# 2024年酒店营销活动策划方案PPT 酒店营销活动策划方案(大全11篇)

来源：网络 作者：玄霄绝艳 更新时间：2024-08-14

*为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。酒店营销活动策划方案PPT篇一酒店营销活动的策划流程与步骤第一步...*

为了保障事情或工作顺利、圆满进行，就不得不需要事先制定方案，方案是在案前得出的方法计划。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

**酒店营销活动策划方案PPT篇一**

酒店营销活动的策划流程与步骤

第一步：熟知自身产品，了解竞争对手优劣。

俗话说：“知己知彼，百战不殆”。

首先，我们要深刻认识和熟知自己酒店的经营情况，包括产品、价格、销售渠道和促销方式，也就是我们常说的营销4p理论。

然后，我们就要充分了解和深入分析我们的主要竞争对手，从中找出与其对方的差距在哪里？有哪些共同点？而哪些是我们酒店占主导优势的，而我们又有哪些地方是其相对较弱势的。在顾客没有做出选择之前，我们要化被动为主动，在竞争中方能占有利位置。

只有充分认识到自身和对业内主要竞争对手的了解后，我们才能在营销策划中游刃有余。因此，在做策划之前，掌握自身酒店的产品和价格特征等和了解主要竞争对手的优劣所在是至关重要的。

第二步：了解顾客需求，分析市场准确定位。

任何营销活动的策划都应以顾客的需求为导向，只有充分的了解客人消费需求之后，我们才能更好的针对性的采取不同的营销策略，才能更好的做好目标市场的分析。每个客人的消费习惯都不一样，酒店要满足不同类型的客人，不同的消费需求，这时客人的消费动机才能使其转化为消费行为，才能稳定酒店客源。我们提供的服务和现有的营销策略是否能满足客人的所有需求，如果不能怎样才能有针对性的满足呢？这里我们可以根据顾客的消费需求和习惯，将其进行合理的分类管理，将目标市场准确定位。

这将为我们制定营销计划提出可靠的依据，也是酒店在激烈市场竞争中立于不败之地的前提和保障。

第三步：制订营销方案，打造亮点制造卖点。

完整的营销方案包括了主题、内容、地点、时间、缘由、目的、策略、预算、具体执行人等等，让人看了这个方案之后脑海中就可以呈现整个活动的画面。

亮点才能够真正打造出我们的卖点，这样才能够真正意义上达到活动的预期目的。一次活动的成功举行，不仅仅代表的是一个组合产品的诞生，同时这也是一种艺术的表现。每个人都有一种充满好奇的心理，而独特和新颖的东西是最能引发这种好奇的心理，从而将这种好奇心转化成顾客的购买欲。

第四步：宣传推广在前，活动信息传递要准。

常规活动至少要提前一周开始做宣传推广，保证在活动开始之前宣传要到位。根据活动的内容、规模、大小及性质，我们可以采取不一样的宣传途径和推广渠道。

总体来说宣传推广工作分为店内和店外，在活动开始之前达到广而告之的效果。店内主要集中在酒店大堂的指示牌、灯箱广告、电子显示屏、宣传单张（手册）等等，而店外主要集中在报纸、杂志、电视、广播、户外广告牌等媒体为主的推广宣传方式。

而怎样选择合适的媒体？各占多少比率？广告的视听率与接触率有多少？这都是需要我们之前就要进行调查和分析了解的，只有这样我们才能保证我们投放的媒体广告，能够真正达到效果。

当然，每个酒店都应根据自身的实际情况，合理的安排活动的宣传推广，宣传推广的成本比例要与活动的整个产出协调，避免造成广告过盛的不必要浪费。

第五步：做好活动跟踪，准确把控活动进程。

活动的最终效果无非就是看酒店是否产生了社会效益和经济效益，而在活动过程中做好跟踪分析则是一个有效控制的方法。

首先我们必须要明确跟踪评估的活动内容主要包括哪些方面，找到发现问题的直线切入点。

活动是否已经真正启动，达到预期的效果？是否有效地进行了活动宣传推广？活动是否激发了宾客的需求欲望，从而有效地引导公众产生购买行为，提高了酒店的市场占有率。这些都是对活动进行跟踪分析时所需考虑的内容。

通过对正在进行的活动即时跟踪分析，可以在肯定活动进展是否顺利的同时，及时发现活动实施过程中的不足之处，并根据相应的情况进行即时的调整，这样不仅可以保持活动的正常进行，更加能够提升活动的效果与质量。

第六步：活动总结分析，数据说话评估效果。

“用数据说话”主要是指针对经营类活动以数据的形式进行统计，以活动期间对应的营业部门收入数据为依托，通过历届活动或往年的同期数据进行分析对比，是否达到了经济效益便一目了然。

根据活动的性质差异，我们要检查和考评的活动效果方式也各有差异。作为酒店营销活动来说，其主要目的还是以产生经济效益为主导方向。

当然，任何活动的举行都是具有一定的影响力的，从另一个角度来说这个活动是否还达到了社会效益，给宾客留下了怎样的印象？这些都是我们必须所要考虑到的，我们可以通过员工参于调查、宾客信息反馈、营销代表拜访、大堂副理的关注等等，深入了解宾客对活动的意见和看法。

既要总结成功的方法也要查找失败的原因，总结经验，取长补短。树立以客户满意度和支持度为终极目标的意识，同时为下一次活动的营销策划打好坚实的基础。

**酒店营销活动策划方案PPT篇二**

xx饭店是南京城市的“中心地标”，东西方文化在这里交相辉映。作为“世界一流酒店组织”的成员，饭店以典雅舒适的尊贵客房，荟萃环球美食的各式餐厅，先进、快捷的商务会议设施，以及功能齐备的康乐服务，吸引了无数顾客的.光临。为庆祝圣诞节的到来，饭店决定回馈消费者，举行促销活动。

庆圣诞，xx饭店真情回馈

提高知晓度，刺激消费，提高营业额。

宣传时间：xx.12.15——xx.12.23

活动时间：xx.12.24——xx.12.29

第一阶段准备阶段时间安排表

第二阶段活动宣传推广阶段

第三阶段促销方案实施阶段

(1)活动主题：幸运抽奖活动

(2)活动时间：12月15日---12月29日正常营业时间

一等奖1名价值3000元旅游代金券一张二

等奖1名价值xx元旅游代金券一张

三等奖1名价值900元旅游代金券一张

阳光普照奖其余未中奖客户均赠送价值100元代金券一张，可与下次来本店消费时使。

(3)活动内容：活动期间，单张现金消费1000元，可至服务台领取抽奖券一张，超过1000元，按照1000倍数领取相应数目奖券，不足1000元部分不计入。

(4)开奖时间：抽奖箱中集齐699份抽奖券，即短信通知箱中客户具体抽奖时间及安排，届时请广大客户见证。

(5)兑奖说明：中奖者凭抽奖券正券及身份证至服务台领取相应奖品。

(6)注意事项：本活动不计算累积消费；活动期间请关注饭店厅堂显示屏抽奖箱号码积累情况；若开奖后三个月内无法联系到获奖者，将以获奖者名义将奖金捐献慈善机构；活动中所有奖券不兑现、不找零，若涉及个税，中奖者自理；本公司所有员工及有关人员一律不参加本活动。

**酒店营销活动策划方案PPT篇三**

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，，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”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，“xxxx”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，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xx.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.

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.

**酒店营销活动策划方案PPT篇四**

通过此营销策划，努力使酒店以独特的区位优势、规模优势、和长期培养起来的品牌优势，在新一轮本市高星级酒店洗牌过程当中巩固和提升酒店市场份额。其与中心城市的若接若离的地理位置，可以让宾客暂离城市的喧嚣，有其特有的幽静和私密性；同时，联合当地旅游局、景点和游乐场。在本地市场以高档度假的国际化酒店形象占领新的制高点，在外地市场则通过各类历史文化卖点，吸引外地商务客、旅游客、休闲度假客、会议会务客来此逗留消费。我们将把餐饮做得更有特色、把客房做得更细致、把旅游项目开发得更透彻，也可以使酒店存在相应的不足的劣势转化为竞争的强势。

一、市场客源结构细分

根据酒店独特的地理位置及本地区市场及周边市场的客源结构分析，加上充分发挥酒店优势：高档的客房设施、特色的餐饮，优良的会议设施，丰富的娱乐休闲设施，可以把我们酒店定位为华东地区精品会务度假型酒店，休闲度假会所。

客源结构可分为：

1)华东地区中小型高端会务团；

2)全国高档旅游度假团；

3)来本市的商务散客；

4)本地区企业高层会议；

5)区政府机关的高层次会议，及高规格的接待安排。

二、促销方式

1、网络促效

1）酒店预定网：

携程、艺龙、芒果等订房网都是抽取佣金方式，酒店目前已经签定了一批优质订房公司，按效果付费，今后酒店还会陆续在网路推销旅游路线和优惠活动来进一步提升网络市场。

2）旅游中介网：同程网，此网站是中国最大的旅游中介网，平台上主要是全国各地旅游中介商，酒店可以通过此平台让全国的旅游中介商方便快捷的了解到我们酒店。

2、人员促销

1）设计、印制酒店新装修的宣传单册，组织营销部等人员到企业机关上门拜访和邮寄。

2）由营销部人员以电话传真、上门拜访的方式与目标客户签定装修后新的优惠消费协议及推销我们酒店的会员卡。

3）制作有酒店标志的小纪念品，由营销人员在上门拜访时赠送给大客户，在以后的营销活动中也可使用。

三、具体针对性策划方案

（一）高端会务客源促销

1）本市政府各职能部门

2）本市中、大型企业及金融、能源、通信行业等

3）在本市投资的各大外商企业

4)本地商务中介公司以及各大商会、行业协会

2、建全代理制

组织市内外会务客源，定期策划一些企业经济类、学术研讨、培训会议和事业单位的会议。计划完备的会议服务设施、提供优质的会议全程服务。

（二）散客客源

散客市场客源的开发，是我们酒店客房追求高利润，比较稳定的客源市场，在开拓散客市场时，因本酒店地理位置的原因，所以，重点是本市场，其次是外地来本市的商务、度假、休闲散客。

1、加强与本市本地企事业单位的联系，稳定大客户，大力开发新客户；

3、根据不同客人的需要，设计多种套餐（包价），含客房、餐饮、娱乐为一体 。

（三）餐饮市场推广

1、以高档餐饮为主，做自己的特色菜，打造自己的王牌菜，以高标准的服务质量建立本地区的最响亮的服务口碑，最终打造成本地区最具特色的餐饮品牌。

2、定期推出不同的特色菜，以保持老客户的忠诚度。

3、根据节庆推出相应的团圆宴、长寿宴、婚庆宴、相关节日宴等，特别是加大年底的企业年夜饭促销 。

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、餐饮价格制定应该使用平和的心态对待，特别是高档酒水、海鲜等，不能以宰客为手段，应采取“放长线”手段，具有价格竞争优势特别是性价比比较明显的菜肴品种，定价不能太昂贵，基本与“\*\*酒店”和其它竞争对手保持一致或略微下降，才能够赢得顾客的良好口碑。

（四）休闲娱乐的推广

1、集中宣传酒店的休闲娱乐服务设施和项目，客人在酒店多逗留一天，就可以使我们产生额外的经济效益，这个中心思路不可以动摇。

2、努力推广户外骑马、赛车、高尔夫等旅游项目的发展和推广。。

3、努力把推广花园婚宴、patty、鸡尾酒会等活动统筹组织起来，增加酒店在娱乐项目的趣味性 。

（五）消费链建立

1、外部宣传和促销

1）与本地新闻媒体的全面合作，除正常的广告播放和栏目的合作，同时更要抓住时机策划和炒作一些临时性、公益性的新闻报道宣传，提高酒店的知名度和美誉度。

2）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方法建立宣传网，把客人吸引进来。

2、内部宣传网的建立

建立酒店互联网。目前酒店已经申请国际域名，网站订房系统已经全面完善。客人游览酒店的服务介绍、预订酒店、了解酒店最新动态和促销活动等等，都可以通过我们的网站进行，同时，内容丰富、形式新颖、生动活泼的网页资料，给可以良好的心理感受，将促成客人进一步关注和了解酒店详情的心理，促成消费业务的完成。

（六）提高回头率

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“消费积分卡”：消费达到一定的金额，享受赠送房，或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，赠送娱乐消费等。

**酒店营销活动策划方案PPT篇五**

一、客房促销办法：

1、调整现有对外销售价格：

今日价签单挂帐及商务预付款

协议价格协议价

行政套房

豪华休闲套房

豪华商务套房

休闲套房

商务标间、单间

豪华标间

2、除免费招待房、自用房外每间/天赠送双份营养自助早餐

3、住客现金开房每间/天赠送康体消费券40元，免费消费2小时

4、新推出钟点房9：00—18：00，二小时起价60元，每超过一小时加收30元(仅限豪华标间);午夜房00：00—6：00128元/间(限豪华标间，不送早餐);特价房房价128元/间(每天限量10间，限豪华标间，不送早餐)

5、凭房卡在餐厅消费9折、大堂吧消费9折、康体中心消费9折

6、入住套房赠送果盘

7、免费拨打市内电话

8、客房免费宽带网络

9、延迟退房时间至14：00

二、餐饮消费的营销举措：

1、调整餐饮出品结构，启用新菜谱

2、使用新菜谱后餐饮二楼大厅全面实行6。8折，餐饮包厢凭会员卡或协议享受折扣(酒水、香烟、海鲜、燕鲍翅、特价菜、宴会除外)

3、餐饮就餐客人每桌任选一款特价：大闸蟹12元/只蛋黄酥6元/份老面馒头1元/个

5、餐厅每桌消费1500元以上赠送188元免费房券壹张

三、营销部尽快走出去对周边客户进行拜访，完成营销协议的签订;事先预付款的客户消费给予程度优惠，预付款起点为3000元。

四、全员营销提成奖励：对于内部员工介绍亲友来酒店消费客房价格不低于协议价按实际结算金额3%发放提成奖励，餐饮按实际结算金额的2%发放提成奖励，康体推销月卡、季卡、半年卡、年卡按5%发放提成奖励，每月集中统计发放;经营部门负责人和营销、预订人员的提成奖励办法另行制定。

五、大力推广酒店会员卡：酒店的会员卡现有钻石卡、贵宾卡和康体时段卡(含月卡、季卡、半年卡、年卡)三种类型。钻石卡5000元为办卡起点，首次充值5000元送1000元，后续充值每1000元送100元;贵宾卡首次充值起点为20xx元，客人凭卡可享受客房8折，餐饮、大堂吧消费8。8折，康体中心的月卡、季卡、半年卡、年卡按现有价格执行，特殊客人经批准后给予适当优惠。酒店员工推荐销售会员卡按充卡金额发放2%的\'提成奖励。

六、在公交移动电视台推出酒店的形象广告和营销广告。

**酒店营销活动策划方案PPT篇六**

       xx月xx日—— xx月xx日。

        xx大酒店。

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。

      xx节期间的散客、家庭、亲朋好友。

       “ 融融xx情 团圆家万兴 ”在xx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。

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xx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。

1、这次策划体现xx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。

1、xx县城主干道50条横幅广告。费用3500元。由xx负责。

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

3、租用一台专用宣传车绕城宣传10天。费用xx元。由奉总负责。

4、祁阳县所有的出租车车张贴广告。费用xx元。由蒋部长负责。

5、组织员工上街拉练，散发宣传资料。费用xx元。由蒋经理、杨经理负责。

6、消费卷制作400张，费用50元。由xx负责。

附：广告词

1、 新xx 新娱乐 新消费 xx节全场赠送 惊喜多多。

2、 新xx 新口味 美食城毎款菜价10元，啤酒买一送一。

**酒店营销活动策划方案PPT篇七**

酒店营销策划方案

营销方案主要是指酒店的长期计划，他要解决企业未来3――5年的发展目标和经营战略。要制定营销战略计划必须包括，计划概要，企业现状分析，机会和威胁的分析，目标和问题，制定的营销方案。

一、计划概要 营销战略计划概要，通过简单的描述与说明，将计划的目标。主要内容的目标，主要内容，以及实现的手段营销措施，昭示需要该计划的各种使用者面前。它是营销战略计划的纲要，使用者能迅速掌握计划了核心与要点。

二、酒店现状的分析 在战略计划中，这一部分的内容是非常重要的，通过对饭店现状的分析。能充分认识自己，认识市场和竞争者，只有做到知已知彼，才能为下步找出有利或不利的因素打下基础。

（一）饭店内部现状分析

1、资金分析（通过分析酒店资金投放的方向是否合理，可以制定攻进方案可以及今后几年内我们将有多少流动资金用来扩大与发展我们的酒店，通过这样资金分析将为制订方案提供依据）。

2、员工素质分析（我们酒店现有的员工的服务技能，专业知识，礼节，礼貌是否已经达到了饭店服务的标准要求了，员工素质中存在哪些需要解决了问题）通过对员工素质的分析，能找出我们酒店服务质量与同行差距，与星极标准的差距，以便更好的提高服务质量（可在员工岗上再培训，或重新选拔招收素质好的员工）。

3、硬件分析：我们酒店的有形设施（本身的建筑，内部与装修（是否高于竞争或是在品味上高于竞争者。 如果不是的话，进一步更新，以增加客源吸引力，刺激其消费。

（二）市场与宏观环境分析

1、有形设施和无形服务是否符合市场需求。

比如根据美国“饭店工业杂志”报道，未来的餐旅业，商业旅游，会议餐旅，政府团体会议将会增多，那么，面对市场这一变化作为饭店，就必须分析我们的饭店硬件设施日否具务了召开国际大型商会的场所，是否可以提供现代的会议厅，我们的现代通讯设备与电脑信息系统是否完备，等等。从中可以确定我们需要改建和增加哪些具体项目。为了满足客人的享受心理，我们提供了无形服务是星极服务吗？（包括礼节礼貌仪表――――）

2、销售能力与销售渠道分析： 酒店销售人员是否具有销售能力，销售渠道是否正确，竞争对手与销售能力是否很强大？ 通过这样的分析能看出不是之处。

4、宏观环境分析（这是主要研究一下，人口、经济、技术、法律、社会文化的变化发展过程中，对我们酒店会产生怎样的影响）。

三、机会和威胁分析 在市场营销中，机会与威胁是饭店不可控制的，它是对饭店发展造成有利或者不利的外部环境因素。机会——是指因环境变动而产生的，给饭店市场营销带来或可能带来的有利条件和时机。威胁――是指环境中某些因素的变化给饭店市场营销造成或可能造成的压力和危害。

更多的顾客）c、面对竞争对手我们的地理位置优越，经营管理人员年富力强，（发挥优势，树立形象）酒店应注意发觉营销机会，大力开发，使其转化成为经济效益。

2、科学分析营销威胁：尽管经营威胁是任何一个酒店都尽力回避了。但市场竞争中，威胁总是现实的。存在的。我们必须正确了认识威胁积极采取措施。a、今年必须解决了问题还没解决 b、我们的产品质量与服务质量不如同行。c、我们是新建企业知道度低 d、与竞争对手比我们的定价过高或过低 e、某大的竞争对手有新的营销方案出台 f、我们的营销策略已经不适用了，新策略未出名。g、营销经费大大减少了 h、竞争激烈同行太多 饭店进行机会与威胁分析，目的就是要充分掌握各种信息，采取相应的措施。有效的利用机会。避免转化，弱化威胁，战胜威胁。因此，在饭店制订战备计划中，对机会与威胁了分析是十分关键了。

1、财务目标（要确立总销售额度，并使饭店全体职工了解，本饭店经济指标）

3、我们怎样扩大市场份额，采取何种形式来实现）。

3、问题分析，（根据营销威胁的分析，我们会发现很多问题，如我们价格与促销策略是否应该进一下服务水准是否有不如意之处，积极发现问题解决问题）

六、制定营销方案 营销方案一是指企业在今后数年内特别是下一年将采用的各种营销策略。确定目标后，营销经理就必须考虑制订实现目标的相应的营销方案，作为营销方案就解决两个问题。

1、针对目标制订营销策略，并予简要说明：如，饭店的目标客人，市场定位，服务价格。广告和促销，服务项目等问题的策略。饭店的市场营销策略多种多样，（产品策略，价格策略，分销策略，促销策略）

行动内容 负责部门 负责人 开始日期 完成日期 实际完成日期 预算费用 实际费用

关于改进广告计划方案 广告部 年月日 年月日 元

十月份促销计划 企划部 年月日 年月日 元

注：其中实际完成日期和实际费用两栏应在某项计划完成后填写，以便考核评定成绩，搞高营销控制。另外在制定营销方案时，应糸统的进行营销预算，其中包括。

1、广告、印刷和制作和预算 2营业推广，展销会和特殊活动

3、员工工资和津贴

4、本部门间接费用（比如电话费）

且更刺激了消费需求的产生，现代市场营销所需要的，不仅是开发价廉物美的产品，方便消费都购买，而且要有高效率的促销活动与之相配合。一件出色的产品，只有为消费都所欣赏，并惬意地买下来，才能成为现实的产品，造福于公众和社会。由于竞争和消费者的购买特性，市场日益广阔，潜在顾客不断形成，使促销策略变得十分重要。

（二）、活动促销： 根据节目及重要时时推陈出新一些大型的促销活动。将是餐饮推销的重要手段，并能吸引大批客源，积极把握机会，举办大家喜闻乐风的活动。会为企业带来莫大效益，活动促销应严格遵循的原则之；要集新厅特，新潮性参与性于一体，（让更多人参与进来）

1、促销常采用的形式

1、节日促销：节日是酒店推销的好机会，情人节元宵节仲秋节，重阳节等等中国的所有传统节日，以及外国的著名节日都要考虑到。要抓住消费者的求新，出奇了心理，采以喜庆节日为背景，大量进行宣传。活动内容要丰富多彩。（以圣诞节为例，采取促销活动，策划活动，及营销计划书）

2、演出促销：酒店应经常邀请著名的歌星影星乐队来举办演出，以刺激追星。

**酒店营销活动策划方案PPT篇八**

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粤、鲁、湘、川等个大菜系和具有属地方特色的食品。x烤鸭，是x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。鸭王烤鸭是现代烤鸭师秉承传统烤鸭工艺研发出的新派烤鸭，烤鸭表面色泽金黄油亮，外酥香而里肉嫩，别有一种特殊的鲜美味道，是烤鸭中的极品。

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x新派烤鸭在宣化餐饮业的代表，“鸭王烤鸭”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。

东方鸭王酒楼，是在原东方美食苑的基础上新生的饭店。东方洗浴、东方美食苑经过多年的宣传与运营，已在张、宣地区有了一定的知名度，在宣化更是家喻户晓。如能利用“东方”在宣化的知名度延续宣传东方鸭王酒楼，提高菜品质量（行家点评稍差），加强人员培训、管理，定能成为宣化餐饮界的后起之秀。

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。

鸭王酒楼开业两月，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“东方鸭王酒楼”品牌的影响力，提升知名度和美誉度；提升“东方”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“东方”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：7月1日——15日，共计15天。

3、参与人数：东方的所有员工、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：

7月5日前召开动员大会，6日——15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——东方》（所有员工都写，洗浴、餐饮各写个的。目的是培育员工热爱“东方”的情感，让大家同心合力，共同创造“新东方”！）。

要求：

（1）题材围绕东方鸭王酒楼、东方洗浴所发生的事情，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7月13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200元；二等奖2名，奖金100元；三等奖5名，奖金50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、在推荐特色餐饮的同时，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“东方”的企业文化，增强东方企业在目标消费群中的影响力。

在公交车身制作鸭王酒楼的环境图片，烤鸭的制作流程图和酒店的精神口号（东方鸭王酒楼提醒您：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。

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。

5、每日评出“当日服务之星”，并给予物质奖励。

6、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。

**酒店营销活动策划方案PPT篇九**

20xx年4月xx日起―20xx年5月xx日；

xx；

温馨享受午夜房，特价标间天天有，打折金卡新体验，会员充值任您选；

在原来的.基础上更新设施设备和实施新的经营战略，使客房服务多样化；

住店散客；

完善软件管理模式及提升客房创新意识，为客人提供个性化服务；

2）特价标间：从7月xx日起，酒店每天推出特价房（108元/间），每天推出5间，如当日满房或房量较紧则停止。

3）打折金卡：从7月xx日起，推出酒店打折金卡，金卡售价30元/张，购卡后即可享受房价每间/夜打折30元的优惠，如原房价168/间变为138/间，每张卡每天可开房3间。同时打折金卡可在洗浴享受每位洗浴xx元的优惠。

4）会员充值卡：从7月xx日起，推出会员充值卡，20xx元起充，充值20xx元赠送1000元。会员充值卡开房价格在前台最低优惠价的基础上打6.6折。

广告标题：温馨享受午夜房，特价标间天天有，打折金卡新体验，会员充值任您选；广告内容：

活动时间：20xx年7月xx日起；

活动地点：xx酒店；

1）午夜房（仅限商务单、标间）

当日凌晨1点入住――当日中午12点，房价为：99元/间/晚；

2）特价房

酒店每天推出特价房（108元/间），每天推出5间；

3）打折金卡

从7月xx日起，推出酒店打折金卡，金卡售价30元/张，购卡后即可享受房价每间/夜打折30元的优惠。

4）会员充值卡：

从7月xx日起，推出会员充值卡，20xx元起充，充值20xx元赠送1000元。会员充值卡开房价格在前台最低优惠价的基础上打6.6折。

注：酒店将视情形定活动终止日期，以上活动最终解释权归本酒店所有。

**酒店营销活动策划方案PPT篇十**

1.母亲节的由来：

母亲节最早是古代的人都会举春季节日，以表达他们对母亲神的崇敬。后，在中古世纪的.英国，大致在每的二月底至四月初的四旬斋的第四个星期日，就是母亲日。那一天，长大的孩子，必须带著物回家，送给自己的妈妈。

在美国，最早关於母亲节的记载是1872由茱丽雅所提出的，她建议将这一天献给「和平」，并在波斯顿等地举母亲节的集会。

1907，费城的安娜为发起订全国性的母亲节而活动。她说服她母亲所属的西维琴尼亚州的教会，在她母亲逝世二周的忌日即五月的第二个星期天，举办母亲节庆祝活动。之后，安娜和支持者们开始写信给部长、企业家和政治家，要求订全国性的母亲节。威尔生总统亦於1914发表官方声言，让母亲节成为全国性的节日，就是每五月的第二个礼拜天这一天。

2.活动目的：提升当日营业额。争取新顾客，巩固顾客。树红屋真情服务、用心品质的健康企业形象。

20xx年5月13日

母亲节我最想对母亲说的一话”活动

因为母亲节的节日性，优惠套餐也许可以提升销，但出于企业形象建设等长远益以及顾客感受考虑促销活动应以感情诉求为主。

在母亲节当天对所有同母亲一同来就餐的顾客都送一张母亲节贺卡和一支康乃馨。顾客可以现场在贺卡上填写为母亲送上的祝福，可以由服务人员在店内为其广播祝福语。

注：a活动仅限与母亲一同来的顾客，无论纪大小。具体由服务人员观察询问。允许多送但允许过任何一位来就餐的母亲，否则会使顾客产生满。

b广播人员语气语调务必恳富含感情，可有敷衍走形式情况发生，负责会使顾客感到尴尬和被戏感觉。小学生相对而言比较适合。

c配合《世上只有妈妈好》等歌曲伴奏读效果比较好。

1.文案题目：x“母亲节我最想对母亲说的一话”活动

2.文案正文：母亲节，你为母亲准备了什么礼物?其实，你真的用为此大伤脑筋，因为最能让母亲快乐的事莫过于全家人的团圆与平安。送上一枝盛开的康乃馨，送上一真心的祝福，一顿可口而轻松的团圆饭，就是对妈的礼物。这x都为你准备好。

您送给母亲最贴心的祝福，x送您最贴心的服务。

3.宣传方式：

pop宣传海报，条幅。

1.根据三家店三月份人潮统计分析：

中山店周日人潮326人，平均人潮288人

延安店周日人潮250人，平均人潮196人

闽江店周日人潮232人，平均人潮196人

其中，周人潮多数情况下较周日人潮要多。

另外根据x母亲节促销活动资来看一部分人倾向于母亲节在家吃饭。我们x店顾客的重要组成部分儿童没有强的意识和足够经济能与母亲到x就餐。

因此，本着促销用品能短缺及节约的原则由各店经预估人潮。我个人认为中山店发放康乃馨150支、贺卡100份，延安店发放康乃馨80支、贺卡100份，闽江店发放康乃馨90支、贺卡100份。贺卡剩余可以存放，康乃馨保存期短，如出现大剩余可送出或由服务人员在店门口售卖均可。

2.促销成本预算

康乃馨批发价大约在每打9元左右，每打12支。费用在300元以下。

贺卡根据质同批发价大约在0.5至1.5元左右。但出于宣传效果考虑贺卡应有x标志并且较为精美具一定保存价值。

费用应该可以控制在300元以下。

总费用可控制在600元左右，促销成本较低。

**酒店营销活动策划方案PPT篇十一**

菊品为尚，情浓重阳，礼敬老人送上温馨送上健康

二、重阳节活动时间

20xx年x月x日

三、重阳节餐厅氛围

1、为配合重阳节的气氛，在正门外摆放大型菊花花坛，并在门外的两棵立柱之间悬挂“菊品为尚，情浓重阳—x餐厅赏菊会”的主题横幅。

2、在正门入口处堆放九层的大型“重阳糕”，配放小装饰“灯”，取“步步登高”之意。

3、餐厅内张贴重阳节主题吊旗。

4、在各楼层显着位置摆放不一样品种的名贵菊花，供人赏闻。

四、重阳节活动背景

重阳节，也是中国的“老人节”。近年的重阳节，逐渐掀起了一股“团圆风”。回家跟爸妈说说知心话，陪辛劳了一辈子的父母出门走走，逛逛，渐渐成了重阳节里儿女们送给父母最异常的礼物。所以，本方案主要从儿女孝顺、合家欢乐的角度进行活动策划的。

五、重阳节活动资料

活动一：“情暖金秋”老年点餐特卖

活动期间，餐厅准备好适合老人的套餐，点套餐可进行折扣优惠。

活动二：推出老年专用菜品

重阳节推出适合老年人口味的菜点，时逢秋季养生的好时机，老店推出了养生佳品，及各色重阳套餐。

活动三：你敢来，我就敢送

1、重阳节当天向60岁以上用餐的老人赠送养身滋补汤一份。

2、当天过生日的宾客凭生日蛋糕或本人有效证件可获赠长寿面一份。

活动四：举办“百叟宴”

凡年满60岁以上（凭有效证件）的老年人可享受每位99元的“九九重阳优惠套餐”（仅限100人），额满为止。席间，有民乐、变脸、舞狮子等表演助兴。

活动五：“重阳节”特价酬宾。

保健酒类、保健品类、保健食品类，其它老年用品等统统七折

六、重阳节媒体计划

1、发传单

2、经过微信公众号

3、经过媒体发放广告

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