

酒店中秋节活动策划(15 篇)

酒店中秋节活动策划 6

__酒店同各位亲爱的顾客和来宾一起欢度佳节，欢迎光临本店，在中秋这一浓墨重彩的节日之中，为庆祝节日本店准备了很多惊喜。

一、目的

通过节日的氛围推销自己，提高公司知名度。为节日后的人气奠定基础。

二、思想

开业以来中秋佳节是中国的传统节日在这城市和乡村并肩流行的节日来说，可谓是各个商家都费尽心思去创造价值的大好时机。

我们自开业以来，由于受多方面条件的影响。生意的状况一直处不是很理想，我们的品牌形象，没有消费者口中做良好传播。

两个节日的相续到来，是我们的一大转折点。我们必须要让顾客在我们这里得到些价值，所以说创建口碑和创建活动之后的人气是我们中秋活动的.主要目的，在加强内围服务质量、演出阵容、优惠赠送配合外围的宣传广告，相信会给消费者一种新的感觉。

三、现场布置

中秋是中国人民的传统节日，在布方面不能另类和实在要以大众化，以喜庆方式为主，以红为主，为了减少布成本，可能用些中秋要以用别的布景。

1、周边以弹力为主，主要是补一些空荡之处，使整场变得比较丰满，不会显得单调。

2、舞台周边，顶部，可用一些渡金球，VCD碟片悬挂，以补助灯光的折射，增加现场灯光的效果。

3、周边的天花板上可以悬挂一些灯笼，渲染中秋节的氛围，到国庆节时可以取下，等到春节时再可利用。

4、在国庆节可以悬挂一些大小国旗，增添祖国生日的氛围。

5、在进门口右侧玻璃和流水玻璃可以做大型宣传画，注明节日的活动内容。

6、在 DJ 台边的显眼处，悬挂“中秋节快乐”“庆祝国庆”的字样。

7、大门进门口节日奖品摆放陈列。

8、楼梯口及显眼处张贴广告。

四、活动优惠

所有消费者在_月_日前预定可得公司赠送特色小吃一份。

1、安排厨师各推出 2 道“中秋”特色菜肴或点心。

2、中秋节当晚每台位，包厢送月饼一份。

3、消费满 200 元送面额 50 元的等值消费券一张。

4、凡消费啤酒一瓶送当晚对奖券一张。

5、对有消费能力和潜力的及部分小姐赠送咖啡券。

6、要求啤酒赞助商对当晚消费茅台啤酒的消费者赠送小礼品。

7、9：00-----17：00 的消费者，可得中秋月饼一份和特色小吃一份。

8、奖品设置

_月_日：3800 元。

_月_日：3800 元。

_月_日：1800 元。

_月_日：1800 元。

五、活动当天时间安排

09：00-17：00 白天营业时间。

18：30-21：00 流行音乐，慢摇音乐。

21：00-24：00 歌手，钢管秀，慢摇。

00：00-00：20 活动抽奖。

00：20-结束慢摇。酒店中秋节活动策划 7

一味的降价和打折已经不新鲜了，关键是如何打得有亲情味，有团员感。不妨考虑以下方案：

1、活动期间，男女夫妻(情侣)订中秋情侣套餐优惠____元；

2、活动期间，父母子女二代人订中秋二代同堂团员套餐优惠____元；

3、活动期间，祖孙三代同堂订购中秋三代同堂团员套餐优惠____元；

4、活动期间，四世同堂订购中秋三代同堂团员套餐优惠____元；

酒店中秋节促销送礼篇——送美满

酒店中秋节送礼还是月饼好，在月饼价贵，人们不想掏钱买的形势下，酒店可和月饼制作方合作，大批量定制月饼。首先是价格上得到实惠，也满足了顾客的需求，同时在月饼或月饼包装礼盒上印上本酒店的 logo，对酒店品牌也是一种营销。笔者有一位商友，她叫伍神连，通过网络找她定制月饼用来送礼的人络绎不绝。

一、目标市场分析

本酒店的顾客主要是中上层人士和政府机关工作人员，但其中也有不少是私款消费，这要求酒店在提高档次的基础上必须兼顾那些私款消费者的个人利益。

二、定价策略

1、饭菜基本上可以保持原来的定价，但要考虑和中秋节相关的一些饭菜的价格，可采用打折(建议使用这种办法)或者直接降

低价格的办法。

2、针对价格高的饭菜，建议采用减量和减价想结合的办法。

3、中秋节的套餐(下面有说明)的价格不要偏高，人均消费控制在 20-30 元(不含酒水)。

4、其他的酒水价格和其它服务的. 价格可根据酒店的实际情况灵活变动，在中秋节的前后达到最低价(但要针对酒店的纯利润来制定)。

三、营销策略

1、制作专门针对中秋节的套餐，可以根据实际的情况分实惠、中、高三等，有二人餐、三人餐等类型，主题要体现全家团圆，可赠送月饼(价格不需要太高)。

2、如果一家人里有一个人的生日是 8 月 15 日，可凭借有效的证件(户口本和身份证)，在酒店聚餐可享受 5-6 折(根据酒店的实际决定)的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。

3、如果手机和固定电话号码尾号是 815(临汾地区以内)，可凭借有效的证件(户口本和身份证)，在酒店聚餐可享受 5-6 折(根据酒店的实际决定)的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。最好是酒店直接联系一下这些人。

4、由于本酒店暂时没有住宿服务，可和其他的以住宿为主的大型宾馆联合行动，相互介绍客户，这样可以增加客户群，减少

一些相关的费用。对这部分客户可用专车接送，同时也建议给他们推荐中秋节套餐。

5、在饭后赠送一些和中秋节相关的小礼物(上面要印上酒店的名称、电话、地址、网址)。

6、活动的时间定于农历8月10日-20日。

四、推广策略

1、在酒店的门口附近、火车站、汽车站放置户外广告(户外广告采用喷绘为主，条幅相结合的形式)。

2、电视、街道横幅和报纸广告相结合。

3、可以尝试一下手机短信广告，群发的重点是原来饭店的老顾客，注意要使用适当的语言，主要介绍酒店的最新活动。

4、可在网站做个弹出框广告或者比较大的 **flash** 动画广告或者是 **banner**。网页动画和图片的处理必须要和营销的内容相符合。

5、也可采用传单广告，但传单的质量必须要高。

注意：以上的广告可同时选择几种，推广的重点在市区，也可向周边的县市推广。广告的受众最低要保证15万人。

五、其它相关的策略

保安必须要保证酒店的安全；对服务员和相关的工作人员采指定一些激励政策，调动她们工作的积极性(以后可以细化这个内容)；在大厅里放一些品位高的音乐；上菜的速度必须要快；大厅的

布置上不需要太豪华，但要美观大方，表现出中秋节的味道。

六、效果预测

如果推广和相关的服务到位，收入最少是平时收入的 1、5 倍以上。

七、其它建议

1、在服务大厅配备电脑，随时保存一些重点顾客的资料。

2、在争取顾客同意的条件下，把顾客的信息输入数据库(关键是顾客的名字和手机号码)，为以后的推广服务(以后可以细化这个内容)。

3、尽快做好酒店的网站，网站必须要由专业的人士制作，域名既要简单有要好记，网页的设计上要体现出酒店的特色，颜色以暖色调为主，主页最好要一个大的 flash 动画，还要有新闻发布系统、网上营销系统、顾客留言板、客户论坛、员工娱乐等方面的内容。通过网络营销(最大的优势是受众范围大，花费少)增强酒店的知名度。酒店中秋节活动策划 8

中秋是中国传统节日，以合家团聚、喜庆团圆为节日要点，周边小区住户多为商品房住宅房间数量有限，加之安客至家中多有不便，本店可以趁次佳节举办一次活动，加大营销力度。

一、目标市场分析

本酒店的顾客主要是周边小区住户及企事业单位，其中企事

业单位以学校规模，正直新学期伊始，教师节期间定有师生同庆、领导关怀、新生家长与老师拉近关系等宴请活动。中秋则为中国传统节日，以合家团聚、喜庆团圆为节日要点，周边小区住户多为商品房住宅房间数量有限，加之安客至家中多有不便，必定选择商务实惠型酒店。

二、定价策略

1、饭菜基本上可以保持原来的定价，但要考虑和中秋节相关的一些饭菜的价格，可采用打折或者直接降低价格的办法。

2、针对价格高的饭菜，建议采用减量和减价想结合的办法。

3、教师节特色宴席，可主推中低档标准桌餐，引导客人包场订餐，鼓励客人订餐娱乐一条龙组合消费。

4、中秋节的套餐的价格不要偏高，人均消费控制在 20-30 元（不含酒水）。

5、其他的酒水价格和其它服务的价格可根据酒店的实际情况灵活变动，在中秋节的前后达到（但要针对酒店的纯利润来制定）。

三、营销策略

1、特色套餐

①制定专门针对教师节的特色餐，如：谢师宴、感恩宴、团体同庆宴。团体包场（包场费用可暂定 1500 至 2500 元/5 小时）。

四桌以上餐标在 588 元/每桌以上可免包场费，茶水费用自理。

②推出教师节感恩特价房，凭教师证住房 128 元/间/夜（限定为大单和标双房间每日限量十间左右），以教师身份入住的客房均赠送感恩果盘（以桃李为主）一份。

2、制作专门针对中秋节的套餐，可以根据实际的情况分实惠、中、高三等，有二人餐、三人餐等类型，主题要体现全家团圆，可赠送月饼（价格不需要太高）。

3、如果一家人里有一个人的生日是_月_日，可凭借有效的证件（户口本和身份证），在酒店聚餐可享受 7-9 折（根据酒店的实际情况决定）的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。住房享受生日免费房一间（限定为大床单人间）。

4、如果手机号码尾号是 815、910，可凭借相关证明（个人名片或号码现测），在酒店聚餐可享受 7-9 折，住房享受 128 元/间.夜（根据酒店的实际情况决定）的优惠并获赠水果拼盘一份。

5、在客人离店时赠送一些和中秋节相关的小礼物（上面要印上酒店的名称、电话、地址）。

6、活动的时间定于_月_日-_日。

四、推广策略

1、在酒店周边小区、学校、金沙车站、企事业单位人员地毯式的发放传单。

2、可以尝试一下手机短信广告，群发的重点是原来饭店的老

顾客，注意要使用适当的语言，主要介绍酒店的活动。

必须要保证酒店的安全；对服务员和相关的工作人员采指定一些激励政策，调动她们工作的积极性（以后可以细化这个内容）；在大厅里放一些品位高的音乐；上菜的速度必须要快；大厅的布置上不需要太豪华，但要美观大方，表现出中秋节的味道。

五、效果预测

如果推广和相关的服务到位，收入最少是平时收入的 1.5 倍以上。酒店中秋节活动策划 9

农历八月十五日，是我国传统的中秋节，也是我国仅次于春节的第二大传统节日。八月十五恰在秋季的中间，故谓之中秋节。我国古历法把处在秋季中间的八月，称谓“仲秋”，所以中秋节又叫“仲秋节”。中秋节将要来临，结合本酒店的实际情况和中国传统的民族方俗，为了更好的开展酒店销售服务工作，达到经济效益与社会效益双丰收，特制定此方案。

一、目标市场分析

本酒店的顾客主要是中上层人士和政府机关工作人员，但其中也有不少是私款消费，这要求酒店在提高档次的基础上必须兼顾那些私款消费者的个人利益。

二、定价策略

1、饭菜基本上可以保持原来的定价，但要考虑和中秋节相关

的一些饭菜的价格，可采用打折(建议使用这种办法)或者直接降低价格的办法。

2、针对价格高的饭菜，建议采用减量和减价想结合的办法。

3、中秋节的套餐(下面有说明)的价格不要偏高。

4、其他的酒水价格和其它服务的价格可根据酒店的实际情况灵活变动，在中秋节的前后达到最低价(但要针对酒店的纯利润来制定)。

三、营销策略

1、制作专门针对中秋节的套餐，可以根据实际的情况分实惠、中、高三等，有二人餐、三人餐等类型，主题要体现全家团圆，可赠送月饼，为本店特色月饼(价格不需要太高)。

2、如果一家人里有一个人的生日是农历8月15日，可凭借有效的证件(户口本和身份证)，在酒店聚餐可享受5-6折(根据酒店的实际决定)的'优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。

3、如果手机和固定电话号码尾号是815，可凭借有效的证件(户口本和身份证)，在酒店聚餐可享受5-6折(根据酒店的实际决定)的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。最好是酒店直接联系一下这些人。

4、由于本酒店暂时没有住宿服务，可和其他的以住宿为主的大型宾馆联合行动，相互介绍客户，这样可以增加客户群，减少

一些相关的费用。对这部分客户可用专车接送，同时也建议给他们推荐中秋节套餐。

5、在饭后赠送一些和中秋节相关的小礼物(上面要印上酒店的名称、电话、地址、网址)。

6、活动的时间定于农历8月10日-20日。

四、推广策略

1、在酒店的门口附近、火车站、汽车站放置户外广告(户外广告采用喷绘为主，条幅相结合的形式)。

2、电视、街道横幅和报纸广告相结合。

3、可以尝试一下手机短信做广告，群发的重点是原来酒店的老顾客，注意要使用适当的语言，主要介绍酒店的最新活动。

4、也可采用传单广告，但传单的质量必须要高。

注意：以上的广告可同时选择几种，推广的重点在市区，也可向周边的县市推广。广告的受众最低要保证15万人。

五、其它相关的策略

保安必须要保证酒店的安全；对服务员和相关的工作人员采指定一些激励政策，调动她们工作的积极性(以后可以细化这个内容)；在大厅里放一些品位高的音乐；上菜的速度必须要快；大厅的布置上不需要太豪华，但要美观大方，表现出中秋节的味道。

酒店营销是一门研究酒店在激烈竞争和不断变化的市场环境

中如何识别，分析，评价，选择和利用市场机会，如何开发适销对路的产品，探求酒店生产和销售的最佳形式和最合理途径，目的就是以最少的劳动耗费取得最大的经济效益。酒店中秋节活动策划 10

酒店营销是一门研究饭店在激烈竞争和不断变化的市场环境中如何识别，分析，评价，选择和利用市场机会，如何开发适销对路的产品，探求饭店生产和销售的最佳形式和最合理途径，目的就是以最少的劳动耗费取得最大的经济效益。

农历八月十五日，是我国传统的中秋节，也是我国仅次于春节的第二大传统节日。八月十五恰在秋季的中间，故谓之中秋节。我国古历法把处在秋季中间的八月，称谓“仲秋”，所以中秋节又叫“仲秋节”。中秋节将要来临，结合本酒店的实际情况和中国传统的民族方俗，为了更好的开展酒店销售服务工作，达到经济效益与社会效益双丰收，特制定此方案。

一、目标市场分析

1、客户分析：本酒店的顾客主要是中上层人士和政府机关工作人员，但其中也有不少是私款消费，这要求酒店在提高档次的基础上必须兼顾那些私款消费者的个人利益。

2、自我分析：本酒店是该区域的唯一一家五星级酒店，具有一流的服务质量和先进的硬件设备，且接近风景区和购物中心、

交通便利，能很好的满足人们吃、住、行、游、购、娱的需求。

3、竞争分析：由于本酒店在地理位置的优势，所以竞争对手已经寥寥无几，又因为本酒店的产品独特，其他酒店难以替代，进而本酒店的竞争能力强。

二、定价策略

1、饭菜基本上可以保持原来的定价，但要考虑和中秋节相关的一些饭菜的价格，可采用打折或者直接降低价格的办法。

2、针对价格高的饭菜，建议采用减量和减价相结合的办法。

3、中秋节的套餐的价格不要偏高，人均消费控制在 20—30 元（不含酒水）。

4、其他的酒水价格和其它服务的价格可根据酒店的实际情况灵活变动，在中秋节的前后达到最低价（但要针对酒店的纯利润来制定）。

三、营销策略

1、制作专门针对中秋节的套餐，可以根据实际的情况分实惠、中、高三等，有二人餐、三人餐等类型，主题要体现全家团圆，可赠送月饼（价格不需要太高）。

2、如果一家人里有一个人的生日是 8 月 15 日，可凭借有效的证件（户口本和身份证），在酒店聚餐可享受 5—6 折（根据酒店的实际决定）的优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。

3、如果手机和固定电话号码尾号是 815，可凭借有效的证件（户口本和身份证），在酒店聚餐可享受 5—6 折（根据酒店的实际情况决定）的`优惠。建议给他们推荐中秋节套餐。最好是酒店直接联系一下这些人。

4、在饭后赠送一些和中秋节相关的小礼物（上面要印上酒店的名称、电话、地址、网址）。

5、活动地点定于本酒店二楼宴会大厅。

6、活动时间定于农历 8 月 10 日—20 日。

四、推广策略

1、在酒店的门口附近、火车站、汽车站放置户外广告（户外广告采用喷绘为主，条幅相结合的形式）。

2、电视、街道横幅和报纸广告相结合。

3、可以尝试一下手机短信广告，群发的重点是原来饭店的老顾客，注意要使用适当的语言，主要介绍酒店的最新活动。

4、也可以在相关网站上做个弹除框广告或者比较大的 flash 动画广告或者是 banner。网页动画和图片的处理必须要和营销的内容相符合。

5、也可采用传单广告，但传单的质量必须要高。

注意：以上的广告可同时选择几种，推广的重点在市区，也可向周边的县市推广。广告的受众最低要保证 15 万人。

五、其它相关的策略

保安必须要保证酒店的安全；对服务员和相关的工作人员采用一些激励政策，调动她们工作的积极性；在大厅里放一些品位高的音乐；上菜的速度必须要快；大厅的布置上不需要太豪华，但要美观大方，表现出中秋节的味道。

六、费用预算

本次活动的费用预算大约在 10000 元左右，其中大厅布置约 5000 元，广告宣传费约 3000 元，以及活动中小礼品的购置约 1000 元。

七、效果预测

如果推广和相关的服务到位，收入最少是平时收入的 1.5 倍以上。

八、其它建议

- 1、在服务大厅配备电脑，随时保存一些重点顾客的资料。
- 2、在争取顾客同意的条件下，把顾客的信息输入数据库（关键是顾客的名字和手机号码），为以后的推广服务。
- 3、做好酒店的网站，域名既要简单有要好记，网页的设计上要体现出酒店的特色，颜色以暖色调为主，主页最好要一个大的 flash 动画，还要有新闻发布系统、网上营销系统、顾客留言板、客户论坛、员工娱乐等方面的内容。通过网络营销（最大的优势

是受众范围大，花费少）增强酒店的知名度。酒店中秋节活动策划 11

活动主办单位：

济南____酒店

活动形式：

宴会、打折、赠送

活动时间：

20__年 9 月 30 日

一、序文

(一)酒店介绍

“济南____酒店”位于济南市核心地带，前往济南火车站及主要的城市景点，交通十分的便捷。酒店拥有高端时尚的设计风格 and 齐全的配套服务设施。酒店拥有 343 间时尚、雅致客房，其中包括 38 间豪华套房。餐饮设施包括具有当地特色的济南府中餐厅，独具风格的咖啡厅和大堂吧，以及美式的酥园咖啡屋。

酒店拥有 2069 平方米的宴会场可满足各类大型会议及活动的不同需求，其中包括 1300 平方米自然采光设计的无柱式宴会厅和九间灵活多变的多功能厅。娱乐休闲设施包括设施齐全的健身中心。

济南万达__酒店周边有新鲁大厦、汇宝大厦、东图大厦等商

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/168021032067007031>