# 酒店配套产品推广方案范文(精选29篇)

来源：网络 作者：夜色微凉 更新时间：2025-03-12

*酒店配套产品推广方案范文 第一篇为顺利进行淡季营销工作，坚定树立以市场为先导，以销售为龙头的经营思想，根据大厦实际情况，市场管理部特制定淡季营销计划，现将方案细则汇报如下。>一、问题界定冬季将至，酒店服务业迎来了一年中淡季的第一阶段。作为银...*

**酒店配套产品推广方案范文 第一篇**

为顺利进行淡季营销工作，坚定树立以市场为先导，以销售为龙头的经营思想，根据大厦实际情况，市场管理部特制定淡季营销计划，现将方案细则汇报如下。

>一、问题界定

冬季将至，酒店服务业迎来了一年中淡季的第一阶段。作为银川市的高端酒店之一，民航大厦即将面临一次机遇与风险并存的市场变化，市场管理部亦面临着整合新建后的第一次大考，如何在淡季提高客房与会场出租率成为淡季营销工作首先要考虑的问题。

>二、环境分析

1．市场状况

近 几年来，随着银川市城市扩容和市政建设的节奏加快，以及凯宾斯基酒店及其他酒店餐饮企业陆续建成和投入使用，区域内酒店餐饮市场的格局正在发生深刻的变 化，新老酒店之间的市场竞争角力愈发激烈。另一方面，随着城市的发展，本区域商业活跃，经济发展迅速，酒店餐饮业的发展潜力看好，市场的风险与机遇并存。

目 前的境况是，在银川市南门广场附近高档次的酒店较少，只有民航大厦一家四星级酒店，其余为三星级类别的中档酒店餐饮企业。其中民航大厦主要的竞争对手有银 座酒店、银泉酒店、天一国际酒店和鄂尔多斯酒店。从市场角度分析，现在中档酒店的市场日趋饱和，高级酒店在未来两、三年内竞争不算激烈，但在目前全球经济 迷局未解的情况下下，各行各业都在收缩开支，高级酒店的市场需求实际上是被压缩了。银川酒店服务业市场本身的容量较小，高级酒店可能最后被迫也参与到价格 竞争中来，从而形成连锁反应，对整个市场的格局产生巨大的影响。

2．竞争状况

对于酒店餐饮服务业来说，每个同等级的酒店（如虹桥、太阳神宾馆等）都是大厦的竞争对手，某些不属于同一等级的酒店也是潜在的竞争对手。

从 目前的情况看，银川市称得上是大厦的直接竞争对手的并非屈指可数的其他几家高星级酒店，而是南门广场附近20xx年8月、9月新开业的天一国际酒店和银泉 酒店，以及周边几家定位相同、服务类似的综合性酒店（主要指银座酒店），其中尤以银泉酒店对民航大厦的威胁最大。虽然目前民航大厦是南门广场附近最高档次 的酒店，硬件和服务上都具有本区域的唯一性，但银泉酒店作为一家准四星标准的三星级酒店，在正式营业后将很可能改变这一格局。尤其在大厦综合配套设施还不 甚完善的情况下，银泉酒店将会对大厦的稳健经营带来一定的冲击。而像天一国际酒店和银座酒店这样与大厦基本同类同质的酒店，虽然星级不及大厦高，但对一些 特定需求的市场（例如综合性会议），尤其是整个银川市场势必会形成分流格局，从长期来讲，此类酒店对民航大厦的影响将是深远的。

3．分销状况

**酒店配套产品推广方案范文 第二篇**

一、活动名称：

——寻找有缘人一起走魔棋，勇敢人的游戏！

二、活动时间：

3月29日至20xx年4月1日

三、活动地点：

华美都食品连锁店总店

四、活动内容概述：

1、愚人节前三天起，每一个在华美都公司一次性购物达二十五元的顾客都可以抽取一个印有：“华美都”、“愚人节快乐”及一个号码的一个半圆型精美小卡片。

2、每两个半圆一个相同的号码，相同的号码分布在相隔较远的不同的连锁店里，以便让不同的人抽取。

3、四月一日下午五点半在华美都总店里寻找与自己半圆同一数字的人，找到的人将有机会参加愚人节走魔棋惊险刺激的活动。

4、活动将是由两个数字相同的人一起参加配合的。

5、由主持人现场抽出号码，抽到几，拿有这个号码的两个人就可以现场参加走魔棋活动。（抽出具体人数由现场主持人随情况而定）

6、由华美都公司准备一些难题让参与者去完成，每过一关都将会获得者得一份奖品，过关越多奖品最多，走到最后的将会获得最大的奖励。 8、活动中还将有一个最佳临时搭档奖，和一个特别鼓励奖，将分别发给配合最好的一对参与者和在活动中过难关时碰到特别的事处理的最好的一对搭档，还有一个最大贡献奖，奖励给华美都公司出了最多最好的意见的参与者。最后抽出一个最大的奖，幸运愚人奖（此奖由某指定人在过完所有的关的人中现场抽出）。

9、活动中没有被抽到的，但到场又找到了同自己半圆相同数字的人都可以领得现金代用卷，拿两个数字相同的半圆领取一份。

**酒店配套产品推广方案范文 第三篇**

春节过后，餐饮业的销售额慢慢下滑，应该做好厚积薄发，将大展身手来迎接五一。如何来把握好五一这个商机呢?那必须做好周详的酒店或餐厅五一促销活动方案，吸引顾客，促进消费。五一，这也是餐饮业里最好的促销时间之一。

酒店五一劳动节餐厅促销，都是必须结合自己的产品特点，最大限度的展示自己的优势，宣传自己的品牌，吸引更多的消费者，而做出适合自己的促销活动。对于餐厅促销活动要注意以下四点：

在消费者心目中理想的餐厅是什么，最简单的便是满足三方面：一是餐厅的环境氛围;二是餐厅的服务态度;三是餐厅的菜肴口味;四是餐厅的消费阶位。这四方面是酒店餐厅五一促销活动方案最重要的部分。可像以下详细分析。

1、假期餐厅的气氛。

而气氛又是从哪些方面体现出来的?在餐厅消费，食品只是消费都要求的其中一环，更多的是人们要求的是餐厅的整体服务。因此，在整个餐厅的气氛上要做好相应的布置。而怎样布置也有讲究，如果是主题餐厅的话，那便要依餐厅的主题来布置，一般情况下可以参照以下：

灯光，餐厅灯光的强弱与光色的照射，对餐饮消费者的就餐情绪有着重要的影响。合理的餐厅光色，既可以激发消费欲望，又可以使消费者乐于在视觉舒适的餐厅环境中就餐。

色调，不同的色彩能引起餐饮消费者的不同联想意境，产生不同的心理感受。餐厅的色彩如果调配得当，醒目宜人，对餐饮消费者和餐厅服务员的情绪调节、预防冲突都将具有重要意义。

布局，餐厅的整体氛围是消费者产生愉悦的就餐心理的又一重要因素。如果其布局能根据餐厅主题和餐饮市场定位的消费者心理进行设计，必将受到顾客的青睐。

餐台，在餐桌上摆一瓶色泽鲜艳的插花或盆花，如月季、杜鹃、米兰等。其艳丽的色彩，清馥的香昧，可使人的大脑处于悠然之境，并能增加消费者的食欲。

音响，餐厅中特定的音响效果能够产生独特的气氛，在餐厅中布置山水小景，山石滴泉叮咚声响使人如同漫步泉边溪畔。餐厅播放一些行云流水的背景轻音乐，如克莱德曼的钢琴曲等。都能使餐饮消费者的就餐心情变得格外舒畅。

有人喜欢高山流水，有人喜欢情意绵绵，布置出优雅的酒店餐厅环境，是做好五一促销活动的第一步。

2、五一劳动节餐厅的服务。

促销活动中人的因素是很重要的\'，它体现了一个餐厅的态度，每一个人都喜欢被尊重，被关注，优质的服务能够征服消费者的心，让消费都牢牢记住你。所以在促销之前，要做好人员的基本服务培训，促销特色培训，态度意识的培训等等，这样可以让促销活动更好的发挥它的效果。

3、五一劳动节餐厅的菜肴菜谱创新。

消费都都喜欢新鲜事物，对于新菜都有一种要品尝的欲望，利用几款新菜来吸引消费者，满足消费都的新鲜感。

4、五一劳动节餐厅的消费阶位。

消费者都大部分是喜欢实惠的消费，而餐厅里食品的促销方法有很多，可以菜式搭配不同推出不同的超值套餐供消费选择，但价格的定价方面也有讲究。如下：

菜式，劳很多商家会推出相应的套餐，推出相应的菜式，以供消费者选择。

制作，让消费者参与到整个制作过程中，更能满足消费者的成就感与体验的欲望。

观赏，在消费者面前进行食品的制作，吸引消费者的注意力，也为餐厅增加无形招牌。

价格，通过价格来吸引消费者，这也是商家常用的方法，太要拿捏到位，不要降低价格的同时也降低了餐厅的品牌。

赠品，提供一些节日相关的赠品可以拉动一定的消费者。比如说提前预订可以得到赠品，消费在多少金额之上可以得到一些赠品。赠品要与自己餐厅的品牌风格相应。

五一促销活动策划方案参考一：

团圆五一促销活动即将开始

为了更好的酬谢各位宾客对我店的厚爱“5-1”周期间特推出促销活动!另外，我店餐饮部自五月起推出“偷得浮生半日闲，团圆假日吃天然”为主题的蘑菇宴，欢迎您咨询品尝!

五一促销活动策划方案参考二：

xx餐厅五一期间优惠促销

活动时间：即日起至12月23日

xx餐厅在五一期间举办二周年店庆活动，自即日起至12月23日，每天11：00-16：00六折优惠，17：00-22：00的第一桌客人将将享受单人名单优惠。

五一促销活动策划方案参考三：

活动主题：入住远望楼宾馆，欢度美好假期

动日期：20xx年4月30日-5月3日

北京xxx宾馆为了感谢客户长期以来的大力支持，在五一期间推出了“五一”黄金周优惠活动

客房优惠：

普通标准间 促销价：￥298元/间夜(净价)

商务标准间 促销价：￥380元/间夜(赠送双人早餐)

商务大床房 促销价：￥460元/间夜(赠送双人早餐)

在餐饮方面：

1、推出不同价位的经济“节日家庭套餐”，以特色菜、家常菜为主

三人用：￥288元/套(1凉、4热、2点心、1拼盘、远望酸奶/人)

六人用：￥488元/套(6凉、8热、4点心、1拼盘、远望酸奶/人)

八人用：￥588元/套(6凉、9热、4点心、1拼盘、远望酸奶/人)

2、零点客人将享受折优惠(不含酒水)，同时赠送“远望酸奶”。

详情可致电：(010)xxxxxxxx (010)xxxxxxxx

丰富多彩的促销活动将为下榻北京xxx宾馆的宾客带来更多的实惠与惊喜!

xx饭店五一黄金周促销活动

春天已经来临，带上您的家人来体验老北京的皇城风范!

XX市xx饭店将为您和您的家人提供完美、精致的服务!

入住商务客房，享用丰盛的自助早餐，免费使用酒店的室内游泳池和健身设备齐全的健身中心。

1、五一假期特惠价格

房价每晚人民币478元

我们将为您提供精选商务间，完美的服务，免费使用店内的健身中心。

本项优惠有效期由20xx年4月28日至20xx年5月7日

以上报价均需另加收15%服务费

**酒店配套产品推广方案范文 第四篇**

一、活动主题：

xxx

二、活动目的：

在我酒店开业x周年庆典之即及x月x日xx节的来临，借助x周年庆典与xx喜庆交集扩大酒店的知名度，对外树立酒店形象，加强与商务客户，兄弟行业之间的感情联系，进一步提升xx大酒店在xx地区的影响力，稳定和巩固老客户，进行情感营销，培养客户忠诚度。

三、活动要求：

1、喜庆的现场布置，整体烘托出轻松、愉悦、热闹的氛围。重点突出隆重、大方、简朴、喜庆的氛围酒店周年庆策划方案

2、密切结合店庆，xx节，喜庆布置酒店、会场

四、活动内容：

1、邀请兄弟集团嘉宾及酒店大客户，老客户、合作单位等一同参加此次周年庆典活动。

2、营销部美工负责全程照相，营销部人员负责邀请VIP客户、新老客户、各兄弟集团嘉宾、各赞助单位。

3、酒店内外环境的布置。

4、酒店x周年庆典联谊会在酒店多功能厅举行。

5、酒店各部门自己组织节目（营销部4个、人力资源部1个、财务部1个、领导组2个、工程部1个、前厅部2个、餐饮部3个、房务部2个），兄弟联谊单位联谊节目，宾主互动联谊节目，内穿插店庆感恩回馈抽奖活动、现场评判嘉奖活动。

6、酒店文艺节目汇演

7、酒店领导、部门经理为现场评委（人力资源部指定具体人员）

8、现场颁奖嘉宾（酒店领导）

9、有奖征文演讲、评三个等级奖、一等奖（奖金现金300元、二等奖现金200元，三等奖现金100元）

10、文艺汇演节目评特等奖1名（奖现金600元）一等奖1名（奖现金400元）二等奖2名（奖现金各200元）三等奖3名（奖现金各100元）

11、凡参加有奖征文演讲的各奖参与奖50元（限报名前10名）

12、嘉宾现场抽奖活动（奖品可为餐饮代金卷、客房代金卷、康乐部代金卷、圣诞店庆吉祥物礼品等，设特等奖1名，奖免费标间一晚，一等奖1名，奖餐饮代金卷200元，二等奖2名，各奖康乐代金卷98元三等奖3名，各奖店庆新年礼品一份）

13、酒店评出优秀部门班组、优秀员工，优秀管理人员，可在店庆活动上由领导现场颁奖（具体奖品按酒店奖金制度发放），此项也可以在年底总结会上进行，由领导定夺。

五、酒店内外环境布置：

1、热烈祝贺酒店开业x周年！店庆，xx喜庆

2、“五年感谢有您”倾情促销月序幕启动，敬请光临！

3、大酒店诚挚感谢各界朋友的支持与厚爱！

六、会场布置：

1、如果是在xx节举行店庆，酒店大厅摆贴图，彩带。

2、多功能厅门口放气球彩门。

七、活动安排：

1、x月x日18：00—18：30庆典启动仪式（领导讲话，嘉宾代表讲话）

2、18：30—22：00文艺汇演、现场颁奖等。（具体流程见详细节目单）

3、22：00联谊会结束后所有管理人员送嘉宾离店。

八、经费预算：

1、策划内现有的现金奖励xx元

2、酒店优秀管理人员，优秀员工，优秀团队奖励（按酒店奖励制度发放，此项可以在年底工作总结会上进行）

3、各种小礼品、圣诞店庆吉祥物等礼品xx元。

4、嘉宾现场抽奖（免费标间一晚xx元、代金卷xx元、店庆礼品x份）

5、店内、会场布置xx元，总计费用约xx元左右

九、广告宣传：

1、制定简单的宣传单（内部制定）

2、营销部发放邀请函（忠诚客户、赞助商、联谊单位等）

3、大厅放欢迎水牌

4、LED显示

**酒店配套产品推广方案范文 第五篇**

咪依噜大酒店营销策划方案

一、市场分析：...................1二、二、环境分析：...................1三、三、竞争对手分析：...........1四、四、优势分析：...................1五、五、市场定位：...................2六、六、市场营销总策略：..............2七、七、行动计划与执行方案：.............2八、八、提供建议：...................3九、九、全员销售：...................3十、十、维护客户：细节决定成败................3十一、十一、客户的意见反馈：..........4十二、十二、工作要求：风平浪静，训练不出良好的水手。....4十三、十三、培训方面：销售人员必须具备极其良好的素质....5十四、十四、部门配合、密切合作，主动协调.......6

大姚县，位于云南省北部偏西，东邻永仁、元谋县，南与姚安、牟定县毗邻，西和祥云、宾川县接壤，北临金沙江与永胜、华坪县隔江相望，县人民政府驻金碧镇。南距省城昆明市270多公里，离楚雄州府100公里，距钢铁工业城市攀枝花市178公里，省道南永线贯穿境内。总面积4146平方千米。总人口29万人.一、市场分析：

咪依噜大酒店是一家多元化迅速启动并且发展的企业，是目前为止的“大姚第一酒店”，在众多竞争对手当中可算是脱颖而出，势头迅猛，业务范围甚广，是各大酒店无法与之媲美的。借助我酒店的多元化，在业务上更可以互补互助，彼此带动，弥补不足，这也是其他酒店无法比拟的。对外宣传可以大造声势，对内培训可把我酒店的实力及发展前景进行灌输，从而无论是社会效应还是内部员工的认可都会起到很好的宣传效果。

二、环境分析：

我县整体环境消费水平并不高，尤其我县是一个以农业为主体的城市，群众基本消费水平也几乎趋于大众化，如果单纯的走高端消费路线也不太现实。我酒店所处的地理位置在南永线上，是攀楚高速的必经之路，这个位置的周围也没有成熟的集中居民区和商场。我们可以以民族特色，比如原生态左脚舞队每日在酒店表演，以吸引沿路经过的外埠周边城市经过的潜在消费群体，而我们周围有很多正在开发的小区，比如核桃产业文化园等，这样的条件就给我们带来了很大一批的潜在客户。

三、竞争对手分析：

我酒店周围没有与我类似档次的酒店，只有不少的中小型酒店，虽然经营能力与规模上不具备与我们竞争的实力，但其以大众化的消费，也吸引了不少附近的居民和散客。

四、优势分析：

我酒店是大姚明辉实业有限公司投资新建的第一大酒店，本酒店星级标准为四星级大酒店，设施齐全，功能齐备，因此在做细致规划时也应该充分利用我们的品牌效应，充分发挥我们的巨大内蕴，让消费者对我们的产品不产生怀疑，充分相信我们提供的是质高的产品。另外，我酒店硬件设施良好，而且有自己的大规模停车场以及大面积的可用场地，可以吸引更多的潜在顾客以及用来开发中大型活动来吸引消费者。

机会点：

1、便利的交通和巨大的潜在客户群；

2、一流的硬件设施及已有的高素质工作人员为我们的发展提供了广阔的空间。

五、市场定位：

中高端星级酒店。中端为主高端为辅。

六、市场营销总策略：

1、“大姚人民的四星级酒店”

独特的文化是吸引消费者的法宝，先在文化理念上进行定位。虽然是中高端酒店，但是高端为辅，中端为主，但并不意味着我酒店降质降价，我们所提供给顾客价廉的优质产品和高品位的服务，决不用低质换低价，这也是我酒店对顾客的尊重。

2、立体化宣传。

突出本酒店的特性，让消费者从感性上对咪依噜大酒店有一个认识，让消费者认识到我们提供给他们是一个让他有能力享受生活的地方。

3、采用强势广告宣传。

以期引起“轰动效应”作为强势销售，从而引起大量的消费者注意，建立知名度。宣传途径：报纸、广播电台、市场大屏幕、宣传彩页、出租车LED顶灯广告。

七、行动计划与执行方案：

1、首先通过黄页或适当的方式整理齐全的客户资料，然后通过短信平台在节日、休息日、特别的节日向所有的客户送去祝福问候。

2、了解客户公司及个人的相关资料，在亲情上给客户以关心，如：在生日时，邮寄生日卡。

3、经常走动拜访，使销售员在客户心中的地位逐渐清晰化，客户对销售员及酒店的能力、环境得以认可。

4、投其所好，学习各方面知识、培养自己的特长，来培养与客户之间的感情，寻找共同兴趣、共同爱好。

5、定期对大客户进行宴请，向客户介绍酒店的变化。

6、综合性会议，根据淡旺季，一会一议，让客户真正感受到酒店与其合作的真诚态度。

7、整理会议客户的资料，将全年会议消费总额达到一定数量的客户，可以采取赠送场地、住房等优惠政策，吸引客户带来更多的消费。

8、重要客人、会议代表、公司总经理、政府领导等VIP客人到店，各岗位实行VIP服务标准，并致欢迎信(卡)等服务，如：大型企业会议，有贵宾(重要领导)参加，酒店相关负责人可在酒店门口迎接贵宾到店。

9、酒店的忠诚客户到店，需要在前台电脑备注中(如酒店系统可以操作)清楚的记录客人的姓名、喜好、习惯等要求，体现细节服务，赢得客户的心，赢得

长久支持。

八、提供建议：

1、将一些房间设为特价房，以方便接待低端客户所需求，也为酒店补充大量房间空缺。

2、可否在酒店设旅游中巴或金龙旅游车对旅游团队或会议人员短途接送，因为我酒店地处位置在顾客没有车的情况下极为不便，基本上打不到出租车。

3、建立短信平台，将我酒店的一些相关信息及政策发布给顾客，因我酒店客源结构相对比较分散，所以利用短信平台会更直接方便一些。利用短信平台，向所有商务客户发送消息，出差住宿入住本酒店“可报销当天在本县来酒店途中的交通费”(打车费等，在入住前出据，仅限当天来酒店路途上的相应车辆票据)

4、零点用餐

开发周边消费者，让更多客户了解到酒店的消费情况。利用广告电子屏，短信平台等手段，向所有的客户发布餐饮的相关优惠政策，并给予用餐客户当天入住七折优惠;或可享受会员折扣。

5、利用资源再生

各大政府部门，机关单位等，无论是入住、餐饮、会议方面是给予酒店最大支持的，可以给予他们的职工、子女、亲属在酒店消费给予尽可能的优惠。

6、对等消费

针对一些广告媒体，可采用对等消费的办法，进行宣传、发布招聘等相关酒店的信息，如：云南广播电视报楚雄版、大姚金点子广告等，让这些单位将我们酒店的代金券、代金卡等(对等的)，送给他们的客户，以增加客户流动量，促进客户来消费，扩大人脉，增加人气。

九、全员销售：

酒店每位员工都是酒店的义务推销员，从上到下都要树立全员销售意识，一可提高酒店整体收入;二可使员工认识到酒店的兴衰与员工是密不可分的(酒店兴我荣，酒店衰我耻);三可发现销售人才，给所有员工发挥的空间。只要把员工的积极性、主动性调动起来，建立完善的、健全的激励制度，将会产生意想不到的效果。

十、维护客户：细节决定成败

就目前的市场情况来看，我酒店的地理位置虽然在南永沿线，也是攀楚高速的必经之路，可是这个位置的周围没有成熟的集中居民区和商场，交通也不够便利、客户群体比较分散，大姚又没有什么著名的景点，几乎没有什么旅游团队，除非有什么政府组织的大型盛会，比如“孔子文化节”，“核桃美食节”等，所以，这些外在的环境是我们无法改变的，可变的是我们的服务，我们只能尽量的维护好准客户，并想办法挖掘新客户，可维护客户不仅仅是打个拜访电话，或者是登门拜访一下，而是要真心诚意的与客户交朋友，把他们当朋友，当家人，想他们

之所想，急他们之所急。了解客户所需，让客户真正感受到我们是真心提供其服务的，也就是运用信任营销。所以，我们一定、必须做好客户的维护工作。

这需要从两方面着手，一方面与参观或入住过酒店的客户，保持不间断的沟通、联系，通过每次的沟通了解客户需要、消费心理，认真检查并分析，客户不到酒店入住、召开会议的原因，并且要做好详细的记录，以确定是我们硬件还是软件的问题，以方便酒店进行合理改进，迎合客户需求。酒店营销部要建立客户资料库(档案)，包括：政府、驻军部队、商务公司、散客、餐饮客人等。每位营销人员收纳、整理自己负责的客户资料，统一备份到酒店保存。要求对所接待过的所有客户，都要逐一建立客户档案资料。详细资料：单位名称、地址、电话、联系人，客人的特殊要求、生日等。在酒店领导的支持下，将客户的入住资料整理好，计划在淡季赠房(根据入住率)、调整入住价格、或是在入住时赠送牛奶、果盘等服务。如得到会议信息，及时在会议举办前

一、两个月做好相关工作，联系并拜访客户，同客户进行有效的沟通，以优质的服务赢得客户，使客户举办会议时，首选我酒店。

十一、客户的意见反馈：

填写客户意见反馈，目的在于发现问题，随时掌握客户对酒店各营业场所的满意程度，只有发现问题，才能及时解决问题。客户有哪些意见或更好的建议为我们所用，被投诉的部门应该针对问题首先深刻认识，然后认真整改，不流于形式化。让客户真正感受到酒店时刻在改变，时刻给客户新鲜感。如果不能正确认识及看待客户提出的问题，将造成某种问题存在的恶性循环，不利于酒店的经营、发展。

意见解决方式：一般情况由本部门负责人对其问题，进行了解、调查，并由营销部经理、大堂副理、房务部经理、餐饮部经理或是相关部门人员出面处理，协调解决;特殊情况由主管副总经理出面处理，本着实事求是、客观公司的态度，不损害客户的利益、不损害酒店的利益为前提的原则，达到客户满意为目的，圆满解决客户提出的相关意见。要使顾客选择我们，我们就必须善于站在顾客的立场去考虑问题、解决问题;理解服务，预测服务，设计服务，提供服务，并且不断改进服务。

十二、工作要求：风平浪静，训练不出良好的水手。

1、每人每月都要有外出拜访客户的数量，20-30家，其中必须有10-15家新客户，外出时必须先登记出访时间。返回后上交完整的销售访问报告。

2、每天拨打15-30个客户电话，寻找新客户、与以往老客户取得联系、拜访客户，进行面对面沟通，详述酒店概况及优势。

3、规模大的公司，先电话拜访，沟通预约后，再登门拜访;否则，没有预约，不会被接见，浪费时间;规模小的公司采取陌生拜访，上门直接与其沟通。

4、通过老客户介绍新客户，做延伸销售，挖掘潜在客户。

5、与外埠酒店销售，建立关系，通过资源共享，开发本省市客户来此地旅游，以带动酒店客户。

6、拜访老客户时，穿着职业正装(配带好酒店店标)、带好酒店宣传资料、

**酒店配套产品推广方案范文 第六篇**

商品销售都有淡旺季之分，酒店产品也不例外。对于不一样的企业来讲，淡季的时光分配自然也不相同。我们酒店在经历农历春季的火爆之后，整体销量均有下滑，这也是饭店经营业始终存在的淡旺季之间的矛盾。其实，淡与不淡，也只是相对而言，在市场整体销量下降的状况下，只要努力和付出，挤兑竞争对手，仍然能够让自我的销售分额有较大的提升空间。针对淡季的到来，特做出此次营销方案。

一、活动目的

1、透过和各旅行社、各旅游景点和出租车公司的合作，拓展客源市场。

2、对于酒店内部的或是外部的潜在客户进行直接的或是间接的推销，拉动二次消费，争取更多的回头客，促使客户最终成为本酒店的老客户及VIP客人，最终提高酒店的销售额。

二、活动时光

20\_年4月1日至20\_年8月1日

三、涉及的部门

销售部、餐饮部、前厅部、客房部

四、活动主题

暖春狂欢季，有礼相迎。

五、活动方案

(1)多种方式推广，让淡季不淡

方式一:与本地旅行社提前联系，以佣金形式吸引其为我酒店引进客户。

具体操作如下:为我酒店引进团队客户的旅行社负责人，每间房付佣金5元钱，当天现金结算。

方式二:与各旅游景点做好结盟工作，互惠互利。

具体操作如下:与各旅游景点协商达成协议后，凡持我酒店代金券的客人入住我酒店消费时，均可当现金使用。(代金券在活动期间有效，过期作废，代金券均不可折现，用于冲抵酒店客房、餐饮的消费金额。)或持我酒店的代金券到各结盟旅游景点消费时即可享受门票及消费优惠(视各景点协议不一样而定)。

方式三:与出租车公司联系，长期为送往我酒店入住客户的出租车司机现金回扣。

具体操作如下:为司机发放签有其车牌号的我酒店的优惠卡，若有客人登记时持该卡享受打折优惠，即可为该车主10元现金提成，月底结帐或立即兑现。

(2)优惠顾客，拓展奖励计划

优惠一:凡当月按当时门市价连续入住8次的外地散客，均可免费赠送普单或普标1间。或连续入住3晚的社会散客，赠送2瓶矿泉水。

优惠二:凡提前2个月预定20\_年6月、7月的豪华房间或景观房时，并及时确认并付相应的押金，可享受门市价的6折疯狂优惠。(具体操作方法待定)

优惠三:与银行合作，凡持指定银行信用卡的客人在酒店刷卡消费时，可赠送本酒店的代金券1张。

优惠四:每周用一天来拿几间房来做特价房。(用店前的POP牌来做宣传)

六、广告宣传

1、制作印有酒店简介及地理位置的代金券和优惠卡，并付有消费须知，突出特有的企业文化。

2、在附近的旅游景点及火车站做路牌路标广告，针对过境或来访的商务、政务人士。

3、活动期间，全天侯的用电子屏滚动播出优惠政策。

4、酒店前的喷绘或POP宣传。

七、广告费用预算

广告预算的分配如下:

1、代金券的制作费用控制为:元。

2、优惠卡的制作费用控制为:元。

3、景点区的宣传广告费用控制为:元。

4、店前的喷绘制作费用控制为:元。

合计:

八、综述

此次活动方案旨在淡季从某些方面提高酒店的知名度，客户的忠诚度及酒店的销售额，期望相关部门能给予配合，如有不足，能用心给予指证和补充。

**酒店配套产品推广方案范文 第七篇**

一、策划背景

酒店在中秋节前夕刚刚开业，需要借助中秋节契机提高酒店知名度。

二、策划目的

提高知名度、美誉度;创立酒店良好的CI形象。

三、营销策略

打形象牌而不打档次牌

四、策划内容

制造(爱情-亲情-中国情)的新闻亮点;展示酒店亲情服务的企业形象。

1、与市政府有关部门妇联等，共同创办酒店中秋文化节。

题目:爱情-亲情-中国情

--可选内容以下:

A、新闻:百岁老人庆中秋-邀请百岁老人(8-10位)到酒店共庆中秋-发挥酒店亲情营销的社会性效应。

可安排百岁老人即席挥毫(书写:中国情、亲情);字不可以太多，要考虑到百岁老人的身体状况。安排媒介采访百岁老人，指定内容如下:(1)感受中国情;(2)评价酒店的亲情服务;(3)养身经

B、创办酒店爱情-亲情-中国情文化节二。

与教育局联系，创办本市传承中华民族传统美德，弘扬中国民族文化教育节(或叫做基地)，定于每年中秋节在酒店内举办。

内容:儿童(可放宽至15岁)作文朗读比赛，指定内容为:传承中华民族传统美德，弘扬中国民族文化。

C、邀请幼稚园儿童(30-100人)到酒店共同创作一幅我爱我家-中国-我的家的长画;

D、邀请书法(画)界知名人士，创作有关中华民族传统美德的书(画)作品，或共同创作一幅长画，并当场拍卖。

邀请当地知名企业家、港台工商企业界人士或机构代表，参与本次社会性公益活动，并告之当晚有名书画家的作品拍卖和有市领导出席。

E、邀请市长或副市长亲临现场为这次活动提词;并讲话。酒店总经理致词。

F、市长或副市长与百岁老人共进晚餐;并观看节目等

G、邀请部份客房外宾参加本次活动;

H、文艺演出

要求高雅，主要以民族乐、钢琴、萨克斯为主，唱歌四首以下，邀请外宾唱一到两首，最后由酒店员工合唱结束

2、客房部

总台负责统计房客的全部内容，外宾要清楚注明国籍;

节日当天，赠送每位客人以下内容:(1)月饼(2)总经理祝福信(3)果盘(4)中国有关中秋节的诗词(含中秋节的来历介绍)(5)中国结(6)外宾:文案资料翻译成所在国语言(7)传承中华民族传统美德，弘扬中国民族文化节的简介。

3、餐饮部

由行政总厨负责制定各餐厅节日餐单，中餐注重中国传统节日色彩;“每逢佳节倍思亲”赋予了中秋节浓郁的“家和”概念，凡节日到酒店(包含各营业部门)消费的客人均可获赠中国结、迷尔包装月饼和总经理祝福信。

**酒店配套产品推广方案范文 第八篇**

活动主题：入住远望楼宾馆，欢度美好假期

活动日期：20\_\_年4月30日-5月3日

北京\_\_\_宾馆为了感谢客户长期以来的大力支持，在五一期间推出了“五一”黄金周优惠活动

客房优惠：

普通标准间 促销价：￥298元/间夜(净价)

商务标准间 促销价：￥380元/间夜(赠送双人早餐)

商务大床房 促销价：￥460元/间夜(赠送双人早餐)

在餐饮方面：

1、推出不同价位的经济“节日家庭套餐”，以特色菜、家常菜为主

三人用：￥288元/套(1凉、4热、2点心、1拼盘、远望酸奶/人)

六人用：￥488元/套(6凉、8热、4点心、1拼盘、远望酸奶/人)

八人用：￥588元/套(6凉、9热、4点心、1拼盘、远望酸奶/人)

2、零点客人将享受折优惠(不含酒水)，同时赠送“远望酸奶”。

在康乐方面：

1、 凭房卡到康乐部每日可免费享受以下项目中任意一项活动

2、 营业时间：15：00-23：00

室内游泳(1小时)

美国宾士域保龄球(1局)

落袋式台球(1小时)

乒乓球(1小时)

健身(1小时)

**酒店配套产品推广方案范文 第九篇**

酒店营销推广活动方案

一、活动背景：

目前餐饮进入淡季，来酒店就餐顾客回头率很低，大厅散客上客率甚低。

二、活动目的：

1、扩大酒店知名度及影响力，刺激消费，增加酒店营业额;2、拉动散客消费群;3、宣传谢师宴，为7、8月份的谢师宴打下基础。

三、活动目标：

酒店营业额到达60万元/月

四、活动时光6月1日----6月30日

五、活动资料：

(1)、六一儿童节(6月1日—6月8日)：制作两款套餐：4人套餐78元;6人套餐108元;(2)、高考期间(6月5日—6月8日)：经济营养套餐：3人套餐68元;5人

套餐98元。

(3)、整月活动(6月1日—30日)：

A.吃100送50券，消费满100元则赠送50元消费券;赠券可抵消费，消费时光为一个月内，每桌仅限消费200元;B、进店则送啤酒(按每桌消费顾客人数，每人1瓶，仅限堂用，不打包)C、宴席达三桌，每桌消费金种子系列任何酒一种，则赠送1瓶同品种酒水，(每桌一瓶)D、消费两瓶金种子系列真藏版2瓶则赠送1瓶。

(4)、针对谢师宴，可推出4款套餐系列(思考到学生的承受潜力，推荐价格不应太高)299元/桌、399元/桌、499元/桌、599元/桌

(5)、活动推广宣传方案：

A、X展架3个(店门口、电影院、永辉超市)B、店内投影循环播放

C、宣传单页(20xx份)：小区、超市门口发放

D、横幅(4条)酒店营销推广活动方案大全

再过几天就是情人节了，以下是查字典特意整理了一些关于情人节活动方案范文和相关材料，期望对大家有帮忙。

一、活动背景

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目，是每一家酒店都在努力的工作，多年来，也一向是送玫瑰、送巧克力布置一下场地来向消费者传送这个节目的讯息。

根据我们山庄自身的经营特色，根据常消费熟客的消费习惯。今年，我们制定出以下情人节推广计划，供总办审阅。

二、活动主题

\*\*山庄\*\*\*\*情人节粉红之旅

玫瑰、粉红、物语

三、活动时光

2月14日

四、活动地点

主要地点：丽骏会大厅

次要地点：客房桑拿房

五、活动方法

1、透过浪漫的场景布置，为消费者创造一个温馨，旖旎的爱的殿堂;2、设立“情人留言板”，供情侣在上方写上爱的挚言。

3、透过彩色荧光棒挂在身上的方式，区分单身和有情人之间的身份，单身客人可参加大厅举办的“情侣对对碰”活动(另附活动方案)4、客房、桑拿房设立“粉红情侣套房”，巧妙布置，并赠送玖瑰花、巧克力、香槟酒及双份早餐。

5、洒吧推出情侣鸡尾洒资料。

六、氛围营造：

夜总会：1、大门口用松枝、鲜花、粉红色雪纱扎成心形拱门。

2、进大门横梁上注明活动主题。

3、二楼玻璃墙处设立4×2米“情侣留言板”。

4、大厅内用粉红色雪纱，玫瑰花，粉红色汽球点缀。

客房、桑拿房：用粉红色雪纱，玫瑰花，粉红色汽球点缀。

七、广告方法：

1、宣传单：10000份，自行派发。

2、信息发布：3000元。

3、内部广告发布：(含喷画、电脑屏幕)。

4、广告文字：

A、拥有你，我此生有幸。

珍惜你，我毕生力行。(广告词)B、春信绽放，玫瑰花开，感情来了，你的故事开始了;情人节到了，在\*\*山庄准备一份珍爱的礼物，然后温柔地携上你的的她或他，就在这个浪漫的日子开始相约。(信息)C、2月14日情人节，“粉红情侣套房”188元，恭祝您情人节快乐!2月14日\*\*山庄单身贵族“情侣对对碰，”PARTY恭候您的光临!玫瑰花雨，美酒烛光，丽骏会情人节粉红之旅，等待您的参与!八、促计划：

1、客房设八间“粉红情侣套房，”每间每晚228元，并赠送玫瑰8支，巧克力一盒，香槟酒一支。

2、桑拿房设八间“粉红情侣套房，”每间每晚218元，并赠送玫瑰花8支，巧克力一盒香槟酒一支。

3、夜总会大厅推出“情侣鸡尾酒”套餐。

4、夜总会大厅“单身贵族”“情侣对对碰”活动。

九、活动安排

1、营销部：2月10日前推出活动广告

2月13日前做好情人节氛围营造工作

2、娱乐部：2月10日前结合营销计划，制定好情人节活动细则：

2月13日前做好情人节氛围营造工作

3、桑拿、客房部：2月13日做好粉红情侣套房的布置工作

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。

十、费用预算：

1、仿真玫瑰花：6000朵×0、3元=1800元

2、玫瑰花：500朵×1、00元=500元

3、巧克力：100盒×20元=20xx元

4、粉红色雪纱：100码×5、0元=500元

5、宣传单：10000张×0、25元=2500元

6、喷画：200平方×10元=20xx元

7、其它：500元

**酒店配套产品推广方案范文 第十篇**

一、酒店概况

酒店位于广东省佛山市南海区南国桃园旅游度假区内，于20\_年1月27日正式对外营业。酒店由法国名师按五标准设计建造,占地面积约二十三万多平方米，建筑面积四万八千平方米，总投资超过亿元。酒店由A区、B区和广场三个建筑主体组成，其中A区包括主楼和A区别墅，B区包括新楼和B区别墅。

酒店于20\_年1月27日开业以来，经过了7年市场的考验，已经是一家步入正轨的企业。作为商务度假型酒店，某酒店在市场营销方面有着非常明显的优势，酒店在经营管理过程中总结出了很多值得我们学习的市场营销的策略，这些有效的营销策略使得酒店在残酷的市场竞争中得以暂时胜出。

二、酒店市场营销策略

(一)产品策略

所谓酒店的产品，是指能够满足客人需要的一切经营项目、设施、设备和各种服务等。企业市场营销活动的中心是满足消费者的需要，消费者需要的满足时是通过提供某种产品或服务来实现的，因此产品是市场营销组合中的一个重要因素。产品策略直接影响和决定其他市场营销组合策略，对企业营销的成败和目标的实现起到巨大的作用，在现代市场经济条件下，每个企业应致力于产品质量的提高和组合结构的优化，更好的满足市场的需要，取得较好的经济效益。

1、资源整合，产品外包策略

某酒店在20\_年开业之初，依照自身的市场定位，为顾客提供了多种休闲度假的产品服务，其中包括客房、餐饮、会议、宴会、高尔夫等等。但随着市场的发展，面对如此多的产品和服务，酒店已经显得力不从心了。酒店产品线过宽过长，导致酒店决策不灵活，整合资源，发展自己的强项势在必行。酒店决策层经过商议，决定放弃一部分产品服务，以外包的形式投资入股成立了南国桃园枫丹高尔夫球俱乐部，中餐外包给诚隆酒家和天宝轩两家餐饮企业，而商场、康体、夜总会等也相应地外包给企业或个人，某酒店则集中资源发展自己的特色产品/服务——会议和客房。事实证明这个决策的正确性，经过资源的整合，产品面的缩减使得某酒店能够集中资源发挥自身的优势，做出自己的特色。

2、会议点心

主产品的成功往往少不了辅助产品的有效补充，作为某酒店的主产品——政府、商务会议，其利润的一部分来还是在于其辅助产品——会议点心。某酒店实行“主产品+辅助产品”的产品理念，租借会议室的同时也向客人推荐会议点心，由于会议点心的成本相对较低，与主产品搭配在一起销售，其利润最多可占总利润的50%以上。而且这种“主产品+辅助产品”的产品理念更使得某酒店的产品面不至于过单一，能给客人更多的选择。

(二)价格策略

酒店产品价格的制定是否合理，将会对产品的销售、利润及产品形象产生很大的影响。经济学家认为：人是讲究经济效益的动物，人们无论要作什么样的购买，都会首先对产品的价格作仔细的、系统的评估和计算。价格是影响消费者购买决策的主要因素。因此，应用价格这个因素努力选择酒店的市场，取舍经营目标中的客源，并采取灵活多变的价格政策，吸引目标市场中的客户，从而在同行业竞争中稳操胜券是非常重要的。

某酒店到目前为止还没进行评定，并不是因为酒店没有达到五的要求，而是因为酒店客源的特殊要求所决定的。某酒店的客源主要是来自政府机关，而在佛山，政府机关是不可以到四以上酒店消费。正是由于这个特殊的原因使得某酒店不能进行评定。假如评个四星的话又会降低酒店的层次，怎样能使酒店既有五的档次，又能留住政府客源。经过商议，管理层决定，暂时不进行的评定，但在酒店产品的价格，服务的标准以及硬件设施方面都以五的标准来严格规范，通过这样的价格手段，即提高价格，不断提升酒店高档次商务客人的构成，不断降低以观光旅游、度假为特征的一般性客源成份。

三、酒店市场营销策略存在的不足

1、酒店营销工作处于初级阶段，营销模式传统

**酒店配套产品推广方案范文 第十一篇**

>一、策划背景

酒店在中秋节前夕刚刚开业，需要借助中秋节契机提高酒店知名度。

>二、策划目的

提高知名度、美誉度;创立酒店良好的CI形象。

>三、营销策略

打形象牌而不打档次牌

>四、策划内容

制造(爱情-亲情-中国情)的新闻亮点;展示酒店亲情服务的企业形象。

1、与市政府有关部门妇联等，共同创办酒店中秋文化节。

题目：爱情-亲情-中国情

可选内容以下：

A、新闻：百岁老人庆中秋-邀请百岁老人(8-10位)到酒店共庆中秋-发挥酒店亲情营销的社会性效应。

可安排百岁老人即席挥毫(书写：中国情、亲情);字不可以太多，要考虑到百岁老人的身体状况。安排媒介采访百岁老人，指定内容如下：

(1)感受中国情;

(2)评价酒店的亲情服务;

(3)养身经

B、创办酒店爱情-亲情-中国情文化节二。

与教育局联系，创办本市传承中华民族传统美德，弘扬中华民族文化教育节(或叫做基地)，定于每年中秋节在酒店内举办。

内容：儿童(可放宽至15岁)作文朗读比赛，指定内容为：传承中华民族传统美德，弘扬中华民族文化。

C、邀请幼稚园儿童(30-100人)到酒店共同创作一幅我爱我家-中国-我的家的长画;

D、邀请书法(画)界知名人士，创作有关中华民族传统美德的书(画)作品，或共同创作一幅长画，并当场拍卖。

邀请当地知名企业家、港台工商企业界人士或机构代表，参与本次社会性公益活动，并告之当晚有名书画家的作品拍卖和有市领导出席。

E、邀请市长或副市长亲临现场为这次活动提词;并讲话。酒店总经理致词。

F、市长或副市长与百岁老人共进晚餐;并观看节目等

G、邀请部份客房外宾参加本次活动;

H、文艺演出

要求高雅，主要以民族乐、钢琴、萨克斯为主，唱歌四首以下，邀请外宾唱一到两首，最后由酒店员工合唱结束

2、客房部

总台负责统计房客的全部内容，外宾要清楚注明国籍;

节日当天，赠送每位客人以下内容：

(1)月饼

(2)总经理祝福信

(3)果盘

(4)中国有关中秋节的诗词(含中秋节的来历介绍)

(5)中国结

(6)外宾：文案资料翻译成所在国语言

(7)传承中华民族传统美德，弘扬中华民族文化节的简介。

3、餐饮部

由行政总厨负责制定各餐厅节日餐单，中餐注重中国传统节日色彩;“每逢佳节倍思亲”赋予了中秋节浓郁的“家和”概念，凡节日到酒店(包含各营业部门)消费的客人均可获赠中国结、迷尔包装月饼和总经理祝福信。

**酒店配套产品推广方案范文 第十二篇**

>一、活动背景

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目，是每一家酒店都在努力的工作，多年来，也一向是送玫瑰、送巧克力布置一下场地来向消费者传送这个节目的讯息。

根据我们山庄自身的经营特色，根据常消费熟客的消费习惯。今年，我们制定出以下情人节推广计划，供总办审阅。

>二、活动主题

东莞山庄\*\*\*\*情人节粉红之旅

玫瑰、粉红、物语

>三、活动时光

2月14日

>四、活动地点

主要地点：丽骏会大厅

次要地点：客房桑拿房

>五、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、设立“情人留言板”，供情侣在上方写上爱的挚言。

3、通过彩色荧光棒挂在身上的方式，区分单身和有情人之间的身份，单身客人可参加大厅举办的“情侣对对碰”活动(另附活动方案)

4、客房、桑拿房设立“粉红情侣套房”，巧妙布置，并赠送玖瑰花、巧克力、香槟酒及双份早餐。

5、洒吧推出情侣鸡尾洒资料。

>六、氛围营造：

夜总会：1、大门口用松枝、鲜花、粉红色雪纱扎成心形拱门。

2、进大门横梁上注明活动主题。

3、二楼玻璃墙处设立4×2米“情侣留言板”。

4、大厅内用粉红色雪纱，玫瑰花，粉红色汽球点缀。

客房、桑拿房：用粉红色雪纱，玫瑰花，粉红色汽球点缀。

>七、广告方法：

1、宣传单：10000份，自行派发。

2、信息发布：3000元。

3、内部广告发布：(含喷画、电脑屏幕)。

4、广告文字：

A、拥有你，我此生有幸。

珍惜你，我毕生力行。(广告词)

B、春信绽放，玫瑰花开，感情来了，你的故事开始了;

情人节到了，在东莞山庄准备一份珍爱的礼物，然后温柔地携上你的的她或他，就在这个浪漫的日子开始相约。(信息)

C、2月14日情人节，“粉红情侣套房”188元，恭祝您情人节快乐!

2月14日东莞山庄单身贵族“情侣对对碰，”PARTY恭候您的光临!

玫瑰花雨，美酒烛光，丽骏会情人节粉红之旅，等待您的参与!

>八、促计划：

1、客房设八间“粉红情侣套房，”每间每晚228元，并赠送玫瑰8支，巧克力一盒，香槟酒一支。

2、桑拿房设八间“粉红情侣套房，”每间每晚218元，并赠送玫瑰花8支，巧克力一盒香槟酒一支。

3、夜总会大厅推出“情侣鸡尾酒”套餐。

4、夜总会大厅“单身贵族”“情侣对对碰”活动。

>九、活动安排

1、营销部：2月10日前推出活动广告

2月13日前做好情人节氛围营造工作

2、娱乐部：2月10日前结合营销计划，制定好情人节活动细则：

2月13日前做好情人节氛围营造工作

3、桑拿、客房部：2月13日做好粉红情侣套房的布置工作

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。

>十、费用预算：

1、仿真玫瑰花：6000朵×元=1800元

2、玫瑰花：500朵×元=500元

3、巧克力：100盒×20元=20\_元

4、粉红色雪纱：100码×元=500元

5、宣传单：10000张×元=2500元

6、喷画：200平方×10元=20\_元

7、其它：500元

合计：9800元

**酒店配套产品推广方案范文 第十三篇**

XXX酒店营销推广方案

一、项目概况

位于世界经济贸易港香港与走在经济改革开放前沿广州之间的深圳经济特区上，地处水产资源丰富的大鹏湾畔，紧依著名旅游区大梅沙，小梅沙，地理位置与旅游资源得天独厚，浑然天成。且酒店的档次及服务为社会所公认，常年入住率稳定。

在新的经济环境日新月异的发展趋势下，发展商锐意改革，计划把柄酒店的重要组成部分——客户的产权分割出售，让社会更多的人共同拥有雅兰酒店之余，边享受雅兰酒店的优质服务，轻松的度假，边坐享年末酒店分配，更可进行投资保值或抄卖获利等。

二、针对客户群

①公司

②有长远眼光之投资人士

③二次甚至三、四次置业作为度假用

④供薪白领阶层

⑤退休人士

三、宣传策略

①首先让雅兰酒店轰动亮相于广州，让社会各个阶层了解深圳雅兰酒店

②通过全媒发布让社会各界人士了解本次销售推广模式是史无前例的大型活动

③利用项目本身的优势支持，吸引更多的准客户加入下一阶段的深圳之行

④刺激更多的客户形成购买行为

⑤让本次的销售推广成为全称热门话题，引起媒体之抄作

以上五点为本项目的宣传定位

四、推广安排建议

1、新闻发布会工作

①选定新闻发布会和展销会的合适地点与时间

②物料准备

⑴新闻发布会现场布置，以鲜明的主题为装饰背景，烘托现场的热闹气氛

⑵推广物料

大屏幕电视机、投放机、素材光盘、系列展板、系列单张、招商锦囊、投资说明书、新闻通稿、意向书、纪念小礼物等。

③嘉宾邀请、新闻单位邀请落实

④当天推广活动流程

2、新闻发布会宣传推广计划

①新闻发布会计划邀请的媒体名单：

1)《广州日报》2)《羊城晚报》3)《新快报》4)《南方都市报》5)《信息时报》6)《粤港信息日报》

**酒店配套产品推广方案范文 第十四篇**

根据酒店目前情况，为了更好的开展销售工作，现拟制定客房、淡季促销实施方案，具体如下：

>一、目标市场：

酒店的客源以政府接待、协议单位为主；会议市场、旅游团队为辅；长住客、散客为补。现须努力开发和提高旅游团队、散客、会议市场和协议单位订房的入住率。

>二、目标任务：

提高客房住客率（月平均完成住客率70%，客房日出租间数38间以上）。

>三、促销时间：

xxx年11月、12月xxx年1月

⑴、协议客户单位房价促销：4、5楼普通标准间、单人间优惠为110元M间含双早v原100元M间不含早w；其他房型保持原有的协议价不变，另赠送双份早餐。

⑵、散客房价促销：以会员制度模式打通散客渠道，使淡季不淡；新会员第一次入住享受90元单人舒适大床房另赠送20元现金卷3张。如：新客户办理一张新会员卡，享受第一次入住90元大床房，赠送3张20元现金卷每次限用一张，现金卷使用在优惠价（148元）基础上减20元。

⑶、会议房价促销：凡是以会议形式入住，不论会议大小都可以享受酒店的协议价，如会议预订超出10间以上v含10间w的在享受协议客户单位活动价的基础上，另赠送豪华标准双人房1间（3楼，不含早w。

⑷、旅行社促销：在酒店消费季度累计达5万v含5万w的可返还给旅行社2%的提成，消费累计达8万v含8万w的可返还给旅行社2。5%的提成，房价保持原协议价不变。

>四、销售措施

⑴、稳定本地区的主要旅行社，主动与外地各旅行社联系，了解团队信息，力争酒店作为本地区重点旅游团队的指定入住点。

⑵、推出“会员积分卡”和“酒店代金弧薄

⑶、全员销售：员工揽客奖励、揽徕酒店消费的，按每间房3%给予提成奖励。会员卡充值按3%给予提成。

⑸、公交广告―以郴州201、资兴公交线路，乘坐该线路的乘客都可全程看到饭店、酒店的广告订房信息。广告以51辆资兴公交车做起，广告先投放2个月，具体费用大约为90元M辆v原价115元M辆w。

⑹、制作酒店的活动宣传册，摆放在各旅行社的醒目位置，及发放路人。

**酒店配套产品推广方案范文 第十五篇**

一、前言：

举办美食节，是一项具有特色的营销举措。它可以使餐饮部注入新的活力，有效的扩大客源。许多餐饮行家，对举办美食节感受较多：美食节立意要新，形式要新，内容也要新。这就要求筹办者要刻意挖掘适应市场的新产品，只有唯我独有，才能具备较强的竞争能力;只有立足点准确，才能拿出顾客满意的产品。美食节要兼顾市场效益、客人消费水平、消费心理以及承受能力等等……

二、举办美食节目的：

1、以举办美食节来更好的提高升酒店形象、增强品牌价值、扩大市场影响力。

2、提高酒店营业额，突破酒店受国情影响的瓶颈。(关键点)

3、旨在于提高酒店的餐饮竞争能力, 培植固定客户，打造饮食文化。

4、以美食节为平台，展示制作精细, 高档味美并以春季野菜为主的特色菜肴。让消费者融入其中，真正达到“食以人为本，人以食为乐”的效果。

5、放低五星级酒店消费门槛，让普通老百姓也能进来五星级酒店消费，打消五星级酒店消费贵的疑虑，真正全方位的了解我店及我店各类适合其消费的产品。

三、美食节主题：

主题：聊城休闲美食季暨阿尔卡迪亚酒店春季养生美食节 副题：引领健康潮流，缔造绿色真情

四、美食节举办时间、地点、形式

时间：20xx年4月8日——20xx年5月31日 开幕式时间：20xx年4月8日下午15：00

地点：聊城阿尔卡迪亚国际温泉酒店餐饮中心(中餐厅二楼宴会厅) 形式：零点+套餐两种

五、应邀嘉宾：

聊城市委常委、市直机关工委书记 蔡同民 聊城市政府副市长 马丽红 媒体领导20家

星级酒店总经理、高端餐饮老总20-30人 聊城旅行社老总20人

政府机关、企业接待负责人50-60人

六、美食节策划思路：

1、以原生态、健康养生野菜为美食节精髓;

2、展现餐饮特色，宣传企业形象;

3、提供餐饮信息，引导顾客消费;

4、锻炼队伍内功，形成创新活力;

5、弘扬餐饮文化，抢占市场份额;

七、活动操作程序：

(一)开幕式流程

1、14：20—14：45播放热场音乐，嘉宾入场就位;

2、15：00 主持人宣布：聊城市美食休闲季暨阿尔卡迪亚国际温泉酒店春季美食节、开幕式正式开始及流程;

3、15：02 阿尔卡迪亚国际酒店总经理赵红亮致辞;

4、15：10 聊城市旅游局局长刘光辉致辞;

5、15：20 邀请领导嘉宾为本次开幕式开启触摸球;

6、15：25 领导合影留恋。

7、15：30 主持人介绍本次美食节活动的亮点

8、15：40 模特T台秀表演

9、15：50 乐器表演+演唱

10、16：00现场厨艺表演

11、16：30 邀请各位嘉宾品尝本次美食节活动展示的美食菜品

12、18：30 主持人宣传本次美食节开幕式活动结束，邀请各位嘉宾体验夜泡温泉，

祝愿大家在阿尔卡迪亚酒店度过一个美好而快乐的时光。

(二)筹备

1、采购菜肴原材料，确定美食节的菜肴品种、价格以及优惠措施;

2、通过各渠道宣传、报纸媒体、宣传单张、POP牌、横幅、短信群发等方式传递阿尔卡迪亚酒店春季养生美食节的信息，唤起消费者的关注;

3、加强对外联络，协调合作关系，解决食品原料来源，确保原汁原味。

4、培训中餐部员工熟知菜品文化，好对客人进行宣传;

(三)举办

1、精品菜肴形象展示

主题：味，色、香、味、形、都具备;

方式：设固定的展区，展示食品原材料或成品菜。

形式：通过为期42天的美食节活动，展示“今御宴“的品牌及文化形象。

2、内容：

(1)春季养生美食节菜肴的实物艺术形态;

(2)春季养生美食节菜肴的文化展示及功效宣传;

(3)服务人员的仪表姿态及服务水准;

(4)让宾客在一种良好的文化氛围和环境下就餐，心情和食欲自然不同。

3、促销活动：

(1)推出半份菜，根据宾客的人数为宾客适量点餐。

(2)每日推出特价菜及特惠家庭套餐。

(3)美食节期间凡来包间用餐者免包间费及最低消费。

(4)住店宾客在酒店中餐厅用餐一律享受九折优惠。

(5)活动期间凡在本酒店消费达500元以上—1000元以内赠送50元代金券，1000元以上—20xx元以内赠送100元代金券，20xx元以上—3000元以内赠送200元代金券，以此类推!团队及宴会不享受本项优惠。

(6)美食节期间，凡在中餐厅用餐的宾客凭消费账单在酒店温泉、客房消费可

享受客户协议价格：温泉138元/位，客房428元/高标/夜/间。

**酒店配套产品推广方案范文 第十六篇**

>一、活动目的：

圣诞节活动已成为每个高星级酒店每年必过的一次大型主题促销活动，不仅可以作为一次提高酒店收入的活动，更可以让更多消费者了解本酒店、提高酒店美誉度和声誉。

为此，20xx年圣诞节活动，酒店将着力打造一场轻松豪华、精彩温馨的高品质圣诞主题活动，让客人在本酒店度过圣诞的同时，感受来自本酒店的超值的服务、丰富的佳肴、精彩的节目。

>二、活动时间：20xx年12月13日——25日

>三、活动分述

（一）惊喜迎圣诞

1、活动时间：20xx年12月13日——23日

2、活动内容：

（1）活动期间所有客人享受八折优惠

（2）每晚6点以后入店消费的客人均在入店时领取抽奖券一张，并在7点、8点、9点时

宣读得奖客人姓名，每一轮抽取3名客人派赠特制树根小蛋糕（不参与重复抽奖）；9点再从所有当天进行过登记的来宾中抽取大奖一名，获赠价值2268元的12月24日平安夜尊席盛宴免费请柬一张，已离店的客人通过手机通知。

3、活动组织：营销部

（二）舌尖上的圣诞——尊席盛宴（自助式）

1、活动时间：20xx年12月24日18：30开始迎客，19：00正式开始，23：00结束

2、活动价格：2268元/位（成人）1268元/位（儿童）

3、活动内容：

A、18：30各项准备就绪，餐前甜点就位，唱诗班及乐队演奏圣诞歌曲迎客

B、19：00正式开始，主持人宣布活动正式开始，开始上正餐。

C、活动正式开始后，佐餐演出开始，包括国外马戏团的室内表演、花式调酒、

以及魔术表演，中间有圣诞老人及小丑与客人的场内互动，并和唱诗班乐队一起串场、活跃气氛。

D、活动期间，八点、九点、十点为抽奖时间，

八点抽取8名幸运奖得主，获赠本酒店豪华套房一晚

九点抽取3名三等奖得主，获赠价值4000元的newpad一台

十点抽取2名二等奖得主，获赠6000元的爱马仕皮具一套，同时抽取大奖一名，获赠价值50000元的阿玛尼订制西服一套

另外，在小丑与客人互动时会向每位客人派发姜饼，其中会有3个姜饼中包含特殊硬币一枚，吃到的客人会获赠张裕干红一瓶

E、晚上十一点主持人致感谢词，宣布宴会结束，客人离场时获赠下年度优惠月历一份，客人可以持每月优惠券前来酒店享受大幅度折扣或免费赠送等优惠

4、正餐设置：波士顿龙虾、烤培根配生蚝、奶油焗生蚝、烤火鸡、澳洲牛肋排、蓝花蟹、蜘蛛蟹、海胆、鹿肉批配梨及青柠沙沙、意大利面配芹菜鸭胸及橙味芝麻酱、鸡肉配鹅肝及开心果、西兰花沙拉配杏仁、小章鱼沙拉

（备注：菜单必须有姜饼、树根蛋糕、圣诞酒）

5、活动组织：宴会部，营销部

（三）舌尖上的圣诞——温馨盛宴

1、活动时间20xx年12月24日——25日

2、活动价格：成人1288元/位米以下儿童688元/位

3、活动内容：A、每晚18：30开始，凉菜甜点准备就绪，乐队演奏圣诞歌曲迎客

B、客人入场时抽取幸运抽奖卡一张

C、19：00圣诞老人到访，发表圣诞祝福，正式开餐，开始上圣诞正餐，乐队演奏佐餐

D、于20：00，21：00，22：00进行抽奖环节，每个时段抽取三等奖6名二等奖3名，于22：00再抽取大奖一名

E、23：00圣诞老人致感谢词祝福语，宣布活动结束

4、奖项设置：三等奖价值400元的SK—II\_一瓶

二等奖价值20\_元的客房一晚+双早

一等奖价值4000元的newpad一台

客人离店时赠送100元代金券一张

5、正餐设置：美式火鸡、圣诞蜂蜜火腿、新鲜刺身及法式煎鹅肝和波士顿扒龙虾

（备注：菜单必须有姜饼、树根蛋糕、圣诞酒）

6、活动组织：宴会部，营销部

**酒店配套产品推广方案范文 第十七篇**

一、客房

活动主题：住御花园大酒店，度快乐五一

活动时间: 至

活动内容：御花园大酒店为感谢客户长期以来的大力支持，在五一劳动节期间推出客房优惠活动。

客房优惠：标准单人间优惠价120元/间夜(净价)标准双人间优惠价120元/间夜(净价)豪华商务间优惠价200元/间夜(赠送双人早餐)行政套间优惠价388元/间夜(赠送双人早餐)豪华套房优惠价688元/间夜(赠送双人早餐)

二、自助餐

活动主题：自由自享，五一齐快乐，活动时间：至

活动内容：自助餐五一劳动节期间为答谢广大客户，进行优惠酬宾。

1.自助餐满六赠一

2.全场大赠送，豆花鲍鱼每人一位

三、御花园中餐厅

活动主题：四海之内存知己，快乐相聚御花园活动时间：至

活动内容：庆五一、感恩回馈，答谢客户朋友对御花园的支持

1、全场感恩答谢，每桌赠送知名品牌葡萄酒，每人赠送()

2、每桌消费两千元以上的赠送豪华商务间一间一天的住宿。

3、活动期间生日宴另赠送精美鲜花4、活动期间大厅消费九二折全额优惠

5、活动期间赠送园内相聚照、全家福等留念照片。

6、另有意外惊喜等您来取

四、生态园大酒店

活动主题：四海之内存知己，快乐相聚生态园

活动时间：至

活动内容：庆五一、感恩回馈，答谢客户朋友对生态的支持

1、全场感恩答谢，每桌赠送知名品牌葡萄酒，每人赠送()

2、每桌消费两千元以上的赠送豪华商务间一间一天的住宿。

3、活动期间生日宴另赠送精美鲜花

4、活动期间大厅消费九二折全额优惠

5、活动期间赠送园内相聚照、全家福等留念照片。

6、另有意外惊喜等您来取。

**酒店配套产品推广方案范文 第十八篇**

活动主题：海阔凭鱼跃天高任鸟飞

活动时间：

即日起至9月30日

活动内容：

活动一：

1、凡在本店预定升学宴5桌，标准达599元/席，每桌赠送饮料两瓶

2、赠送啤酒两件

活动二：

1、凡在本店预定升学宴10桌，标准达599元/席，赠送500元礼券大礼包一份

2、赠送豪标一间

3、赠送学子洗浴礼盒一套

活动三：

1、凡在本店预定升学宴20桌，标准达599元/席，赠送800元礼券大礼包一份

2、另外赠送豪标两间

3、赠送学子高级密码箱一个

备注：凡在本店举办升学宴的顾客，除参与以上优惠活动外，本店同时免费提供以下增值服务：

1、免费提供司仪主持

2、免费提供电子屏，滚动播放祝福

3、免费提供POP站牌

4、免费提供音箱设备

5、免费提供签到台

6、免费提供平价酒水

**酒店配套产品推广方案范文 第十九篇**

摘要： 端午节，为体现酒店对宾客的尊贵礼遇，营造欢乐祥和的消费氛围，以节日酬宾为契机，以客房促销为重点，开展一系列活动，进步酒店整体业绩。经协商，特制定本方案。 一、端午节

端午节，为体现酒店对宾客的尊贵礼遇，营造欢乐祥和的消费氛围，以节日酬宾为契机，以客房促销为重点，开展一系列活动，进步酒店整体业绩。经协商，特制定本方案。

一、端午节期间：千人\_粽子宴\_活动

◆ 6月x—xx日，西餐楼面组织客人举行“现场包粽比赛”，让客人体验包粽之乐趣，优越者可享赠父亲节进住客房特价(268元/当晚)，或送粽子一串红酒一盅(预计10份)。

◆ 端午节当天，西餐厨房推出各款粽子及海鲜大餐，6月7日前团体或个人预定自助餐，均可享折(西餐部操纵)。

◆ 千人\_粽子宴\_活动：

娱乐千人\_粽子宴\_——6月x—xx日，各包房派发粽子，供客人品尝，节目部部编演《端午纪念屈原》的特别节目。

员工千人\_粽子宴\_——6月xx日当天，员工饭堂同时供给各款粽子，让员工有驻店如家的感觉。

二、宣传方案

1、设计、印刷6月份综合宣传单5000份，外发宣传。

3、短信群发：VIP客户、签约客户、厂商、台商、旅行社。

4、节日环境布置

儿童节：汽球、礼品、门口福娃、吊旗、灯谜信封——西餐负责

父亲节：贺卡、厅内小横幅、吊旗、海报

端午节：吊旗、粽子串图案、包粽比赛专区牌。

**酒店配套产品推广方案范文 第二十篇**

>一、前言

为全面提升宾馆有限公司的品牌竞争力，进一步扩大市场份额，进一步规范公司宣传，实现可持续发展，本着尊重事实的原则，特制定公司宣传架构方案。

>二、背景分析

2-1、总体规划

坚持“发展是硬道理”，落实以人为本、和谐诚信、互利共赢、创新超越、效益优先、惠泽员工的经营理念，以创造“人文、绿色、健康、时尚”的“政务、商务、会务”服务品牌为目标。计划“xx”五年间，营业收入每年递增20%，争取xx末营业收入过亿元。“xx”五年间，累计营业收入达到4亿元。加快沿街房建设,使沿街综合楼陆续投入使用。两年内通过五钻级酒店验收。加快客房大楼的装修提升，三年内通过涉外旅游饭店四星级验收。扩大相关服务产业,全面提升品牌形象，大大提高员工工资收入和待遇，改善员工的住宿、生活和工作条件。争创全国县级酒店第一品牌。

2-2、企业定位上规范、上档次、上水平，以政务会议接待为先导，争取商务接待的最大份额，打造全国县级酒店第一品牌。

2-3、区位优势

2-5、行业背景分析

2-6、劣势分析

2-7、企业愿景

坚持“发展是硬道理”，落实以人为本、和谐诚信、互利共赢、创新超越、效益优先、惠泽员工的经营理念，以创造“人文、绿色、健康、时尚”的“政务、商务、会务”服务品牌为目标。

>三、市场分析

3-1、旅游业分析

3-2、客人分析

3-3、自身优势

>四、宣传目的

4-1、树立品牌

在酒店产品日益标准化的今天，相似性作为标准化的衍生物，已经使个性逐渐淡出了人们的视野。很多人的感觉是世界上只有五种酒店：一星——五星。那么，如何凸现酒店的特色，使酒店与其它星级酒店区别开来，如何使酒店与消费者在“第一次亲密接触”之前能够有良好的沟通，从而使酒店的需求曲线上移，如何使酒店在众多的星级酒店中鹤立鸡群，树立起自己的品牌形象就是宣传的首要目的。

4-2、社会效益

根据目前的形势，酒店依然是区域内的最佳接待场所。但是，Z醉石酒店不仅是一个接待场所，更是温泉对外一个形象窗口，酒店必然也必须承担起这个社会责任。在承担这个社会责任的同时，酒店的社会效益会更能凸显。

4-3、品牌塑造

给品牌以合适定位、并为此付诸行动。品牌塑造是一个企业长期的工程，品牌知名度、美誉度和忠诚度是品牌塑造的核心内容，企业可以凭借各类媒介进行炒作、广告轰炸、大规模的公益和赞助等循序渐进的进行品牌塑造，通过建立品牌优势来刺激和吸引消费者的消费冲动。

>五、目标客户分析

5-1、宣传目标客户定位

5-1-1、政府机关人员

5-1-2、本地富裕的私营企业主

5-1-3、外来旅游者和经销商

5-2、目标客户客户群特征分析

5-2-1主力客户群年龄大多在30-60岁之间。

5-2-2事业有成，有丰富的社会阅历。

5-2-3属于本地高收入阶层(私营企业主，政府机关人员)和外来经商或旅游者

5-2-4渴望获得社会对自身地位的认同和尊重的群体

5-3、目标客户群心理分析

马斯洛需求层次理论将人的需求分为生理需求，保障与安全需要，归属与承认的需要，尊重需要，自我实现的需要。对于桓台宾馆的目标消费者，他们并不是单纯为了解决生理上的需求，也超越了保障与安全的需要，他们来此消费是为了得到一种高层的服务和享受，而在消费的过程中，可以凸显个人的尊贵身份，获得一种尊重感。因此，桓台宾馆宣传内容要抓住目标客户的心理。

>六、定位策略

6-1、文化定位

酒店所能满足客人的，已不仅是简单的提供食物和饮料，而是提供深层次的服务。客人的要求已不仅局限于物质吃饱，而有更高的心理预期，即要享受文化和消费文化。这就要求桓台宾馆在经营过程中，要创造消费行为被重视的感觉，让消费者感受到良好的氛围。

6-2-1.增强就餐环境的文化内涵。

根据餐厅的环境设计与顾客人文需求相协调原则，为客人创造舒适雅致的就餐环境。就餐环境是饮食文化的组成部分之一，其文化氛围的营造是多角度、多方位的。从餐厅外在的有形店景文化到餐厅的功能布局、设计装饰、环境烘托、灯饰小品、挂件寓意都能体现文化主题和内涵。

6-2-2.增强饮食产品本身的文化内涵。

色、香、味、形、器、名、时、养八大方面是饮食产品本身应有的主要特点，其中包含着丰富的文化内容。从菜品本身来讲，它的起源、烹制、风味都有一定文化背景，酒店可通过对这些菜品文化背景的研究，结合史料记载，推出具有民族特色或异国风情的丰富多样的宴席，通过专业讲解菜品的文化价值，使客人在物质和精神上都得到满足。

6-2-3.增强服务人员的文化内涵

与顾客距离最近的是服务人员，服务人员的谈吐、行为、观念、知识直接为顾客所感知。酒店必须制定专门的培训计划，对其服务人员的业务技能、气质谈吐进行全方位的培训。

6-2-4.形成具有自身特色的文化性项目

从餐厅布局、装饰到服务，但最能体现经营特色的，往往是文化性项目。酒店可以根据自身特点，策划类似的文化性项目，以贴合消费心理需求的特色文化，带动充足的客源。

>七、营销策略

7-1、文化性项目建议

7-1-1、1“陶渊明文化”

2、“温泉文化”

7-2、营销型项目建议

1、以邀请知名品牌的方式壮大声势，增强影响面，营造酒店的消费热点。

如邀请举办汽车展、时装秀;品牌推介会，体验奢侈品魅力无限活动。活动建议：现在的思路不能仅仅局限于会议室非要给商家开会才赚钱，要在空余时间依靠一些展览来提高宾馆的知名度，可以尝试会场少收费或不收费，用餐饮或其他弥补其费用。

2、“尊贵人生”营销活动

目标人群：“星子县或九江市的政界、商界尊贵人士。

活动建议：这一活动成为桓台宾馆的固定营销板块，打造一块专属进餐区，有1-2个顶级包房，菜金不得低于300或者更高，酒类只供高档酒类，如只提供茅台和五粮液等，其他消费类似。可以配以古筝等

可以通过此活动的开展，形成会员制度，定期举办会员活动，营造专业商务交友场所。本活动可邀请某知名品牌参与冠名，提供相应的产品支持。

3、联合收视率较高的美食栏目：邀请大厨定期在酒店表演，或直接引入节目，将节目现场搬入桓台宾馆，提升酒店知名度。

4、提供星子政界商界知名人士的家宴服务。

5、赠券策略。在客人消费到固定金额后，给予一定额度的赠券，拉动酒店消费。

7、实施“酒店VIP俱乐部”策略(核心条款——会员本人免费用餐)采用VIP俱乐部的形式，以有效巩固酒店对高端客户的吸引力。俱乐部的一个核心条款是会员本人免费用餐。一张固定额度的VIP卡，设定使用期限可定可不定。全铜制作，彰显档次。

分析：在客户加入俱乐部的动机和需求中，免费用餐对客户的吸引力是至关重要的。免费用餐也是一个颇能够吸引客户的噱头。

从使用条件上看，免费用餐是有限制的，绝对意义上的免费用餐是不存在的，免费用餐的限制在于需要和朋友共同用餐，方可享受免费用餐的待遇。基于这种限制，会员需要不断的将他的朋友带到酒店来，方可享受免费用餐的待遇。在客人消费的过程中，看起来酒店损失了一定的毛利，但实质是避免了让客户去到其他酒店或社会酒楼消费。因为，在一般客人的印象中，酒店的菜肴可能价格偏贵，甚至认为性价比还不如社会酒楼,但是通过被会员朋友邀请在酒店用餐体验后，他则会发现，原来酒店的价格还是比较适中的，而且星级酒店的服务和档次也要比社会酒楼高很多。通过和他的会员朋友共同用餐，他真真正正的体验了一次酒店的幽雅环境、精美菜肴和高品质服务。所以，下次假使他有高端的客户需要宴请的时候，他也会考虑要成为这个酒店的贵宾会员，种身临其境的亲身体验所形成的口碑，是其他形式难以达到的。这一策略并不是通过大众渠道进行推广，也避免了贪便宜心理的低端客户频繁使用餐饮“2免1”给酒店带来的影响。

最为重要的是，免费用餐摆脱了单纯的折扣营销的思维定势。免费用餐推出的是一个全新的游戏规则，

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！