# 202\_酒店策划方案设计范文

来源：网络 作者：青灯古佛 更新时间：2024-02-03

*策划方案其目的是将策划思路与内容客观地、清晰地、生动地呈现出来，并高效地指导实践行动。你知道20\_酒店策划方案设计怎么写吗?这次小编给大家整理了20\_酒店策划方案设计，供大家阅读参考，希望大家喜欢。20\_酒店策划方案设计1一，活动背景传统民...*

策划方案其目的是将策划思路与内容客观地、清晰地、生动地呈现出来，并高效地指导实践行动。你知道20\_酒店策划方案设计怎么写吗?这次小编给大家整理了20\_酒店策划方案设计，供大家阅读参考，希望大家喜欢。

**20\_酒店策划方案设计1**

一，活动背景

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精神的重要文化载体，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最优秀之饮食文化的惟一时段。这种情景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精神礼貌外，奢华的仪式背后，还为人类保留下了相当丰富的物质礼貌。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。

二，活动目的

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，这种文化会自然构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，它的精神影响力是巨大的。中国人之所以为中国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，为广大顾客供给一套高品位的重阳节文化美食大餐。

三、活动主题

品菊花糕、饮菊花酒、制茱萸佩、美食达人

四，美食节活动构思

(一)组织机构

主办单位：\_\_大酒店

承办单位：\_\_大酒店

协办单位：\_\_生鲜市场

特邀嘉宾：\_\_\_教师、\_\_教师

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，可供顾客们免费食用。

5、闭幕式

五、经费来源

本次活动由\_\_大酒店全力赞助

六、宣传形式

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免费发放;在会场航架上设大投影连续播放企业宣传片。

七、活动时间、地点

活动时间：20\_\_年\_\_月\_\_日8：00——13：00

活动地点：\_\_\_大酒店户外广场

**20\_酒店策划方案设计2**

酒店新开张期间恰逢圣诞、元旦、新年三大节日，这在酒店服务行业中将是一个千载难逢的好机会，给酒店在无形中开拓了无限的连环商机，是酒店年度慰问和公关的最佳时期，同时这也是一次绝佳的形象宣传和服务推介的好时机，对此大好机缘，寄一份祝福给客户，是联络关系沟通的首选形式，而加大力度的宣传广告，更展示了酒店实力和良好形象。建议酒店在广告方面加大宣传力度，使周边消费群更深的了解金怡酒店，走进金怡酒店消费的更好诱导，同时扩大我们的消费主力队伍，达到宣传目的。

火树银花迎圣诞载歌起舞贺新年

这次广告宣传以俱乐部为主调，各营业部门根据部门具体情况而组织宣传活动

一.圣诞场景布置

外景布置

·酒店主楼周围所有树木、花草均做灯饰，摆放棉絮，做到“火树银花”之效果

·酒店大门口上额用红底白泡沫做“恭祝圣诞并贺新年”样

·酒店正院做圣诞屋，摆放3米高圣诞树和泡沫小雪人及2只梅花鹿，工程部做四方木围栏

·酒店大堂摆一棵2米高的圣诞树，树上放各种小礼物及闪闪灯及圣诞礼品、食品

·桑拿大堂摆放1.5米高的圣诞树一棵

·酒店大门上方即三楼处安装一台雪花照灯，达到夜间落雪的效果

·主楼落地玻璃窗上用喷雪喷雪景、圣诞老人及各种圣诞图案

·大堂及桑拿、西餐门口各挂大小花环、圣诞钟于门框正中

·俱乐部装饰见场景而定，以圣诞平安夜狂欢晚会为主调。

·各部门根据场地而定

二.各部门活动计划

中餐部：

·中餐部场景布景以圣诞节日气氛装饰

·出品题材以圣诞套餐为标准，并负责提供火鸡、姜饼、糖果、果仁等

·现场插放圣诞乐曲

西餐部：

·突出圣诞节日气氛装饰，出品题材以圣诞平安夜自助晚餐为主

·推出大人小孩及各种套餐

客房部：

·协助营销部将有关圣诞、新年宣传资料发至各客房内

·负责播放圣诞节背景音乐

·做好圣诞、新年时电话接听的问候语，背景音乐及新年接听电话问候语时间：

圣诞节12月20日至12月25日

新年元月1日凌晨至元月31日

·负责安排一名扮演圣诞老人，两名“圣诞女郎”等角色分别在平安夜当晚到现场派发圣诞礼物(汽球、公仔、面具、圣诞帽、哨子、充气胶锤、礼品包等)给各部门消费的客人，以烘托节日气氛;

派发日期：\_年12月24、25日

派发时间路线：

1)19：30-20：30酒店大堂/西餐厅/中餐厅大厅/娱乐大厅/桑拿大堂/康乐中心;

2)21：30-22：30酒店大堂/西餐厅/中餐厅大厅/娱乐大厅/桑拿大堂/康乐中心/卡拉ok包房。

俱乐部：

·负责安排迎宾小姐着圣诞服装在大堂及三楼门口

·负责提供平安夜当晚的全套节目

·背景音乐以圣诞快乐歌为主及欢快热闹的音乐

·俱乐部舞厅顶部由工程部拉电热丝，挂上汽球，汽球内装纸碎,等到点数欢歌之时，工程部打开电闸，汽球在顶部爆碎，尤如天女散花，洒向正在狂欢的红男绿女，俱乐部服务员向舞场内喷彩条，另扔一些汽球，让狂欢之人用脚去踩爆，或拿来在手上跳舞，伴随强劲的士高，让人们达到狂欢之极。

市场营销部：

·负责联络商务公司、政府机关

·负责联络镇内的各大屋村住户

·负责联络有线电视台播放电视广告

·负责联络平安夜当晚的安排节目

·负责联络汽球供应商布置会场

·负责制作场景布置之用的画饰和泡沫模型，须在12月20日前完成

·负责现场客人与圣诞老人进行快照

·负责协调各营业部门落实奖品，奖品如下：

一等奖一名：电视机一台

二等奖二名：vcd二台

三等奖四名：\_\_酒店豪华客房二间，桑拿房二间

四等奖五名：\_\_酒店卡拉ok包房五间(免最低消费)

五等奖十名：现金券100元/张

参与奖：圣诞礼品

·负责制作宣传横幅、海报

·负责制作现场须用之指示牌指引方向

三、费用预算：请各部门提供所需物品与采购部统一汇总购买。

四、活动节目安排

7：30——9：00圣诞歌直播

9：00——9：15司仪宣布主题，讲述圣诞故事的来历，穿插介绍酒店圣诞节的装饰布置及节目活动安排

9：15——9：25歌舞表演《七个小矮人和白雪公主》

9：25——9：35抽奖：五等奖十名(现金券100元/张十张)

9：35——9：45歌舞表演《铃儿叮当响》《雪绒花》

9：45——9：55抽奖：四等奖五名(卡拉ok房)

9：55——10：15驻场男歌手四首

10：15——10：20抽奖：三等奖四名(客房二间、桑拿房二间)

10：20——10：30舞蹈：

10：30——10：50驻场女歌手四首

10：50——11：00抽奖：二等奖二名(vcd二台)

11：00——11：30特邀嘉宾现场献艺

11：30——11：40抽奖：一等奖一台(电视机一台)

11：40——11：55圣诞老人派发圣诞礼物并与宾客全影

11：55——12：00舞蹈演员及歌手同台演出《祝福歌》

**20\_酒店策划方案设计3**

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：20\_\_-\_\_-\_\_——20\_\_-\_\_\_\_

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。

**20\_酒店策划方案设计4**

一、活动时间

20\_\_年\_\_月\_\_日\_\_月\_\_日

二、活动地点

\_\_大酒店

三、活动主题

金秋重阳花似锦，健康养生知遇父母恩重阳节在我国是国家指定的老人节，岁岁重阳，今又重阳，既指节日，又可寓意老年，所以活动的主题应当体现出对老年人的关注点，也就是宣传的诉求点健康养生，同时结合重阳节传统的习俗，所以活动的主题异常体现老人金秋、菊花和健康养生，树立起\_\_\_\_大饭店是一个既能让顾客享受尊贵美食又注意顾客健康养生的一个具有高度社会职责感的企业。

四、活动目的

1、宣扬中华民族尊老敬老的优良传统美德;

2、经过组织员工到敬老院看望孤寡老人，倡导全社会关注空巢老人，关注老人。树立\_\_大酒店负职责的大企业形象;

3、经过酒店活动的举办，让更多的人亲身感受到\_\_大酒店健康的美食。

五、活动资料

1、健康养生讲座：九九重阳节是我国的老人节，关注老人，关注健康已经成为一个社会主题。主办健康养生讲座，结合酒店的健康养生美食，现场邀请健康专家讲授，宣扬尊老敬老的优良传统美德，同时推介酒店美食养生理念，树立企业健康形象;讲座后举行通宝健康午宴活动，菜单重点推出适合老年人、妇女、小孩的菜谱，自由上台表达对亲人的祝福，也可现场点歌;活动现场整体拍摄，制作光碟赠送客人;同时设简单舞台和音响，配备主持人，演唱《九九重阳》(原唱：杭天琪刘欢)，代表酒店给客人送上重阳的祝福;现场献歌《最美可是夕阳红》;同时可让客人自由上台表达对亲人的祝福;活动现场整体拍摄，制作光碟赠送客人。

2、组织员工到敬老院看望孤寡老人，帮敬老院打扫卫生、陪老人聊天、给老人表演节目同时邀请运城电视台等新闻媒体予以播报。

3、在酒店门口布置菊花展，联系三家大型的苗木基地，并邀请专家设计，将酒店门口布置成菊花的大型展示地，供前来的人们游览鉴赏，增强节日的活动气氛。经过园区的菊花和景色，以及功能区分布和讲解，加深客人对\_\_大酒店的了解;

4、优惠当日，康乐项目半价;重阳节推出适合老年人口味的菜收集整理点，时逢秋季养生的好时机，酒店推出了养生佳品，及各色重阳套餐。重阳节当天向60岁以上用餐的老人赠送养身滋补汤一份。当天过生日的宾客凭本人有效证件可获赠长寿面一份。推出重阳节特价房，凭老年证住房\_\_\_元标间夜(以住满为限)，客房均赠送果盘)一份。金婚夫妇持结婚证等有效证明文件可获赠送蜜月套房一间一晚，限10对夫妇。

六、销售策略

销售部与各地省市老干局、民政局以及企事业单位联系，推荐重阳活动，组织批量客源;同时接待预定散客。一夜一天套票：\_\_\_元，含豪华双人房一间一夜，双早双午餐自助，包括重阳节当天健康养生讲座，通宝菊花展。客人可根据实际需要向酒店要求更换房型，但须补足差价。团体票5张以上起订，享受9折优惠;10张以上8.5折优惠;

七、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\_\_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。

**20\_酒店策划方案设计5**

自20\_年8月23日，东方美食苑崛起于宣化餐饮市场，五年来的风风雨雨，五年来的时光见证着东方美食苑自艰苦起步到后来的一段鼎盛时期。

如今，东方鸭王酒楼是在东方美食苑基础上新生的奇葩。面对竞争激烈、变幻莫测的餐饮市场，鸭王酒楼作为新牌烤鸭在宣化餐饮界的代表将如何筹划发展呢?

一、前言

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。北京烤鸭，是北京名食，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。作为北京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。

二、市场/企业分析

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。

三、营销策划

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

四、具体方案策划

(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。

注：本店的特色为烤鸭，烤鸭的价格勿降!!!

(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。

五、广告营销方案

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。

在市场经济的浪潮中，市场瞬息万变。如能合理把住方向，运用“田忌赛马”之策巧妙得与竞争对手周旋，东方鸭王酒楼定能在宣化餐饮业，打出一片自己的天空。[\_TAG\_h2]

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！