。

4、大力发展长住客户；制定内部员工合理的客房提成奖励制度。

5、扩大司机拉客量，对出租车司机的促销。建全中介差价规定和订房差价提差方法。

6、开辟网上订房，加强网络促销，扩大网络订房中心的订房，

（1）增加品种和特色菜，降低价格，提高质量。

（2）举办“美食节”，中西餐培训班。

（3）根据节庆推出相应的团圆宴、长寿宴、婚庆宴等。

（4）开展有奖销售活动，如福寿宴、良缘宴、，赠送客房，或免费接送及小礼品、鲜花赠送和在报刊祝贺广告、电视台、电台送歌活动。

（5）增加旅行社指定用餐、给导游折扣，增加团队自点餐和风味餐消费。（每天前台都给餐饮提供一份导游姓名和房号单，以便销售部和餐饮部联系。）

a、通过内外促销宣传链完成内部消费链

1、外部宣传和促销

（1）岛内外新闻媒体的全面合作，除正常的广告播放和栏目的合作，同时抓住时机策划和炒作一些临时性的新闻报道宣传，提高酒店的知名度和美誉度。

（2）交通工具上的宣传：

如：飞机上的介绍和代理订房业务，海口、三亚豪华巴士的宣传和代理订房业务。

（3）人员促销、交易会促销、信函促销，通过旅行社宣传，电子邮件，其它媒体等。通过以上方法和其它宣传促销宣传网，把客人吸引进来。

2、内部宣传网

客人进店要促成每项消费，就必须把每项服务介绍给他们，这样就需要建立内部宣传网-----自走进酒店的大厅开始，就能了解酒店的基本设施情况（制作总体设施灯箱和图片），走进电梯，又能进一步看到图文并茂的宣传广告，到了客房，除了一些重点介绍的项目外，还有一本图文并茂的服务指南，除了各项设施的介绍图片，计费方法、电视节目、菜谱（含图片）外，还有酒店的背景资料和名人来访图片资料及企业文化的内容等，。同时还有酒店位置图。各项交通设施和旅游景点的介绍、相应的地方风土人情等。打开电视应在整点插播酒店介绍专题片。

3、内部消费链的促成

通过内部交叉宣传网将内部各营业部吸引客人的方法介绍给客人，并制作住房折扣卡赠送等完成内部的消费链的构成。

通过促销，把客人引进来，留住客人，提高回头率是最关键所在，只有留住客人，让客人满意才能提高回头率（当然指在准确的价格定位的前提下）才能提高存量，只有积累，才会有存量的增加，才能保证相对稳定和较高的开房率。留住客人的手段除了硬件配套外，还有软件（包括服务、餐饮出品质量、其它营业部门高标准的服务），同时还可以采用一些赠送和让利——---推行“住房消费积分卡”：消费达到一定的金额或住房，享受赠送房，凭此卡享受优惠折扣，住房一定数量后，凭卡可申请vip金、银卡，赠送娱乐消费。

通过市场分析，除留住客人外，改变客源结构是提高效益的重要手段。首选改变团队结构，再是改变团散比例。改变团队结构，提高团队房价。先增加合作旅行社（中小社），不求每社单量，当求积少成多（中小社因量相对较小，价格相对较高）第二个提高旅行社接团档次，一是提高开房客人档次，减少对客房物品的损耗，增加入住后的潜在消费。采用交替更换的方法，达到提高团队房价的目的。

改变团散比例是指散客市场开拓客源稳定增加的情况下，降低团队接待量，力争在一年内为能达到散团各占50%，这是除营业指标外的另一个重要指标，也是酒店后期发展的根本途径。

1、建全团、散下单程序、复查程序，公开旅游、车、票等代理价格，堵塞销售漏洞。

2、进一步强化销售员工培训、提高员工素质、业务水平。

3、调配部门层级设制，定岗定编，降低销售成本。

4、目标考核，制定内外激励机制，调动全部员工积极性。

**酒店店庆活动方案前厅篇六**

2、活动时间：

3、内容：购物满100元，献爱心1元送当令生鲜商品一份（价值5元左右），团购不参加，单张小票限送二次。

4、赠品选择：鸡蛋、苹果、活鱼、鲜肉、粽子、吐司面包、牛奶。

5、赠品落实部门：生鲜

6、分工：

1）、企划根据生鲜的谈判结果进行赠品准备及赠送现场的装饰和场地的准备；

2）、理货组，每天提供人员3名，协助总台对赠品进行发送及赠品的陈列工作。

3）、总台根据赠品的量，进行每天的等比分配，保证赠品数与活动期同步进行；

7、宣传：场内：带“活动内容”的吊旗制作和安排悬挂工作。

对外：店庆专刊、社区辅助宣传等手段。

8、设想分析：通过此类活动，一方面烘动人气，在有限的来客量里提高客单价，从来增加销售。

1、主题：承诺再续

3、宣传和推广：

1）、超市主入口处，用显注的标语提示！

2）、店庆的dm、海报、生鲜早市海报等超市宣传途径，不断地对顾客进行提示，树立企业的形象。

保健品：

1、主题：以旧换新

5、内容：购买本超市的任何一款保健品，凭收银小票，加产品的外包装（或旧包装）可抵换现金3元。

3）、总台：现场兑换工作的实施；每日台帐登记；

7、设想分析：保健品是超市销售重要一部分。又逢春节，更是保健品的天地，因此针对这个大类推出以上活动。成功重点：争取让一流的畅销商品能参于到活动中。

1、主题：触“电”大行动

3、内容：全场家电特价，并跟供应商协调，争取各类商品相关的赠品。经过卖场家电区气氛的树造及赠品的展示，来吸引人气。

4、分工：1）、理货组：与供应商谈判，让利促销及赠品的准备；

2）、企划：家电区装饰，突出促销的气氛！

（一）、店庆价商品

1、主题：将降价进行到底

3、数量：300个左右

4、分工：1）、各理货组谈判，准备特价清单，比例：3：6：7（生鲜、食品、百货）。（准线：商品是当令商品，价格绝对要有震撼效果）。（提示：准备特有优势的一批作为dm商品，数量为80个，各理上dm比例根据价格优势定）

2）、企划：dm的排版和制作工作；店庆价标识设计和制作；

5、设想分析：店庆商品的选择，因根据当令季节和消费者消费动向来定。让顾客正常感觉到店庆的进行中，真正的实惠。

（二）、每日冲浪价商品

1、主题：激情放纵，超值感觉

2、每日一物

3、分工：1）、理货组准备商品16个（分配比例：3：6：7）。价格尺度绝对低；

2）、企划：冲浪陈列区准备与装饰；dm首版制作；冲浪商品画报制作；每天更换工作。

4、想分析：以低价为主，体现商品的廉价为目的。如油、棉拖、大米、鸡蛋、水果等。通过廉价的牺牲性商品的大幅度的宣传提示，来吸引更多的人气，达到店庆的目的。

**酒店店庆活动方案前厅篇七**

一、活动主题：冬季阳光，温暖假日。

二、活动目的：

1、宣传阳光假日酒店，营造声势、树立品牌、塑造形象；

2、经济价值、社会价值创新高，增加其知名度与影响力；

3、为阳光假日酒店聚集人气，利用有效、强大的宣传攻势，形成强

大的宣传焦点，形成在传媒心目中的公关体系；

三、活动前期宣传：

1、媒体选择：《新乡日报》《平原晚报》《新生活》杂志社、出租车媒

体、公交车身广告、站牌广告；

2、媒体作用：邀请各媒体对阳光假日酒店进行全方位的报道，配合

户外广告让全新乡大部分的人都对阳光假日酒店有一定的了解；

3、媒体宣传实施方案：

4、其它附加实施方案：

a：彩色宣传页夹报发行，发布内容包括酒店装饰、酒店布局、

夹单媒体：《新乡日报》《平原晚报》

发布数量：3万份

发布时间：20xx年11月29日——20xx年12月3日

b：店庆当天请《新乡日报》《平原晚报》《新生活》杂志社的记

者出席，并对当天的活动进行采访和报道；

c：贵宾邀请与贵宾礼品；

(1)通过邀请函、电话邀请、报纸广告邀请等，邀请函必须在

活动的四天前发出，提前一天电话落实。

(2)邀请函邀请新乡市各事业单位领导、新乡市大型企业负责

人、酒店贵宾级客户(大客户、常住户等)

(3)礼品要具有阳光假日酒店的特色，具有纪念意义，品味高

尚、外观美观，要有一定的实际价值，价格大概在20元

——30元左右；(如印有“阳光假日酒店”的精美水晶烟

灰缸、打火机、马克杯、手机袋等)

d：所需资料；(1)领导讲话稿(2)酒店宣传资料(3)主持人

发言稿(4)活动具体执行表

四、成立店庆活动筹备小组：

1、小组成员由酒店管理层组成，负责活动的策划与执行，

2、贵宾的邀请、新闻媒体的联系、后勤保障人员、贵宾的接待工作，

店庆活动的执行人员由小组人员负责；3、礼仪小姐、现场接待工作由酒店员工负责；

4、外聘人员：舞狮表演队伍、歌手2名、主持人1名、军乐队21名；五、活动现场物料及到位时间：

a：现场物料及到位时间

b:活动环境现场的布置

(1)酒店整体分内外两部分进行布置，内部用金黄色的闪光灯来进行装

在此完成活动的所有演出；六、活动议程

a：议程安排

1、提前三天，将现场、电源等布置完毕；2、当天上午9点前，检查维护设备、设施；

3、8点——8点半，主持人熟悉话稿，礼仪小姐换好服装，调

音师调试音响并播放《迎宾典》，舞狮队、军乐队全体阵容就位，保安现场维护秩序；

车辆的指挥停放；

8、10点5分——10点15分，主持人宣布周年店庆活动开始，

鸣炮奏乐，并介绍酒店的规模等情况；

9、10点15分——10点30分主持人宣布酒店领导致辞、员工

代表致辞；

10、10点30分舞狮队上场

注：狮乃百兽之强，军为民之依靠。目的不止是做新乡酒店市场老大，而是公司整体发展要在国内市场名列前茅。

11、活动仪式结束，由礼仪小姐引领媒体朋友到酒店就餐，歌手

表演节目；

**酒店店庆活动方案前厅篇八**

7月28日是xx公司的厂庆日，每年的这一天公司都将开展一系列的活动。去年7月28日，公司隆重推出了等离子摩托车，在摩托车市场上刮起了一股等离子旋风，引起了摩托车行业不小的震动。一年来，等离子摩托虽然在市场上产生了一定的影响，但等离子摩托的销量却不甚理想。特别是20xx年1—3月，等离子摩托的销量持续下降，到3月份达到最低的909辆。虽然4月份以后，公司采取了一些奖励政策，加之常规车型停产，等离子摩托的销量开始逐月回升，但仍未恢复到去年的最好水平，更无法达到支撑公司销量的水平。除了行业的大环境外，经销环节推等离子摩托的积极性不高，是重要原因。加之今年公司广宣政策的调整，上半年公司没有组织全国性的等离子摩托的推广活动，而各片区开展的活动也参差不齐，也是原因之一。当然产品线的问题、产品质量的问题也影响了等离子摩托销量的提升。为此，公司决定在下半年打出一系列组合拳，助推等离子摩托销量的提升。在产品上将进一步扩大等离子摩托的产品线，并开展等离子摩托的全面质量整顿，使等离子摩托的质量得到全面的提升，产生一个质的飞跃；在政策上将针对代理商和零售商出台一系列奖励政策；在推广上将组织开展1—2次全国性的等离子摩托的促销活动以及持续开展区域性的促销活动。并决定在7月28日拉开活动的序幕，打响攻坚战的第一枪。

冬天，让我们感动上帝——20xx年半年营销工作会议

3、通过宣布下半年等离子摩托车的相关政策和宣贯下半年等离子摩托的推广方案，提高代理商推广等离子摩托车的积极性，并了解和掌握推广等离子摩托车的方法和手段。

20xx年7月27日——7月29日

君临大酒店

主办单位

承办单位

协办单位

支持单位

1、代理商总经理或操盘手：55人（含—大林代理商10人）;

2、代理商财务主管：20人；

3、公司高层领导：15人；

4、销售公司：20人（含事务所总经理）;

5、工作人员：10人；

6、合计：120人。

（一）经销商会议

2、销售公司总经理作下半年营销工作规划，并宣布下半年销售政策（各种奖励政策）;

3、余波助理总结20xx年上半年营销工作及下半年营销推广大纲（含广宣政策）;

4、缪文斌宣贯20xx年—大林摩托上市营销方案

5、温荣华宣贯20xx年下半年等离子推广策划方案

6、奚霞宣贯20xx年下半年售后服务活动方案（含售后服务政策）

7、分组讨论

（二）等离子销售表彰及等离子产品订货会

1、销售公司总经理宣布20xx年8月—20xx年7月等离子销售先进的表彰决定。

2、董事长给先进颁奖

3、张滨总工程师介绍等离子摩托车新车型和等离子摩托车全面质量整改的情况通报；

4、余波助理宣布现场订购等离子摩托车的奖励办法和年终奖励政策；

5、代理商现场订购等离子摩托车

6、销售公司总经理公布代理商获奖结果

（三）参观公司产品展厅

（四）联欢晚会

摆放位置使用人跟进人厅内四侧咨询人员

李蓓

讲台

黄总/曾昭辉

芦愠智孙先东\\讲台官莫鸿

李贝博

咨询处咨询人员谢辉签到处4支

外围草坪

讲台

赠送黄总黄顾问

危美丽肖春燕

黄总，黄顾问，孙红

签到处2份/咨询处

4份客户顾问

检票：吕雷厅内两侧

会场布置

芦/孙/官

（一）领导小组

组长：负责本次会议的全面领导和总指挥，协调和监督各工作组的工作；（二）分组及工作职责1、策划布置组成员：工作任务：2、组织管理组成员：工作任务：3、会务服务组：

成员：

工作任务：

（可用表格式）

一、序号式如：

1、房费：49500元

330元/间×50间×3天=49500元

2、餐费：60000元

1200元/桌×12桌×5餐=72000元

3、烟、酒水：15000元

4、会议室：8000元（租赁费含音响、话筒）

5、布置费：15000元（包括等离子摩托车形象店样板的搭建）

6、晚会费用：5000元

7、代理商礼品及奖牌：14600元

8、现场订购奖金：14440元

9、不可预计费用：6460元

费用总计：200000元

1、各组工作人员必须严格按筹备工作计划的进度要求推进工作；

2、市场督查负责督促各工作组的工作按时完成。

3、会议期间公司人员必须统一着装，佩带工作牌；

4、会议期间公司人员必须提前到达现场，不得迟到、早退和无故缺席。

**酒店店庆活动方案前厅篇九**

方案一：“持会员卡消费享受88折再88折”

1、活动时间：20\_年10月8日0：00——20\_年11月7日24：00止；

2、在活动有效期内，会员客户持会员卡在艳阳天商贸旗下分店均可，消费享受折上折优惠

3、使用范围：艳阳天下属所有旅店、酒家、小厨；

方案二：主题（今天送礼送现金）客人50元可买“100元16周年庆餐饮券”

2、销售区域：艳阳天下属所有旅店、酒家、小厨；

3、使用范围：艳阳天酒家、小厨（特别说明：旅店不能使用）；

4、使用规则：每桌限用一张，等同于现金使用。（宴会除外）；

6、售券即为客人开具发票，过期不补，客人消费不再开具发票；

7、此券不找零不兑现；

8、折扣方式为：先用券再打折（此券为全额使用）；

9、此“100元周年店庆餐饮券”购买当天不能使用；

10、售劵时提供发票，消费时不再提供发票；

方案三：主题（会员卡买179送179）

1、活动时间：20\_年10月1日0：00——20\_年10月31日24：00止；

4、礼包券使用有效期：20\_年10月2日——20\_年12月20日

5、使用范围：

50元店面（孝感店、珞瑜店、鄂州店、荆州店）

30元店面（前进店、黄鹤楼店、太平洋店、长虹店、黄陂店）

20元店面（解放店、黄石店、随州店）

9元店面（宝丰店）

使用数量：每房限用一张；

方案四：主题（价值1999元16桌免费团年宴等着您）

1、活动时间：20\_年10月1日0：00——20\_年10月31日24：00止；

2、抽奖时间：10月18日和11月8日作为两抽奖时间；

3、客户信息不全不参与抽奖

**酒店店庆活动方案前厅篇十**

本次活动名称定为：辉煌品质4周年“情满xx大庆典”。意在通过系列活动提升超市的品牌影响力，从全新的角度展示形象风采。

二、活动的定位

通过“情满”系列活动的组合，以“情”字为切入点，巩固目标顾客群，使消费者切实地感受到品质、实惠、便利。

三、活动的流程及展开

活动时间：20xx年11月6——11月12日。（6号星期六）现场氛围布置：

1、店面上方巨幅

2、门口放跨街彩虹桥

3、店内卖场布置氛围热烈、喜庆（气球装点）

4、2名职员穿礼仪服，身披绶带“辉煌品质4周年，情满xx大庆典，班的职员头戴店庆字样的装饰帽子。

媒体及宣传：1、制作各项组合促销活动的pop。

2、dm邮报制作宣传，增发5000份，

3、电视台信息发布。

四、系列活动之一：温情套餐+超值赠送。（时间：11月5——7号）活动内容及形式：凡在本超市购我们组合套餐的均可获得超值赠送：

4、甜蜜爱情套餐+浪漫送购——棒棒美体内衣+德芙巧克力

以上商品要求特价送丝婉婷蛋白质营养嫩肤霜

系列活动之二：强力推出每天一项超低惊爆价

活动内容及形式：12月6日散装鸡蛋1.80元/斤，限购3斤；

12月7日散装冰糖1.50元/斤，限购3斤；

12月8日散三晖蛋黄派，价格：

12月9日丝婉婷去屑洗发露（价格：）

12月10日水果类（苹果、香蕉，价格：）

12月11日佐佐果冻条散装（价格：）

12月12日面巾纸系列（价格：）

系列活动之三：快乐来购物，好运满把抓

a：活动时间：11月8日——9日

b：活动方式：在活动期间，凡在本超市内一次性购物满30元以上的顾客，可获得“好运满把抓”活动，满60元可抓两次，以此类推，上限3次。数量有限，抓完为止。顾客凭当日电脑小票可到指定地点抓取糖果、果冻等的商品。（费用控制在1000元/天内，共2天）

系列活动之四：超市与您有约

活动方式及内容：

真诚回馈特价周：一周内推出1000个店庆特价商品；

二、真情便民服务周：活动期间开通

1：收银绿色通道，如果您由于行动不便或有特别紧急的事情，可向寄包处说明情况，申领绿色通道卡，可优先结帐。

2：服务：只要您需要可向店长办公室提出此项要求，我们将为你送货上门。

3、管理参议：

（1）意见和建议，我们将设顾客意见建议奖：有效建议每条50元；

（2）可以参与我们指定项目的有奖参议。

五、活动费用：

总费用预计15000元。

**酒店店庆活动方案前厅篇十一**

一、店庆活动方案——关键点为王，团队执行力强力！运用店庆活动策划，举行店内促销主题活动，每1个关键点都细致方案策划，布局，确保消费者可以竭尽全力资金投入当日的主题活动！在举行店庆营销活动时一起应用抽奖来炒热气氛。

乐乎当场-摇巨奖乐乎当场-摇巨奖对于店庆活动方案出示多种多样活动背景拆换，更可根据优惠活动规则个性定制活动背景如店家logo等。在举行活动的一起大屏幕营销推广，加重知名品牌印像。打造出与众不同的优惠活动规则。

二、店庆活动策划——微信推广赢将来，你离取得成功并很近！客户扫码关注微信公众账号就能迅速参加，简易微信摇一摇还能快速增粉！实际操作灵便的抽奖。当场微信及显示屏同歩呈现造成观众们的兴趣爱好，主题活动当日，拍攝照片、视频模板，再开展微信朋友圈的同歩直播间！迅速增粉精确的把握住顾客人群，为微信推广做好基本。

四、告之方式：派发传单、电話通告顾客1、提早3~5天派发传单，直到活动当天当场。2、提早3天电話通告顾客。

五、锣鼓队、舞蹈演出参赛选手、歌星的明确1、提早联络锣鼓队。2、舞蹈演出参赛选手的明确：可考虑到邀约岗位舞蹈学校技术专业的知名演员演出健身操、韵律操、迪士科等节奏感轻快的舞曲音乐。4~6名叫好。3、歌星的明确，可考虑到聘用乐团，乐团内置歌星1~2名。4、节目主持人明确5、美容院职工演出小节目提前准备（1~2个，手操，齐唱等）

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