

# 中秋节酒店营销策划 酒店活动营销方案(精选8篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

## 中秋节酒店营销策划篇一

\_\_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，\_\_饭店真情回馈

提高知晓度，刺激消费，提高营业额。

宣传时间□20xx.12.15——20xx.12.23

活动时间□20xx.12.24——20xx.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20xx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。

## 中秋节酒店营销策划篇二

酒家从x月xx日起推出三款新颖的'健康特色粽子（价格待定）

(1) 绿茶咸肉粽：清咽利喉，益气养颜。

(2) 豆沙碱水粽：清凉解暑，消食健胃。

(3) 薏米灵菇粽：清热解毒，散风通窍。

酒家拟同时大力推出一系列健康特色菜肴，以强身健体功效明显作为卖点向食客进行促销。

酒家拟在端午节期间结合传统风俗推出“端午佳节品香粽、祛病除疾保健康”的活动。

1、酒家在门口设一展示台，将制作精美的粽子和艾草饼进行促销、售卖。

2、用香包、艾草对酒家门面进行适当的装饰，楼面再用各色汽球进行装点。

3、制作精美的宣传单张和海报进行派发和张贴，以扩大影响力，引导宾客消费。

1、宣传单张（由美工负责制作□xx日前完成）。

2、报纸广告（由营销部负责，五月底和六月初在xx报和晚报上各做一次广告）。

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□xx日前完成）。

1、宣传单张派发由中餐营销主要负责，其它部门配合。

2、散客预订工作由中餐营业台负责。

3、常客、协议客预订工作由酒店营销部负责

4、促销及预订工作由xxx经理全面负责。

## 中秋节酒店营销策划篇三

10月5日，重阳节

预算费用：5000元(餐饮、礼品)

开展尊敬老人、关注老人，邀请福利院孤寡老人，到酒店共话重阳，安排老人参观酒店、用餐、欣赏戏曲影片(全程专人一对一陪护，确保老人安全，邀请老人年龄拟定50-65岁)

10月13日，世界保健日

预算费用□20xx元(专家邀请、宴请等)

关注日常保健、倡导健康生活，针对办公室一族，酒店开展养生保健论坛，邀请保健师讲解如何缓解办公室疲劳，如何避免职业病。协议单位、房客、用餐客人均可凭票免费参加。

10月16日，世界粮食日

预算费用：1000元(宣传品、海报等)

针对知\_西餐厅自助餐及酒店员工餐，开展宣传世界粮食日公益宣传，倡导节约粮食、杜绝恶意浪费。

## 中秋节酒店营销策划篇四

一、时间：

5月26日——6月10日

二、地点：

锦江大酒店

### 三、活动目标及活动宗旨：

- 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。

### 四、公众对象：端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

五、定位：“融融端午情团圆家万兴”在祁阳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。

### 六、促销活动组合

1、客房部采取“送餐饮消费卷”的经营策略，每现金开房1间送20元餐饮消费卷。

2、餐饮部以“融融端午情团圆家万兴”的名义开展如下促销活动。

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)、以端午节文化为内容推出多款适合家庭聚会的精美实惠端午团圆宴，预定团圆宴送ktv下午场。并推出几款特价端午菜品。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

## 中秋节酒店营销策划篇五

2012年市区各酒店相继开业，竞争形势在2013年中势必会更加激烈，“僧多粥少”的现象不会改善。为了使酒店在竞争中取得优势，现针对2013年度全年的营销活动进行策划：

一月份：

- 1、加强对春节市场调查，制定春节促销方案和年夜饭的预订工作；
- 2、加强会议、婚宴的促销；
- 3、加强协议签订。

3月份：

- 1、加强会议、婚宴促销工作；
- 2、五一黄金周-----客房销售3月下旬完成促销及接待方案

## 4月份

1、加强会议、婚宴促销

2、加强对五一节市场调查，制定五一节促销方案和五一节团队、散客预订

3、制定“母亲节”活动方案并促销，母亲节——以“献给母亲的爱”为主题进行餐饮、客房促销活动。

## 11月、12月

1、加强春节市场调查；

2、加强婚宴促销。

3、同餐饮部拟定圣诞节促销方案。11月上旬餐饮部、营销部完成制作圣诞菜单。广告宣传促销及抽奖游戏设计方案及环境布置方案，各项工作逐步开展。

春节—客房、家宴或年夜饭—元宵节—情人节

加强对六月份市场调查，六一儿童节“以享受亲情、欢乐无限”为主题 推出儿童欢乐节

制定父亲节“以父亲也需要关怀”为主题 进行餐饮、客房销售

## 第1页

（六月经三个星期天）

7月份加强暑期师生活动促销，加强商务散客促销

制定学生谢师宴/状元宴方案、中秋节活动方案和促销—7月

份餐饮部完成菜谱方案、销售部完成广告宣传促销方案，各项工作逐步开展。

8月份，加强暑期师生生活活动促销，加强学生谢师宴促销。

加强商务散客促销，制定出9月份团队，月饼奖励促销方案

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。

根据不同客人的需要，设计多种套餐（包价），含客房、餐饮

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

开辟网上订房，加强网络促销，扩大网络订房中心的订房

餐饮部：

1、增加品种和特色菜，降低价格，提高质量。

2、举办“美食节”

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。

可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。

第2页



## 中秋节酒店营销策划篇六

(2)、粽子亭主营：三大品牌粽（亲情粽、和谐凤凰粽、威尼斯风情粽）兼营□a□雄黄酒、菖蒲、艾草，佩香囊、黄瓜（加糖）（袋装，30元/袋□b□五子登科（五子登科成分即：红枣、红糖、咸蛋、粽子、桂圆）（袋装，48元/袋）；（注：此价格作为参考，具体应跟采购成本核算定价）

(3)、6月9日--6月16日期间，在中餐厅选一空地设置一个形似龙舟的堆头，前为龙头，后为龙尾，龙身堆满各式粽子，龙身贴上一条横幅，横幅文字内容即为本次促销主题：“---亲情本地粽，威尼斯异域风情颂”。

九、工作安排：

**【餐饮部】：**

- 1、将赠送给客户的粽子数量，根据本部门实际消费情况上交名单至市场营销部进行统一拜访及赠送。
- 2、请抓紧时间联系购买各品种粽子并制定外卖价格；
- 3、请负责摆放在大堂、中餐厅的龙舟及船桨等氛围营造；龙舟形状的堆头预备2个；
- 4、针对本次促销给部门员工培训，准确传达促销政策。
- 5、负责团拜食品的准备150份（竹篮：粽子、皮蛋、红糖、咸蛋、红枣、点心、桂圆）

酒店六一儿童节促销方案/活动方案

一、酒店六一儿童节促销活动由来

为庆祝一年一度的“六一”国际儿童节，让小朋友们度过一个快乐而有意义的节日，给家长们创造关心孩子的机会，江南餐饮集团为孩子们精心准备了美味可口的儿童套餐、精彩纷呈的文艺晚会、五颜六色的蛋糕，各部餐厅大门饰以缤纷多彩的气球，六一期间童真荡漾，让孩子们在欢乐的天地、缤纷的美食世界中度过一个快乐难忘的“六一”儿童节。届时江南各部将推出系列精品菜肴和美食，通过本次活动的开展，提高江南在太原和山西的美誉度，吸引更多的家庭来江南各部消费，让家长和小朋友们来江南分享美食、体验快乐。

二、活动时间：5月28日——6月1日

三、活动主题：欢乐童年精彩无限——艺术儿童节

四、活动内容

届时，江南各部通过策划主题活动给参与活动的儿童朋友一个惊喜、一份快乐、一份难忘的记忆、一个一生都难以忘怀的2005年儿童节。

（一）大酒店“欢乐童年精彩无限”艺术儿童节晚会节目设计：

凡是点到大酒店儿童套餐的小朋友，在晚会开始前均可到主持人处报名参加以下活动比赛（书画比赛要提前报名参加），获奖小朋友均有礼品赠送。

1、儿歌演唱比赛：曲目为背景音乐里的二十首儿歌，一部、三部、大酒店同时进行，各部根据情况确定小朋友报名数量。

2、儿童舞蹈演出：由东方佳艺演出公司提供，只在大酒店晚会中间参差进行，——由徐鼎明负责落实。

4、趣味谜语竞猜：共设谜语100条一部、二部、大酒店同时

进行，大酒店晚会随机进行安排，由主持人负责。

5、江南六一儿歌朗诵比赛：在一部、二部、大酒店同时进行。

《六一宝宝好福气，江南餐饮表情意》

迎六一，笑嘻嘻妈妈疼爱小宝贝

来江南，齐相聚合家欢乐过六一

吃大餐，玩游戏宝贝都要爱妈咪

猜谜语，得奖品江南给你表情意

唱儿歌，跳跳舞照张合影甜蜜蜜

东走走，西逛逛玩的开心都欢喜

斟满茶，端来菜服务都是俏阿姨

只要宝贝能高兴阿姨累点没问题

六一江南来聚会，吃的玩的数第一！

（二）联动促销：

活动

活动

二、5月28日——6月1日活动期间，凡在六一期间来江南各店用餐者，均可免费获赠气球一个。

（三）大酒店晚会现场装饰：

1、舞台设计：“欢乐童年精彩无限”主题背景布，周边用粉纱和印有六一祝福语的气球装饰，突出童真、竞技的氛围。

2、宴会厅内布置：用气球装饰与彩色纸花布置。

3、其他点缀：在宴会厅内各个音响和玻璃上张贴征集到的儿童图画，作为展览。

五、活动宣传：

2、门厅装饰：一部、三部、大酒店用气球做彩门装饰，营造六一热闹氛围。

3、媒体宣传：山西省交通台、太原交通台、山西日报《经济时讯》、生活晨报。

4、视觉宣传：5月28日（提前三天）各店开始宣传，主要以条幅、易拉宝、彩页、口碑传播、向新老客户介绍等多种形式推广，以达到最佳的效。

六、套餐设计：本次活动套餐设计以营养为主，主要在大酒店宴会厅以销售套餐的形式进行，套餐分设六款，共计46套。

“欢乐童年”营养套餐288元（a三人用），15套计4320元；

“金色年华”营养套餐388元（b四人用），16套计6208元；

“望子成龙”营养套餐488元（c四人用），15套计7320元；

本次活动预计收益为：17848元。

七、销售计划：

为配合大酒店六一节晚会的成功举办，各部可以向店内顾客

宣传介绍晚会内容。

序号部门任务（套）负责人[略]

八、费用预算：

序号项目明细数量单价费用负责人需求支持

1装饰气球6000个0.15900元徐鼎明企划部

2背景音乐12张10120元徐鼎明外援

3横幅4条50元200元徐鼎明企划部

4恭祝水牌5块15元75元徐鼎明企划部

5背景展板1块200元200元徐鼎明企划部

6儿童玩具100件20元2000元郭玮采购部

7宴会桌卡50个1元50元李皓

8装饰拉花60条1元60元郭玮采购部

9套餐菜单100张2元200元李皓

10晚会门票50张3元150元李皓

11投票箱3个15元45元张彩菊

12奖品50个80元400元徐鼎明采购部

13合计//4400元//

九、效果评估与预测

- 1、拉动江南的家庭消费，提高散台和包房的营业额。
- 2、在众多酒店中进行差异化营销，首家推出健康益智菜品，营销概念超前引领潮流。
- 3、活动具有吸引孩子的卖点，以此带动家长来江南消费，提高在同行业中的竞争力。

## 中秋节酒店营销策划篇七

有一定的销售计划，才能够促进销售的发展。

酒店营销在组织开展时，要做到以下几项：

- 1、划定销售区域和范围。营销部经理配合销售人员划定销售的区域和范围，以包干的方式，积极引导销售人员拓展销售面，销售区域和范围的分配要根据常客的销售潜力，客户的地理位置和类别来加以分配。
- 2、规定销售指标。营销部经理根据饭店的销售目标和政策制定销售指标。销售指标分为数量指标和质量指标。数量指标有：
  - (1)销售数量，如客房销售的天数，餐饮销售额，平均房价，销售收入等。
  - (2)销售次数，每天或每月应进行的销售访问次数。
  - (3)销售费用的指标与控制，每月销售人员所涉及的销售费用，如交通费和招待费用。

由于各销售人员分管的客户需求潜力不同，在规定销售人员达到销售数量的同时，要确定销售的质量标准，质量标准有销售人员的产品和销售知识，销售访问的效果，销售人员的

工作态度，工作能力以及与客户的关系等。

3、销售人员的业绩评估。销售管理人员应采取合适的途径了解和获取销售人员工作的成绩信息，制订销售人员每月上报“销售报告”规则，了解销售情况，及时反馈销售信息。

4、编排合理的组织机构。营销部根据酒店客户的地理位置和类别综合考虑，组织销售人员按地理位置分工销售，减少路途时间，提高工作效率。根据当前酒店的发展状况，酒店营销要积极挖掘酒店产品的潜力，增加产品的吸引力，吸引宾客消费，招徕生意。

酒店营销可根据企业的销售要求，针对宾客的不同需要开发各种受宾客欢迎的组合产品，吸引客源，现有的组合产品方式包括：

1、公务客人组合产品。针对公务客人的特殊服务，为公务客人提供优惠：如免费在客房供应一篮水果，免费提供欢迎饮料，免费使用康乐中心的设施和器材，免费参加酒吧，歌舞娱乐活动。

2、会议组合产品。会议组合产品包括使用会议厅，会议休息时间供应点心咖啡，会议期间工作餐，按每人一个包价优惠提供。

3、家庭住宿组合产品。形式如双人房供全家住宿，小孩与父母同住免费加床，提供看管小孩服务，小孩免费使用康乐设施，餐厅提供儿童菜单。

4、蜜月度假产品。蜜月度假产品只向新婚夫妇提供，一般需要漂亮而宁静的客房以及一些特殊的服务，如一间布置漂亮的洞房，免费床前美式早餐，免费奉赠香槟酒，客房里供应鲜花、水果篮。

5、婚礼组合产品。这类产品主要针对当地居民市场，结合婚礼消费的形式，适应消费的心理，强调喜庆的气氛，吸引消费：该产品组合内容有豪华级京式或广式筵席，免费提供全场软饮料，四层精美婚礼蛋糕一座，以鲜花和双喜横幅隆重地布置婚宴厅，根据具体要求制造婚宴气氛，播放婚礼进行曲，洞房花烛夜免费提供新婚套房、鲜花、水果和香槟酒，免费美式早餐送到客房。

6、周末组合产品。周末组合产品可吸引客人在一周工作之余，来休息和娱乐一下，因而需策划组织一些娱乐体育活动：如举办周末晚会、周末杂技演出等等，将娱乐性活动加上饭店的食宿服务组合成价格便宜的包价产品。

7、淡季度假产品。在营业淡季时以一周、十天住宿加膳食以包价提供给客人。同时，为了吸引宾客，还要策划组织宾客免费享受娱乐活动。

8、特殊活动组合产品。这类组合产品的开发需要营销人员具有创造性及事实思维，设计出既新颖又在经济和销售上可行的产品，可利用现有的设施和服务组织，如乒乓球、网球、保龄球赛等活动，提高酒店的声誉及形象。

酒店营销除开发新产品、新活动项目外，更要推出独特的宣传方式来吸引客源，这就要在广告策划推销上多做文章。

1、可选择电视、电台、报刊、网络等媒体，经常性地报道酒店新近推出的特色菜肴、客房环境、活动项目等，提高宾客对酒店的感官印象。

2、运用行业性杂志、报纸、旅行线路小册子、指南、广告传单、直接信函等方式对酒店产品进行宣传。

3、以邀请知名演出的方式壮大声势，增强影响面，营造酒店的消费热点，如邀请举办省市模特大赛，时装秀；大型歌舞器



乐演奏等促销方式。

4、设计推出啤酒节，菜肴赏品的方式提高酒店消费，增加效益。

酒店营销不应局限在一个阶段，拘泥于一种模式，沉迷于一种状态，它必须以最敏锐、最超前、最独到的嗅觉感官去创造和设计适宜于酒店经营发展的最佳经营模式，使酒店经营更趋完善，先进及独特，不致于在激烈的酒店业竞争中败下阵来。

## 中秋节酒店营销策划篇八

### （一）酒店概况：

觅你酒店于20xx年9月开业，是目前长沙市第一家以车为主题，时尚、前卫一体特色鲜明的主题商务酒店。地处五一大道，交通极其便利，与火车站仅仅500米左右，前往市中心五一广场、黄兴步行街购物休闲也便捷。拥有mini答谢房、时尚房、森林绿竹房、健身房、睡吧、觅你套房等十多种风格各异不同档次的房型。酒店通过各种方式展示mini小车的模型造型，吸引客人的眼球，充分展示了其企业丰富的车文化。

### （二）销售优、劣势分析：

1□mini-hotel长沙市首家以车为主题的商务型酒店，在这个领域没有直接竞争对手。

2、觅你酒店根据不同的顾客需求，推出mini答谢房、时尚房、森林绿竹房、健身房、睡吧、觅你套房等十多种风格各异不同档次的房型，既满足适应了不同品味人群的需要、同时又能逐步品尝不同类型产品所带来的特有情趣。

3、觅你酒店定位非常明确，目标群体是广大追求个性，讲究

时尚的年轻e族；商务白领；情侣；旅游者等其他人士。

4、觅你酒店设施设备完善，装修风格新颖独特，服务规范周全。

5、虽然交通便利，但在一定程度上还是会受到其他竞争对手的拥挤

6、由于是新型酒店，暂时没有固定的消费群体，品牌不够强势，所以发展会员是当务之急

（一）目标客户定位：广大追求个性，讲究时尚的'年轻e族；商务白领；情侣；旅游者等其他人士。

（二）目标客户客户群特征分析：

1主力客户群年龄大多在20~35岁之间。

2年轻有为，生活方式新颖。

3属于本地中高收入阶层和外来度蜜月人士或旅游者。

4渴望获得新的生活方式和尝试新的生活。

（三）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。对于觅你酒店的目标消费者，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求，他们来此消费是为了得到一种人性化、细微化、特色化的服务和享受，而在消费的过程中，可以凸显个人的超前生活方式，获得一种满足感。

（1）引进该行业内富有实际操作经验的能人来经营管理。

- (2) 加大对外宣传的力度，选择恰当的时机举行公关活动。
- (3) 对外树立良好形象，扩大品牌知名度和美誉度。
- (4) 建立一套完善有效的应付突发事件的预防机制。
- (5) 大力发展会员业务，扩大项目经营的范围，扩大客源的范围。
- (6) 在重大假日或旅游高峰时期进行有效的促销活动。

目前酒店正在推出“觅你秒杀活动”，通过4万张单片的发放，让越来越多的人了解到觅你酒店，其定位就是希望有广告宣传效应。在整个营销计划中必须与长沙市的主流宣传媒体进行良好的合作。

媒体选择方面：首先，觅你酒店合理运用互联网及电子商务功能，与快乐购合作进行电话预定抢购房间。通过电视媒体功能让大众更进一步去了解酒店。其次，通过推出大型的广告牌和路灯广告有利于品牌形象的树立。再次，可以通过报纸媒体增大市场影响力。

mini答谢房：156元/天；时尚房：216元/天；主题房：286元/天；

健身房：286元/天；时尚商务房：246元/天；阅读房：266元/天；

森林绿竹房：266元/天；睡吧：286元/天；叶子房：266元/天；

风尚房：286元/天；时空房：286元/天；游戏房：286元/天；

精英房：346元/天；觅你套房：396元/天；

钟点房“溜溜”：66元入住3个小时（9：00—16：00）；

钟点房“久久”：99元=半天房=麻将房4个小时（6：00—18：00；0：00—12：00）

#### （一）秒杀活动营销简介：

每天5□00pm—5□05pm□55元/间。每天6□00pm—6□06pm□66元/间。

每天7□00pm—7□07pm□77元/间。每天8□00pm—8□08pm□88元/间。

每天9□00pm—9□09pm□99元/间。

在上述时间段里面，酒店会送出几间特价房，吸引客人入住，从而提高酒店的认知度。

秒杀方式：由于参与秒杀的客人较多，客房有限，所以酒店会让参与者通过游戏比赛的形式来决出优胜者，从而秒杀到房间。

这种秒杀活动其实就是有效的一种营销方式。秒杀对客人有很大的吸引力，会让更多的人理解酒店，形成较好的宣传效应。

（2）广告单片发放回收销售：通过单片的发放可以让更多的人认知到觅你酒店，而单片的使用回收又是一种促销模式，因为顾客凭借单片入住酒店可以抵房费30元，其中会员在会员价基础上同样享受该优惠。此种单片传单的发放及回收不仅起到了宣传效果也很好地促进了销售。

#### （3）迎“圣诞”庆“元旦”客房优惠促销活动：

a□凡平安夜晚上（12月24日）住店者皆可享受8.8折优惠，并且每个房间赠送果篮及精品圣诞礼物一份，前12位入店者和后25位入店者将有机会抽取“觅你圣诞特奖”；所有入住者凭借房卡可免费参加“觅你圣诞party”□欣赏精彩的圣诞文艺节目；会员入住即可享受折上折优惠；吸引大量顾客入住。

#### （4）会员制度促销：（主要针对会员进行的营销方案）

首先，会员制度是很普遍的制度，采用会员制度可以吸引客人回头，是留住客人的重要手段。会员可以通过消费活动积分，积分又可以兑换觅你酒店特有的商品以及其他商品。

比如，会员一个月内积分满20xx元整返现金100元，通过这样的方式促进会员多消费高消费以及吸引顾客办理会员卡。

关于觅你酒店上述的客房营销方案在酒店概况、目标客户、广告宣传、房价介绍、具体的短时计划几个方面进行了综合分析。就起可行性来说还是很大的，因为觅你酒店作为一个新开业不久的酒店来说，最需要的就是其品牌效应的最大化，而上面提到的具体营销方案都在很大程度上对觅你酒店进行了横向和纵向的宣传介绍，所以方案可行性是必然存在的。