

# 最新酒店经营计划方案(优秀5篇)

方案是指为解决问题或实现目标而制定的一系列步骤和措施。那么我们该如何写一篇较为完美的方案呢？下面是小编为大家收集的方案策划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

## 酒店经营计划方案篇一

20xx年酒店上半年预算收入1007.38万元，上半年预计实现580.24万元，较预算减少427.14万元，完成预算收入的57.60%□20xx年下半年预算收入1095.44万元，预计完成898.11万元，完成预算收入的81.99%□20xx年全年预算收入2102.82万元，全年预计实现收入1475.17万元，较全年预算减少627.65万元，完成全年收入的70.15%。

在酒店业竞争日趋激烈的情况下，针对目前酒店现状，我们要努力开拓酒店各项业务，降低成本，树立和推广酒店形象，完成酒店预计收益。首先要对市场细分，确定目标营销市场，围绕市场需求，提请酒店各部门配合推出相应的产品，并选择最适合酒店的产品组合、销售渠道，制定销售目标、阶段性销售计划和富有竞争力的价格，追求最高利润，在工作中逐步实施，使酒店获得最理想的经济效益。结合酒店实际，力争在下半年提高营业收入，努力做好下半年的工作，具体分析如下：

优势：

四星级酒店价值体现，客房、会议场地依然是客户首选

综合配套基本齐全，价格能被市场接受

高新区的高端酒店，地理位置好

劣势：

餐饮没有大的宴会厅，大型团队用餐受限

5年运转，存在硬件设施陈旧和老化

员工服务意识培训，管理层执行力的提升

市场定位

作为市内高端酒店，充分发挥酒店地理位置优势，餐饮、会务设施优势，瞄准高、中层次消费群体：

- (1) 国内标准团队。
- (2) 境外旅游团队。
- (3) 高、中档的商务散客。
- (4) 各类型会议。

1、员工培训以酒店发展和岗位需求为目标，培养一支服务优质、技能有特色的高素质员工队伍，不断学习、不断提高，努力成为智能型员工。

2、组织纪律要常抓不懈，员工的言谈举止、穿着打扮要规范。各部门负责人要带头，从自己管起，彻底杜绝违纪违规现象的发生。

3、加强档案管理，建立档案管理制度，对存档的有关材料、文件要妥善保管，不得损坏、丢失。

4、根据酒店总经理制定的经营目标和下达的销售任务，制定相应的中短

期销售目标、市场策略和具体实施计划，并组织实施，使酒店获得良好的综合效益。

## 酒店经营计划方案篇二

1龙凤厅配字：“龙凤之姿，天日之表”——《新唐书太宗纪》

2龙门厅配字“龙门横野断，驿

树出城来，气色皇居近，金银佛寺开。——唐杜甫

3龙舟厅配字“龙舟竞渡闹端阳，五色旌旗水上扬。”——清郭钟岳

### 二. 小包厢命名、配字

1，龙飞厅配字：“吾兄既凤翔，吾子亦龙飞”——晋傅咸《赠何邵、王济》诗

2，龙马厅配字：“龙马花雪毛，金鞍王陵豪。”——唐李白《白马篇》

3，龙文厅配字：“宝鼎见兮色纷纭，焕其炳兮被龙文”——《文选·班固（宝鼎诗）》

4，龙孙厅配字：“自是明时不巡幸，至今青海有龙孙”——唐李商隐《过华清内顾门》诗

5，龙吟厅配字：“五音六律十三徽，龙吟鹤响思庖羲”——唐卢仝《风中琴》诗

6，龙图厅配字：“龙图纪河，鸿渐于陆。”——王褒·《上庸公陆腾勒功碑》

7，龙驹厅配字：“战舰森森罗虎士，征帆一一龙驹”——唐

## 李白《永王东巡歌》

8， 龙泉厅配字：“宁知草间人，腰下有龙泉”——唐李白《在水军宴赠幕府诸侍御》诗

11， 龙颜厅配字：“早怀经济策，特受龙颜顾”——唐李白《赠溧阳宋少陟府》诗

13， 龙潜厅配字：“范云恩结龙潜，沈约情深惟旧”——《南史沈约范云传论》

16， 龙光厅配字：“物华天宝，龙光射斗牛之墟”——唐王勃《滕王阁序》

## 三、ktv包厢命名

1， 西子（西施，春秋爱国美女）

2， 文君（卓文君，汉代美才女）

3， 飞燕（汉成帝皇后，能歌善舞）

4， 文姬（蔡文姬，东汉才女，著《胡笳十八拍》）

5， 貂蝉（汉代美女，和义父王允施连环计杀董卓）

6， 媚娘《武媚娘，即武则天，中国第一位女皇》

7， 玉环《杨玉环，歌舞家，唐玄宗的贵妃》

8红玉（宋爱国美女梁红玉，协助韩世宗击鼓，战金山）

9彩云，（傅彩云，即赛金花，出使欧洲六国，传奇女子）

## 四、茶社命名配联

祥云茶社（祥云，象征吉祥如意，是龙腾飞时烘托之云）

配联：祥云护佑九州宾宾走茶不冷

紫气招迎四季客客来酒犹香

## 酒店经营计划方案篇三

菜，创新菜一旦得到顾客的'认可，酒店将给予一定的奖励。

6、厉行节约、降低成本、加强核算。餐饮部经理和厨师长要及时核算出每道菜的成本和毛利率，所采购的原材料都要物有所用，采购数量征收销售额要相吻合。

7、餐饮部要及时了解、掌握滕州本行业竞争对手的新举措、新动向，达到知己知彼，百战不殆。

### 四、关于营销工作方面

营销工作是酒店中极为重要的一项工作，它不仅关系到酒店的经营效益，还关系我酒店的形象，甚至关系到酒店的生存和发展。鲁南大酒店营销工作建议以后的指导思想是“全方位、有重点、全动员、抓主力”。按照这个指导思想，营销工作重点抓以下几项：

#### 1、加强营销队伍的领导和力量

营销工作由总经理亲自抓。营销部编制7人，其中：经理1人，美工1人，营销员5人；责任划分：市区1人（包括各大局委机关、学校等）、（各大煤矿及热电厂、水泥厂等大型企事业、工业厂矿2人）、乡镇办事处1人，济南及周边市县1人。

#### 2、重新进行市场细分工作

做好市场了解，熟悉市场，细分客源对象，是营销部的当务之急。通过细分要清晰掌握重点客源的基本情况，抓紧与他们建立或进一步密切关系。营销部在熟练掌握各种产品的种类、价格、质量、状况以及客房、餐饮基本情况的同时，进行与客户拜访、沟通及签约工作，以酒店的优势和营销手段去争取客户，建立良好合作关系。营销部的客户档案要认真整理、管理，并做到客户跟踪工作（有消费动态有人跟、住房有人跟、就餐有人跟、会议有人跟、结算有人跟、征求意见有人跟）。

### 3、定职、定责、定任务、定奖惩。

可考虑首先在营销部实行基本工资+效益工资的工资制度。酒店每月给营销部每个人下达销售任务，完成任务奖（提成），完不成任务罚，下不保底，上不封顶。具体基本任务数、提成率、基本工资由财务部和营销部共同拿出意见。由酒店总经理办公会确定。

### 4、抓紧抓好营销宣传攻势

酒店以后要重视在宣传方面的投资，并积极参加一些公益活动，从而扩大鲁南大酒店的知名度，让社会认可。

### 5、预测市场行情，把握销售良机

预测销售市场，把握良好商机是酒店营销工作的法宝之一。营销部不仅是销售产品的主力部队，同时也是酒店决策层的参谋部，一些市场信息和对手的经营变化情况，往往都是营销人员获得的。

### 6、制定以招揽会议为重点的营销计划

由于酒店离市区各办事机构较近，加之交通便利（离火车站近），因此，一般情况下较多外来散客，主动来酒店住宿、

就餐，这样，是必对客房入住率和餐饮客源有一定的基础。也是我们经营中的主要有利因素。但我们目前的客房数达206间（套）可以说在本地同行业是房数最多的。因此，房务营销一定要以会议为重点，要通过各种关系，各种渠道和各种手段招揽滕州市、枣庄市乃至省级和全国性的会议。营销部在增加专职营销人员的同时，在济南、枣庄及滕州市区特聘一些兼职营销人员，专门招揽各种会议（可以按提成方式展开）。同时，要力求得到市委政府的支持和帮助，了解和掌握各局的会议动态，开展强有力的营销攻势，达到大小会议不放过经营思想。

## 7、策划成立滕州市办公室主任联谊会

各单位的办公室主任，一般情况下均负责掌握着机关的招待会议安排，因此，定期组织他（她）们到酒店参加联谊活动，不仅增加与他（她）们的沟通和联系，且可及时了解、掌握各单位的客源情况。

办公室主任联谊会，要以讲授办公室现代化管理知识，交流办公室工作经验和信息为前提，结合进行征求主任对酒店的建议和要求，发布酒店的一些新举措，品尝酒店的新菜品，收集各单位的消费动态。（可局部逐步进行）

## 8、策划推出aa大酒店“金卡”（价值10000元）、“银卡”（价值5000元）、“宝石卡”（价值3000元）。

- 1、以上卡使用期限为一年；
- 2、以上卡购买后不可退还现金；
- 3、以上卡均享受酒店做出的相应特别优惠价及服务；
- 4、购卡需领取申请表，办理入会购买手续；

6、动员全体员工及销售参与卖卡，卖出提成（略）。

文档为doc格式

## 酒店经营计划方案篇四

岁月如梭，光阴似箭，转眼间入职得尔乐大酒店工作已有一年多时间，在过去的一年里，在总经理的领导下，经过酒店全体员工的共同努力，我们的卫生和服务得到巩固和提高，当然还有很多的细节上面，我们还存在着许多有待进一步完善的地方。下面，我就20xx年的各项工作，做以下安排：

一、以贵宾包厢为平台，制造服务亮点，树立优质服务窗口。

在现有的服务水准的基础上，对贵宾服务进行创新提升，主抓服务细节和人性化服务，并对贵宾包厢的服务人员进行结构性调整，提高贵宾包厢服务人员的入职资格，提升服务员的等级薪酬待遇，把贵宾包厢接待服务打造为酒店的服务典范，制造服务亮点，在服务品牌的基础上再创新服务品牌。

二、加强现场监督，强化走动管理。

现场监督和走动管理是餐饮管理的重要形式，本人坚持在当班时间按二八原则进行管理时间分配，百分之八十的时间在现场管理现场，百分之二十的时间做管理总结，并直接参与现场服务，对现场出现的问题给予及时的纠正和提示，对典型问题进行记录，分析问题根源，制定培训计划，弥补管理漏洞。

三、定期召开服务专题会议，探讨服务中存在的问题。

良好的服务品质是餐饮竞争力的核心，为了保证服务质量，提高服务管理水平，提高顾客满意度，将每月定期召开服务质量专题研讨会，由前厅管理人员参加，分析当月服务状况，



检讨服务质量，分享管理经验，对典型案例进行分析，研讨管理办法，避免同样的服务质量问题在管理过程中再次出现，这种形式的研讨，为前厅部管理人员提供一个沟通交流管理经验的平台，对保证和提升服务质量起到积极的作用。

#### 四、建立月度质量检查机制。

20xx年制定质量检查标准，卫生状况、工程状况、设施设备状况、安全管理、服务质量、员工礼貌礼节等内容进行全面监督检查，每月定期公布检查结果，形成“质量检查天天有，质量效果月月评”的良好运作机制，把质量管理工作推上一个新台阶。

#### 五、建造和谐、健康、快乐的工作氛围。

当今基层员工基本上都是90后，大部分员工可能并不是太在意“钱”，他们所需求的可能远远不止这些，就需要管理人员人性化管理与制度化管理相结合，在生活中给员工一些关心和爱护，在工作上为员工营造出一种轻松、愉快、和谐的工作氛围。

#### 六、人员稳定，减少人员流失。

了解老员工思想动态，了解员工需求，尽量挽留老员工，减轻管理人员工作上压力，同时减少公司资源和时间上的浪费，尽量保证公司的利益不受损失的前提下，给予员工福利待遇。

#### 七、在现有“五常管理法”的基础上，对落台内物品摆放更细化。

根据餐具的高度来确定餐具的数量，并将餐具归类摆放，从而减轻员工盘点餐具时的工作量，提高员工保护餐具的意识。

#### 八、在软件有所提高的同时，我们的设施设备也要有所转变。

同一类型台布、口布要有三种颜色以上，可根据不同的客人，不同的接待，摆设不同颜色的台布、口布；如果客人是生日酒或乔迁酒等，提前对包厢进行装饰，让客人有所惊喜。

## 酒店经营计划方案篇五

现今阶段□xx酒店业竞争日益激烈，消费者也变的越来越成熟，这就对我们饭店经营提出了更高的要求。在20xx年来临之际，我计划对我们xx大酒店经营管理作出一系列的调整，吸引消费者到我们店消费，提高我店经营效益。

### 一、市场环境分析

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。主要特征是等顾客上门，依靠政府部门为主顾客群，缺乏开展民间消费群体。没有充分体现本店特色，定位偏高，另外部分酒店服务质量还存在一定问题，影响了消费者到酒店消费的信心。去年的经营状况不佳，我们应当反思，目标市场定位。应当充分挖掘自身的优越性，拓宽市场，合理巩固已现有企业单位消费体，进行改关拉笼。完善其消费者档案。我店所在的是一个消费水平较低的xx城，居民大部分是普通消费者，而我店是以经营x菜以海鲜为主，山货及本地菜系偏少，多数居民的收入长期是不能接受。但我们店的硬件水平和服务是本地区最好，因此要分档接收各层次的消费，要体现“华而不贵、真正实惠”的经营理念。同时，旅游团队接待方面还有待开发与加强。

2、新闻宣传力度不够，没能让x城人民了解我店，也没能在xx地区充分宣传。建议用投入较少的资金进行企业文化宣传或企业人脉的宣传，其次要求对外围省级或x级主干道设立广告牌。

3、竞争对手分析：我店周围没有与我店类似档次酒店，只有不少的小餐馆或旅馆，虽然其在经营能力上不具备与我们竞争的實力，但其以低档案物美价廉较吸引部分消费群。周边有部分较为高档次酒店，主要分布在旅游区，对我们有影响是政府部门接待，因此本年度要引起重视，在服务质量或其它方面进行争取。做好会议接待市场破突破口。要做到休闲观光在景区、商务会谈、吃住在“xx”经营策略。

## 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。（黄金顾客档案效益）。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，服务成本也要相应随淡旺季而变，不能按照百分百编制，要让80%人员创造100%工作，还余20%人员是纯利润。同时要维护顾客忠诚度，这是最好免费口碑宣传，也使竞争对手无法争这部分市场份额。

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、从现在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，其支出是随意消费者支出的两到四倍，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。（如：谢师宴市场的开拓与巩固）。

## 2、减少销售成本

新的顾客群体需要大量的费用。如各种广告及其公关费用。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，我们要做的是进行合理的日常拜访与沟通（20xx年营销手段之一）。

## 3、赢得口碑宣传

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。根据目前我们xx人民消费心理，还欠缺稳定。跟“新”、跟“风”的消费心态。口碑是起到较大的催化剂。（口碑操作也是市场运作手段）。

## 4、员工忠诚的提高

加大力度培养新生力量同时巩固员工流失，这是顾客关于营销的间接效果，员工满意度的提高导致饭店服务质量的提高，使之顾客的满意提高，形成一个良性循环（20xx年要求引进部分在校实践生来补充人力资源）。

## 三、市场营销总策略

“百姓的高档酒店”一商务会议为日常基础接待（因目前非我店莫属），扩大百姓市场的收容争取。我们在文化上进行定位，力争婚宴、寿宴、谢师宴及节日宣传上炒作，以引起“轰动”。对于每年中秋节月饼，圣诞自助歌舞晚宴还有待全面拓展。

## 四、20xx年行动计划和执行方案

### （一）销售方法和策略

1、改变经营的菜系。我们以经营x菜和海鲜为主，本年度

我们要独创本店特色山菜及本地菜为辅。根据不同区域或消费提供口味菜系，建议引进部分粤菜，可以在各菜系中择其“精华”，把其代表菜选入菜谱。

2、根据季节淡旺季制定菜肴滑动价。

3、重新签发顾客协议，进行有原则“选择”。

4、推出房间“周末特价”。

5、面向附近居民提供婚宴、寿宴服务，成立酒席公关小组。

6、明确各年、节开展促销活动。

### （二）管理方法的改革

创收是根基，是酒店的生存之本；创收是酒店管理的重中之重。

1、转变观念，打好创收思想基础

实抓成本，不影响酒店运作的情况下为酒店增收“隐形收入”控制好可控成本，如：采购成本（采取不同时期估价）。水、电、燃料成本（细化分析进行有效节能），人力成本按淡旺季编制（3—7）月份拟订135人，（8—10）月份拟订140人，（11、12、1、2）月份拟订165人，其利润占酒店总利的1/4之多。

“管理”表面上与盈利无关。但从本质上看，管理是创收的基础和前提。没有好的管理就没有效益。“没有不合格的员工，只有不合格的‘管理者’”，便是这个道理。

## 2、“以人为本”，找到创收盈利之源

人，是创收最根本、最活跃的因素。“人本思想”，是创收的保证。让员工的“心”留在店里面，留在岗位上。把内藏的工作热情转化为优质服务的行动和活力。

## 3、疏通营销渠道，狠抓营业利润

要求抓专业营销队伍，并同时倡导全员促销，增强团队意识，使全店上下个个都宣传酒店，推销酒店产品。

## 4、优质服务，实现客我共赢

### （1）优质服务，是酒店的本份

定好标准，规范技能操作，严抓培训。标准，是行动的准则、指南。明确了标准，才能规范为顾客提供优质服务。优质服务的惟一标准，即顾客满意，也只有通过培训才实现最终顾客满意要求。

### （2）抓好落实

落实，每件事情都落处有声。

### （3）抓好检查

在酒店、部门、班组三级组织中，自下而上地提高检查力度，不走过场其做到“创收有奖、损利受罚”。

酒店的整体形象是通过细节来体现的，而细节则是无穷尽的。因此，要使酒店的管理真正做到“无差错”，就必须脚踏实

地地推行细节管理。高水平的酒店面对是高要求的客人，高要求的客人通常都有着非常细致，甚至有些苛刻的眼光，管理中的每一个细微的环节都会引起他们的注意。所以，要真正做到高水平的管理，就必须有一种“钻牛角尖”的精神。