# 酒店宣传的策划方案设计范文

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-02-04

*在酒店贸易洽谈时，酒店要具备所需的现代化会议设备和办公通讯系统，旅游者所需要的康乐中心。同时，酒店要有素质良好的服务员，向客人提供一流水平的服务。今天小编在这给大家整理了一些酒店宣传的策划方案设计，我们一起来看看吧!酒店宣传的策划方案设计1...*

在酒店贸易洽谈时，酒店要具备所需的现代化会议设备和办公通讯系统，旅游者所需要的康乐中心。同时，酒店要有素质良好的服务员，向客人提供一流水平的服务。今天小编在这给大家整理了一些酒店宣传的策划方案设计，我们一起来看看吧!

**酒店宣传的策划方案设计1**

一、活动目的

庆祝\_酒店发展有限公司成立十三周年店庆，树公民企业新形象，提高\_酒店的美誉度，并借此机会回馈新老朋友。

二、活动主题

\_予我十三年宁静志远又一朝(继往开来十三周年庆)

三、活动时间

20\_年5月18日——20\_年6月18日

四、活动具体内容

活动一：零点消费大赠送：

单桌消费：

1)消费满100元以上，送：38元餐饮代金券+20元客房券+公民贵宾扑克牌壹副;

2)消费满300元以上，送：48元餐饮代金券+20元客房券+公民贵宾扑克牌壹副;

3)消费满500元以上，送：48元餐饮代金券+20元客房券+公民精美太阳伞壹把+公民贵宾扑克牌壹副;

4)消费满800元以上，送：68元餐饮代金券+20元客房券+公民精美太阳伞壹把+公民贵宾扑克牌壹副;

活动二：公民花园、宴席乐园(食在公民、乐在公民)

1、餐厅婚宴、乔迁宴、生日宴、满月宴优惠活动;

1)宴席满10桌，送：300元代金券;

2)宴席满20桌，送：600元代金券;

3)宴席满30桌，送：900元代金券

2、联手三大酒水供应商、同贺店庆、共同酬宾;(提供超市平价白酒、啤酒、饮料)

1)口子窖：二星口子窖、三星口子窖买壹件赠送2升饮料壹件;

2)关公坊：六年关公坊、精品关公坊买壹件赠送2升饮料(百事或雪碧)壹件;

3)黄鹤楼：二星黄鹤楼、三星黄鹤楼买壹件赠送2.5升饮料壹件。

活动三：客房优惠

1)凡入住本店客人每间均赠送20元餐厅消费券壹张+贵宾扑克牌壹副;

2)棋牌室特惠10元/时，100元封顶;

3)四楼单间特价房70元/间。

活动四：随园、花园携手共庆、真情大奉送

1)凡在5月18日—6月18日期间，在随园会馆消费满500元送48元(以此类推)+花园店客房20元代金券贰张

2)凡在随园会馆消费的客人每桌均赠送贵宾扑克牌壹副。

活动五：公民公益大讲堂

☆为更好的服务公民的贵宾客户，届时会特邀国内顶尖大师亲临我店授课，对公民会员进行服务，提供大家感兴趣课程。

a、\_老师讲授“魅力女性”;

b、其它课程待定，如：儒家教育、三字经、易经等。

**酒店宣传的策划方案设计2**

一、市场环境分析：

1.我店经营中存在的问题

(1)目标顾客群定位不太准确，过于狭窄。

总的看我市酒店业经营状况普遍不好，只要原因是酒店过多，供大于求，而且经营方式雷同，没有自己的特色，或者定位过高，消费者难以接纳，另外就是部分酒店服务质量存在一定问题，影响了消费者到酒店消费的信心。

我店在经营中也存在一些问题，去年的经营状况不佳，我们应当反思目标市场的定位。应当充分挖掘自身的优越性，拓宽市场。我酒店目标市场定位不合理，这是导致效益不佳主要原因。我店所在的金桥区是一个消费水平较低的区，居民大部分都是普通职工。而我店是以经营粤菜为主，并经营海鲜，价格相对较高，多数居民的收入水平尚不能接受。但我店的硬件水平和服务质量在本区都是上乘的，我们一贯以中高档酒店定位于市场，面向中高档消费群体，对本区的居民不能构成消费吸引力。

(2)新闻宣传力度不够，没能在市场上引起较大的轰动，市场知名度较小。

我店虽然属于\_杰集团(\_杰集团是我市著名企业)但社会上对我店却不甚了解，我店除在开业时做过短期的新闻宣传外句再也没有做过广告，这导致我酒店的知名度很低。

2.周围环境分析

尽管我区的整体消费水平不高，但我店的位置有特色，我店位于101国道旁，其位置优越，交通极为方便，比邻商院、理工学院、机电学院等几所高校，所以过往的车辆很多，流动客人是一个潜在的消费群。大学生虽然自己没有收入，但却不是一个低消费群体，仅商院就有万余名学生，如果我们可以提供适合学生的产品，一低价位吸引他们来我店消费，这可谓一个巨大的市场。

3.竞争对手分析

我店周围没有与我店类似档次的酒店，只有不少的小餐馆，虽然其在经营能力上不具备与我们竞争的实力，但其以低档菜物美价廉吸引了大量的附近居民和学生。总体上看他们的经营情况是不错的。而我们虽然设施和服务都不错，但由于市场定位的错误，实际的经营状况并不理想，在市场中与同档次酒店相比是处于劣势的。

4.我店优势分析

(1)我店是隶属于\_杰集团的子公司，\_杰集团是我市的著名企业，其公司实力雄厚是不容质疑的，因此们在细致规划时，也应充分利用我们的品牌效应，充分发掘其品牌的巨大内蕴，让消费者对我们的餐饮产品不产生怀疑，充分相信我们提供的是质高的产品，在我们的规划中应充分注意到这一点来吸引消费者。

(2)我店硬件设施良好，资金雄厚，而且有自己的停车场和大面积的可用场地。这可以用来吸引过往司机和用来开发一些促销项目以吸引学生。

机会点：①本企业雄厚的实力为我们的发展提供了条件;②便利的交通和巨大的潜在顾客群;③良好的硬件及已有的高素质工作人员为我们的调整和发展提供了广阔的空间。

二、目标市场分析：

目标市场即最有希望的消费者组合群体。目标市场的明确既可以避免影响力的浪费，也可以使广告有其针对性。没有目标市场的广告无异于“盲人骑瞎马”。

目标市场应具备以下特点：既是对酒店产品有兴趣、有支付能力消费者，也是酒店能力所及的消费者群。酒店应该尽可能明确地确定目标市场，对目标顾客做详尽的分析，以更好地利用这些信息所代表的机会，以便使顾客更加满意，最终增加销售额。顾客资源已经成为饭店利润的源泉，而且现有顾客消费行为可预测，服务成本较低，对价格也不如新顾客敏感，同时还能提供免费的口碑宣传。维护顾客忠诚度，使得竞争对手无法争夺这部分市场份额，同时还能保持饭店员工队伍的稳定。因此，融汇顾客关系营销、维系顾客忠诚可以给饭店带来如下益处：

1、从现有顾客中获取更多顾客份额。忠诚的顾客愿意更多地购买饭店的产品和服务，忠诚顾客的消费，其支出是随意消费支出的两到四倍，而且随着忠诚顾客年龄的增长、经济收入的提高或顾客单位本身业务的增长，其需求量也将进一步增长。

2、减少销售成本。饭店吸引新顾客需要大量的费用，如各种广告投入、促销费用以及了解顾客的时间成本等等，但维持与现有顾客长期关系的成本却逐年递减。虽然在建立关系的早期，顾客可能会对饭店提供的产品或服务有较多问题，需要饭店进行一定的投入，但随着双方关系的进展，顾客对饭店的产品或服务越来越熟悉，饭店也十分清楚顾客的特殊需求，所需的关系维护费用就变得十分有限了。

3、赢得口碑宣传。对于饭店提供的某些较为复杂的产品或服务，新顾客在作决策时会感觉有较大的风险，这时他们往往会咨询饭店的现有顾客。而具有较高满意度和忠诚度的老顾客的建议往往具有决定作用，他们的有力推荐往往比各种形式的广告更为奏效。这样，饭店既节省了吸引新顾客的销售成本，又增加了销售收入，从而饭店利润又有了提高。

4、员工忠诚度的提高。这是顾客关系营销的间接效果。如果一个饭店拥有相当数量的稳定顾客群，也会使饭店与员工形成长期和谐的关系。在为那些满意和忠诚的顾客提供服务的过程中，员工体会到自身价值的实现，而员工满意度的提高导致饭店服务质量的提高，使顾客满意度进一步提升，形成一个良性循环。

根据我们前面的分析结合当前市场状况我们应该把主要目标顾客定位于大众百姓和附近的大学生，及过往司机，在次基础上再吸引一些中高收入的消费群体。他们有如下的共性：

1)收入水平或消费能力一般，讲究实惠清洁，到酒店消费一般是宴请亲朋或节假日的生活改善。

2)不具经常的高消费能力但却有偶尔的改善生活的愿望。

3)关注安全卫生，需要比较舒适的就餐环境。学生则更喜欢就餐环境时尚有风格。

三、市场营销总策略：

1.“百姓的高档酒店”——独特的文化是吸引消费者的法宝，我们在文化上进行定位，虽然我们把饭店定位于面向中低收入的百姓和附近的大学生，但却不意味把酒店的品位和产品质量降低，我们要提供给顾客价廉的优质餐饮产品和优质服务，决不可用低质换取低价，这样也是对顾客的尊重

2.进行立体化宣传，突出本饭店的特性，让消费者从感性上对\_杰酒店有一个认识。让消费者认识到我们提供给他的是一个让他有能力享受生活的地方。可以在报章上针对酒店的环境，所处的位置，吸引消费者的光顾。让顾客从心理上获得一种“尊贵”的满足。

3.采用强势广告，如报纸，以期引起“轰动效应”作为强势销售，从而吸引大量的消费者注意，建立知名度。

**酒店宣传的策划方案设计3**

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,商务客人所送的礼品,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)。

**酒店宣传的策划方案设计4**

一、组织者:刘总监

二、负责部门:营销部，餐饮部

三、举行日期:20\_\_年7月20日至8月5日

四、活动目的:

1.经过夏季美食节这次活动，进一步宣传西苑，扩大知名度。

2.营造夏季清凉畅快的饮食文化，拉动夏季酒店的餐饮消费。

3.进一步挖掘潜在客户，增加客源。

五、具体资料

(一)美食节筹备:

1.采购菜肴原料，确定美食节的菜肴品种、价格以及优惠措施。

2.经过报纸媒体、传单、横幅、信息群发等传递此次美食节的信息，引起消费者的关注。

(二)美食节资料:

1.举办品牌菜肴形象展示。设固定的展区，展示夏日特色菜品进行菜肴的实物艺术形态。

2.服务人员的服装贴合本次活动的.主题，仪表姿态也应进行必须的要求。

在就餐环境的气氛营造上，需要富有创意和文化内涵的业内人士来策划本次美食节整体环境的布置，基于西苑饭店的院落式布局，可在室外进行布置。消费者在一种良好的氛围下就餐，心境和食欲自然不一样。

(三)活动促销:

1.以“夏日好乘凉，开怀享美食”为活动主题，开展啤酒买二增一活动，夏季啤酒的消费量会很大，成为酒店酒水消费的主力，经过开展买赠活动，吸引更多消费者。

2.每日推出三到五款特色菜品，扩大特色菜品的理解度，并从中进一步筛选，一便更为消费者理解。

3.现场活动派发神秘礼品，多重惊喜，意外收获。

(四)宣传策划:

1.印制美食节广告彩页随京华时报、新京报附送。

2.夏季美食节宣传户外幕布，活动主题海报，电梯间宣传海报，活动主题台卡、大堂放置美食节宣传广告牌。

3.信息群发，消息散播

(五)费用预算:

1.媒体广告宣传费用1000+宣传单印刷夹报20\_+信息群发20\_=5000元。

2.赠送礼品费用:按每一天100元计算，合计，100\_8=800元。

3.装饰费用:横副+金布+彩旗+气球等(15天)+杂费=5000元。

**酒店宣传的策划方案设计5**

一、户外广告宣传

1、刀旗：在主要公路悬挂刀旗，增加广告视觉宣传。

2、路口指示牌：在来我店各方向的路口设立指示牌，既满足来我店客人的方向指引，又起到视觉宣传效果。

二、自制DV

1、制作宣传光盘，销售外销和店内客人发放，起到给没有来过的客人直观感觉，最直接的熟悉我店环境及经营项目。

2、在\_\_\_宾馆的电视初始画面上做\_\_\_\_酒店的宣传界面或者开一个频道宣传本酒店。在本酒店内部的电视初始画面上做本酒店的宣传界面。

三、公司网站

1、建立自己的网站，增加订餐系统，加大公司的宣传力度。

2、可以在网站上链接我们的网站，并且同百度等签订收索协议。

四、订餐网络

1、与各大团购网站(例如：美团、携程、拉手等)等建立合作关系，提高\_\_\_\_\_酒店的知名度，稳定客源。

五、电视广告

1、在\_\_\_\_\_\_\_等地方电视台做硬广告或者软广告(以采访为主)，加大本店的知名度。

六、电台广播

1、以宣传本酒店开业信息为主，最好是交通台。

七、宣传单或宣传册

1、设计印制宣传彩页及宣传册，给来用餐的客人可以带走。

2、销售可外销时发放宣传册。

八、DM夹报、报纸软文

1、DM夹报与报纸软文极具广泛性，通过报纸曝光率攻占本地客户群。

九、短信群发

1、，利用短信平台，将\_\_\_\_\_酒店开业的信息传达给扬中的消费者。

十、发放宣传单

1、内容为\_\_\_\_\_\_酒店开业信息，数量为10万份，将\_\_\_\_市区的大街小巷全部发放到位，乡镇的村委、各大企业的发放以员工上下班时间时段集中发放为主。宣传单上留有副券，可抵一定的消费金额。

十一、婚纱影楼合作

1、与\_\_\_\_\_\_\_各大婚纱影楼建立合作关系，让他们介绍客户到\_\_\_\_\_\_酒店消费，本酒店返其相应佣金。[\_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！