

<<星级酒店活动策划与文书写作范本>>

图书基本信息

书名：<<星级酒店活动策划与文书写作范本>>

13位ISBN编号：9787122163103

10位ISBN编号：7122163105

出版时间：2013-5

出版时间：化学工业出版社

作者：匡仲潇 编

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

酒店（HOTEL）一词来源于法语，当时的意思是贵族在乡间招待贵宾的别墅，在中国港澳台地区及东南亚地区被称为“酒店”，在中国大陆则被称为“酒店”、“饭店”、“宾馆”、“旅店”、“旅馆”。

星级酒店是由国家（省级）旅游局依据《中华人民共和国星级酒店评定标准》将酒店按等级标准以星级来划分，分为一星级到五星级5个标准。

最低为一星级，最高为白金五星级。

星级越高，表示旅游饭店的档次越高。

尽管我国旅游业的快速发展使我国的酒店业取得了长足的进步，但也不难发现酒店业面临着许多挑战和困难：重复建设、供大于求、税费过度、利润率下降、直接成本上升等。

随着《旅游饭店星级的划分与评定》的颁布和实施，在酒店行业中，标准越来越明确，分工越来越细，竞争也越来越激烈。

基于此，我们编写了《酒店餐饮企业管理工具箱》丛书，本套丛书由《星级酒店岗位设置与精细化管理》、《星级酒店活动策划与文书写作范本》、《星级酒店管理的100个工作细节》、《星级酒店培训管理全案》、《星级酒店常用英语大全》等多本组成。

《星级酒店岗位设置与精细化管理》一书以酒店常设部门（人力资源部、销售部、前厅部、客房部、餐饮部、保安部、财务部、工程部）进行设置，每个部门为一个章节，每一章节又设工作任务与岗位设置、岗位说明书、精细化管理三个模块进行描述。

《星级酒店活动策划与文书写作范本》一书主要包括客房策划活动全案、宴会策划活动全案、会议策划活动全案、康乐策划活动全案、主题策划活动全案、企业文化策划活动全案、假日营销策划活动全案七个部分。

《星级酒店管理的100个工作细节》则包括星级酒店前厅管理细节、星级酒店客房管理细节、星级酒店餐饮管理细节、星级酒店营销财务管理细节、星级酒店安全管理细节、星级酒店公共关系管理细节、星级酒店成本控制管理细节七个部分。

《星级酒店培训管理全案》主要介绍了酒店员工培训基本认知、酒店员工培训需求分析、酒店员工培训计划制定、酒店员工培训课程设置、酒店员工培训准备事项、酒店员工培训实施开展以及酒店培训评估与效果转化。

《星级酒店常用英语大全》则介绍了星级酒店英语基本用语、星级酒店前厅部常用英语、星级酒店客房部常用英语、星级酒店餐饮部常用英语、星级酒店商务中心常用英语、星级酒店康乐部常用英语六个部分内容。

本套丛书更加实用，理念新颖，可操作性强，是一套实用的酒店管理与操作实务读本，可供相关酒店及酒店从业人员参考使用，同时也为有意于酒店行业的求职者参考。

本书由匡仲潇主编，在编写过程中，获得了许多朋友的帮助和支持，其中参与编写和提供资料的有许华、赵静洁、刘婷、刘海江、唐琼、邹凤、马丽平、段丽荣、陈丽、林红艺、贺才为、林友进、周波、周亮、高锬、李汉东、李春兰、李景吉、柳景章、姚根兴、赵仁涛、谭双可、王小红、王春华、赵建学、靳元，最后全书由匡仲潇统稿、审核完成。

在此一并表示感谢！

编者2013年1月

<<星级酒店活动策划与文书写作范本>>

内容概要

《酒店餐饮企业管理工具箱:星级酒店活动策划与文书写作范本》主要包括客房策划活动全案、宴会策划活动全案、会议策划活动全案、康乐策划活动全案、主题策划活动全案、企业文化策划活动全案、假日营销策划活动全案七个部分内容。

《酒店餐饮企业管理工具箱:星级酒店活动策划与文书写作范本》内容更加实用，理念新颖，可操作性强，是一本实用的酒店管理与操作实务读本，可供相关酒店及酒店从业人员参考使用，同时也为有意于酒店行业的求职者参考。

书籍目录

第一章客房策划活动全案1 第一节基础知识2 一、商务客户客房营销2 二、会议客户客房营销4 三、长住客户客房营销5 四、旅行社客户客房营销8 五、酒店客房订房控制10 第二节客房活动方案集锦11 【实战范本1】××大酒店客房营销活动方案11 【实战范本2】××酒店客房促销活动方案(一)12 【实战范本3】××酒店淡季客房营销活动方案13 【实战范本4】××酒店客房部活动方案14 【实战范本5】××酒店客房促销活动方案(二)15 【实战范本6】××国际商务酒店客房促销方案16 第二章宴会策划活动全案17 第一节基础知识18 一、宴会营销工作规程18 【实战范本7】感谢函24 二、宴会服务质量控制25 第二节宴会活动方案集锦26 【实战范本8】“百年好合”喜庆婚宴接待方案26 【实战范本9】××酒店婚宴产品推介会策划方案29 【实战范本10】××酒店婚宴优惠活动方案32 【实战范本11】××酒店团年宴活动方案(一)34 【实战范本12】××酒店团年宴活动方案(二)36 【实战范本13】××酒店团年宴活动方案(三)37 【实战范本14】××酒店年夜饭活动方案39 【实战范本15】××酒店升学宴活动方案(一)39 【实战范本16】××酒店升学宴活动方案(二)43 【实战范本17】××酒店谢师宴活动方案(一)44 【实战范本18】××酒店谢师宴活动方案(二)45 【实战范本19】××酒店谢师宴优惠活动46 【实战范本20】××酒店谢师宴活动方案(三)46 【实战范本21】××大酒店登科宴推广方案47 【实战范本22】××酒店中餐茶文化周活动方案49 【实战范本23】××酒店美食节活动方案50 第三章会议策划活动全案52 第一节基础知识53 一、会议市场营销作用53 二、会议市场营销目标53 三、会议市场营销要求55 四、会议市场营销策略56 五、会议市场营销步骤57 第二节会议活动方案集锦59 【实战范本24】××酒店会议促销套餐59 【实战范本25】××酒店会议团队促销活动方案60 【实战范本26】××酒店会议室特价促销61 第四章康乐策划活动全案62 第一节基础知识63 一、康乐部的作用63 二、康乐部的基本任务63 第二节康乐活动方案集锦64 【实战范本27】××酒店棋牌室促销活动方案64 【实战范本28】××大酒店棋牌室优惠活动方案64 【实战范本29】××酒店足浴、美发中心酬宾邀请函65 【实战范本30】××酒店KTV优惠推广活动方案65 【实战范本31】××酒店游泳池优惠活动方案66 【实战范本32】××酒店游泳池活动方案66 【实战范本33】××酒店桑拿中心促销活动通知68 第五章主题策划活动全案69 第一节基础知识70 一、庆典活动70 二、开业庆典70 三、周年庆典70 第二节主题活动方案集锦70 【实战范本34】××酒店开业庆典策划方案70 【实战范本35】××大酒店开业庆典方案72 【实战范本36】××大酒店开业庆典活动方案74 【实战范本37】××国际大酒店开业活动方案76 【实战范本38】××酒店开业活动方案(一)79 【实战范本39】××酒店开业活动方案(二)81 【实战范本40】××大酒店五周年庆典活动方案82 【实战范本41】××酒店六周年庆典活动方案84 【实战范本42】××大酒店三周年庆典活动方案85 【实战范本43】××大饭店十周年庆典活动策划方案87 【实战范本44】××大酒店一周年店庆活动方案91 【实战范本45】××酒店客户答谢会方案(一)92 【实战范本46】××酒店客户答谢会方案(二)94 【实战范本47】××酒店客户答谢会方案(三)95 【实战范本48】××宾馆客户答谢会方案96 第六章企业文化策划活动全案98 第一节基础知识99 一、企业文化活动的定义99 二、企业文化活动的特点99 三、企业文化活动的类型100 第二节企业文化活动方案集锦100 【实战范本49】××酒店春节联欢晚会活动方案100 【实战范本50】××酒店员工活动策划方案102 【实战范本51】××酒店母亲节活动策划方案104 【实战范本52】××酒店员工春节联欢活动方案105 【实战范本53】××酒店元旦员工活动方案106 【实战范本54】××酒店百科知识竞赛活动方案108 【实战范本55】××酒店员工生日会方案111 【实战范本56】××酒店员工茶话会活动方案112 【实战范本57】××酒店员工卡拉OK大赛活动实施方案113 【实战范本58】××酒店员工博饼活动方案115 【实战范本59】××酒店员工生日烧烤活动方案116 第七章假日营销策划活动全案118 第一节基础知识119 一、假日促销价值119 二、假日促销作用119 三、假日促销意义119 四、365假日循环图119 五、编制年度节点营销方案120 【实战范本60】××酒店年度营销计划(一)120 【实战范本61】××酒店全年营销计划方案(一)122 【实战范本62】××酒店全年营销计划方案(二)123 【实战范本63】××酒店年度营销计划(二)125 【实战范本64】××酒店年度活动方案128 第二节假日活动方案集锦131 【实战范本65】××酒店元旦活动方案131 【实战范本66】××酒店春节活动方案132 【实战范本67】××酒店情人节活动方案133 【实战范本68】××酒店情人节促销活动方案(一)135 【实战范本69】××酒店情人节促销活动方案(二)136 【实战范本70】××连锁酒店情人节活

<<星级酒店活动策划与文书写作范本>>

动方案137【实战范本71】××花园酒店情人节活动方案138【实战范本72】××大酒店三八妇女节活动方案140【实战范本73】××酒店三八妇女节活动方案141【实战范本74】××温泉酒店“三八”妇女节活动方案142【实战范本75】××酒店五一促销活动方案143【实战范本76】××大酒店母亲节促销活动方案144【实战范本77】××酒店儿童节促销活动方案(一)146【实战范本78】××酒店儿童节促销活动方案(二)148【实战范本79】××酒店端午节活动方案150【实战范本80】××酒店端午节促销活动方案150【实战范本81】××酒店父亲节活动方案(一)151【实战范本82】××酒店父亲节活动方案(二)152【实战范本83】××酒店父亲节促销活动方案152【实战范本84】××酒店中秋节活动方案(一)153【实战范本85】××酒店中秋节活动方案(二)153【实战范本86】××酒店中秋节活动方案(三)154【实战范本87】××酒店教师节特别活动155【实战范本88】××酒店十一促销活动方案(一)158【实战范本89】××酒店十一促销活动方案(二)158【实战范本90】××酒店国庆促销活动方案159【实战范本91】××宾馆国庆促销活动方案160【实战范本92】××度假酒店十一促销活动161【实战范本93】××酒店圣诞节活动方案162【实战范本94】××酒店圣诞节及元旦促销活动方案162【实战范本95】××大酒店圣诞节活动方案(一)164【实战范本96】××大酒店圣诞节活动方案(二)165

章节摘录

版权页：插图：（四）用房控制 根据协议明确的内容，填写会议订房统计表。

淡季的会议用房数量可控制在总客房的30%左右，平时可控制在20%左右，旺季要视市场状况和客房销售情况而定。

（五）用房更改（1）在接到更改申请后，要找出原始预订单据，明确更改内容，包括房间数、抵达日期等。

（2）如不增加用房或延长住宿期，可直接填写更改单后请会议组织者签字确认。

（3）如会议组织者电话通知更改，应要求对方发送电传、特快专递等书面文件。

（4）如会议组织者在超过截止日期后要求更改，提出减少房数或住宿天数等，营销队员应告知对方酒店将按协议的有关条款执行。

（5）如更改内容要求增加房数或延长住期，营销部人员应查阅预订统计表并与前厅部协商，在房态许可的条件下再接受与确认，如无法安排，要及时同会议组织者协商解决。

（6）更改后的会议订房统计、计算机输入均需及时进行修改，确保预订信息的准确性。

（7）将更改资料、更改单、原始订单等资料一并送至预订处存档。

（六）预订取消（1）接到会议预订取消的通知后，应立即找出原预订资料，并加盖取消印章。

（2）取消资料与原始资料全部取出，另行存档备查。

（3）对已取消的订房要在订房统计和计算机中作取消处理。

（4）超过规定截止日期的预订取消，要按订房协议向对方收取取消预订手续费。

三、长住客户客房营销（一）了解需求（1）客户提出长期租用客房或写字间，应由营销代表负责接待，并通过洽谈了解客户的具体用房需求。

（2）根据客户提出租用客房的档次、规格、种类或写字间的使用面积等有关要求，陪同客户参观房间，介绍设备、环境、服务内容等。

（3）营销代表同时还应带领客人参观酒店内的综合服务设施，详细地展示酒店的住宿、办公环境与交通条件，并向客人提供酒店（包括写字间）平面图、报价表等资料。

（4）当客户连续租用客房三个月以上，或一次性租用写字间半年以上时，可视为长住客户。

（5）报价时，客房房租应按间/天报价，写字间应按每平方米/天报价。

商谈房价时，客房按使用天数和房租缴纳周期洽谈，写字间按每平方米/天的缴费周期洽谈，并计算出年、半年、季度、月租金。

编辑推荐

《星级酒店活动策划与文书写作范本》内容更加实用，理念新颖，可操作性强，是一本实用的酒店管理与操作实务读本，可供相关酒店及酒店从业人员参考使用，同时也为有意于酒店行业的求职者参考。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>