

# 最新酒店公关策划书3篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/166937.html>

## ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

### 酒店公关策划书篇一

长沙玛依拉大酒店开业时间2009年5月，楼高8层，客房总数95间(套)。酒店[1]位于金星大道398号，邻近格林星城、咸嘉湖、长沙市政府、长沙汽车西站，同时去往岳麓山风景区、橘子洲头、世界之窗等景点交通便利，地理位置优越。

玛依拉大酒店是投资2000多万精心打造的商务型酒店，总面积12180平方米，周围环境幽雅，布局精致，现拥有标准房、行政房供宾客选择，同时配套设有餐厅及商务会议室，为宾第一，公务酒店占有独特的公务酒店市场，对于公务消费者而言，公务酒店有更强的适应性，更具信任感、安全感。这无疑是公务酒店独特的细分市场。

第二，公务酒店有一整套完整的适应政务接待、公务活动和其它商务活动的设施设备、人员和程序。

第三，公务酒店背靠政府，依靠与政府职能部门的密切关系，能为客人提供更多的政治、经济等方面的咨询和服务。

第四，公务酒店承担着政府对外联络的职能，它所发挥的“窗口”和“桥梁”作用，是商务酒店无法替代的。

### 项目策划

公关目标：

重塑虹口大酒店品牌形象

公关策略：

(一) 密切联系目标公众，创造良好的人际传播渠道

公务酒店的公关需要独特的传播渠道，那就是依靠公务员队伍的人际传播渠道，依靠酒店员工队伍的传播渠道，将酒店的形象传播给目标公众。在形象策略定位的基础上，虹口大酒店还确定了以公务客人为主、以商务客人为辅的目标公众群，以公务客人为主，商务客人为辅，制定出一整套密切联系目标公众的方法，以保证酒店与目标公众的双向沟通。

## (二) 全面强化公务公共关系, 拓展公务市场

要树立公务酒店的形象，离开政府的支持是绝对办不到的，因此，在塑造公务酒店形象品牌策略中，重点是做好政府及其各职能部门的公共关系工作，让政府及其各职能部门以主人的姿态帮助、扶持酒店，把酒店当作自己的企业;并通过政府及其各职能部门的特殊影响力，扩大知名度，拓展公务市场。

## (三) 在服务中传播，在传播中营销

基于公务酒店传播的特殊性，虹口大酒店为自己量身定做了一套独特的传播方式，那就是“在服务中传播，在传播中营销”，依靠实际行动宣传自身的特点，依靠为目标公众提供优质的服务所产生的口碑宣传自身的形象;通过新形象的不断深化，使目标公众对酒店产生识别和认同，从而创造顾客的忠诚度和美誉度，提高酒店的社会效益和经济效益。

虹口大酒店确立以全国首家公务酒店为自己的品牌形象。这一形象的释义为：以公务客户，公务活动为主要目标市场，以规范化的酒店服务为基础，以鲜明的公务接待为特色的酒店。

项目实施:

重塑品牌形象，是虹口大酒店宏观的公关策略，虹口大酒店以综合治理的方式，全面推进了这一计划的实施。

### (一) 发挥自身优势，重塑品牌形象

虹口大酒店作为公务酒店拥有不同于商务酒店的独特优势，在充分把握这些优势并对酒店资源和接待资源进行有机整合和利用的基础上，努力做出了公务酒店的品牌和特色。

首先，为公务酒店的品牌树立健康的形象。酒店循正道经营，坚决杜绝黄赌毒以及一些低级、庸俗的服务，努力为公务活动提供一个绝对安全可靠的场所。在服务上以“个性化、人情化”见长，让公务客人倍感亲切、舒适。

其次，为公务酒店的品牌注入亲和力。虹口大酒店以亲切的“我在广州有个家”为宣传口号，并以实际行动为客人营造家的感觉，既亲和了异乡客人，又得到了广州人的认同。

虹口大酒店还将公务酒店的品牌形象建设融入企业文化之中，提倡从个人形象做起，携手共塑品牌形象。在虹口大酒店的文化中有这么一条：要求每一个虹口大酒店人象追求个人事业那样追求酒店的事业，象维护个人利益那样维护酒店的利益，象珍惜个人荣誉那样珍惜酒店的荣誉。在虹口大酒店人的意念里，他们所塑造的绝不仅仅是虹口大酒店的形象，更深层次上，作为广州市政府的接待基地，他们还在塑造广州市作为现代化中心城市的“窗口”形象。

### (二) 强化自身品质，提升品牌形象

虹口大酒店人深深认识到，形象的传播，主体是酒店的员工，是酒店的优质服务，因此虹口大酒店首先从强化管理入手，全面实施酒店由商务酒店向公务酒店转型的策略。

### 第一、调整酒店管理机制。

市政府办公厅与总经理邝云弘女士签订了《总经理责任书》，规范了总经理的责、权、利，给了总经理发挥才能的空间;在此基础上，虹口大酒店坚持以人为本、强化管理，努力建立健全制约机制、竞争机制和激励机制。

1. 在建立完善各项规章制度的同时，实行竞争上岗、考核聘用，彻底砸烂了“铁交椅”，形成“能上能下，能进能出”的用人机制，在员工中树立了强烈的竞争意识和危机感。
2. 实行严格的部门经济考核制，将部门工资总额的提取与部门营业总额、成本、费用挂钩;实行以员工的岗位责任、劳动技能和贡献大小为依据的岗位考核工资制。

第二,强化员工培训。酒店以全员培训为手段，向员工灌输新的思想观念，并针对公务酒店的市场定位，采取全方位、多层次的培训方式，全面提高员工的政治素质、服务技能和公关意识。1999年，光是由人力资源部组织的公共训练课程就有279个课时，有3350人(次)参与学习;参加各部门组织的专业训练课的员工有17480人(次)。通过培训使全体员工更新了观念，提高了专业技术和服务水平，强化了职业道德，激发了群体意识，增强了酒店的凝聚力和向心力，形成了良好的企业形象。

(三)利用各种途径，宣传品牌形象在总体的形象策略确定后，虹口大酒店推出了一系列的宣传活  
动：

首先，选取曾经是广州市市花并被人们誉为英雄花的红棉花作为酒店的形象标志，还选取绿色作为企业形象识别色彩，旨在推行绿色管理，普及环保意识。将富有个性的红棉花与充满生机活力的绿色组合在一起，较好地传递了酒店的信念和追求，有效地宣传了酒店的文化形象，并很快得到了公众的认同。

其次，虹口大酒店的宣传活  
动先从内部做起，强化企业形象。酒店在大堂、电梯等公众场所制作了一批有着人情化、个性化的鲜明服务特色的精美宣传画，一方面美化酒店的环境，一方面在潜移默化中让客人接受酒店的品牌形象。酒店还以绿色为基调，以红棉花为标志，设计制作了一系列的宣传品和客用品，反复强调酒店的形象标志，强化酒店的品牌形象。

第三，有针对性地选择公众媒体宣传企业形象，在广州地铁沿线投放了以“我在广州有个家”为主题的企业形象广告;还在广九直通车站出口处最醒目的位置上设立了大幅的灯箱广告，让踏进祖国南大门的宾客第一时间就感触到酒店的形象。

第四，在具有权威性的报刊《人民日报》和《接待与交际》上，刊载由记者采写的关于酒店新品牌形象策略的系列报导，引起社会的普遍关注和同行的积极呼应，有效地传达了酒店新的经营理念，传播了酒店的品牌形象。

第五，创刊《虹口大酒店人》报，对内作为企业文化建设的载体之一，积极引导全体员工树立正确的价值观，增强团队意识;对外作为与目标公众沟通交流的渠道，传播企业信息，强化品牌形象。

#### (四)参与公务活动，强化品牌形象

虹口大酒店定位为公务酒店，这就决定了酒店必须主动参与各类公务活动，同时强化与政府部门的长期沟通和合作。于是，争取广州市市委、市政府领导的大力支持成了酒店公务公关的基础。以总经理邝云弘女士为核心的领导集体认为：

首先，必须创造出一套适合公务活动的服务模式，并为公务活动营造最佳的环境，创造最佳的气氛，把酒店的“舞台”变成公务活动的“舞台”，让公务客人乐于到酒店来组织各项活动。1999年9月24日，广东省五套领导班子成员视察广州市“一年一小变”的成果并在虹口大酒店召开现场办公会；会后，虹口大酒店推出精心制作的，卫生、实惠、可口的公务套餐，并在5分钟内把近二百份套餐全部送到客人手上，让客人在20分钟内就餐完毕，有效地节约了就餐时间，受到省、市领导“出品好、服务好、节奏快”的好评。

其次，要把公务活动当作酒店自己的活动来组织。一年来，虹口大酒店凭借自己公务酒店的身份及与政府各职能部门的良好关系，积极参与公务活动的组织和策划，并主动提供迎送、导游等一系列在酒店区域外的服务，以“主人”的身份为主办单位服务。这种参与和服务，缩短了酒店与主办单位之间的距离，使主办单位与酒店真正成了一家人。

第三，要把公务活动当作酒店的公关活动来运作。凡有公务活动的场合，就能见到酒店公关部的工作人员、各位主管直至正副总经理，他们不但在现场指挥、协调工作，而且面对面地与客人沟通、交流，直接听取意见和建议。这种面对面的沟通，往往能收到良好的效果，有些棘手的问题往往就在沟通中解决了，下一轮的公务接待也在交流中确定了。

第四，争取大型公务活动、外事接待是虹口大酒店营销中的一个重大策略。通过努力，一年来，酒店分别接待了省、市人大代表大会、国际龙舟赛、广州地铁开通仪式以及广州国际友好城市“姐妹城市姐妹情”等多项国内国际大型活动，通过这些高规格的大型活动，把酒店的品牌形象传递到国内外，有效地宣传了酒店公务酒店的品牌形象。

#### (五)在服务中传播，在传播中营销

虹口大酒店创建公务酒店品牌形象的一年来，没有投放太多的资金在大众传播媒介上做宣传，而是把传播形象的工作与日常的服务工作融合在一起，在服务中传播。虹口大酒店将有限的资金投入技术改造，投入培训，逐步形成安全、优质、快捷的服务规范，并将这种服务特色推而广之，在酒店推行“顾客完全满意”的概念，象接待政务、公务活动一样接待好每一项商务活动，象接待市长一样接待好每一位客人，努力提升公务酒店品牌形象。

首先，虹口大酒店采取了一整套与目标公众联系的措施。酒店的vip客人在入住时会收到一张欢迎卡，离开酒店回到所在地时还会收到一张问候卡；逢年过节酒店的目标公众都会收到来自酒店的问候和祝福；一张小小的贺卡，传达了虹口大酒店人的心意，换来的是客人对酒店的认同感和忠诚感；

其次，虹口大酒店专门建立了重点客人的生活习惯档案，为这些客人提供符合其所需的、个性化、人情化的服务；

第三，虹口大酒店还设置了专门的机构，组织专人调查研究顾客心理与需求，进而制定出相应的服务措施，力求使酒店的服务令每一位客人满意。

第四，虹口大酒店根据新一代公务员的年龄、层次、工作方式等方面的变化和需要，提供上网、手提电脑以及公务咨询等系列服务，为公务员在酒店构造了临时的办公室，方便了公务所需。

虹口大酒店的品牌形象就是从这样具体、细致、平凡的服务工作中做起来的。

项目评估:

虹口大酒店实施公务酒店品牌形象以来，取得了良好的社会效益和经济效益。

#### (一)首创公务酒店，实现品牌更新。

一年来，虹口大酒店在公务酒店这面旗帜下，在政务、公务、会务接待方面做出了人情化、个性化的风格和特色，得到目标公众群的认同和支持，特别是广州市四套班子的公务活动几乎都安排在酒店举行。一年来，酒店完成了400多项接待任务，其中属省市、中央、跨国的重大接待50多项。成功地将公务酒店的品牌形象推向市场，实现了品牌更新。

#### (二)在短期内迅速提高了酒店知名度

公务酒店这一全新品牌的确立，引起社会各界特别是行业内有关人士的高度重视，尤其是在《人民日报》和《接待与交际》杂志刊出《虹口大酒店拓展公务酒店市场》以及采访录《我们正经营中国第一家公务酒店》、《请与我同行——携手共创公务酒店市场》等文章以来，在国内引起强烈的反响。虹口大酒店提出的公务酒店品牌形象的概念及创建公务酒店网络的设想，得到同行和社会各界的关注和呼应。

#### (三)有效地拓展了公务酒店的市场

虹口大酒店积极推行“顾客完全满意”的概念，努力提高服务质量，做出了属于公务酒店的风格和特色，获得了公众的认同。慕名而来的公务客人及外宾大幅增加，1999年共接待了近10万人次，年均开房率较1998年提高了9.83%，成功地拓展了自己的市场。

#### (四)赢得了良好的经济效益

推行公务酒店品牌形象的一年来，由于形象突出，营销策略得当，虹口大酒店在完成各项接待任务的同时，经济效益大幅攀升。1999年营业利润达2065万元，与1998年相比，提高率高达513%，创造了良好的经济效益。

#### (五)营造了良好的公共关系

随着虹口人的努力，虹口大酒店知名度的提高，公务酒店形象的被认同，特别是公务酒店品牌含金量的提高，酒店不但赢得了公众的理解和认同，取得了良好的经济效益，还营造了良好的公共关系。去年，虹口大酒店在广州市政府、越秀区政府以及城建、供电、人防等诸多部门的支持下，拆除了大门口与相邻的儿童公园之间的围墙，设置了专门通道让客人直接到公园里散步，达到了绿色资源共享的目的，圆了虹口大客的用餐及商务活动提供了便利。由于市场竞争和地理位置的影响，酒店的经营一直难以打开局面，本酒店公关部一致分析决定通过重新确立酒店定位，树立品牌形象来争取社会和顾客的支持。

## 酒店公关策划书篇二

### 一、项目背景：

出国留学网酒店为出国留学网集团在南充开办的一家四星级酒店，出国留学网集团为餐饮服务类企业，主要经济活动范围：华北、华东、华中、华南、东南的较大城市，在东北沈长哈大四市也有几家酒店。对于南充这样的中型城市，出国留学网集团看重的是南充的交通枢纽的重要性;作为一个新进入南充的企业，知名度不是很高，而且南充还有如南充万泰酒店、南充锦宏连锁酒店、南充安逸158连锁酒店等一些已有一定名声的竞争对手，所以要想在南充站稳脚跟，开业庆典是公关的第一炮，因此这次机会一定要抓住。活动总主题

1、出国留学网——您梦想的家园!

2、给您回家的感觉——出国留学网酒店

3、你我共建美好家园

4、您的家园由我们来建设活动目标通过本次活动，让南充人们了解出国留学网、认识出国留学网，对出国留学网有个感性的认识。活动程序活动方案

5、示牌宣传(设置指7、示牌)：

(1)设置地点：以出国留学网酒店为中心，2km范围内的主要道路上

(2)设置形式：重新报建，如不允许，则租用现有合适的位于道路两旁的户外媒介(如公共汽车候车亭广告位)

(3)数量：每个不同文案至少要求设置5个，共至少10个

(4)大小、高度：视实际情况而定，文字能大就大，力求醒目

(5)设计要求：要求使用出国留学网酒店标准的标识及标准字体

(6)时间要求：于开张前10天设好

(7)目的：提升知名度，引发好奇心，树立一定的美誉度;

### 2、开业公关活动策划方案

(1)主题：出国留学网酒店为您过生日!

(2)活动时间：开业当天。

(3)活动地点：出国留学网酒店。

(4)活动概况：给出国留学网酒店开业当天过生日的30位公民每人赠送一间包间，他可以邀请亲

朋好友前来包间聚餐消费，所有费用最后由出国留学网酒店代为支付。

(5)活动细则、注意事项：

1)刊登活动广告：

a、时间：开业前10天

b、媒介：《南充日报》、《新文化报》

c、版面：1/4版

d、文案内容：

标题：出国留学网酒店为您过生日!

正文第二段：为您过生日活动介绍——出国留学网酒店将于2011年06月18日正式开张营业，为庆祝出国留学网酒店的开业，特举办出国留学网酒店为您过生日活动，免费赠送30个包间消费。

报名条件：凡当天过生日，并在南充有固定居所的市民，均可报名参加

报名登记日期：即日起至06月16日止，每天上午8点-下午6点

人数限制：限30名，先到先得，额满即止;

报名地点：出国留学网酒店一楼大厅办事处

报名须知：凭本人身份证、户口本原件，亲临报名;未成年必须有监护人陪同;年老体弱的人必须有人陪护。

其余说明：进入时，必须衣冠整齐，否则主办单位有权拒绝入内;本次活动家一切解释权归出国留学网酒店。

2)先报名预定房间

报名时间：广告刊出后当天开始，至开业前一天截止。

报名须知：凭当天报纸广告、持本人身份证(或户口本，以防身份证有假)，亲临出国留学网酒店预先订房登记。

报名的其他条件：凡未成年人，应由其监护人陪同前来;年老体弱的应与其亲戚陪护;进餐时，需衣着整洁，否则有权拒绝入席。

菜谱限制：在限定的一类或几类菜单中选择当天的菜谱。

菜的数量：限定一个总的上限，如每人限2个菜，以便避免浪费。

酒水限制：在限定的一类或几类酒水单中选择。

吃不完的处理：要告知所点的菜吃不完，需要作小小惩罚，象吃自外助餐一样，要不然他们会乱点。

3)开张当天：

a)拍照留念：所有同天生日的来宾与出国留学网酒店管理代表合影留念(如该照片需在某范围内，如出国留学网酒店使用，则应与其签定肖像权使用协议)

b)举行出国留学网酒店请您定菜价定价员抽取及聘收颁发仪式。

从当天参加的成年来宾中，通过抽签的方式(即抽即知)，抽取30名定价员，发出聘书，邀请其于07月01日来出国留学网酒店参加评菜价的活动。

4)软性文章：为配合本次活动，尽量于《南充日报》等美食版，发表软性文章，以别开生面的开业庆典为题，通过反映南充餐饮业的精神文明新风貌，来达到宣传出国留学网酒店的目的。

### 3、开业后系列公关活动

(一)——主题：出国留学网酒店请您定菜价!

(1)活动日期：开业后10天左右的某一个星期天

(2)活动时间：上午8：00——10：00

(3)活动地点：出国留学网酒店

(4)活动概况：聘请30位定价员，对提出的若干类别的若干菜名，集体评定其菜价

(5)活动公证：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。

(6)定价员选择：

选择方式一：开业当天，以抽签的方式，抽出30个愿意参加活动的客人;

选择方式二：开业后每天随机抽取3个前来消费的来宾(在来宾愿意、有空的前提下)，担任定价员。

(7)活动预告：开业后第3天，发出出国留学网酒店请您定菜价活动广告

(8)参加定菜价人员的报酬：每人\*元，于活动结束后，用红包的方式支付，并请他们签名，以示收到出国留学网酒店支付的工资

(9)需要确定菜价的菜名：由出国留学网酒店选择。

(10)确定方法及流程：除去最高分、最低分，取平均分;要准备相关的表格、文具，确定具体流程

(11)公证：事先，将活动与公证处联络，取得其支持。公证进行现场公证，公证后，悬挂经公证盖章的菜价牌

(12)事后宣传：活动的第二天或第三天，在报纸上刊登以公布菜价确定结果、鸣谢公证处及定价员，并请市民监督、检查为内容的广告，

同时，刊出出国留学网酒店请您评大厨的活动预告。

#### 4、开业后系列公关活动

(二)——主题：出国留学网酒店请您评大厨!

(1)活动开始日期：评菜价活动后的第二天开始

(2)评选方法：定菜价活动结束后第二天起，每天对每个厨师，随机抽取其烹饪的5道菜，请享用该菜的客户，对该菜的各项品质属性如味、色、香、形等进行打分(先做好打分登记表，以方便客人操作，最好只要打勾就行了)，并请客户签名;对于参加评分的客户，每人赠送一份精美的纪念品。收集每天的评分，进行累加，即可得出每个厨师的总分，从而能排出名次。

(3)活动宣传：大堂及外围，要打出相关的宣传口号横幅

(4)评选结果及过程照片，可于评选结束后的第二天或第三天，刊出在报纸上;报纸同时刊出出国留学网酒店请您评服务活动预告，同时将出国留学网酒店服务员工作标准列出来。

#### 5、开业后系列公关活动

(三)——主题：出国留学网酒店请您评服务!

(1)活动开始日期：评大厨结束后的第二天或第三天，活动预告刊出后起第一天。

(2)评选方法：

1)每天请5位客户在买单时，填写《服务人员评分表》，对为其提供服务的服务员，按出国留学网酒店服务员工作标准进行评分，将每天的评分表累加在一起，形成每个服务员的总分，从而排出名次。

2)注意要均衡每个服务员被评分次数，保持大体一致

(3)赠给评分客户一件精美礼品

(4)活动宣传：大堂及外围，要打出相关的宣传口号横幅

(5)评选结果及过程照片，可于评选结束后的第二天或第三天，刊出在报纸上;报纸同时刊出出国留学网酒店请您评服务活动预告。

## 6、开业后系列公关活动

### (四)——主题：指定绿色菜地活动

(1)活动方式：开张10天后，开始着手物色附近的农家，找一些比较理想的，与其签署绿色蔬菜供应合同并拍一些照片，然后，在出国留学网酒店大厅合适地方，展示这些照片，特别是要展示一些有虫眼的照片。

(2)合同签署完后，在报纸上刊上与绿色蔬菜签署情况及绿色蔬菜的含义;向公众传递出国留学网酒店使用了绿色蔬菜的信息。六、经费预算(单位：万元)项目指示牌宣传开业公关开业后公关其他费用合计

## 七、效果预测

- 1、通过前期指示牌宣传，使公众对出国留学网酒店有一个初步了解。
- 2、通过开业公关，给公众一个耳目一新的感觉，留给公众一个深刻的印象。
- 3、通过“定菜价”活动，给公众留下一个菜价合理的深刻印象。
- 4、通过“评大厨”活动，使公众了解到出国留学网酒店有优秀的厨师。
- 5、通过“评服务”活动，让顾客了解出国留学网酒店的优质服务。
- 6、通过“绿色菜地”活动，使绿色饮食观念深入人心，并在公众心目中形成出国留学网酒店为绿色酒店的良好印象。

## 酒店公关策划书篇三

活动背景出国留学网宾馆为出国留学网集团在四平开办的一家四星级宾馆，出国留学网集团为餐饮服务类企业，主要经济活动范围：华北、华东、华中、华南、东南的较大城市，在东北沈长哈大四市也有几家宾馆。四平出国留学网宾馆是出国留学网集团在四平开办的首家宾馆，也是四平首家四星级宾馆。对于四平这样的中型城市，出国留学网集团看中的是四平的交通枢纽的重要性;再者，振兴东北老工业基地的政策，预示着东北的复兴，所以出国留学网集团想以几个大中型城市为基础，抢占东北的市场。作为一个新进入四平的企业，知名度不是很高，而且四平还有如四平宾馆、吉平宾馆、丽豪宾馆等一些已有一定名声的竞争对手，所以要想在四平站稳脚跟，开业庆典是公关的第一炮，因此这次机会一定要抓住。活动总主题

- 1、出国留学网——您梦想的家园!
- 2、给您回家的感觉——出国留学网宾馆
- 3、你我共建美好家园
- 4、您的家园由我们来建设活动目标通过本次活动，让四平人们了解出国留学网、认识出国留学网，对出国留学网有个感性的认识。活动程序活动方案

## 5、前期指

### 6、示牌宣传(设置指7、示牌)：

(1)设置地点：以出国留学网宾馆为中心，2km范围内的主要道路上

(2)设置形式：重新报建，如不允许，则租用现有合适的位于道路两旁的户外媒介(如公共汽车候车亭广告位)

(3)数量：每个不同文案至少要求设置5个，共至少10个

(4)大小、高度：视实际情况而定，文字能大就大，力求醒目

(5)设计要求：要求使用出国留学网宾馆标准的标识及标准字体

(6)时间要求：于开张前10天设好

(7)目的：提升知名度，引发好奇心，树立一定的美誉度;

## 2、开业公关活动策划方案

(1)主题：出国留学网宾馆为您过生日!

(2)活动时间：开业当天。

(3)活动地点：出国留学网宾馆。

(4)活动概况：给出国留学网宾馆开业当天过生日的30位公民每人赠送一间包间，他可以邀请亲朋好友前来包间聚餐消费，所有费用最后由出国留学网宾馆代为支付。

(5)活动细则、注意事项：

1)刊登活动广告：

a、时间：开业前10天

b、媒介：《四平日报》、《新文化报》

c、版面：1/4版

d、文案内容：

标题：出国留学网宾馆为您过生日!

正文第一段：出国留学网宾馆介绍

文第二段：为您过生日活动介绍——出国留学网宾馆将于\*\*\*\*年\*\*月\*\*日正式开张营业，为庆祝出国留学网宾馆的开业，特举办出国留学网宾馆为您过生日活动，免费赠送30个包间消费。

名条件：凡当天过生日，并在四平有固定居所的市民，均可报名参加

名登记日期：即日起至\*\*月\*\*日止，每天上午8点-下午6点

额限制：限30名，先到先得，额满即止;

名地点：出国留学网宾馆一楼大厅办事处

名须知：凭

人身份证、户口本原件，亲临报名;未成年必须有监护人陪同;年老体弱的人必须有人陪护。

其余说明：进入时，必须衣冠整齐，否则主办单位有权拒绝入内;本次活动家一切解释权归出国留学网宾馆。

## 2)先报名预定房间

报名时间：广告刊出后当天开始，至开业前一天截止。

报名须知：凭当天报纸广告、持本人身份证(或户口本，以防身份证有假)，亲临出国留学网宾馆预先订房登记。

报名的其他条件：凡未成年人，应由其监护人陪同前来;年老体弱的应与其亲戚陪护;进餐时，需衣着整洁，否则有权拒绝入席。

菜谱限制：在限定的一类或几类菜单中选择当天的菜谱。

菜的数量：限定一个总的上限，如每人限2个菜，以便避免浪费。

酒水限制：在限定的一类或几类酒水单中选择。

吃不完的处理：要告知所点的菜吃不完，需要作小小惩罚，象吃自外助餐一样，要不然他们会乱点。

名人数超过30人，则采用先来先得的方式，直至满额为止。为防止秩序混乱，应准备好排队的号筹，来一个发一个，凭号筹办理，这样不会出乱子。

注意在广告中注明：活动解释权归出国留学网宾馆;活动时送生日蛋糕，并举行共切生日蛋糕仪式。

## 3)开张当天：

a)拍照留念：所有同天生日的来宾与出国留学网宾馆管理层代表合影留念(如该照片需在某范围

内，如出国留学网宾馆使用，则应与其签定肖像权使用协议)

b)举行出国留学网宾馆请您定菜价定价员抽取及聘收颁发仪式。

从当天参加的成年来宾中，通过抽签的方式(即抽即知)，抽取30名定价员，发出聘书，邀请其于\*\*月\*\*日(应选择星期天)来出国留学网宾馆参加评菜价的活动。

4)软性文章：为配合本次活动，尽量于《四平日报》等美食版，发表软性文章，以别开生面的开业庆典为题，通过反映四平餐饮业的精神文明新风貌，来达到宣传出国留学网宾馆的目的。

### 3、开业后系列公关活动

(一)——主题：出国留学网宾馆请您定菜价!

(1)活动日期：开业后10天左右的某一个星期天

(2)活动时间：上午8：00——10：00

(3)活动地点：出国留学网宾馆

(4)活动概况：聘请30位定价员，对提出的若干类别的若干菜名，集体评定其菜价

(5)活动公证：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。

(6)定价员选择：

选择方式一：开业当天，以抽签的方式，抽出30个愿意参加活动的客人;

选择方式二：开业后每天随机抽取3个前来消费的来宾(在来宾愿意、有空的前提下)，担任定价员。

(7)活动预告：开业后第3天，发出出国留学网宾馆请您定菜价活动广告

(8)参加定菜价人员的报酬：每人\*元，于活动结束后，用红包的方式支付，并请他们签名，以示收到出国留学网宾馆支付的工资

(9)需要确定菜价的菜名：由出国留学网宾馆选择。

(10)确定方法及流程：除去最高分、最低分，取平均分;要准备相关的表格、文具，确定具体流程

(11)公证：事先，将活动与公证处联络，取得其支持。公证进行现场公证，公证后，悬挂经公证盖章的菜价牌

(12)事后宣传：活动的第二天或第三天，在报纸上刊登以公布菜价确定结果、鸣谢公证处及定价员，并请市民监督、检查为内容的广告，同时，刊出出国留学网宾馆请您评大厨的活动预告。

#### 4、开业后系列公关活动

(二)——主题：出国留学网宾馆请您评大厨!

(1)活动开始日期：评菜价活动后的第二天开始

(2)评选方法：定菜价活动结束后第二天起，每天对每个厨师，随机抽取其烹饪的5道菜，请享用该菜的客户，对该菜的各项品质属性如味、色、香、形等进行打分(先做好打分登记表，以方便客人操作，最好只要打勾就行了)，并请客户签名;对于参加评分的客户，每人赠送一份精美的纪念品。收集每天的评分，进行累加，即可得出每个厨师的总分，从而能排出名次。

(3)活动宣传：大堂及外围，要打出相关的宣传口号横幅

(4)评选结果及过程照片，可于评选结束后的第二天或第三天，刊出在报纸上;报纸同时刊出出国留学网宾馆请您评服务活动预告，同时将出国留学网宾馆服务员工作标准列出来。

#### 5、开业后系列公关活动

(三)——主题：出国留学网宾馆请您评服务!

(1)活动开始日期：评大厨结束后的第二天或第三天，活动预告刊出后起第一天。

(2)评选方法：

1)每天请5位客户在买单时，填写《服务人员评分表》，对为其提供服务的服务员，按出国留学网宾馆服务员工作标准进行评分，将每天的评分表累加在一起，形成每个服务员的总分，从而排出名次。

2)注意要均衡每个服务员被评分次数，保持大体一致

(3)赠给评分客户一件精美礼品

(4)活动宣传：大堂及外围，要打出相关的宣传口号横幅

(5)评选结果及过程照片，可于评选结束后的第二天或第三天，刊出在报纸上;报纸同时刊出出国留学网宾馆请您评服务活动预告。

#### 6、开业后系列公关活动

(四)——主题：指定绿色菜地活动

(1)活动方式：开张10天后，开始着手物色附近的农家，找一些比较理想的，与其签署绿色蔬菜供应合同并拍一些照片，然后，在出国留学网宾馆大厅合适地方，展示这些照片，特别是要展示一些有虫眼的照片。

(2)合同签署完后，在报纸上刊上与绿色蔬菜签署情况及绿色蔬菜的含义;向公众传递出国留学网

宾馆使用了绿色蔬菜的信息。六、经费预算(单位：万元)项目指示牌宣传开业公关开业后公关其他费用合计

(一)(二)(三)(四)费用\*\*\*\*\*

## 七、效果预测

- 1、通过前期指示牌宣传，使公众对出国留学网宾馆有一个初步了解。
- 2、通过开业公关，给公众一个耳目一新的感觉，留给公众一个深刻的印象。
- 3、通过“定菜价”活动，给公众留下一个菜价合理的深刻印象。
- 4、通过“评大厨”活动，使公众了解到出国留学网宾馆有优秀的厨师。
- 5、通过“评服务”活动，让顾客了解出国留学网宾馆的优质服务。
- 6、通过“绿色菜地”活动，使绿色饮食观念深入人心，并在公众心目中形成出国留学网宾馆为绿色宾馆的良好印象。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发