

最新酒店营销运营方案 酒店年会运营营销方案(实用5篇)

方案在解决问题、实现目标、提高组织协调性和执行力以及提高决策的科学性和可行性等方面都发挥着重要的作用。写方案的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

酒店营销运营方案篇一

为了加强酒店员工的凝聚力，丰富酒店文化生活，表达酒店对员工节日的'关怀与问候，使大家开开心心，快快乐乐过好2020年春节。

“酒店员工团年饭”及季度优秀员工颁奖

20xx年x月xx日17：00点-21：30点

酒店

1楼xx餐厅（当日餐厅晚上不营业）

酒店所有人员及各级领导

xx人左右

xxx

时间6：00

店长、副店长、值班经理、销售经理、客房主管、领班、财务、出纳、人事等集合在餐厅，对餐厅进行少许布置，可打些气球挂起来，营造节日气氛。摆放5桌，每桌xx餐桌上放水

果一盘，花生一盘，瓜子一盘，糖一盘。

17点前布置完毕□xx当日摄影及当晚菜单安排□xxx负责事先制作抽奖券、摇奖箱（2联的抽奖券，发给员工，待员工到达后撕下1联投入摇奖箱），条幅制作，购买小吃。

17□0020xx度工作总结；

17：08由xx宣读被提名优秀员工，共七名，由xxx为各部门提名员工颁发奖金；

17：19优秀员工代表发言；

17：24公司ceo致辞；

17：35由xx宣布开餐（事先在17点前已上好凉菜及火锅、干锅菜品，16：00后就先上），请大家开心用餐；店长、副店长、值班经理、销售经理、客房主管、领班、财务、出纳、人事做服务，待菜全部上齐再用餐。

18：00点后陆续开始抽奖，由xxx协助颁奖发放。

18：30二等奖x名，价值xxx元左右奖品=xxx元，由xx□xxx各抽取x名

19：00一等奖x名，价值xxx元左右奖品=xxx元，由xx抽取

19：00卡拉ok及酒吧娱乐：用餐结束后约

19：00后出发去唱歌及泡吧。1个大包房，初步定在人方宾馆的3楼xxxktv□另可去2楼xx酒吧，由xx事先做好预订。（地点，房号，费用、通知员工等）

酒店营销运营方案篇二

underoneroof同一屋檐下

(1) 年会策划及准备期(xxx年1月8日至1月16日):

本阶段主要完成年会方案策划、通知发布、节目收集。

(2) 年会协调及进展期(xxx年1月13日至1月31日):

本阶段主要完成节目安排表、节目排练、音响确定、物品购买。

(3) 年会节目审查期

xxx年1月30日节目审核对节目排练情况、熟练程度及质量进行审核。

(4) 年会彩排期(xxx年2月6日上午)

进行正式开始前的彩排。

(4) 年会正式演出时间□xxx4年2月6日14: 00至17: 00

东方大厦

(1) 对xxx4年公司发展成绩总结, 以及制定xxx年公司总体规划, 包括新年度计划、方向、目标等。

(2) 加强员工之间的交流, 增强团队协作的意识, 提升公司的综合竞争能力。

(3) 表彰优秀, 通过奖励方式, 调动员工积极性, 鼓励大家在新的一年里, 工作都有出色的表现。

(4) 丰富员工生活，答谢全体员工一年以来付出的辛勤努力。

(5) 让员工充分的展现自我，在年会的过程中认知自我及对企业大家庭的认同感。

(6) 加强领导与员工之间的互动，让我们在同一个舞台共同交流、联欢。

公司全体人员，约109人；供应商，约12人。共计121人。

1、歌曲类：

(1) 喜庆、祥和、热烈的歌曲；

(2) 青春、阳光、健康、向上；

(3) 与以上主题相关的原创歌曲。

2、舞蹈类：

(1) 积极向上、寓意深刻的艺术性舞蹈；

(2) 具有高科技时代气息的创意性舞蹈。

(3) 喜闻乐见的街舞、现代舞、健美操、武术等；

(4) 相关歌曲的伴舞。

3、曲艺类：

(1) 喜庆、热闹反映生活的的相声、小品；

(2) 经典的传统曲艺类节目(戏曲、话剧、评书等)；

(3) 其它类型的曲艺节目(乐器类)。

5、提倡跨部门组合报名；

6、年会主持人：采取公开招募的方式进行选拔(主持人自荐请在1月16日之前上报至行政人事部)

1、参会人员入场

2、主持人宣布年会开始

3、总经理讲话;对年终做总结、表彰优秀员工

4、表彰：对优秀员工予以表彰、为优秀员工发奖

5、优秀员工代表发言

6、表彰优秀供应商，为其发奖。

7、优秀供应商代表发言。

6、联欢会节目表演

7、互动小游戏

8、优秀节目评比(所有参与的演职人员均将获得一定的奖励)

9、闭幕词

酒店营销运营方案篇三

经营思路：

提供特色的服务 特色客房 。

市场定位：

客源市场：

从一次性订房数量上来区分，可分为散客市场、会议市场与团体市场3类；从订房渠道上作区分，则可细分为：自来散客、出租车司机推介、商务公司、订房中心推介、联营推介、长住客、旅行社、旅游集散中心、政府机构与员工所推介的特殊折扣客源。

营销手段：

价格定位：

考虑到本地市场的淡旺季之分阶段，我们刻意制定稍高于本市三星标准的酒店之门市牌价，于旺季中，可尽量争取到最高的房租收入；同时，我们执行价高折大的灵活价格政策，暗地里与商务公司及中介代理商签订较低价格的特价合同，实行薄利多销的手段，尽量争取客源市场的份额。

酒店营销运营方案篇四

现在阶段，酒店业竞争日益激烈，消费者也变得越来越成熟，这就对我们酒店经营者提出了更高的要求。在即将来临的__年我们计划对我们酒店做出一系列方案，如酒店品牌形象塑造，酒店品牌推广，如开业庆典活动策划，2月14号情人节活动策划，春节年夜饭销售方案，因本地风俗习惯都偏爱春节前后举办婚礼，婚宴市场开发方案等等，吸引消费者到我店消费，提高我店的品牌效益和经营效益。

【一】 市场环境分析

、我点尚未营业，暂时不去讨论研究我店经营中存在的问题

2、周围环境分析

3、竞争对手分析

风景区内的酒店和七仙女大酒店他们有雄厚的资金实力，有良好的软硬设施，是我们非常强劲的竞争对手，他们的弱势是离县远，市场定位高，目标市场单一，他们主要针对旅游业和政府接待这一市场。潜阳国际大酒店总的经营状态还可以，地理位置也还优越，但现在随着竞争日益激烈，他们最近的客房折扣太大，标准间熟客一百四都开过，和快捷都相差无几，他这种行为是会员行动却忽视会员营销的形式。是提高客房入住率，但严重损害了酒店品牌形象的塑造，和酒店本身的定位有冲突。如果让客人办一张会员金卡，那效果会不一样。恒华大酒店、皖城大酒店、天柱国际大酒店这是县城档次较好的酒店。他们总体经营状况还不错，但也有经营上的通病：

(1)、目标顾客群定位不太准确，过于狭隘。主要原因是酒店过多，供大于求，而且经营模式雷同，没有自己的特色或定位过高，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，影响了服务质量问题。例：雪湖大酒店在几年前想开通农村婚宴市场，是拉到了客户。但在菜品质量上没有下功夫，他们的忽视导致间接没有充分尊重到客户。婚宴结束有的人说菜口味不好，有的说分量太少，总之给客户的第一影响就是饭店的菜还没农村家里烧的好，最后其酒店餐饮部经营不善只好找个人承包，到最近才收回来重新装修。

(3)、我店周围还有不少快捷宾馆、小旅馆、小餐馆。虽然其在经营能力上不具备与我们竞争的的实力，但其以低房价、低档菜物美价廉来吸引大量的的附近居民和客商。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，但由于市场定位的差异，对我们未来开拓县城市民潜在的市场影响力是很大的，他们也是非常强劲的竞争对手之一。

(4)川楼酒店是潜山餐饮业经营很好的酒店，他位于汽车客运站旁，地理位置非常优越。其复古装饰风格做的很全面，经

营时间久，有自己深厚酒店文化和品牌形象和老顾客群。每次经过都能看到不同标语如：某位学生的拜师宴，某领导来潜山考察，某小姐婚宴，最近新挂的是某大厨亲临川楼酒店。最近几年在潜山开了川楼快捷宾馆，在合肥开川楼分店，他的市场占有率不断扩大，他离我店距离只有几步之遥，是我店餐饮部第一大竞争对手。

(二) 和一些伙伴合作

- 1、没有提供餐饮的快捷宾馆
- 2、茶楼足浴等合作
- 3、和旅行社合作
- 4、婚庆公司或结婚登记处合作
- 5、婚纱影楼合作

四 现场活动

2、开业当天来消费的顾客可以参加抽奖活动

3、开业促销折扣

a) 凡是在1月x号到1月x号，到舒州国际大酒店进行消费的可以享受x折的享受

b) 凡是在1月x号到1月x号，到舒州国际大酒店进行消费的可以享受x+1折的享受(x代表开业日期期间的折扣，这是非常实际性的信息是领导层决定的事情，所以我用代号)

5、 客房促销

1 在开业活动一定时期内开特价房

1 在开业活动一定时期内办理会员金、银卡会比以后办理缴纳的卡费优惠

1 1□在开业抽奖活动中赠送本酒店豪华客房一晚，体验四星级的奢华

1 2□在开业活动期间在我店消费情侣赠送甜蜜情侣早餐或青绿手套或情侣饰品

1 3□在开业活动期间来我店消费的一家三口可以给她们在酒店内拍几张纪念照片

1 4□外地游客来消费可以赠送瓜蒌子礼盒

6、 餐饮部促销

1 1□在开业活动期间预定婚宴会有适当折扣，还提供接送婚宴宾客班车(车档次要根据婚宴消费能力确定,但不能太低，太低会有损酒店声誉)

1 2□在开业活动期间预定本酒店高档包间高标准菜肴赠送酒水一瓶

1 3□在开业活动期间预定本酒店中标准菜肴免费赠送一份高档菜

1 4□在开业活动期限餐饮消费一千以下送一份精美礼品

1 5□在开业活动期限有来我店消费客户生日，会赠送一份比平时送给消费客户要大很多的蛋糕(如果是小姐送一娃娃也可)

1 6□在开业活动期限酒水也可适当给予折扣

五现场布置

- 1、 在酒店正门前方以红色地毯铺地，两则各置中式花篮(具体数字由舒州国际大酒店安排)
- 2、 双龙拱门一个，灯柱两个(一天)
- 3、 酒店大门上方悬挂多幅有关酒店开业的标语
- 4、 酒店宴会厅或大厅置挂气球200串，约一千个(要根据酒店竣工看情况设计气球布局)
- 5、 放鞭炮和音乐。吸引行人注意(音乐间接性，也不能放的时间过长，一便打扰附近居民生活)

酒店营销运营方案篇五

一、筹建规划：

- 1、人员的配备——(前台咨询师、服务员、保洁员、理疗师、管理人员等人员岗位的配置)
- 2、制度的建立——劳动纪律、服务制度、财务制度、备品制度等
- 3、建立特色护理服务项目——除了spa中心的规定项目外(组建有特色的护理项目，如泰国浴、印尼头部spa中西结合护理项目等)
- 4、服务流程——个性化完美服务，以省时、省力、节省人员、方便服务为宗旨。
- 5 spa用品的采购计划——物品及消耗品做到细致、新颖配合spa整体风格和主题。

6、试营业的运作————一般为10——15天，检验spa运作的不足之处，以便改进、调整、补充。

1、自主营销————每周制定周报表(营业目标和服务目标等，)激励员工销售意识。

2、捆绑式营销————实行套票制

3、售卡式营销————套牢顾客的占便宜的心理

4、关系式营销————面子式营销

5、品牌式营销————建立有特色的护理项目和个性化的服务

6、个性化营销————为顾客提供个人喜好式服务或菜单式服务

7、直接式营销————各个岗位人员的全力推销高价位的項目

8、体验式营销————采取促销式的方式吸引顾客(制定好的项目或超值的价格)

9、点带式营销————以一个点带线带动全面消费的营销模式

10、口碑式营销————必须有好的个性化完美服务为前提

三、管理模式：采取人性化与制度化相结合的模式

1、找好的员工方法——找对人才能做对事，要不断引导和培训(只有做不到的领导、没有不好的员工)

2、正确的沟通方式——效率来源于信任、尊重员工、重视员工会议。

3、惩罚与激励的运用——正确处理奖与罚(变罚为激励效用加倍、激励不用靠钱买)。

4、建立业绩评估——不吃大锅饭，按业绩付薪，对业绩低的员工绝不能手软。

5、成功授权的方法——授权应具体而正式、放手要定期检查不可少。

6、卫生制度的完善——环境意识、布置，检查。

7、留住人才的方法——抚慰员工、培养员工忠诚的价值、给员工不走的理由。

8、建立完美管理团队——培养团队精神、集体荣誉感、团队规则，不要孤立每一个团队成员。

9、避免管人失误的方法——注重让员工从错误中学习、不能没有了解情况就对员工横加批评、不要通过批评和威吓来管人、处在经理的位置，仍要以平等身份对待下属、不要随意指使员工。

10、压缩成本、控制成本、节约能源、避免铺张浪费。

四、按摩项目的设计应本着“创新”的原则。

1、根据现有的设备和顾客的层次、消费心理、品味喜好开发新的项目。

2、要求理疗师对国外spa按摩护理疗程尽量多的掌握和学习最少5种以上(不包括小项目如去角质、磨砂等)，在结合中医

按摩形成中西结合的疗程(事实证明中国人还是喜欢力度重的按摩)。

五、安全管理

- 1、保护顾客的财产和生命安全，是首要任务。
- 2、加强设施设备的管理，确保安全。
- 3、做好水电检查和维修工作，预防火灾事故的发生。
- 4、做好公司的保密措施，如财务，内部的设施结构等等。
- 5、员工的安全工作制度。

六、人员的培训：分服务培训和技术培训。

培训的方法——————————语言沟通表达、仪态仪表、服务流程、按摩护理技术、安全意识、服从意识等(通过模仿式、体验式、重复式、优点突出式来完成培训)

根据北京市场的形式和本公司现有的设备状况，将通过三个步骤来实施自己计划。

第一步：(60天)建立各种机制、服务流程、岗位人员的调整以及理疗师的技能培训，初步建立店面对外的企业形象。

第二步：(90天)了解顾客、增加项目，优化服务和引进客源。通过一系列的营销手段把顾客引进店里消费，成为回头客(服务、价格、项目以及理疗师等得到顾客的肯定)

第三步：(120)培养固定客源，提高营业收入，形成好的口碑，使公司步入稳定的发展。