

营销方案与公文实战范本丛书



酒店

营销方案与公文实战范本

周帆 主编

Jiudian ◀

yingxiao fangan ◀

yu ◀

gongwen shizhan ◀

fanben ◀

 广东人民出版社

营销方案与公文实战范本丛书

酒店

营销方案与公文实战范本

编著：刘三明 周帆 主编

策划：海言创新顾问机构（广州）
中国总裁网（www.zc636.com）

指导：周帆营销研究中心

广东人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

酒店营销方案与公文实战范本 / 周帆主编. — 广州: 广东人民出版社, 2005.1

(营销方案与公文实战范本丛书)

ISBN 7-218-04776-9

I. 酒... II. 周... III. ①饭店—市场营销学—方案
②饭店—市场营销学—公文—范文 IV. ①F719.2②H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 015996 号

出版发行	广东人民出版社
印 刷	肇庆市科建印刷有限公司
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	20.75
插 页	1
字 数	29 万字
版 次	2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷
印 数	5000 册
书 号	ISBN 7-218-04776-9/F·630
定 价	35.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印公司联系调换。

编辑委员会

编委会主任：周 帆

编委会副主任：刘三明

编委会委员：周 帆（广州）

周樱子（广州）

曲延丽（山东）

高艳波（大连）

胡丽云（广州）

杨发铨（杭州）

李学成（西安）

王 萍（广州）

王瑞敏（广州）

何 涛（北京）

张爱玲（北京）

徐海珊（深圳）

邹舒韵（广州）

杨 华（成都）

李玉胜（北京）

张纪中（厦门）

于 晴（天津）

刘三明（广州）

郑照富（江西）

孟 娜（锦州）

温力虎（广州）

何永祺（广州）

彭正刚（武汉）

杜云萍（广州）

黄灵灵（深圳）

陈银华（重庆）

胡 磊（济宁）

张 颜（上海）

黄 娟（武汉）

孙黎霞（北京）

董 平（上海）

徐 浩（南京）

张思锋（北京）

杨 娟（广州）

刘 青（广州）

张雪玮（哈尔滨）

罗兆坤（山东）

傅汉章（广州）

王雨清（北京）

郑丹东（广州）

许 峰（广州）

王玉峰（沈阳）

周丽娟（淄博）

王玉莲（广州）

张晓文（广州）

俞江宁（宁波）

吴雄翔（厦门）

朱祥文（厦门）

刘 超（杭州）

营销方案——营销的书面规划

广州市海言创新企业顾问有限公司总经理

中国知道智慧库总策划师

周帆 广东工业大学房地产学会高级专家顾问

广东省企业家协会理事

广东营销学会理事

自从我们编写出版第一本营销类图书后，便接到许多来自全国各地的咨询电话和电子邮件，不少读者询问我们是否编写了方案公文类图书，他们大都认为，理论书籍太多，且读起来既辛苦又枯燥，而如果有原版方案公文类的图书，他们在工作中可以直接套用，既实用又方便。

后来我们“知道智慧库”，便策划了一套丛书《营销方案与公文实战范本》，我们选取了16个热门行业（包括房地产、服装、化妆品、食品饮料、商场超市、家电、医药保健、酒店、家具、建筑装饰、广告咨询、汽车、物流、旅游、金融保险、美容院等），每个行业推出一本营销方案公文实战范本。之所以这样做，是因为不同的行业有不同的特性，读者需要的不是大而同的书籍，而是具有很强针对性的书籍。现在营销领域有一个使用频率很高的词汇，叫做“度身订造”，我们分别针对不同的行业推出营销方案公文实战范本，也是为各行业的营销从业人员度身订造参考工具书，提高书的针对性和使用价值。

干任何事情都要有个总体规划，营销也一样，实际上营销方案就是对营销的书面总体规划。这个总体规划是否到位，将直接影响到营销的成效。如果没有营销方案，营销工作就如同船在没有航标的河流上航行一样找不着方向；如果营销方案过于简单，可操作性就会削弱；如果营销方案过于繁杂，就会人为地加大操作难度。所以一份好的营销方案，要既不简单也不复杂，既要有深厚的理论知识也要有很强的可操作性。

做销售在于实操水平，做营销则需要实操与理论双重功底。所以营销方案的策划制作，既需要很高的理论水平，又需要很强的实操能力。

光有理论不懂实操是写不好营销策划方案的，光有实操能力而缺乏理论水平同样也写不好营销方案。

写方案不是一项简单的工作，也不是一般的营销人员所能胜任的，更多的是由营销经理人来完成。我们编辑这套丛书，主要是给营销从业人员提供一个学习的样板。书中没有枯燥的理论，全部是实战演示方案和公文。因为有关这方面的理论书籍已经很多，并且许多读者读完理论书籍后，仍然不知道怎么撰写方案和公文。而看了《营销方案与公文实战范本》系列图书后，即使理论基础不够扎实也完全能够“依样画葫芦”地写出个像模像样的方案来。

对于经理人来说，迫切需要学习的就是实操性的东西，这也是近年来 MBA 走俏全国的一个原因。

有许多人不知道自己应该学什么。笔者经过系统分析研究，总结出了这么一套理论：基层职员学知识，中层职员学方法，高层职员学思想。为什么这么说呢？因为基层职员，处于职场底层，这部分的人员，大都有一个共同的特征，那就是缺少专业知识，所以说他们需要学的就是知识；中层职员，属于企业的中间层管理者，他们能做到这个职位，没有一定的基本知识是不可能的，他们大都是有知识的人，这部分的人员处于中间阶层，企业的许多工作是需要他们来具体操作完成的，他们是企业工作的具体实施者，而实施的过程是需要掌握方法的，没有方法就会影响实施的成效，所以说中层职员学的是方法；到了高层职员，通常是企业的指挥者、决策者，这些人最需要的不是知识，也不是方法，而是思想，即经营思想、管理思想，他们的工作侧重于宏观而非微观方面，因而高层职员学的应该是思想。

我们编写的《营销方案与公文实战范本》就是教给营销经理人撰写方案和公文的模式。当然，这里所提供的方案公文范本，也不是唯一的模式。俗话说，文无定法。方案和公文的撰写形式也是多种多样的，但是万变不离其宗，其中心思想、主要项目还是一致的。

希望这套丛书能给营销工作人员提供一点有益的帮助。

前 言

中国的各行各业在营销上不断寻求最适宜新形势、新颖的营销方式。原来的那种坐在树阴底下等待顾客来买西瓜的时代已经不复存在了；而今要求的是卖西瓜的人想尽办法，瞄准时机，主动出击，把最好的西瓜，以最优惠的价格卖出去。酒店业扯着中国旅游业的蓬勃发展的风帆，登上了市场营销的这艘快船，时机与挑战并存，酒店业同样面临着激烈的竞争。各酒店如何在竞争的大环境中取胜，并且长期立于不败之地，这里需要先进的管理模式、前卫的营销理念，当然更需要的是精干的管理和营销人才。在管理和营销的过程中，管理和营销人才都会涉及到文字写作的问题。海言创新企业顾问有限公司——周帆营销研究中心从营销角度，收集了来自一线营销精英的实践案例，编撰成此书。

营销是一个系统工程，根据市场营销理论，它包括调研、可行性分析、产品上市、上市时机、推广、价格策略、营销机制的建立等各个方面。本书的编撰从这个角度出发，尽可能地选取有代表性的案例，反映整个营销过程中所涉及各个环节。

《酒店营销方案与公文实战范本》分为两部分——方案范本和公文范本。为了便于营销工作人员全面了解酒店营销，在书后附了一些同酒店营销相关的文字。本书的重点在方案范本。在方案范本中又分项目方案和营销方案。项目方案从可行性研究报告、项目调查研究、企划、管理、工程设施、标识规划、项目包装、市场定位、项目广告传播、预算架构等方面进行编撰，有些方面还辑录了不等的篇数，便于方案写作人员比较、体味其中奥妙。营销方案从前期营销、开发经营、开发仪式策划、培训、新闻发布、文艺晚会、部门改组、营销激励等方面进行编撰，不难发现，这些营销方面实际上涵盖到了营销过程中的各个环节。公文范本按上行公文、下行公文、平行公文、对外公文四大方面来编撰，实际上，是从对内、对外两个角度来编撰第二部分的。

本书最大的特点是实践性。方案大都由一些资深营销策划高手写作，

具有极强的操作性。大部分方案实施后均得到行内人士的高度评价，为相关的酒店创下了较高的利润。其次是系统性。从选取的案例来说，看起来是一个一个的，但总体反映了营销这个系统工程。

本书参考了大量的书籍，引用了许多优秀的例子，特别是辑录了来自一线高手的经典案例，在此一一表示诚挚的谢意！其中错漏之处，恳请读者一一指正。

目 录

上卷 方案范本

壹、研究分析方案	(3)
可行性研究报告	(3)
× × 酒店开发方案可行性研究报告样本	(3)
× × 酒店可行性研究报告(草案)	(11)
东莞市 × × × × 酒店市场调查报告样本	(22)
× × 酒店关于发展快餐业研究报告	(27)
经营企划方案	(34)
某大酒店开发经营方案	(34)
收购宜昌 × × × 饭店企划案	(47)
电子酒店解决方案	(53)
关于安装安全防范系统的设计方案	(55)
酒店客房视频点播方案	(59)
贰、酒店管理方案	(63)
饭店四级管理体制方案	(63)
饭店经营 CVP 公式应用方案	(69)
整合传播部改组方案	(76)
酒店经营管理代理意向责任书	(82)
叁、营销方案	(86)
营销策划方案样本	(86)
前期营销方案	(90)
× × × 大酒店前期营销策划方案	(90)
× × 酒店前期营销策划方案	(98)
市场调查问卷	(108)

国内酒店宾客意见调查表	(108)
国外酒店宾客意见征询表	(111)
日本×××海滨饭店服务质量调查表	(116)
市场定位方案	(120)
渤海××大酒店市场定位方案	(120)
标识设计方案	(132)
“河梦”中西餐厅标识设计方案	(132)
定价策划书	(135)
广州市××酒店定价策划书	(135)
传播方案	(142)
东莞市××酒店传播方案	(142)
新闻发布会方案	(147)
××酒店剪彩揭幕暨××夜总会开业 典礼大型新闻发布会方案	(147)
开业仪式策划方案	(154)
星都大酒店落成典礼暨开放日活动策划方案	(154)
广州××酒店上市仪式策划方案	(159)
电子商务销售方案	(163)
××酒店实行电子商务销售方案	(163)
营销管理方案	(172)
××酒店营销人员公关礼仪培训方案	(172)
某大酒店营销、激励方案	(181)
营销人员考绩及奖罚方案	(191)
客户管理方案	(195)

下卷 公文范本

壹、上行公文	(205)
计划报告类	(205)
××酒店市场营销行动计划	(205)
××国际大酒店 2003 年工作计划	(208)

××酒店市场营销部 2001 年年中 (1—6 月份) 工作总结	(212)
××酒店 2002 年度经济分析报告	(215)
关于本月下旬市场消极疲软形势分析及应对措施	(217)
外出促销申请报告	(219)
××酒店营销诊断报告	(220)
请示建议类	(222)
加薪请示报告	(222)
建议书	(223)
关于设立区域代理的建议	(224)
关于设立××××年度“最佳业务员奖”的提案	(225)
贰、下行公文	(227)
命令类	(227)
总经理令	(227)
嘉奖令	(228)
通知(告)类	(229)
关于朱××违反纪律的处理决定	(229)
××协会成立大会暨国际区域代理权 洽谈会接待通知书	(230)
××酒店优惠顾客实施细则	(231)
叁、平行公文	(233)
配合类	(233)
关于做好×××酒店开业典礼的要求函	(233)
要求更换广告媒体的函	(234)
通报类	(235)
××××酒店开业前及开业典礼简报	(235)
关于迎接“五一”黄金周营销人员调整通报	(236)
大型活动费用预算书	(237)
肆、对外公文	(238)
合同、协议类	(238)
关于××××的合作意向书(范本)	(238)



合资经营酒店合同书	(239)
订房合同	(257)
× × × 酒店会议接待协议书	(261)
房屋租赁合同	(262)
× × × × 酒店公寓租赁合同	(265)
宴会合同书	(270)
启事、邀请函等	(271)
迁址启事	(271)
征租房屋启事	(271)
招聘启事	(272)
邀请函、请柬类	(274)
邀请函	(274)
接风洗尘柬	(275)
催客帖	(275)
舞会请帖	(276)
生日宴会请柬	(276)
商务会议请柬	(277)
回复函	(278)
关于叫早时间提前投诉的答复	(278)
大型公众活动档案卡	(280)
大型公众活动档案卡(范例)	(280)
附录一 酒店环境、包装市场定位通用策略	(281)
附录二 客房布局及设备的配备方案	(285)
附录三 客房美化方案	(291)
附录四 酒店常用服务用语	(294)
附录五 客房部岗位职责的分配	(296)
附录六 房间整理程序规范	(299)
附录七 做床规范要求	(300)
附录八 卫生间清洁规范要求	(301)
附录九 晚间服务规范	(303)
附录十 日常查房的项目内容及标准	(304)

附录十一	茶具消毒方法	(306)
附录十二	公共区域清洁保养制度与标准	(307)
附录十三	客房的种类	(311)
附录十四	表格范例	(313)

上卷

方案范本

壹、研究分析方案

贰、酒店管理方案

叁、营销方案

壹、研究分析方案

可行性研究报告

× × 酒店开发方案可行性研究报告样本

一、项目概况（略）

二、前景分析

1. 酒店业市场的前景分析（略）。
 2. 项目自身优点分析（略）。
 3. 项目竞争对手分析。
- (1) 项目同区可比酒店旅馆情况。

表 1 项目同区可比酒店旅馆情况

项目名称		× × 酒店	× × 宾馆	× × 大酒店	× × 旅馆
地址		位于 × × 路与 × × 路交汇处，与本案近在咫尺	位于本案的正南面与本案相邻	× × 路与 × × 路交汇处	位于 × × 路段
房价 元/ 间	套间				
	单人间				
	双人间				
开业使用日期					
项目配套情况		篮球场、会客室、儿童娱乐园、网球场、羽毛球场	娱乐场、保健中心	文化娱乐中心、网吧、银行	桑拿、保龄球

(续上表)

项目名称	××酒店	××宾馆	××大酒店	××旅馆
周边环境				
较本案的优点	绿化布局全面, 已形成标准酒店雏形, 装修高档, 是本案的主要竞争对手。	已使用多年, 价格低但有一定客户网络。	地理位置优越, 闹中有静, 规模较大, 配套完善, 已形成一定的规模和市场地理位置较本案好。	规模较大, 客房使用率较高, 管理方式比较先进。
较本案的缺点	总体规划不完善, 规模小, 地理位置较本案差。	规模小, 绿化面积少, 配套不完善。	采用一般形式营销, 但管理较好, 造成整体形象较好。	绿化少, 配套一般。
酒店主楼设计情况				
备 注				

(2) 项目营销房价的测定 (运用市场比较法)。

表 2

市场比较法系数修正表

项目名称	价 格			环境因素修正	个别因素修正
	旺季	淡季	其他		