

酒店开业庆典公关 策划案

各位读友大家好，此文档由网络收集而来，欢迎您下载，谢谢

篇一：酒店开业庆典公关策划案

酒店开业庆典公关策划案

本案亮点

1.全新方案阅读方式

本方案首创流程目录的形式，方便阅读者在清楚项目操作流程的前提下按需阅读方案各个篇章。

2.同生共庆普天同庆的庆典主题：

一个生日，一起庆祝，以模糊的人员界定侧面说明本活动宣传以商务人士主，实际面向大部分市民的主题策划。

3.活动内容二个阶段划分：

媒体宣传阶段与开业庆典阶段相辅相成。

4.切实可行的项目管理模式

规范的流程管理与人力资源相结合，合理设计团队组成、执行人员分工，

最大化提高项目团队工作效率。

5.对项目进行全面剖析

6.多样待定创意

除了本案开头提出的同生共庆外，我们还提出了以下几个主题活动：

?有奖征价

?无名评委

7. 专业庆典内容提供

舞狮点睛、威风锣鼓、仿唐乐舞等多样专业庆典内容提供，更多参考。

8. 合理的媒体定位选择

华商报+经开区户外广告为主，电视、广播立体化辅助的宣传策略，为广告主量身打造，合理地让广告效果最大化。

流程目录

项目背景

*****大酒店是一家集餐饮、客房、写字间、酒吧、娱乐等诸多功能为一体的四星级旅游商务酒店。立于古城西安北郊经济技术开发区迎宾大道门户之地，距市中心仅3公里，火车站4公里，

地铁站 100 米，航空港 30 公里，地理优势显赫，交通极其便利。

酒店由陕西旅游饭店管理有限责任公司全面经营管理，拥有不同类型的房间 116 间（套），可满足不同客人的需求。粤菜皇餐厅以高档粤菜为主，陕西地方风味小吃为辅，由香港名厨陈景生先生主理，设有同时能容纳 230 人用餐的大厅和豪华包间 8 个；设施设备齐全的多功能会议厅 1 个，可容纳 300 人左右，能接待不同档次和要求的大小会议室 4 个，风格各异的酒吧和茶吧，以及健身中心、棋牌室等，并且设有购物中心及设备齐全的商务中心，同时为客人代办机票、火车票旅游等服务。

群雄割据，各领风骚

西安作为西北最具影响力的商务旅游城市，商务旅游酒店林立，主要集中于以高新区为代表的高新圈，以西安城为中心覆盖至玉祥门周边的钟楼圈，还有以北郊经济开发区为基础的经开圈。其主要针对商务旅游群体，提供商务、

住宿、饮食、娱乐一体化服务。以开业时间不长的军安王朝大酒店为例，主要承接会议举办及与会人员食宿、休闲等业务。

经济开发区为近几年在西安发展速度最快的城区之一，可口可乐、康师傅、金威啤酒、华商数码等大型高新产业均在此安营扎寨。作为商务酒店业的理想土壤，竞争激烈在所难免。所以，我们在公关策划方面需要在创意方面提出更高要求。

时间表

项目执行地凤城大酒店

整体策划时间 年 4 月 11 日 4 月 17 日

户外媒体宣传 年 4 月 22 日 7 月 22 日

影视、平面媒体宣传 年 4 月 23 日 4 月 29 日

凤城大酒店开业庆典 年 4 月 29 日

同生共庆、有奖征价公关活动年 4 月 29 日 5 月 10 日

项目调研

优势弱势

陕西旅游管理有限公司专业营销

西安工商局支持，实力雄厚

装修豪华，设施齐备，粤菜系名厨

主勺

位于经开区入口，地利人和传播信息的周期仓促，难以进行整体品牌打造

项目任务重，人员协调难度较大

与会人员筛选、邀请难以进行明星

炒作

区内竞争激烈，需要创新

机会挑战

立体化媒体覆盖，品牌影响力大幅

提升

主题新颖，目标明确，整体配合度

较高

开业公关活动刺激销售额

树立酒店良好形象活动组织无较好

例案借鉴

对酒店日后营销提供最大辅助

媒介策略需要紧密配合

参与庆典人员分组管理

项目简介

酒店目标市场细分后定位消费人群以商务旅游人士为主覆盖全体大众。我们推出两大活动主题串联整体公关活动：

同生共庆针对商务人群，公开征求10名生日为4月29日商务人士与酒店共庆生辰并附赠礼品及免费住宿一晚；

有奖征价面向全体市民，公开征求50名幸运儿免费品尝招牌名菜，并拟定价格，最后奖励最合理价格得主代金消费卡。

两大活动覆盖经济开发区乃至全市所有群体，传播策略以平面媒体及酒店周边小型户外媒体为主要考虑对象，配合陕西电视台及交通广播立体化宣传。不同方案至少5个，使用酒店标识加大字体，力求醒目。文案带有行为刺激性诱惑，如你过生日，我买单！免费享受生日饕餮大餐生日豪礼，喜从天降等。

项目策划

核心目标

- 1.提升知名度，引发好奇心，树立一定的美誉度。
2. 初步与目标群体及相关产业接触，为日后营销工作打下基础。

基本策略

1.整体活动两大组成：以4月29日开业庆典活动部分为核心，媒体策略辅助带动品牌形象推广。

2.媒体选择主选平面、户外：由于户外广告制作及受众心理原因，周期较其他媒体长。其余

媒体投放均集中于开业前一周内进行立体式感知刺激。

3.两大活动有机结合：同生共庆、有奖征价活动排期分开，前者定于开业庆典当午，后者定于开业10天内。

4.两个阶段目标明确：整个活动按照时间划分为媒体宣传为内容的第一阶段，开业庆典当日的第二阶段

流程策划：三个阶段紧密衔接，第二阶段为主要环节！

第一阶段：平面、户外、电视、广播立体式宣传（4月23日—4月29日）

第二阶段：凤城大酒店开业庆典（4月29日）

目标受众

1. 直接受众：目标客户群体
2. 间接受众：相关政府部门、同业竞争对手、合作伙伴、媒体、全体市民。

与会人员邀约

1. 潜在客户：酒店业务推广目标客户。
2. 合作伙伴：当地规模、影响力较大的旅行社、学校等。
3. 政府领导：邀请相关政府部门领导参加。

传播策略

由于本次活动时间安排较为紧凑，取消以往前期酝酿新闻预发环节。集中于酒店开业前一周内开展媒体宣传，选择尽可能多的媒体单位进行新闻报道。媒体记者邀约选择上偏重于影响力较大的《华商报》、《西安晚报》、《三秦都市

报》、省市电视台、古城热线。4月29日举行开业庆典仪式，并在此之前开始进行相关嘉宾邀约。同时，西安各大平面媒体进行软硬结合的宣传方式，新闻报道加上形象大幅展示集中进行视觉轰炸；且在主要电视媒体上在西安会场活动结束后前后进行短期宣传亮相，以配合新闻公关的推广。

媒体选择

华商报、西安晚报、凤城二路车站候车厅户外、凤城一路地铁施工护栏户外连排
可选媒体：陕西二套《都市快报》插播5秒、陕西交通广播《一品长安》栏目

媒体计划

另：可考虑专人拜访形式向目标客户定向发出开业庆典请帖。

项目执行

活动创意

1.同生共庆：从媒体宣传日开始进行4月29日出生的商务人士征求活动参与人员，凡在公司或单位任职人员无论级

别均可报名参加，以模糊的人员界定侧面说明本活动宣传以商务人士主，实际面向大部分市民的主题策划。报名者需携带个人工作证件（或工作名片）、身份证原件及免冠照片到酒店填写报名表，先到先得，10位额满为止。每位获得资格的人员可邀请68名亲友共同参加4月29日午间的庆典宴会。酒店提供豪华午餐一桌及免费客房一晚（当天有效）。同时，酒店将安排更多精彩节目共庆生辰。

2.有奖征价：从媒体宣传日开始，同步宣传截至5月10日的免费尝菜自定菜价的人员征求活动。面向全体市民，并与5月10日下午举行集体试吃，最后以采纳价格为准，得奖者一名，奖励价值500元消费金卡一张，可在酒店内按照规定的要求进行消费，其余人员获赠精美礼品一份。席间邀请媒体记者同步参与进行相关报道，开业前10天，应与公证处取得联系，同意对此项活动进行公证，公证结果，公布在大堂显眼位置。

3.舞狮点睛：因酒店主营粤菜系，按

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/336103012242011000>