

# 客房布置方案 客房营销推广方案(大全8篇)

方案是从目的、要求、方式、方法、进度等都部署具体、周密，并有很强可操作性的计划。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？以下就是小编给大家讲解介绍的相关方案了，希望能够帮助到大家。

## 客房布置方案篇一

因xx酒店新店开业□xx区域的客源暂时没有新的变动，将来的客房市场将出现“僧多粥少”的局面，为了稳住我们酒店客房的住房率，刺激市场消费，开拓潜在客源市场，本部特作以下调整：

一、活动时间□20xx年x月xx日起—20xx年x月xx日；

二、活动地点□xx酒店；

三、活动主题：温馨享受午夜房，特价标间天天有，打折金卡新体验，会员充值任您选；

四、活动目的：在原来的基础上更新设施设备和实施新的经营战略，使客房服务多样化；

五、促销对象：住店散客；

六、活动宗旨：完善酒店客房软件管理模式及提升客房创新意识，为客人提供个性化服务；

七、活动内容：

2) 特价标间□xx月xx日起，酒店每天推出特价房（18元/间），每天推出5间，如当日满房或房量较紧则停止。

3) 打折金卡□xx月xx日起，推出酒店打折金卡，金卡售价3元/张，购卡后即可享受房价每间/夜打折xx元的优惠，如原房价168/间变为138/间，每张卡每天可开房3间。

4) 会员充值卡：从7月xx日起，推出会员充值卡，1000元起充，充值1000元赠送200元。会员充值卡开房价格在前台最低优惠价的基础上打6.6折。

八、宣传推广：

2、媒介推广：大堂易拉宝海报1个、电梯广告1个、巨幅喷绘1幅，大力宣传本次活动内

容，

广告标题：温馨享受午夜房，特价标间天天有，打折金卡新体验，会员充值任您选；广告内容：

活动时间□20xx年7月xx日起；

活动地点□xx大酒店酒店；

1) 午夜房（仅限商务单、标间）

当日凌晨1点入住——当日中午12点退房，房价为：99元/间/晚；

2) 特价房

酒店每天推出特价房（18元/间），每天推出5间；

### 3) 打折金卡

从7月xx日起，推出酒店打折金卡，金卡售价3元/张，购卡后即可享受房价每间/夜打折3元的优惠。

### 4) 会员充值卡：

从7月xx日起，推出会员充值卡，2元起充，充值2元赠送1元。会员充值卡开房价格在前台最低优惠价的基础上打6.6折。

注：酒店将视情形定活动终止日期，以上活动最终解释权归本酒店所有。

## 方案二：

### 一、觅你酒店营销项目分析：

#### （一）酒店概况：

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5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

## 二、目标客户群分析：

（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要，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。

### 三、营销方案建议要点：

- (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。

### 四、广告策略及媒体选择：

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xx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。

### 五、觅你酒店现有房价导览：

mini答谢房：156元/天；时尚房：216元/天；主题房：286元/天；

时尚商务房：246元/天；阅读房：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：—16：）；

钟点房“久久”：99元=半天房=麻将房4个小时（6：—18：；：—12：）

## 六、具体营销方案计划：

### （一）秒杀活动营销简介：

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

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

每天9□pm—9□9pm□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3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2元整返现金1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。

七、方案可行性分析：

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。

方案三：

xx市场客房数量急剧膨胀，使得各星级宾馆入住率快速下滑，导致某些高星级宾馆采用低价倾销的方式，来保证住房率，严重扰乱了饭店正常经营秩序。我饭店为更快更好的发展，27年是至关重要的转折点，菜肴要创新，客房要创高，是今年立足根本。客房如何能够保持不降低入住率的前提下，有效地提高客房含金量，是当务之急要解决的问题。针对上述市场及本饭店实际情况，现初步制定“三个推出，五个加强”的销售方案：

### 一、推出特价房

一号楼每天提供十间房(标准间、单人间都可以)，仅限现金结算，不接受预订，早到早开，续房时要求前厅部经理签字，方可办理续住手续，房价：1元/间·天。

### 二、推出钟点房

一号楼客房房价以5元起价，每小时加收1元，不足1小时按1小时计算，仅限现金消费，不接受预订，晚上8点后取消钟点房。

### 三、推出半天房

一号楼客房从早8：—晚18：可以对外开放半天房房价为1元/间，可免费提供麻将娱乐。

### 四、加强会员的开发

根据客户办理会员卡的金额多少，享受折扣待遇不等，具体方案如下：

1存1万元以下享受客房折

2存1-3万元享受客房折



3存3-5万元享受客房折

4存5-1万元享受客房折

5存1万元以上享受客房折

## 五、加强网络订房的开发

网络订房在饭店住房率上占有一定比例，可从三个方面来落实：

1加大各网络订房机构的联系，拓展网络订房渠道。

2降低已签订协议的网络机构的订房价格。

3保证各网络机构佣金的按月返还。

## 六、加强出租车的宣传

出租车市场是比较大的一块市场份额，由于几家星级宾馆的地理位置不同，其他宾馆占有市场率较高，可通过以下方面进行拉拢策略：

1制定出租车宣传卡，卡的形式要按照车内装饰品形式制定，可以吸引出租车主。

2制定详细的宣传计划，每月不低于四次附近机场、车站宣传；每月不低于四次当地车站宣传。

3加强与各出租车公司的联系，以联谊会形式进行沟通、宣传。

4详细纪录出租车拉客积分卡，累计一定程度可享受饭店提供的（如自助餐、桑拿）服务。

## 七、加强旅行社的开发

由饭店大客户部牵头，和市内各旅行社联系，签订租房协议，以一号楼低价位取得此类市场份额，然后逐步向全省旅行社进行渗透。

## 八、加强广告宣传力度

以上各措施需要宣传的配合，宣传不到位就落实不到位，宣传工作起到的作用是重要的，整体宣传计划从三个方面着手：

1当地日报每月不少于2次1/2版的宣传。

2加大与当地晚报的联系，进行晚报上的宣传。

3电视广告以多通道为主，每月十天左右，根据入住情况分为上、中、下三旬进行宣传。

以上方案为初步方案，请饭店领导审议后决定。

### 方案四：

世纪酒店全体员工以“三星级的标准、四星级的服务”为宗旨，热忱欢迎四海宾朋的光临。

一、策划目标：通过本次营销活动借助世纪酒店原有优势客源的基础上。把世纪酒店东楼客房打造成为中高层阶级消费者心目中的“温馨之家”，突出强调新客房的温馨和舒适。使整个思路和过程围绕“家”来宣传和促销，提高消费者对新客房的认同感。以达到获取更大利润的目的。

### 二、策划环境分析：

#### swot分析

优势：1、原有客房订住率高，在本地客房市场占有很大的市

场，影响力较大，可降低宣传成本。

2、地理位置好，位于繁华商业区中心地带，可无形中提高客房的档次。

3、与处于同一档次的酒店相比，新客房价格适中，有价格优势。

4、客源渠道发达，可以利用新客房吸引潜在消费者。

5、世纪酒店自开业以来，在社会上享有很好的信誉度，消费者的信赖度高。

6、企业女创业人的人格魅力。

劣势：1、虽然客房订住率高，但没有完备的餐饮和娱乐设施与客房消费想匹配。

2、客房部服务人员整体素质教好，但是要想达到三星级的标准，还有一定的差距。

3、消费者对新客房的认同感还存在一定的顾虑。

4、客房价格的层次感不鲜明，区分度不高，会相应丢失一些高收入消费者。

机会：1、次贷危机正从大城市向中小城市蔓延，周围许多酒店的经营步履为艰，纷纷降低销售成本，客房的内部装修和更换也会受到影响。此时世纪酒店强势推出新客房，并且推出经营新理念，无形中宣告世纪酒店并没有受到此次危机的影响(可以掩盖受到的影响)。无形中宣传了世纪酒店的抗风险力和强大的经济实力。

2、利用新客房的低价格和温馨积极分流其他酒店客房的消费者。

威胁：1、此次整个大的经济环境的影响是不容忽视的，同时利用起来也是一把双刃剑，利用不好，同入的很大的成本，在收回时会有很大的困难。

2、同时周围的酒店客房部也在密切关注世纪酒店新客房的每一个举动，因此每一步都要谨慎。

三、市场定位：1、目标市场：本市及周围县市的中高层消费者，外地来商采购的商团和大型企业住商代表，商丘的大中型企业年会和企业定期召开的会议(各县区代理商)，外商来商投资机构等。

2、实际市场：本市及周围县市的中高层消费者，商丘的大中型企业年会和企业定期召开的会议(各县区代理商)，一些销售企业的代表。

四、具体方案：

预热季

1、“世纪之家温馨你我”：通过商丘市最具影响力的报纸\_商丘日报，征集世纪酒店新客房宣传语和广告语，扩大实际酒店新客房的曝光率。

策划目标:通过本次营销活动借助世纪酒店原有优势客源的基础上.把世纪酒店东楼客房打造成为中高层阶级消费者心目中的“温馨之家”,突出强调新客房的温馨和舒适.使整个思路和过程围绕“家”来宣传和促销,提高消费者对新客房的认同感.以达到获取更大利润的目的.

策划环境分析：

swot分析

优势:1, 原有客房订住率高, 在本地客房市场占有很大的市场, 影响力较大, 可降低宣传成本.

2, 地理位置好, 位于繁华商业区中心地带, 可无形中提高客房的档次. 3, 与处于同一档次的酒店相比, 新客房价格适中, 有价格优势.

4, 客源渠道发达, 可以利用新客房吸引潜在消费者.

5, 世纪酒店自开业以来, 在社会上享有很好的信誉度, 消费者的信赖度高. 6, 企业女创业人的人格魅力.

劣势:1, 虽然客房订住率高, 但没有完备的餐饮和娱乐设施与客房消费想匹配.

2, 客房部服务人员整体素质教好, 但是要想达到三星级的标准, 还有一定的差距.

3, 消费者对新客房的认同感还存在一定的顾虑.

4, 客房价格的层次感不鲜明, 区分度不高, 会相应丢失一些高收入消费者. 机会:1, 次贷危机正从大城市向中小城市蔓延, 周围许多酒店的经营步履为艰, 纷纷降低销售成本, 客房的内部装修和更换也会受到影响. 此时世纪酒店强势推出新客房, 并且推出经营新理念, 无形中宣告世纪酒店并没有受到此次危机的影响(可以掩盖受到的影响). 无形中宣传了世纪酒店的抗风险力和强大的经济实力.

2. 利用新客房的低价格和温馨积极分流其他酒店客房的消费者.

威胁:1, 此次整个大的经济环境的影响是不容忽视的, 同时利用起来也是一把双刃剑, 利用不好, 同入的很大的成本, 在收回时会有很大的困难. 2, 同时周围的酒店客房部也在密切关注

世纪酒店新客房的每一个举动,因此每一步都要谨慎.

市场定位:1, 目标市场:本市及周围县市的中高层消费者, 外地来商采购的商团和大型企业住商代表, 商丘的大中型企业年会和企业定期召开的会议(各县区代理商), 外商来商投资机构等.

2, 实际市场:本市及周围县市的中高层消费者, 商丘的大中型企业年会和企业定期召开的会议(各县区代理商), 一些销售企业的代表.

预热季

具体方案

1, "世纪之家 温馨你我":通过商丘市最具影响力的报纸\_商丘日报, 征集世纪酒店新客房宣传语和广告语, 扩大实际酒店新客房的曝光率.

与商丘日报社合作, 在商丘日报上刊发世纪酒店新客房的一些装修较好的房间. 向广大读者征集新客房宣传语和广告语. 广大读者可将答案邮寄到报社. 从中选出前五名. 在世纪酒店新客房开业典礼上向获奖者颁发礼品和享受新客房住宿8.8折的终身优惠政策(优惠政策仅供参考). 同时作好公关活动(邀请一些省市领导和媒体宣传报道).

2, "世纪之家 关心贫困":与商丘师范学院和商丘职业技术学院联合开展资助贫困生或和一些学生团体联合开展一些联谊活动, 同时推出学生生日套餐(300\_500元), 学生聚会套餐(300\_500元). 各个节日的学生套餐. 学生住宿客房享受8.8折优惠. 在活动的过程中, 散发一些预先印制的一些质量教好的宣传单(包括一些套餐的价格, 和一些套房的标准或打折价格).

3, "世纪之家 联系你我":派出各个部门的经理奔扑各个县市,

拜访一些县市的大型企业,一些长期合作的大中型企业.一些政府机关和一些商团住各县的县级代表.同时推出黄金卡.白金卡等各种形式的优惠卡,积极做好各县级市不同消费者的攻关活动;同时在酒店周围的一些大型超市商场门外做一些宣传活动,派发一些传单和专员讲解.

以上方案可行性分析:

世纪酒店在商丘市有一定的影响力,同时自开业以来在社会上有很好的信誉度,与商丘日报合作可以达到共赢,一方面可以吸引更多的消费者关注日报,另一方面可以扩大世纪酒店的知名度和对新客房的推广;与学校合作也可以邀请媒体宣传,强调世纪酒店的爱心,增强世纪酒店的社会美誉度;做大做强公关活动可以稳住一些老客户,同时吸引一些潜在客户.

媒体投放:商丘日报,京九晚报,商丘广播电视报

费用预算:商丘日报,京九晚报,商丘广播电视报 约50000元  
(多做几期报纸,独占一个版面)

资助贫困生或联宜活动 500\_5000元

拜访各县市 80000元

印制宣传单和一些道具 约500元

总计:约120000

爆发季

具体方案:

“世纪之家 温馨你我”:再次与商丘日报和京九晚报等报纸继续合作将海选的5人的照片刊发在报纸上,并且刊发每人的获奖的广告语和宣传语.同时继续强调新客房的温馨和舒适.将

新客房“家”的感觉深深印进每一位消费者的内心,并且强调宣传新客房的宣传语.

的电子屏幕上做宣传.(宣传语不要重复).也可以做一些店内pop张贴在二楼餐厅和一楼大厅和客房部一些显眼的地方宣传.

“世纪之家 文艺演出方面(明天写)

以上方案可行性分析:与商丘日报和京九晚报等报纸继续合作可以更大余地的发挥媒体的强大宣传作用;通过与一些老客户的联宜,突出世纪酒店的人文关怀和世纪酒店的社会责任感;选择各种各样的宣传方式可以全方位的宣传新客房的每一处优点和每一处精心的设计.给消费者以走进世纪酒店,就是走进家的舒适.

费用预算:电子屏幕、广告、墙外媒体和宣传牌 约10000元(赠送水果类的小礼品)

## 客房布置方案篇二

通过本次营销活动借助世纪酒店原有优势客源的基础上。把世纪酒店东楼客房打造成为中高层阶级消费者心目中的“温馨之家”，突出强调新客房的温馨和舒适。使整个思路和过程围绕“家”来宣传和促销，提高消费者对新客房的认同感。以达到获取更大利润的目的。

## 客房布置方案篇三

春天已经来临，带上您的家人来体验老北京的皇城风范！

北京市xx饭店将为您和您的家人提供完美、精致的服务！



入住商务客房，享用丰盛的自助早餐，免费使用酒店的室内游泳池和健身设备齐全的健身中心。

### 1、五一假期特惠价格

房价每晚人民币478元

我们将为您提供精选商务间，完美的服务，免费使用店内的健身中心。

本项优惠有效期由20xx年4月28日至20xx年5月7日

以上报价均需另加收15%服务费

### 2、五一假期特惠包价预订点击进入在线预订。

房价每晚由人民币588元起

a人民币588元每天包含单人咖啡厅自助早餐、免费宽带上网

b人民币688元每天包含双人咖啡厅自助早餐、免费宽带上网

本项优惠有效期由20xx年4月28日至20xx年5月7日以上报价均需另加收15%服务费。

## 客房布置方案篇四

因孔祖大酒店新店开业□xx县的客源暂时没有新的变动，将来夏邑县的客房市场将出现“僧多粥少”的局面，为了稳住我们酒店在夏邑的龙头地位，刺激市场消费，开拓潜在客源市场，本部特作以下调整：

一、活动时间□20xx年4月xx日起—20xx年5月xx日；

二、活动地点□xx大酒店；

三、活动主题：温馨享受午夜房，特价标间天天有，打折金卡新体验，会员充值任您选；

四、活动目的：在原来的基础上更新设施设备和实施新的经营战略，使客房服务多样化；

五、促销对象：住店散客；

六、活动宗旨：完善酒店客房软件管理模式及提升客房创新意识，为客人提供个性化服务；

七、活动内容：

2)特价标间：从7月xx日起，酒店每天推出特价房(108元/间)，每天推出5间，如当日满房或房量较紧则停止。

3)打折金卡：从7月xx日起，推出酒店打折金卡，金卡售价30元/张，购卡后即可享受房价每间/夜打折30元的优惠，如原房价168/间变为138/间，每张卡每天可开房3间。同时打折金卡可在洗浴享受每位洗浴xx元的优惠。

4)会员充值卡：从7月xx日起，推出会员充值卡，元起充，充值2000元赠送1000元。会员充值卡开房价格在前台最低优惠价的基础上打6.6折。

八、宣传推广：

广告标题：温馨享受午夜房，特价标间天天有，打折金卡新体验，会员充值任您选；广告内容：

活动时间□20xx年7月xx日起；

活动地点□xx大酒店酒店；

1) 午夜房(仅限商务单、标间)

当日凌晨1点入住——当日中午12点退房，房价为：99元/间/晚；

2) 特价房

酒店每天推出特价房(108元/间)，每天推出5间；

3) 打折金卡

从7月xx日起，推出酒店打折金卡，金卡售价30元/张，购卡后即可享受房价每间/夜打折30元的优惠。

4) 会员充值卡：

从7月xx日起，推出会员充值卡，2000元起充，充值2000元赠送1000元。会员充值卡开房价格在前台最低优惠价的基础上打6.6折。

看过2017酒店客房营销策划方案的人还看了：

1. 酒店年度营销计划方案
2. 2017酒店年度营销计划
3. 2017酒店营销计划方案
4. 20酒店营销方案

## 客房布置方案篇五

出租车市场是比较大的一块市场份额，由于几家星级宾馆的地理位置不同，其他宾馆占有市场率较高，可通过以下方面进行拉拢策略：

- 1、制定出租车宣传卡，卡的形式要按照车内装饰品形式制定，可以吸引出租车主。
- 2制定详细的宣传计划，每月不低于四次附近机场、车站宣传；每月不低于四次当地车站宣传。
- 3、加强与各出租车公司的联系，以联谊会形式进行沟通、宣传。
- 4、详细纪录出租车拉客积分卡，累计一定程度可享受饭店提供的（如自助餐、桑拿）服务。

## 客房布置方案篇六

因孔祖大酒店新店开业□xx县的客源暂时没有新的变动，将来夏邑县的客房市场将出现“僧多粥少”的局面，为了稳住我们酒店在夏邑的龙头地位，刺激市场消费，开拓潜在客源市场，本部特作以下调整：

20xx年4月xx日起—20xx年5月xx日。

xx大酒店。

温馨享受午夜房，特价标间天天有，打折金卡新体验，会员充值任您选。

在原来的基础上更新设施设备和实施新的经营战略，使客房服务多样化。

住店散客。

完善酒店客房软件管理模式及提升客房创新意识，为客人提供个性化服务。

1) 午夜房：从7月xx日起，实施午夜房（当日凌晨1点入住——当日中午12点退房），仅限酒店商务单、标间，房价为：99元/间/晚，酒店将视行情定活动终止日期。

2) 特价标间：从7月xx日起，酒店每天推出特价房（108元/间），每天推出5间，如当日满房或房量较紧则停止。

3) 打折金卡：从7月xx日起，推出酒店打折金卡，金卡售价30元/张，购卡后即可享受房价每间/夜打折30元的优惠，如原房价168/间变为138/间，每张卡每天可开房3间。同时打折金卡可在洗浴享受每位洗浴xx元的优惠。

4) 会员充值卡：从7月xx日起，推出会员充值卡□20xx元起充，充值20xx元赠送1000元。会员充值卡开房价格在前台最低优惠价的基础上打6.6折。

1、人力推广：各部门互相配合在适当时间为客人宣传本次活动内容和优惠措施，并邀请相关客人入住体验。

2、媒介推广：大堂易拉宝海报1个、电梯广告1个、巨幅喷绘1幅，大力宣传本次活动内容。

广告标题：温馨享受午夜房，特价标间天天有，打折金卡新体验，会员充值任您选。

广告内容：

活动时间□20xx年7月xx日起。

活动地点□xx大酒店酒店。

- 1) 午夜房（仅限商务单、标间）当日凌晨1点入住——当日中午12点退房，房价为：99元/间/晚。
- 2) 特价房酒店每天推出特价房（108元/间），每天推出5间。
- 3) 打折金卡从7月xx日起，推出酒店打折金卡，金卡售价30元/张，购卡后即可享受房价每间/夜打折30元的优惠。
- 4) 会员充值卡：从7月xx日起，推出会员充值卡□20xx元起充，充值20xx元赠送1000元。会员充值卡开房价格在前台最低优惠价的基础上打6.6折。注：酒店将视情形定活动终止日期，以上活动最终解释权归本酒店所有。

## 客房布置方案篇七

### “缤纷圣诞”亮灯仪式

#### 酒店大堂

为即将敲响的圣诞钟声拉开悠扬的序幕

- 1、酒店大堂正中间放置一约10米高的圣诞树，圣诞树上布置星星灯、圣诞红、铃铛等点缀，在圣诞树旁边设计制作一圣诞鹿车、小雪人、圣诞老人雕塑。大堂右手边设计一姜饼屋，可出售各式面包、圣诞节巧克力和其它圣诞节礼物，大堂各角落布置小的圣诞树，装饰星星灯，三楼靠近大堂区域也相应做圣诞节的装饰，必要处可放置圣诞树。
- 2、采购圣诞礼花在酒店大堂进行布置，随着总经理宣布开灯仪式的开始，需要制造出大堂礼花绽放，星星点点的雪花从穹顶上飘落的效果。
- 3、大堂需要进行鸡尾酒会的布置，届时，将邀请约50名酒店重要客户及相关媒体参加此次我酒店的圣诞节开灯仪式，以

增加酒店圣诞节活动的社会影响力。

圣诞动听的歌曲，圣诞唱诗班美妙的歌声、圣诞老人、小丑的表演将使现场变成一片欢乐的海洋。

餐饮部需于12月9日前完成鸡尾酒会的摆台及食品、酒水方案并报董事总经理批示；

工程部需要在12月9日前完成圣诞树、灯光的安装及总经理开启仪式灯光的所有线路调控工作。

## 客房布置方案篇八

我们建议组织一个家庭式的娱乐活动——“家庭对对碰”。大家忙碌了一年，好不容易有几天空闲的时间，都会想与朋友们在一起聚聚。而组织家庭对对碰的活动，向其家庭发出邀请，以休闲娱乐的方式刺激消费。

为了让人们过一个特别的年，组织一场家庭式娱乐活动，邀请社会各界人士及家庭参加，从而提高酒店客房的入住率，和其他项目的营业收入。

### 1、活动媒体介绍：

这次活动寄发的邀请函是以邮政有奖贺年卡的形式发放。建议使用普通型贺卡，主卡设计为酒店的形象，以及年夜饭的征订宣传；附卡为“家庭对对碰”的邀请函及门票。

### 2、活动内容介绍：

活动主题：家庭对对碰

活动时间□20xx年2月14日—20xx年2月21日

活动开幕时间□20xx年2月14日

开始时间：19：30

结束时间：9：30

活动内容：以答题、猜谜以及一些挑战性的活动，根据孩子的年龄设置不同的难度以及分组。

活动要求：

- (1) 必须是以家庭的方式参加，3个一组。
- (2) 按孩子的年龄大小分组
- (3) 孩子年龄不超过15岁

活动规则：

- (1) 过关多少升级。过关多的胜出，进行一下个项目。少的淘汰。
- (2) 活动期间住宿就餐者，消费超过800元，均有豪华大红包赠送。

3、活动意义：

- (1) 邀请高消费群体齐聚参加“家庭对对碰”，以娱乐的方式邀请其家庭共同参与，可以
- (2) 聚集人气，活动举行的档期是春节期间，这次活动的参与对象都是高消费群体，他们的参与不仅能增加酒店春节期间的人员流量，还能增加其他项目的营业收入。



(3) 借助这次活动，提高酒店客房的入住率。

(4) 通过“家庭对对碰”的活动，让更多的人了解服务，从而在社会上树立美誉度。