

最新民俗酒店开业营销方案(模板5篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。通过制定方案，我们可以有计划地推进工作，逐步实现目标，提高工作效率和质量。以下是小编为大家收集的方案范文，欢迎大家分享阅读。

民俗酒店开业营销方案篇一

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、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。客房部的管理人员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

在饭店进入试营业阶段，很多问题会显露出来。对此，部分客房管理人员会表现出急躁情绪，过多地指责下属。正确的方法是持积极的态度，即少抱怨下属，多对他们进行鼓励，帮助其找出解决问题的方法。在与其它部门的沟通中，不应把注意力集中在追究谁的责任上，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管理人员应协助采购、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，虽然管理人员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，管理人员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，客房部管理人员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，客房部管理人员可采取以下措施：

- 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。敦促施工单位的管理人员加强对施工人员的管理。客房部管理人员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。
- 3、尽早接管楼层，加强对楼层的控制。早接管楼层虽然要耗费相当的精力，但对楼层的保护却至关重要。一旦接管过楼

层钥匙，客房部就要对客房内的设施、设备的保护负起全部责任，客房部需对如何保护设施、设备做出具体、明确的规定。在楼层铺设地毯后，客房部需对进入楼层的人员进行更严格的控制，此时，要安排服务员在楼层值班，所有进出的人员都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，客房管理人员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、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，但很多客房管理人员却忽视了该项工作，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，此时客房部管理人员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，应开始重视这方面的问题，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，客房管理人员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

客房管理人员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。

二、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，各部门管理人员应从大局出发，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。

酒店管理人员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。

酒店管理人员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，客房部管理人员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。

三、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，又可用文的形式表述。以下是一份用表格表达的开业前工作计划，仅供参考。

民俗酒店开业营销方案篇二

二、地点：886酒店

方式：开业庆典

四、主题：“天上人间———碧海云天”

五、价格：1、实行通票制度。价位：〈人民币〉118.00元/位。

包含服务项目：免费洗浴门票、免费餐饮〈内容见店内公告〉、免费观看大型演出、免费书吧、免费健身、免费饮料一瓶。

六、宣传：

a□外部：

1、活动的前期预热[新闻、软文、广告的宣传,dm□pop等的发放到位]。

2、报纸媒体的选择[燕赵都市报，燕赵晚报]。

3、电视媒体的选择[河北卫视1台，旅游频道]。

4、网络媒体的选择[中国企业网，银河网———免费]。

5、户外媒体的选择[车体、路牌〈暂不考虑〉]

6、广播电台的选择[暂时不考虑]。

7□dm的发放[针对司机及有车一族重点发放，并发放开业优惠承诺书]。

8、店外的宣传[开业用的氢气球，灯笼，条幅□pop等。烘托节日气氛]。

9、开业庆典期间每天前五名顾客还有更多惊喜送出。

10、每天还举办幸运大抽奖活动。〈详情见店堂海报〉

b□内部：

1、凡是一次性消费满300元的赠餐券50元、门票一张，及其它礼品。

2、凡是一次性消费满600元的赠餐券100元、门票两张，及其它礼品。

3、凡是一次性消费满1000元的赠餐券150元、门票四张、及其它礼品。

4、凡是一次性消费满1500元的赠餐券200元、门票六张、及其它礼品。

5、凡是一次性消费满元以上的{含2000元}赠餐券300元、门票八张、健身月卡一张及其它礼品。

6、就餐的同时还可以免费观看大型的文艺演出活动。

7、门票买一送一优惠截止农历正月十六日。

8、店内的宣传[灯笼、彩色气球□pop的布置及人员的培训到位]。

七、促销礼品：

1、打火机类。

2、雕塑{小型浮雕类，

有收藏及观赏价值}。

3、鲜花。

4、水晶制品 {小型工艺品}。

5、其它玩具类。

八、举办迎新春象棋大赛-----碧海云天杯

时间：正月初十-----十二日

奖品：一等奖奖-----

二等奖奖-----

三等奖奖-----

鼓励奖奖-----

参与奖奖-----

欢迎各界人士报名参加。报名咨询电话：

九、闹元宵节-----猜灯谜大型文艺晚会活动。

时间：正月十四-----十六日，每晚8：00---10：00点

奖品：〈另定〉。

欢迎各界有识之士参加出题活动。〈出题者另有奖品〉

报名咨询电话：

十、销售重点：俱乐部会员卡、门票年卡、健身卡、美容卡。

十一、签定消费协议。吸引重点客户。

销售方式：

1、人员推销，通过电话、上门等方式直接面对客户。

2、配合广告宣传进行优惠折扣销售。

例：浴所会员卡在开业期间每天前二十名顾客九折优惠销售。

浴所门票卡在开业期间每天前十名顾客八折优惠销售。

健身卡在开业期间每天前五名顾客八折优惠销售。

美容卡在开业期间每天前五名顾客八折优惠销售。

3、和专业公司合作共同销售。

4、针对重点单位签定消费协议。

十二、针对消费人群：白领、金领的中、高收入人士。

十三、活动涉及的部门：洗浴部、前厅部、餐饮部、康乐部、客房、美容美发中心；其他各部门做好接待、后勤保障等各项工作。

十四、随时进行活动的跟踪及售后回访工作，各部门要建立健全客户档案制度，及汇总工作。

十五、评估此次营销活动的成果，经验。以便在下次活动时参照及取舍。

十六、为配合此次营销活动的顺利进行，各部门领导及营销部人员营销需要同时进行电话营销，签约销售等有关销售方面的工作，做到全员营销，团队之间要互相配合，全力打好这一仗。

民俗酒店开业营销方案篇三

酒店开业促销活动方案

一、背景分析：

优势：

2. 周边酒店少，竞争力强；

3. 本酒店属于新装修商务酒店，装修风格突出，配套设施完善，经营项目都属于眉山市消费的前沿，发展潜力大。

劣势：1. 周边高收入人群不多，人气不足；

2. 知名度不高，目标群体对酒店了解不够；3. 酒店核心竞争力不明确，特色不突出。

二、营销目的：

树立酒店知名度，提升人气，建立相对稳定的消费群体，稳定增加收入。立足于本土，打造当地一流的酒店形象。

锁定目标群：

当地高收入人群，追求新鲜刺激的夜游人士，各企事业单位、机关团体，各大旅行社团体，外地来眉人士。

三、项目分析：

酒店作为一件特殊的商品，区别于其他商品的营销。关键在于如何正确的制造消费者的需求。国内当今，酒店业日趋繁荣，竞争激烈。但品种只有那几类。经济型、豪华型和商务型。经济型打价格战，豪华型注重服务和奢侈程度，商务型

注重配套完善。很少注重品味。我们酒店则可在这时弥补品味的空缺。注重品味将是本酒店的核心竞争力。

优势：注重环境气氛，说白了就是为营造一个很好的氛围。这是几乎国内空白的酒店理念。多种浪漫环境的选择。

会员制的管理，很大程度的保护了消费者的隐私便捷交通环境，地理优势明显灵活的房间挑选方式。

挑战传统，迎合追求新鲜的现代人心理需求

劣势：安全隐患较多

政策上不占优势

四、具体营销策略：

1. 提前向目标消费群体发布开业活动信息及具体活动内容；
2. 提倡会员制，增加会员办理；
3. 营销人员推销，通过电话、上门等方式直接面对客户。和专业公司合作共同销售。针对重点单位签定消费协议。随时进行活动的跟踪及售后回访工作，各部门要建立健全客户档案制度，及时汇总工作。为配合此次营销活动的顺利进行，各部门领导及营销部人员营销需要同时进行电话营销，签约销售等有关销售方面的工作，做到全员营销，团队之间要互相配合，全力打好这一仗。

宣传：

- 1、活动的前期预热[新闻、软文、广告的宣传,dm□pop等的发放到位]。

2、报纸媒体的. 选择。

3、电视媒体的选择。

4、网络媒体的选择。

5、户外媒体的选择。

6、广播电台的选择。

7、dm的发放[针对出租车司机及有车一族重点发放，并发放开业优惠承诺书]。

8、店外的宣传[开业用的氢气球，灯笼，条幅、pop等。烘托开业气氛]。

9、开业庆典期间每天前五名顾客还有更多惊喜送出。

10、每天还举办幸运大抽奖活动。

促销礼品：

1、打火机类。

2、雕塑{小型浮雕类，有收藏及观赏价值}。

3、鲜花。

4、水晶制品{小型工艺品}。

5、打折卡或免费体验卡。

五、具体实施方案：（略）

六、费用预算：（略）

七、此次营销预计效果：

1. 提升酒店的知名度。
2. 使本地的半数人士都知道。
3. 司机师傅都知道本酒店。
4. 及目标群体来此路线。在消费时会选择本酒店。
5. 发展和增加本酒店的固定会员。
6. 使当地的企业及企业领导都知道本酒店。在有需求时会选择本酒店。
7. 提高客户满意度、美誉度和忠诚度。使其最终成为酒店的老客户及会员。
8. 通过对主要产品(客房)的宣传和销售，同时带动附属产业的销售和知名度。

此策划主要针对开业营销进行构思，营销战略只是一个小框架。在市场分析上相信投资公司胸有成竹。期待指教沟通。

更多营销策划方案

民俗酒店开业营销方案篇四

一、活动时间：

20xx年1月1日9:38

二、活动地点：

立信花园酒店

三、活动主题：

立信花园酒店-开业庆典

四、参加人员：

酒店内部人员及宴请嘉宾

五、主办方：

立信花园酒店

六、活动目的

1. 制造热点效应，树立公众形象；
2. 向广大民众传达酒店正式开业，吸引民众及其他对项目的注重；
3. 扩大立信花园酒店在九江地区的声誉和实力，为以后经营做铺垫。

七、活动前期的准备工作

1. 舞台背景、展板、物料等设计定稿；
2. 制作请帖送请帖；
3. 购买胸花、矿泉水及饮料或者茶水；
4. 专业礼仪小姐、主持人、专业摄影、摄像等相关单位对接落实；
5. 邀请瑞昌电视台电视台、瑞昌报、浔阳晚报及相关媒体进行宣传；

6. 舞台搭建、现场物料确定。

八、现场的布置

a. 入口处-入口张贴入口指示牌，两侧挂彩旗、气球等；（酒店南边，路旁）

b. 签到处-铺设红地毯，嘉宾出示请帖，礼仪小姐佩戴胸花（酒店正门口）

c. 庆典舞台（酒店正门处）

九、活动执行安排

十、组织机构及分工协作

组织机构：一部四组：即：指挥部，接待组、现场工作组、安全保卫组、后勤组。

（一）、指挥部

总指挥： 副总指挥：

职责：

1. 审定庆典方案；
2. 活动各项工作的审定和调度；
3. 确定邀请领导和嘉宾及剪彩人员名单, 审定邀请函；
4. 领导讲稿拟定并确定好致词的领导及贵宾名单；
5. 各项活动的督导；

6. 程序和实践的编排确定

（二）、接待组

负责人：

1. 来宾接待：对口迎送，一贯始终

（1）市领导对口迎送

（2）酒店方迎送商界嘉宾

（3）瑞昌市立信商业运营管理有限公司迎送媒体记者

（三）、现场工作组

组长：

副组长：

1. 礼仪小姐、龙狮队、威风锣鼓队指挥和调度；

2. 会场的所有庆典效果调控和操作；

3. 庆典仪式组织和执行。

（四）、安全保卫组

组长：

副组长：

1. 来宾车辆的现场指挥及停放安排；

2. 庆典现场安全保卫工作；

3. 现场医疗救护工作；
4. 庆典期间特殊情况处理。

（五）、后勤工作组

组长：

副组长：

1. 活动所用的物品购买和制作（如请帖、纪念品等）；
2. 领导嘉宾食宿安排
3. 做好休息室接待准备工作；
4. 庆典活动物资保障工作

文档为doc格式

民俗酒店开业营销方案篇五

随着酒店业的飞速发展，酒店营销手段趋于多样化，营销模式不拘一格。下面是有新酒店开业营销策划方案，欢迎参阅。

背景分析：

优势：

2. 周边酒店少，竞争力强；
3. 本酒店属于新装修商务酒店，装修风格突出，配套设施完善，经营项目都属于眉山市消费的前沿，发展潜力大。

劣势：

1. 周边高收入人群不多，人气不足；
2. 知名度不高，目标群体对酒店了解不够；
3. 酒店核心竞争力不明确，特色不突出。

营销目的：

树立酒店知名度，提升人气，建立相对稳定的消费群体，稳定增加收入。立足于本土，打造当地一流的酒店形象。

锁定目标群：

当地高收入人群，追求新鲜刺激的夜游人士，各企事业单位、机关团体，各大旅行社团体，外地来眉人士。

项目分析：

酒店作为一件特殊的商品，区别于其他商品的营销。关键在于如何正确的制造消费者的需求。国内当今，酒店业日趋繁荣，竞争激烈。但品种只有那几类。经济型、豪华型和商务型。经济型打价格战，豪华型注重服务和奢侈程度，商务型注重配套完善。很少注重品味。我们酒店则可在这时弥补品味的空缺。注重品味将是本酒店的核心竞争力。

酒店理念。

多种浪漫环境的选择。

会员制的管理，很大程度的保护了消费者的隐私

便捷交通环境，地理优势明显

灵活的房间挑选方式。

挑战传统，迎合追求新鲜的现代人心理需求政策上不占优势

具体营销策略：

1. 提前向目标消费群体发布开业活动信息及具体活动内容；
2. 提倡会员制，增加会员办理；
3. 营销人员推销，通过电话、上门等方式直接面对客户。和专业公司合作共同销售。针对

重点单位签定消费协议。随时进行活动的跟踪及售后回访工作，各部门要建立健全客户档案制度，及时汇总工作。为配合此次营销活动的顺利进行，各部门领导及营销部人员营销需要同时进行电话营销，签约销售等有关销售方面的工作，做到全员营销，团队之间要互相配合，全力打好这一仗。

4. 宣传：

1、活动的前期预热[新闻、软文、广告的宣传,dm□pop等的发放到位]。

2、报纸媒体的选择。

3、电视媒体的选择。

4、网络媒体的选择。

5、户外媒体的选择。

6、广播电台的选择。

7□dm的发放[针对出租车司机及有车一族重点发放，并发放

开业优惠承诺书】

8、店外的宣传[开业用的氢气球，灯笼，条幅pop等。烘托开业气氛]。

9、开业庆典期间每天前五名顾客还有更多惊喜送出。

10、每天还举办幸运大抽奖活动。

5. 促销礼品：

1、打火机类。

2、雕塑{小型浮雕类，有收藏及观赏价值}。

3、鲜花。

4、水晶制品{小型工艺品}。

5、打折卡或免费体验卡。

具体实施方案：（略）

费用预算：（略）

此次营销预计效果：

1. 提升酒店的知名度。

2. 使本地的半数人士都知道。

3. 司机师傅都知道本酒店。

4. 及目标群体来此路线。在消费时会选择本酒店。

5. 发展和增加本酒店的固定会员。
6. 使当地的企业及企业领导都知道本酒店。在有需求时会选择本酒店。
7. 提高客户满意度、美誉度和忠诚度。使其最终成为酒店的老客户及会员。
8. 通过对主要产品(客房)的宣传和销售,同时带动附属产业的销售和知名度。

此策划主要针对开业营销进行构思,营销战略只是一个小框架。在市场分析上相信投资公司胸有成竹。期待指教沟通。

一、时间: 某年某月某日----某年某月某日

二、地点: 886酒店

三、方式: 开业庆典

四、主题: “天上人间-----碧海云天”

五、价格: 1、实行通票制度。价位: 〈人民币〉118.00元/位。

包含服务项目: 免费洗浴门票、免费餐饮〈内容见店内公告〉、免费观看大型演出、免费书吧、免费健身、免费饮料一瓶。

六、宣传:

a□外部:

1、活动的前期预热[新闻、软文、广告的宣传,dm□pop等的

发放到位]。

2、报纸媒体的选择[燕赵都市报，燕赵晚报]。

3、电视媒体的选择[河北卫视1台，旅游频道]。

4、网络媒体的选择[中国企业网，银河网-----免费]。

5、户外媒体的选择[车体、路牌〈暂不考虑〉]

6、广播电台的选择[暂时不考虑]。

7、dm的发放[针对司机及有车一族重点发放，并发放开业优惠承诺书]。

8、店外的宣传[开业用的氢气球，灯笼，条幅pop等。烘托节日气氛]。

9、开业庆典期间每天前五名顾客还有更多惊喜送出。

10、每天还举办幸运大抽奖活动。〈详情见店堂海报〉

b、内部：

1、凡是一次性消费满300元的赠餐券50元、门票一张，及其它礼品。

2、凡是一次性消费满600元的赠餐券100元、门票两张，及其它礼品。

3、凡是一次性消费满1000元的赠餐券150元、门票四张、及其它礼品。

4、凡是一次性消费满1500元的赠餐券200元、门票六张、及

其它礼品。

5、凡是一次性消费满20xx元以上的{含20xx元}赠餐券300元、门票八张、健身月卡一张及其它礼品。

6、就餐的同时还可以免费观看大型的文艺演出活动。

7、门票买一送一优惠截止农历正月十六日。

8、店内的宣传[灯笼、彩色气球pop的布置及人员的培训到位]。

七、促销礼品：

1、打火机类。

2、雕塑{小型浮雕类，
有收藏及观赏价值}。

3、鲜花。

4、水晶制品{小型工艺品}。

5、其它玩具类。

八、举办迎新春象棋大赛-----碧海云天杯

时间：正月初十-----十二日

奖品：一等奖奖-----

二等奖奖-----

三等奖奖-----

鼓励奖奖-----

参与奖奖-----

欢迎各界人士报名参加。报名咨询电话：

九、闹元宵节-----猜灯谜大型文艺晚会活动。

时间：正月十四-----十六日，每晚8：00---10：00点

奖品：〈另定〉。

欢迎各界有识之士参加出题活动。〈出题者另有奖品〉

报名咨询电话：

十、销售重点：俱乐部会员卡、门票年卡、健身卡、美容卡。

十一、签定消费协议。吸引重点客户。

销售方式：

1、人员推销，通过电话、上门等方式直接面对客户。

2、配合广告宣传进行优惠折扣销售。

例：浴所会员卡在开业期间每天前二十名顾客九折优惠销售。

浴所门票卡在开业期间每天前十名顾客八折优惠销售。

健身卡在开业期间每天前五名顾客八折优惠销售。

美容卡在开业期间每天前五名顾客八折优惠销售。

3、和专业公司合作共同销售。

4、针对重点单位签定消费协议。

十二、针对消费人群：白领、金领的中、高收入人士。

十三、活动涉及的部门：洗浴部、前厅部、餐饮部、康乐部、客房、美容美发中心；其他各部门做好接待、后勤保障等各项工作。

十四、随时进行活动的跟踪及售后回访工作，各部门要建立健全客户档案制度，及汇总工作。

十五、评估此次营销活动的成果，总结经验。以便在下次活动时参照及取舍。

十六、为配合此次营销活动的顺利进行，各部门领导及营销部人员营销需要同时进行电话营销，签约销售等有关销售方面的工作，做到全员营销，团队之间要互相配合，全力打好这一仗。

背景分析

优势该店处于西安市阎良地区航空高新技术产业区，境内目标群体收入高，消费能力强。经营的川菜是大众化菜系，消费者接受面广，并有试飞员等部分稳定的客源支撑。位置处于经济开发区，对今后的发展非常有利。

劣势周边居住人群较少，人气不足。该店前任老板经营管理较差，在当地口碑较差，后成为烂尾楼，现要盘活该楼，难度较高。该区除了跟飞人员及其他航空技术人员以外，其余流动人员相对较少。该区餐馆较多，市场小，竞争激烈。

宣传目的

重新树立酒店知名度，提升人气，稳定收入，立足于本土，

打造当地一流酒店形象。

锁定目标群

当地中高收入人群, 各企事业单位, 机关团体, 婚寿宴群体。

具体营销策略

提前向目标消费群发布开业活动信息及具体活动内容;

关注并运用当地社会热点, 吸引消费群体。

通过媒体(报纸、电视、电台、中国移动)发布一些软新闻、硬广告, 同时用宣传车□dm单、横幅等进行宣传。

宣传实施方案

时间安排

8月5日-8月10日, 确定开业庆典及开业前后宣传方案。

8月11日-8月20日, 制定并印刷宣传资料、优惠卡, 确定各种宣传用品。

开业时间:

庆典地点: 中非酒店大门口

宣传范围: 目标消费者

第一阶段

导入期(18天)8月11日-8月29日

××天, 下方是优惠活动小字内容如下:

方案一：狂折到底

第一天：菜品5.8折(酒水不享受优惠)

第二天：菜品6折

第三天：菜品6.8折

第四天：菜品7.8折

第五天：菜品8折

第六天：菜品8.5折

第七天：菜品8.8折

方案二：天天特价

第一天：桂鱼1元1条(每桌限一条)

第二天：鲈鱼1元1条(每桌限一条)

第三天：基尾虾1元1斤(每桌限一斤)

第四天：甲鱼1元1只(每桌限一只)

第五天：鲢鱼1元1条(每桌限一条)

第六天：××红酒1毛钱1瓶(每桌限1瓶)

第七天：××啤酒1毛钱1瓶(每桌限10瓶)

在附楼上悬挂以下条幅标语进行宣传：“无线pda掌上电脑点菜·阎良首家”，“美味川菜风·飘香航空城”，“在中非·踏上红地毯之约”，“千帆竞发航空城·万冠云集新中

非”，“婚寿宴基地·尽在中非酒店”，“酷客川菜·你家门口的成都地道美食·想吃就吃”。

采取主动出击：宣传资料印好之后由营销人员上门推销，介绍酒店特色、环境、服务等，采取电话推销和发传真告知等形式，以争取让这些企业将“宴席”订在中非酒店举办。

邀请地方名流、政府要员、各企事业单位主要负责人参加开业典礼，并向他们发放邀请函。邀请事项分组、分人进行，采取谁邀请谁负责全程接待的原则。