

酒店计划书(大全9篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

酒店计划书篇一

(1)管理工作的全新理念和思路，已成为包括管理人员在内的饭店职工迫在眉睫的知识需求。因此今年我们准备加大对管理人员专业知识的培训力度，继续输送部分中层干部参加旅游管理专业的考证培训，使饭店管理工作日趋正轨。

(2)总服务台、房务中心以及餐厅等作为饭店优质服务的重要窗口，服务技能的欠缺和旅游外语水平的不足，势必会对饭店的经营工作起到至关重要的影响。因此，为提高以上各相关部门员工的服务技能和外语水平。今年我们将继续选派部分员工参加市旅委教育中心的外语b级证书的培训，并由获得合格证书的员工加紧对内各相关岗位员工的辅导培训，在条件许可的情况下，为他们提供练好外语会话的机会和条件。在服务技能的培训中，则将外请和“内练”结合起来，加大力度，争取在工作培训两不误的情况下，顺利完成此项任务。

(3)针对饭店目前机修技术水平普遍不强，紧缺技工(高低压电工、制冷工)严重匮乏等状况，虽然工程部内部也已实行“万能工”传帮带的现场培训，但关键工种无论从技术实际还是安全因素考虑，都必须经过专业考证的培训。因此，今年拟外派二名工程部员工参加高低压电工、制冷工和电焊工的技术考证培训。

2、新职工培训

新进职工是饭店经济活动中的新生力量，增强素质，砥练技能，使之尽快与发展迅速的饭店同步提高。根据“先培训、后上岗”，“边培训、边上岗”的原则，有计划有步骤地对新进职工进行循序渐进的岗位培训。把员工手册、安全知识、服务技能的应知应会作为基本的培训内容，经考核合格后准予上岗。

酒店计划书篇二

1保定所有规模化饭店，以面积大小划分为3类□a□高端（500平方米以上□b□中端（100平米—400平米□c□低端（100平米以下）；我们前期以中端饭店为起点进入。

1饭店大多使用普通猪肉，黑猪肉并无大范围影响，也没有因此进入消费者视线

目前饭店进货渠道：

高端饭店每天猪肉使用量□xxx饭店xxx斤/天

中端饭店每天猪肉使用量□xxx饭店xxx斤/天

低端饭店每天猪肉使用量□xxx饭店xxx斤/天

直隶黑猪肉简介：

直隶黑猪肉vs普通猪肉突出黑猪肉优势。

脂肪□3.6%xx

ph值：6.18xx

保水率□72.32%xx

肌肉嫩度□3.52kgxx

对肉的风味起关键作用的四种氨基酸：苏氨酸，丙氨酸，谷氨酸和赖氨酸以及半胱氨酸的含量，黑猪明显高于长白猪等外来猪种。

直隶黑猪体形中等、结构匀称、四肢结实健壮，抗病力强，耐粗饲，抗应激，生长快。

方案一：前期以普通猪肉价格进入饭店，售卖一个月。

合作内容：

1饭店所有菜品均可使用黑猪肉，或可设置几道以黑猪肉为主的特色菜，每卖出一道特色菜由直隶黑猪给想关服务员1元的提成。

在消费者点菜过程中，服务员要优先介绍此菜，并且要说明是“直隶黑猪”的黑猪肉。

饭店内免费摆放易拉宝、宣传页。

方案二：每天为合作酒店免费赠送20斤黑猪肉

合作内容：

由饭店根据其需要，设置以黑猪肉为主的一道特色菜，并以特价菜形式推出。

在消费者点菜过程中，服务员要优先介绍此菜，并且要说明是“直隶黑猪”的黑猪肉（硬性要求）。

酒店计划书篇三

做好酒店开业前的准备工作，对酒店开业及开业后的工作具有非常重要的意义；对从事酒店管理工作的专业人士来说也是一个挑战。我采用倒计时的手法，将酒店开业筹备工作作为一个项目来运作，实践证明可操作性极强。

一、酒店开业筹备的任务与要求

酒店开业前的准备工作，主要是建立部门运营系统，并为开业及开业后的运营在人、财、物等各方面做好充分的准备，具体包括：

（一）确定酒店各部门的管辖区域及责任范围

各部门经理到岗后，首先要熟悉酒店的平面布局，最好能实地察看。然后根据实际情况，确定酒店的管辖区域及各部门的主要责任范围，以书面的形式将具体的建议和设想呈报总经理。酒店最高管理层将召集有关部门对此进行讨论并做出决定。在进行区域及责任划分时，各部门主管应从大局出发，要有良好的服务意识。按专业化的分工要求，酒店的清洁工作最好归口管理。这有利于标准的统一、效率的提高、设备投入的减少、设备的维护和保养及人员的管理。职责的划分要明确，最好以书面的形式加以确定。

（二）设计酒店各部门组织机构

要科学、合理地设计组织机构，酒店各部门经理要综合考虑各种相关因素，如：饭店的规模、档次、建筑布局、设施设备、市场定位、经营方针和管理目标等。

（三）制定物品采购清单

饭店开业前事务繁多，经营物品的采购是一项非常耗费精力

的工作，仅靠采购部去完成此项任务难度很大，各经营部门应协助其共同完成。无论是采购部还是酒店各部门，在制定酒店各部门采购清单时，都应考虑到以下一些问题：

1、本酒店的建筑特点。

2、行业标准。

国家旅游局发布了“星级饭店客房用品质量与配备要求”的行业标准，它是客房部经理们制定采购清单的主要依据。

3、本饭店的设计标准及目标市场定位。

酒店主管应从本酒店的实际出发，根据设计的星级标准，参照国家行业标准制作清单，同时还应根据本酒店的目标市场定位情况，考虑目标客源市场对客房用品的需求，对就餐环境的偏爱，以及在消费时的一些行为习惯。

4、行业发展趋势。

酒店主管应密切关注本行业的发展趋势，在物品配备方面应有一定的超前意识，不能过于传统和保守。例如，饭店根据客人的需要在客房内适当减少不必要的客用物品就是一种有益的尝试。餐饮部减少象金色，大红色的餐具与布置，增加一些淡雅的安排等等。

5、其它情况。

在制定物资采购清单时，有关部门和人员还应考虑其它相关因素，如：出租率、饭店的资金状况等。采购清单的设计必须规范，通常应包括下列栏目：部门、编号、物品名称、规格、单位、数量、参考供货单位、备注等。此外，部门在制定采购清单的同时，就需确定有关物品的配备标准。

（四）协助采购

酒店各部门经理虽然不直接承担采购任务，但这项工作对各部门的开业及开业后的运营工作影响较大，因此，酒店各部门经理应密切关注并适当参与采购工作。这不仅可以减轻采购部经理的负担，而且还能在很大程度上确保所购物品符合要求。酒店各部门经理要定期对照采购清单，检查各项物品的到位情况，而且检查的频率，应随着开业的临近而逐渐增高。

（五）参与或负责制服的设计与制作

酒店各部门参与制服的设计与制作，是饭店行业的惯例，同时，特别指出因为客房部负责制服的洗涤、保管和补充，客房部主管在制服的款式和面料的选择方面，往往有其独到的鉴赏能力。

（六）编写酒店各部工作手册

工作手册，是部门的工作指南，也是部门员工培训和考核的依据。一般来说，工作手册应包括岗位职责、工作程序、规章制度及运转表格等部分。

（七）参与员工的招聘与培训

酒店各部门的员工招聘与培训，需由人事部和酒店各部门经理共同负责。在员工招聘过程中，人事部根据酒店工作的一般要求，对应聘者进行初步筛选，而酒店各部门经理则负责把好录取关。培训是部门开业前的一项主要任务，酒店各部门经理需从本饭店的实际出发，制定切实可行的部门培训计划，选择和培训部门培训员，指导其编写具体的授课计划，督导培训计划的实施，并确保培训工作达到预期的效果。

（八）建立酒店各部门财产档案

开业前，即开始建立酒店各部门的财产档案，对日后酒店各部门的管理具有特别重要的意义。很多饭店酒店各部门经理就因在此期间忽视该项工作，而失去了掌握第一手资料的机会。

（九）跟进酒店装饰工程进度并参与酒店各部门验收

酒店各部门的验收，一般由基建部、工程部、酒店各部门等部门共同参加。酒店各部门参与验收，能在很大程度上确保装潢的质量达到饭店所要求的标准。酒店各部门在参与验收前，应根据本饭店的情况设计一份酒店各部门验收检查表，并对参与的部门人员进行相应的培训。验收后，部门要留存一份检查表，以便日后的跟踪检查。

（十）负责全店的基建清洁工作

在全店的基建清洁工作中。酒店各部门除了负责各自负责区域的所有基建清洁工作外，还负责大堂等相关公共区域的清洁。开业前基建清洁工作的成功与否，直接影响着对饭店成品的保护。很多饭店就因对此项工作的忽视，而留下永久的遗憾。酒店各部门应在开业前与饭店最高管理层及相关负责部门，共同确定各部门的基建清洁计划，然后由客房部的pa组，对各部门员工进行清洁知识和技能培训，为各部门配备所需的器具及清洁剂，并对清洁过程进行检查和指导。

（十一）部门的模拟运转

酒店各部门在各项准备工作基本到位后，即可进行部门模拟运转。这既是对准备工作的检验，又能为正式的运营打下坚实的基础。

二、酒店开业准备计划

制定酒店开业筹备计划，是保证酒店各部门开业前工作正常

进行的关键。开业筹备计划有多种形式，饭店通常采用倒计时法，来保证开业准备工作的正常进行。倒计时法既可用表格的形式，又可用文字的形式表述。

（一）开业前三个月

与工程承包商联系，这是工程协调者或住店经理的职责，但客房部经理必须建立这种沟通渠道，以便日后的联络。

（二）开业前第两个月

1. 参与选择制服的用料和式样。
2. 了解客房的数量、类别与床的规格等，确认各类客房方位等。
3. 了解饭店康乐等其它配套设施的配置。
4. 明确客房部是否使用电脑。
5. 熟悉所有区域的设计蓝图并实地察看。
6. 了解有关的订单与现有财产的清单（布草、表格、客用品、清洁用品等）。
7. 了解所有已经落实的订单，补充尚未落实的订单。
8. 确保所有订购物品都能在开业一个月前到位，并与总经理及相关部门商定开业前主要物品的贮存与控制方法，建立订货的验收、入库与查询的工作程序。
9. 检查是否有必需的家具、设备被遗漏，在补全的同时，要确保开支不超出预算。
10. 如果饭店不设洗衣房，则要考察当地的洗衣场，草签店外洗涤合同。

11. 决定有哪些工作项目要采用外包的形式，如：虫害控制，外墙及窗户清洗，对这些项目进行相应的投标及谈判。

12. 设计部门组织机构。

13. 写出部门各岗位的职责说明，制定开业前的培训计划。

14. 落实员工招聘事宜。

（三）开业前一个月

1. 按照饭店的设计要求，确定客房的布置标准。

2. 制定部门的物品库存等一系列的标准和制度。

3. 制订客房部工作钥匙的使用和管理计划。

4. 制定客房部的安全管理制度。

5. 制定清洁剂等化学药品的领发和使用程序。

6. 制定客房设施、设备的检查、报修程序。

7. 制定制服管理制度。

8. 建立客房质量检查制度。

9. 制定遗失物品处理程序。

10. 制定待修房的有关规定。

11. 建立“vip”房的服务标准。

12. 制定客房的清扫程序。

- 13、确定客衣洗涤的价格并设计好相应的表格。
- 14、确定客衣洗涤的有关服务规程。
- 15、设计部门运转表格。
- 16、制订开业前员工培训计划

（五）开业前二十天

- 1、审查洗衣房的设计方案。
- 2、与清洁用品供应商联系，使其至少能在开业前一个月将所有必需品供应到位，以确保饭店“开荒”工作的正常进行。
- 3、准备一份客房检查验收单，以供客房验收时使用。
- 4、核定本部门员工的工资报酬及福利待遇。
- 5、核定所有布件及物品的配备标准。
- 6、实施开业前员工培训计划。

（六）开业前第十五天

- 1、对大理石和其它特殊面层材料的清洁保养计划和程序进行复审。
- 2、制定客用物品和清洁用品的供应程序。
- 3、制定其它地面清洗方法和保养计划。
- 4、建立ok房的检查与报告程序。
- 5、确定前厅部与客房部的联系渠道。

- 6、制定员工激励方案（奖惩条例）。
- 7、制定有关客房计划卫生等工作的周期和工作程序（如翻床垫）。
- 8、制定所有前后台的清洁保养计划，明确各相关部门的清洁保养责任。
- 9、建立客房部和洗衣房的文档管理程序。
- 10、继续实施员工培训计划。

（七）开业前第十天

- 1、与财务部合作，根据预计的需求量，建立一套布件、器皿、客用品的总库存标准。
- 2、核定所有客房的交付、接收日期。
- 3、准备足够的清洁用品，供开业前清洁使用。
- 4、确定各库房物品存放标准。
- 5、确保所有客房物品按规范和标准上架存放。
- 6、与总经理及相关部门一起重新审定有关家具、设备的数量和质量，做出确认和修改。
- 7、与财务总监一起准备一份详细的货物贮存与控制程序，以确保开业前各项开支的准确、可靠、合理。
- 8、如饭店自设洗衣房，则要与社会商业洗衣场取得一定的联系，以便在必要时可以得到必要的援助。
- 9、继续实施员工培训计划。

（八）开业前第七天

- 1、与工程部经理一起核实洗衣设备的零配件是否已到。
- 2、正式确定客房部的组织机构。
- 3、根据工作和其它规格要求，制定出人员分配方案。
- 4、取得客房的设计标准说明书。
- 5、按清单与工程负责人一起验收客房，确保每一间房都符合标准。
- 6、建立布件和制服的报废程序。
- 7、根据店内缝纫工作的任务和要求，确定需要何种缝纫工，确立外联选择对象，以备不时之需。
- 8、拟订享受洗衣优惠的店内人员名单及有关规定。
- 9、着手准备客房的第一次清洁工作。

（九）开业前第五天

- 1、开始逐个打扫客房、配备客用品，以备使用。
- 2、对所有布件进行使用前的洗涤。全面洗涤前必须进行抽样洗涤试验，以确定各种布件在今后营业中的最佳洗涤方法。
- 3、按照工程交付计划，会同工程负责人逐个验收和催交有关区域和项目。
- 4、开始清扫后台区域和其它公共区域。

三、开业前的试运行

开业前的试运行往往是饭店最忙、最易出现问题的阶段。对此阶段工作特点及问题的研究，有利于减少问题的出现，确保饭店从开业前的准备到正常营业的顺利过渡。客房部的主管在开业前试运行期间，应特别注意以下问题：

（一）持积极的态度

而应研究问题如何解决。

（二）经常检查物资的到位情况

前文已谈到了客房部主管应协助采购、检查物资到位的问题。实践中很多饭店的客房部往往会忽视这方面的工作，以至于在快开业的紧要关头发现很多物品尚未到位，从而影响部门开业前的工作。常被遗忘的物品有：工作钥匙链、抹布、报废床单、云石刀片等。

（三）重视过程的控制

开业前客房部的清洁工作量大、时间紧，虽然主管强调了清洁中的注意事项，但服务员没能理解或“走捷径”的情况普遍存在，如：用浓度很强的酸性清洁剂去除迹、用刀片去除玻璃上的建筑垃圾时不注意方法等等。这些问题一旦发生，就很难采取补救措施。所以，主管在布置任务后的及时检查和纠正往往能起到事半功倍的作用。

（四）加强对成品的保护

对饭店地毯、墙纸、家具等成品的最严重破坏，往往发生在开业前这段时间，因为在这个阶段，店内施工队伍最多，大家都在赶工程进度，而这时客房部的任务也是最重，容易忽视保护，而与工程单位的协调难度往往很大。尽管如此，客房部主管在对成品保护的问题上，不可出现丝毫的懈怠，以免留下永久的遗憾。为加强对饭店成品的保护，客房部主管

可采取以下措施：

1、积极建议饭店对空调、水管进行调试后再开始客房的装潢，以免水管漏水破坏墙纸，以及调试空调时大量灰尘污染客房。

2、加强与装潢施工单位的沟通和协调。敦促施工单位的主管加强对施工人员的管理。客房部主管要加强对尚未接管楼层的检查，尤其要注意装潢工人用强酸清除顽渍的现象，因为强酸虽可除渍，但对洁具的损坏很快就会显现出来，而且是无法弥补的。

必须换上客房部为其准备的拖鞋。部门要在楼层出入口处放些废弃的地毯头，遇雨雪天气时，还应放报废的床单，以确保地毯不受到污染。

4、开始地毯的除迹工作。地毯一铺上就强调保养，不仅可使地毯保持清洁，而且还有助于从一开始，就培养员工保护饭店成品的意识，对日后的客房工作将会产生非常积极的影响。

（五）加强对钥匙的管理

开业前及开业期间部门工作特别繁杂，客房主管容易忽视对钥匙的管理工作，通用钥匙的领用混乱及钥匙的丢失是经常发生的问题。这可能造成非常严重的后果。客房部首先要对所有的丁作钥匙进行编号，配备钥匙链；其次，对钥匙的领用制定严格的制度。例如，领用和归还必须签字、使用者不得随意将钥匙借给他人、不得使钥匙离开自己的身体（将通用钥匙当取电钥匙使用）等。

（六）确定物品摆放规格

确定物品摆放规格工作，应早在样板房确定后就开始进行，但很多客房主管却忽视了该项工作，以至于直到要布置客房时，才想到物品摆放规格及规格的培训问题，而此时恰恰是

部门最忙的时候。其结果是难以进行有效的培训，造成客房布置不规范，服务员为此不断地返工。正确的方法是将此项工作列入开业前的工作计划，在样板房确定之后，就开始设计客房内的物品布置，确定各类型号客房的布置规格，并将其拍成照片，进而对员工进行培训。有经验的客房部经理还将楼层工作间及工作车的布置加以规范，往往能取得较好的效果。把好客房质量验收关。

（七）客房质量的验收，往往由工程部和客房部共同负责

作为使用部门，客房部的验收对保证客房质量至关重要。客房部在验收前应根据本饭店的实际情况设计客房验收表，将需验收的项目逐一系列上，以确保验收时不漏项。客房部应请被验收单位在验收表上签字并留备份，以避免日后的扯皮现象。有经验的客房部经理在对客房验收后，会将所有的问题按房号和问题的类别分别列出，以方便安排施工单位的返工，及本部门对各房间状况的掌握。客房部还应根据情况的变化，每天对以上的记录进行修正，以保持最新的记录。

（八）注意工作重点的转移，使部门工作逐步过渡到正常运转

开业期间部门工作繁杂，但部门经理应保持清醒的头脑，将各项工作逐步引导到正常的轨道。在这期间，部门经理应特别注意以下的问题：

- 1、按规范要求员工的礼貌礼节、仪表仪容。由于楼层尚未接待客人、做基建清洁时灰尘大、制服尚未到位等原因，此时客房部主管可能还未对员工的礼貌礼节、仪表仪容做较严格的要求，但随着开业的临近，应开始重视这些问题，尤其要提醒员工做到说话轻、动作轻、走路轻。培养员工的良好习惯，是做好客房工作的关键所在，而开业期间对员工习惯的培养，对今后工作影响极大。

2、建立正规的沟通体系部门应开始建立内部会议制度、交接班制度，开始使用表格；使部门间及部门内的沟通逐步走上正轨。

3、注意后台的清洁、设备和家具的保养。各种清洁保养计划应逐步开始实施，而不应等问题变得严重时再去应付。

（九）注意吸尘器的使用培训

做基建清洁卫生时会有大量的垃圾，很多员工或不了解吸尘器的使用注意事项，或为图省事，会用吸尘器去吸大的垃圾和尖利的物品，有些甚至吸潮湿的垃圾，从而程度不同地损坏吸尘器。此外，开业期间每天的吸尘量要比平时大得多，需要及时清理尘袋中的垃圾，否则会影响吸尘效果，甚至可能损坏电机。因此，客房主管应注意对员工进行使用吸尘器的培训，并进行现场督导。

（十）确保提供足够的、合格的客房

国内大部分饭店开业总是匆匆忙忙，抢出的客房也大都存在一定的问题。常出现的问题是前厅部排出了所需的房号，而客房部经理在检查时却发现，所要的客房存在着这样或那样的一时不能解决的问题，而再要换房，时间又不允许，以至于影响到客房的质量和客人的满意度。有经验的客房部经理会主动与前厅部经理保持密切的联络，根据前厅的要求及饭店客房现状，主动准备好所需的客房。

（十一）使用电脑的同时，准备手工应急表格

（十二）加强安全意识培训，严防各种事故发生

客房主管要特别注意火灾隐患，发现施工单位在楼层动用明火要及时汇报。此外，还须增强防盗意识，要避免服务人员过分热情，随便为他人开门的情况。

（十三）加强对客房内设施、设备使用注意事项的培训

很多饭店开业之初常见的问题之一，是服务员不完全了解客房设施、设备的使用方法，不能给客人以正确的指导和帮助，从而给客人带来了一定的不便，如：房内冲浪浴缸、多功能抽水马桶的使用等。

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](#)

酒店计划书篇四

- 1、熟知酒店员工手册的各项内容，了解酒店文化和仪表、仪容
- 2、了解酒店的产品知识，包括参观客房、餐厅及相关设施
- 1、熟知各种不同价格宴会菜单
- 2、熟知各种不同类型会议的摆台方式
- 3、熟知餐饮不同时期菜式变化及促销活动

4、熟知不同时期的市场变化及对手酒店宴会相关信息

5、及时与客户进行沟通及做好相关反馈信息储存

1、如何做电话预约及自我介绍

2、如何做好拜访计划

3、了解自己的工作使命及目标，在工作时间内如果保持好的工作状态和自我形象

4、与资深销售员一同做客户拜访，在此期间可以学习一些销售语言和技巧

1、如何做电话预约及自我介绍

2、如何制定异地客户拜访计划、出差费用

3、如何与异地客户进行第一次拜访

4、如何与异地客户保持长期稳定的联系

酒店计划书篇五

广告媒体是进行广告活动的物质技术手段。广告媒体策划，就是对广告媒体的恰当选择。广告媒体的种类很多，有报纸、杂志、电视、广播、录像、影碟、网络等。广告媒介不同，其广告效果亦不同，在制定广告媒介时，要注意以下几个问题：1. 广告媒介的收费高与低；2. 广告媒介的影响层和影响力；3. 广告媒介的发布时机和效率；4. 各种媒体的配合；5. 商品的特殊性和销售范围；6. 宣传对象。

台湾“可口可乐”广告策划对广告媒介进行了详尽的分析，对所选择的媒介在“理由”上进行了详尽的陈述，现转录如

下，在策划媒介时可作重要参考。

广告种类之选择

在地区方面，根据客户之意见，以台湾北部为主，中部及南部为次。

在种类方面，我们根据两项原则作为取舍标准。

第一、要能为“可口可乐”找到推销之对象。

第二、能最有效地表达“可口可乐”之广告特色及主题。

根据上述两项原则，我们建议，“可口可乐”之推销广告应综合利用以下四类方式：

(一) 电影：台北市首轮西片或国语片电影院。

(二) 电视：台湾电视公司。

(三) 电台：选择“台北中广电台”及“正声”两电台。

(四) 报刊：选择中文报三家，英文报两家及两份畅销杂志。

第一类电影广告

以台北市首轮电影院为“可口可乐”广告之主干。理由为：

- 首轮电影院能吸收我们所需要之对象。
- 首轮电影院能以完备之“声”及“光”，将“可口可乐”广告片中之美丽色彩，活泼形象，动听乐曲，以及广告主题，完全表出来。

故此类广告，非但能为“可口可乐”找到所需要之上等或中

等收入之家庭成员，而且综合发挥“视觉与听觉”之美感，直接、有效地将我们之广告目的，传达于观众，并使留有深刻印象。

第二类电视广告

电视与电影性质相同，而且拥有电视之家庭，必然属于上阶层，正是我宣传之对象。

惟台湾只有一家商业电视公司，既不能举办特约节目，且其广告时间早已排满，我们能利用者不多，故电视只能作为电影之辅助。

第三类电台广告

此类广告优点，在于能利用音响，以乐曲形式，加深听众对“可口可乐”广告主题之印象，并使易于记忆。

我们选择“台北中广”及“正声”两电台，因其听众较多。

第四类报刊广告

以上电影、电视、电台为“可口可乐”广告主要方式。此外，在上市时期，再以报纸及杂志作辅助宣传，且“可口可乐”在台湾上市，亦属有价值之新闻。

我们为使外国侨民及能说英语之中国人士(上等收入阶层)得知“可口可乐”经已上市，选择英文报两份：一为中国邮报(chinapost)□每日发行额3,000份。二为中国日报(chinanews)□每日发行额8,000份。

在中文报方面，共选三份：一为中央日报，(发行额115,000份)二为联合报(发行额高达200,000份)，三为征信新闻(发行额130,000份)，此三份日报，均在全省发行，故台湾中部

及南部读者亦能看到我们之广告，且其拥有之读者，大都为上等或中等收入阶层。(包括商界、自由职业者、学生以及公务员等)。

此外，我们亦须利用彩色印刷之优点，以增强报刊广告之效果。

因此我们选用最畅销之两种杂志，即读者文摘中文版(发行额71,000份)及台湾电视周刊，使“可口可乐”之广告，能进入上等收入之家庭。

同时，杂志之阅读时间较报纸为长，辗转阅读之人数亦较多。

各类广告分配

(一)电影方面，于开始之五月至九月，所有十二家台北首轮电影院，均放映一分钟广告片。

(二)电台方面，我们建议在正声电台，由五月份起至九月份止，每日为青少年举办流行歌曲特约节目一小时。由此特约节目，可得四分钟广告时间，如善为利用，可播出二十五秒广告八次。此广告量甚为可观，且定价亦合理。

至于台北中广公司，其收费较“正声”电台为贵。故在中广，只用插播，由五月至九月，每日插播三十秒广告十次。

(三)电视方面，由于广告太挤，只能在开始之五月，及七八两旺月，每星期三天，每日“插播”乙级时段三十秒广告，三次。

(四)报刊方面，我们所选定之五份中英文报，每报刊登半页广告一次，四分之一页广告五次。其分配为：在开始这星期各刊半页广告一次，以后连续三个星期，每星期刊四分之一广告一次，六月份暂停。七月分之头两星期再恢复每星期刊

四分之一页广告一次。

至于杂志方面，我们建议读者文摘在七八两个月刊登四色全页广告。

台湾电视周刊则由五月份起至九月，均每两星期刊登两色全页广告一次。

总括而言，我们之广告份量，极为充足。在开始之五月及七八旺月，广告量尤为集中。

各类广告观众数目

我们推算：电影观众约有64万人

电视观众约有575000人。

电台听众约有53xx人。

报刊读者约有557000万人。

推算之方法如下：

影院观众数目

我们之推算，乃以每一电影院每十天换片一次为根据。

在此十天内之观众，重看者极少，故十天期内之观众，即为电影观众之总数。

电视观众数目

台湾电视机估计总数111, 000架

台湾北部

电视机约有82, 276架

每一电视机

观众平均数7人

因此台湾北部之电视机观众为：575, 932人

电台听众数目

地区台湾北部收音机架数

台北市392, 573

台北县19, 045

阳明山管理局9, 005

桃园县65, 000

基隆县47, 225

总计532, 856

由于缺乏每架收音机之收听人数资料，我们假定最少为一人。在“可口可乐”插播广告之五个月内。所有收听电台之听众，必会收听“中广”、“正声”，不论是同时收听或轮流收听，因此听众之最低数目，应与台湾北部所拥有之收音机架数相同，亦即532, 865人。

报刊读者数目。

我们虽缺乏报刊读者人数之统计总数，但以最保守之估计，每份读者为一人，则读者之总数，应为557, 000人。

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

酒店计划书篇六

通过专业实习熟悉酒店企业的业务和管理情况培养学生独立开展工作能力分析问题的能力为成为一名合格的酒店中高级专业人才打下良好的基础。

组长成员实习指导老师酒店1班酒店2班

- 1、协助学院及系做好学生的实习动员工作及其它各项准备工作。
- 2、学生下点时实习指导教师应陪同前往做好学校和实习单位的衔接工作帮助学生迅速进入工作岗位。
- 3、学生实习期间指导教师至少应去学生所在实习单位巡视3次。
- 4、学生实习期间保持与所指导学生的联系解决学生在实习过程中的各类困难及问题。

5、对违纪学生提出处理意见。

6、填写各类相关表格提出学生实习等意见。

1、按照实习大纲和实习教学计划的要求按时参加和完成实习任务服从指导教师、专业技术人员的指导记好实习周记按时完成实习作业写好实习报告。

2、严格遵守实习纪律和实习单位有关规章制度遵守社会公德和交通秩序注意人身和财产安全防止各类事故发生。

3、因病、因故不能参加实习者应在实习前书面提出书面申请并提供医院证明等相关材料向学院办理请假手续实习期间请假按有关请假制度执行。

4、实习结束后学生应将《营口市经济技术学校实习报告》、《营口市经济技术学校学生实习周记》参加专业实习、岗位实践同学填写等材料送交指导教师评阅。

1、学生按照实习计划和实习大纲完成实习教学任务经考核合格取得相应学分。

2、学生实习考核内容与成绩比例实习态度与实习纪律占20、业务能力与水平占50、实习周记、实习报告或作业的完成情况占30。

3、无故不参加实习或实习全过程缺勤在三分之一及以上者实习成绩视为不及格。

4、指定专业实习期间未经学校同意私自调换实习单位的无实习成绩不能取得学分。

5、学生实习成绩按优秀、良好、中等、及格和不及格五级评定原则上呈正态分布严格控制优秀比例一般优秀率不大于20。

3、住宿安排本学期结束退出学校的住宿既最后一年不缴纳住宿费学院提供一间教室作为临时仓库。堆放实习学生不需带深圳特区的各类用品。

1、实习学生在实习过程中应与我校委托的深圳特区指导教师及学院指导教师保持信息联络的畅通。

2、严重违反酒店规定的行为在受到酒店处理的同时学院将按校纪校规给予相应的纪律处分旷工按一天七节课计算实习成绩不合格者不予毕业。

3、指定实习阶段原则上不予更换实习企业。

4、确因其它原因其更换的程序如下1学生向我校委托的深圳特区指导教师提出书面申请说明理由。

5、深圳特区指导教师向我院指导教师提出处理意见。

6、我校指导教师进一步了解具体情况。确认是由于实习企业不适合学生实习向实习领导小组提出更换建议。

7、实习领导小组讨论决定是否给予更换。

8、未得到同意而离开实习单位的将给予相应的纪律处分。

酒店计划书篇七

第一章目标任务

一、客房目标任务：782万元/年。

二、起止时间：自20xx年1月—20xx年12月。

第二章形势分析

一、市场形势

- 1、关山地区相对有威胁的酒店2家，正在营业的四星级诺威香卡国际酒店和今年底计划开业的五星级格雷丝国际花园酒店。
- 2、客源市场相对饱和，竞争不太激烈，但是竞争仍会持续。
- 3、预测：本酒店开业目标客户为周边娱乐场所和企事业单位；散客市场仍保持平衡；会议培训潜力很大。

二、竞争优、劣势

优势：

- 1、新建酒店选址地处大学园路和华师园北路交汇的十字路口，地理位置好、交通便利、受众面广、装饰现代、硬件功能相对完善。
- 2、四星标准的. 软件服务、中高档酒店用品配置、高档卫生洁具和先进的马桶设计。
- 3、经营成本低、丰富的客源市场、竞争压力不大。
- 4、科学的市场定位、规范系统的管理、专业培训的员工。

劣势：

- 1、酒店其他楼层在外租，整体感觉档次不高，影响酒店的直观效果。硬件上缺少电梯、步行通道杂乱、闲置物业影响整体形象。
- 2、隔壁酒店占领一定市场，形成直接竞争态势。
- 3、周边环境没有规划成型。（停车场地有待解决）

4、酒店低成本运营与高质量服务冲突比较突出，管理成本高居不下。（房间数量和酒店规模无法摊薄管理成本）

第三章市场定位

作为市内中档商务型酒店，充分发挥酒店地理位置、配套设施的优势，瞄准中层次消费群体：

- （1）本城休闲娱乐人群。
- （2）本地企事业单位。
- （3）中档的商务散客。
- （4）小型会议、培训。

酒店计划书篇八

xx酒店是按四星级标准建造的以教学为主的酒店。它位于大兴区庞各庄，京开高速路直达，交通便利。校园幽静，园林水系贯穿其中，建筑风格简约大气。在校园内建设，校园总共占地月300亩。

酒店共有38间宽敞舒适的客房，可同时容纳48人入住。房间类型包括标准间，豪华单人间及豪华套间。房间设有独立网线接口、迷你酒吧、私人保险箱及较宽敞的私人活动空间。烟感及客房走廊保安系统俱全。可在安全舒适的环境中享受到浓郁的校园文化气息。标准间：酒店拥有10间标准间，使用面积为30平米。豪华单人间：酒店拥有豪华单人间26间，使用面积为30平米。拥有良好的采光效果。豪华套间：酒店拥有豪华套间2间，使用面积60平米。具有独立的会客室。

酒店前台采用国内外先进的opera管理系统。舒适的商务中心，为您提供服务。

xx教学酒店餐饮设施由中餐厅、西餐厅、酒吧、宴会厅四个部分组成。

中餐厅位于酒店大堂东侧，分上下两层，可同时容纳240人用餐，餐厅首层餐厅约有600 m²。设有四间半封闭式包房，每个包间可供6人用餐，其中两间为可连通式包间，可容纳24人同时用餐，（2桌/12人）首层大厅可容纳140人。

二层餐厅约有500m²，设有三个全封闭式包间，大包为10人间，中包为8人间，小包为6人间，所有包间内设有豪华沙发和高清晰电视。二层大厅可容纳80人同时用餐。餐厅南侧为玻璃幕墙，视野开阔，校园全景尽收眼底。二层餐厅可接中餐零点，团队餐，会议餐，聚会等活动。

西餐厅位于酒店二层西侧，面积约有200m²，餐厅北侧为自助餐台，东侧为酒吧，可同时容纳100人用餐，餐厅属于开放式空间。餐厅可提供西餐零点，西式套餐，自助餐等食品。

酒吧位于酒店一层的东南侧，面积约有150m²，可同时容纳70人就坐；整个酒吧为全玻璃幕墙，光线充足，视野开阔，三面环水，池水中映现出风格独特的校园建筑，呈现出一幅幽静、和谐的校园图画。坐在酒吧内可将校园美景一览无遗，是酒店休闲、会友、商务洽谈的最佳场所，酒吧内可提供冷热饮、小吃、冰淇淋及中西式美点。

宴会厅位于酒店一层西侧，面积约有600m²，并配有vip包间，化妆间，可同时容纳400人用餐，适于举行各种大型会议、宴会、展会、冷餐会等活动，是庞各庄地区最大的宴会厅。

在xx酒店的周围，有五星级的龙熙温泉度假酒店。

龙熙温泉度假酒店的优势：住宿区有267套豪华客房，自然典雅，浴池临窗而设，时尚前卫，满足新一代度假族独特的时尚情调；8栋独立别墅，功能各异，尽显雍容典雅。有容

纳10—400人的十多个大中小型会议室、多功能厅，配备设施先进完善，满足多种现代会议需求。龙熙的温泉水世界，共有35个泡浴池，高尔夫球场占地面积约20xx余亩。各种豪华的服务设施一应俱全。还为客人提供热带雨林温泉泳池、台球、保龄球等十八项休闲娱乐项目。

服务设施：停车场、商务中心、有可无线上网的公共区域、免费停车场、外币兑换服务、前台贵重物品保险柜、免费旅游交通图（可赠送）、商场、鲜花店、理发美容室、自动取款机、票务服务、专职行李员、行李存放服务、洗衣服务、残疾人客房、邮政服务、叫醒服务。餐饮休闲：中餐厅、西餐厅、咖啡厅、茶室、限时送餐服务；卡拉ok厅、夜总会、棋牌室、桌球室、乒乓球室、健身室、室内游泳池、按摩室、桑拿浴室、室外游泳池、足浴□spa□水上运动。

龙熙温泉度假酒店的劣势：价格昂贵，因为有高尔夫球场地，因此有时环境嘈杂。建筑不够创新。

xx酒店的优势：价格便宜，环境幽静，建筑风格简约大气，以教学为主的酒店，让客人有种踏实的感觉。

xx酒店的劣势：没有娱乐项目，服务设施少，客房不够高档，有些设备不太完善。

销售就是介绍商品提供的利益，以满足客户特定需求的过程。商品当然包括着有形的商品及服务，满足客户特定的需求是指客户特定的欲望被满足，或者客户特定的问题被解决。能够满足客户这种特定需求的，唯有靠商品提供的特别利益。

对酒店进行销售，主要是对旅行社、公司、散客的销售。销售人员可能是人们与酒店最先接触的人，会议主管或公司主管与酒店打交道最先接触的也是销售人员。尤其是对酒店不熟悉的那些人来说，他们对酒店的最初印象，是通过酒店所有销售人员的外表、个性、举止和行为形成的。所以说销

售是一门艺术，要很好的把握技巧、掌握必要的步骤，才能完全发挥它的作用。

销售人员的工作直接制约着酒店内所有员工，从客房服务员到经理人员。“把东西推销出去是最重要的”这一古老格言最适合酒店业。如果没有人入住酒店，那么打扫客房、餐饮服务、照顾顾客就无从谈起。

销售人员与客房部、前厅部和餐饮部保持着紧密的联系。团体销售的概念是，把一批顾客接到酒店，解决他们的膳宿要求，并帮助筹办会议。

销售人员通常会用几个月的时间完成一次会议销售，并设法按照承诺完美无缺地承办这次会议。其间需要销售部和其他部门之间进行有效沟通，这一点是非常重要的。

可以由本酒店销售人员进行电话销售，联系一些公司，同时先去大兴的一些公司进行上门销售。而且我们酒店离野生动物园很近，价格便宜，这样我们还可以和旅行社联系。学生的家长也属于少部分的的客源。同时，我们可以像以前那样接待一些活动，搞大型活动时，龙熙的部分客源也会到我们酒店入住。等到我们酒店名牌被人打响，我们还可以去远一点的地方进行登门销售，因为酒店出名了，部分人或公司也就不在乎是否距离偏远一些了。

五种与消费者的关系形态：

第一种是基本关系形态。它是指基本的交易关系，即指酒店的销售人员只负责销售酒店的产品，不关心和提供销售以后的任何其他服务。

第二种是反应性关系形态。它是指酒店的销售人员不仅负责销售产品，而且鼓励购买者在发现产品有问题时可以打电话与他们联系。

第三种是负责任关系型。它是指在酒店产品销售以后的一段时间内，酒店销售人员主动打电话给购买者，调查产品是否能满足购买者的期望。同时，酒店销售人员也向购买者征求改进酒店产品的意见。

第四种是主动联系关系形态。它是指一家酒店的销售人员或其他人员经常打电话给消费者，特别是老顾客了解他们对改进现有酒店产品功能和开发酒店新产品的建议。

第五种是合伙者关系形态。它是指一家酒店不断地与其客户一起工作来帮助他们，并不断发现能为他们提供更有价值的产品与服务的方法。

一般可以选用下列三种增加宾客价值感的方法：

1、增加宾客的财务利益

它是指对某些忠诚的顾客来说，支付相同的价格可以享受更多更好的产品。最通常的做法是对经常性的顾客给予优惠性奖励利益。如航空公司对经常乘坐它们飞机的旅行者提供“常旅客奖励方案”，即可以按乘坐飞机的里程给予奖励积分，积分到一定数额后可以为顾客提供免费的旅行奖励。据1992年统计，全世界参加这类奖励旅行计划的乘客已高达4000万人。这意味着航空公司拥有了4000万名忠诚的顾客。又如酒店对经常来住的宾客往往提供高一个等级的客房，酒店内的小商店则给予经常来购物的顾客可以对不满意的商品进行退款的特权。虽然，这类增加宾客财务利益的计划可以建立起消费者对酒店产品的偏好，但是由于这类计划很容易被竞争对手模仿，因此酒店难于通过实施这类计划拥有长期的竞争优势。这样，酒店还必须要运用增加消费者社交利益的方法来强化自己的竞争优势。

2、增加宾客的社交利益

增加宾客社交利益的方法是：通过了解宾客的独特需求，提供专门化与个性化的产品与服务，以此来建立与消费者个人间的良好关系。例如，波音飞机公司为每一位现在的或潜在的客户都指定一位营销经理进行定期联系，详细了解与记载每一位客户的各种需求信息，熟悉客户负责人的名字与个人爱好等。而不是像超级市场里的服务人员对待其顾客那样，不注意他们的名字与个性。实践证明个性服务和感情服务有利于形成顾客忠诚，为了使个性化服务更有主动性和计划性，必须提升个性服务，即对于一些建立在标准化基础上的，比较成熟的个性服务，可以逐步建立适应个性服务要求的规范，即个性服务的标准化。这需要两个保证：一是硬件——数据库保证。通过数据库综合，分析各种顾客信息，既可以帮助酒店找到目标顾客群，将各种宾客档案加以处理。这方面集团化或营销联盟中的酒店更有优势，如某位顾客在杭州下榻香格里拉饭店，他还要去武汉，于是在客人到达武汉之前杭州香格里拉饭店已将其客情档案，特殊要求通过本集团的电脑网络传至武汉香格里拉饭店，使客人到武汉后仍可享受到在杭州一样的款待，俨然是武汉的“虚拟”回头客，网络扩大了回头客的定义。二是软件——素质保证。个性服务总处在提炼、升华状态，酒店组织应成为学习型组织，不断提高员工的服务技术、技巧和知识水平。

酒店计划书篇九

随着人们的生活水平不断的提高，消费概念的不断转变，越来越多的单位和个人对烟酒的需求很大。加之现在大多农村生活水平的提高，都向城镇搬迁安家。由于人口的集中，这样就使得烟酒有相对稳定的需求市场。

烟酒店名称：××××

本店属烟酒服务行业，由×××、×××夫妇共同经营（指定联系电话：××××××××××），主要提供烟酒及各式饮品，承接各式宴会、酒席的烟酒提供。××××位

于××××××××门面，开创期是一家相对小型的烟酒店。但随着城镇人口的增多，人们对烟酒品质的提升促进了市场需求的增多。本行业正在以蓬勃的趋势大步向前，而且本行业的投资风险相对其他行业来说较小，且具有稳定性，利润相对高一些回收率也就高。

由于地理位置便利，加上我们在服务质量和产品质量上下了大功夫，所以客源相对丰富。另外有几家稳定的团购单位，这样来每月的销量就目前来看已经是直线上升的趋势，大概情况如下：高端酒主要以单位和企业团购以及酒店的各式宴会接待之类，在40000—60000元不等，低端酒主要用于婚宴、酒席之类和一些乡镇小型的超市、小商店之类，每月售出在15000—25000元不等。再加上店里每天在零售这块也有500—1500元不等。

×××××酒店现有面积×××多平方米，总投资金额××万元整，初期投资主要用于完成租赁店面及店面形象装修，购买设备，烟酒类商品的订购，资金明细如下：

店面租赁：××××元，购买设备及烟酒产品的订购××××元，流动资金投入××××元。

因客源的相对稳定，销量的逐步增大，流动资金占用的累积，特需×万元整，用于流动资金的投入。

我将通过扩大销量，争取利润，在×年之内偿还投资。