



01

周日	周一	周二	周三	周四	周五	周六
	1日	2日	3日	4日	5日	6日
	元旦					小寒
7日	8日	9日	10日	11日	12日	13日
	周恩来逝世 48周年	三九	中国人民警察节 全国110宣传日			
14日	15日	16日	17日	18日	19日	20日
日记情人节				腊八 四九		大寒
21日	22日	23日	24日	25日	26日	27日
			国际教育日		国际海关日	五九
28日	29日	30日	31日			

01 JANUARY



营销方向：元旦是阳历年的第一天，代表着2024年全新的开始，新年新气象，在品宣端可借势海报围绕着营销去构思设计，结合辞旧、迎新、愿望、梦想等主题进行谐音双关等创意；在互动参与感方向上，线上线下均可设置许愿墙、写信邮寄给下一年的自己、我的愿望清单等主题玩法；在产品端可推出性价比高的年卡套餐，给用户直接、实在的实惠，吸引新老用户购买。

- 玩法参考：**
- ✦ 利用海报、走心的分享文案进行品宣；
 - ✦ 派发代金券、抢红包等形式给用户派发福利；
 - ✦ 餐饮部可以策划类似“元旦送鸡蛋”这种有噱头、成本低的活动，在鸡蛋上写满新年祝福；
 - ✦ 酒店可在大厅门口、客房走廊、客房床头等地方设置许愿墙、许愿小卡片等引导用户把自己的心愿写出来，酒店方在未来的一天邮寄给用户；
 - ✦ 线上也可以制作互动H5页面、SVG推文等引导用户写出自己新的一年想要达成的愿望，酒店会在下一年的这一天再次制作相关内容提醒参与的用户完成度，也可以给予适当的奖励，激励用户参与和分享；
 - ✦ 官方社交媒体可以以迎新、许愿为话题，展开留言讨论，例如新年的愿望、期待等，点赞数排名靠前的可相应的派发一些奖品。

营销方向： 大小寒，是24节气中气温非常低的节气，也标志着进入冬天最寒冷的日子，酒店可以以保暖、防寒等关键词进行一些温馨提醒，提高用户对于品牌的好感，巧妙的植入一些跟保暖、防寒有关联的产品，例如：温泉、火锅、热汤等产品。

品牌海报可主要以“节气+海报”发布在社交媒体平台、员工朋友圈，画面设计上以热气腾腾的美食、天然的温泉等背景着手。

- 玩法参考：**
- ★ 节气海报、H5、朋友圈文案等进行提醒和问候；
 - ★ 派发美食券、温泉泡汤优惠券等形式，引导用户到店；
 - ★ 提前研发大寒、小寒养生菜单，比如小寒宜多吃羊肉、水鱼、鸡肉、香菇、柚子、大枣、核桃仁、花生、怀山药、莲子和栗子这些养心、养胃的食物。大寒宜多食用红色蔬果、辛温食物、根茎食物，如红辣椒、红枣、胡萝卜、苹果、芋头、山药、红薯、土豆、南瓜等。

关键词： 聚餐、年终奖、答谢会、派对

营销方向： 年会成为很多公司年终最重要的一项活动，一场年会，点燃激情，回首这一年是梦想实现！展望下一年是爆发前行的能量。很多中小型的公司会选择在年末最后一个月来决定在哪里举办年会，这对于酒店来说是一个营销的契机。酒店可针对性的推出“xx人数套餐”、“线上拼团砍价”、“分享免费赠送酒水”、“定制纪念品”，“派发优惠券”等活动，充分利用年会的聚集效应，发挥营销的最大价值。

- 玩法参考：**
- ★ 根据客户信息定制化菜名、菜品、服务，预定满一定金额可享受特别福利，比如硬件设施费减免等；
 - ★ 利用年会进行二次营销与员工福利推广，比如在酒店预定过年会的企业，员工凭工作证可以享受VIP活动；
 - ★ 升级年会预定手册，将定制化的产品、服务以图片方式展现出来，同时将宴会厅的面积、台型、LED、音响等具体参数、最佳摆台效果与最大人数等信息收入其中。



腊八

营销方向： 腊八是中华民族的传统习俗，过了腊八就是年，这两年腊八在很多地区越来越受到重视，酒店可以在线上线下做一些美食、趣味性的低成本营销活动，体现酒店个性化的同时还能获得用户的好评以及分享，是酒店打造差异化口碑的绝佳时期。

- 玩法参考：**
- ★ 利用海报、互动H5、朋友圈走心文案等进行品牌宣传；
 - ★ 趣味知识答题：让年轻人了解腊八的来源、习俗、饮食习惯等，酒店在线上线下都可举办趣味知识【答题】抽奖，进行排行榜设置，排名靠前可获得纪念小礼品、免费早餐、甜点等奖励，这样可以调动用户的参与感和兴趣；
 - ★ 线下亲手制作腊八粥：酒店餐厅在当天策划一个让顾客亲手为亲人制作一份腊八粥的活动，让用户参与进来的同时还能体现品牌关怀的形象（该活动可针对当天在住的客户、酒店会员）。

OTA渠道 自检清单

- ✓ 是否及时参加各OTA平台一月份活动？
- ✓ 是否提前完善酒店设施设备的完整录入，保证不错过客人按需求筛选的流量？
- ✓ 是否开启【节日全覆盖】【错峰全覆盖】，提升酒店流量？

February



02

周日	周一	周二	周三	周四	周五	周六
				1日	2日	3日
					北方小年	南方小年
4日	5日	6日	7日	8日	9日	10日
立春	六九				除夕	春节 国际气象日
11日	12日	13日	14日	15日	16日	17日
			情人节			
18日	19日	20日	21日	22日	23日	24日
	雨水				八九	元宵节
25日	26日	27日	28日	29日		

02 FEBRUARY



北方小年/南方小年



关键词： 美食、灶王、祭祀、洗浴、扫尘、备年货

营销方向： 二十三，糖瓜甜，来年日日把嘴舔；二十四，年糕黏，迎春日里夜夜粘。南北地区习俗的差异化，不仅体现在时间上的差别，更体现在习俗上的不同，这是一个天然营销热点，可以利用南北的差异化制造话题，引导用户参与讨论，来提升品牌的传播性；在产品端，酒店餐厅设计两桌南北美食套餐大比拼；积分商城可上线跟年货相关的产品套餐，采取全积分兑换、积分+现金兑换等形式来提升品牌在用户生活中的感知力。

- 玩法参考：**
- ★ 利用海报、互动H5、朋友圈走心文案等进行品牌宣传；
 - ★ 利用南北小年差异，制造热点话题，再根据小年的传统饮食习俗在社群内引出采购年货清单，结合秒杀、拼团等进行产品推广；
 - ★ 结合小年扫尘、洗浴的风俗，向顾客发送温泉泡汤券、洗浴券等进行引流；
 - ★ 线上积分商城可上线零食大礼包、床上四件套、家用小电器等，引导会员进行积分兑换、积分+现金兑换等提升老会员的黏性和品牌认知度。



关键词： 年货储备、大礼包、年货PK

营销方向： 春节来临之际，大家都会通过各个渠道准备年货，酒店可以借此采用一些促销策略及小工具，以年货节为主题，进行产品宣传，提升销售额的同时，增加品牌与用户之间的联系；也可以为一些常年消费的老会员派发一些年货，进一步挖掘老顾客的潜在消费需求。

玩法参考：

- ★ 利用砍价、拼团、优惠券、秒杀、红包等功能对年货礼包进行包装，引导客户参与并下单；
- ★ 积分商城上架一些零食礼包、生活用品、小电器等礼品，老会员可以用积分兑换，新用户可用“现金+积分”的方式进行兑换。

关键词： 立春、希望

营销方向： 立春是24节气中第一个节气，酒店品牌可以从不同角度表达祝福，宣发一张节气海报即可。一年之计在于春，可以在立春之际推出新菜单，顺便借助立春契机重点营销年夜饭产品。

玩法参考：

- ★ 节气海报、H5、朋友圈文案等进行提醒和问候；
- ★ 推出食宿新品，结合新上市套餐进行代金券、抵扣券等形式给客户；
- ▲ 提前研发立春新菜单，增加更多养生元素。立春宜多食用绿色蔬菜如韭菜、香菜、荠菜、西蓝花、香椿、豆芽等，以助阳气提升。



关键词： 回家、团圆、异地过年、习俗、年味

营销方向： 除夕对国人来说，是一年中最重要的节日，也是一年之中最火热、氛围最浓厚的日子，这一天家家户户都会忙着清扫庭院、除旧布新、三牲饭菜、三茶五酒奉祀、准备团圆饭。酒店可在线上线下同时布局，线上以年夜饭、贴春联等场景融入自己的品牌元素设计品宣海报；线下设计和准备一些跨年节目、现场互动分享环节，制造互动的同时提升品牌的影响力和关注度；

玩法参考：

- ★ 利用海报、互动H5、朋友圈祝福祈愿文案等进行品牌宣传；
- ★ 互动活动：针对在酒店定了年夜饭的客户，当晚可准备一些除夕节目、投票评分、现场抽奖、分享朋友圈等互动类的节目环节，引导用户分享；
- ↑ 整点派发红包：除夕当天，可针对新老用户派发优惠券、代金券、红包等优惠。



关键词： 亲子游、家庭团圆、周边游、年货、抽奖

营销方向： 正月初一是农历年的第一天，酒旅商户可以结合辞旧、迎新、愿望、梦想等主题进行谐音双关等创意，春节期间不少家庭会出游，此时高星酒店可重点策划一些深度的家庭团圆体验活动，可以借助春节做一波预售抢购活动，通过专属微信红包封面、抽奖、新年签、小游戏、许愿树、答题、拆盲盒等形式，营造节日氛围，引导用户消费，增加复购率。

玩法参考：

- ★ 主题活动：在门店策划春节体验活动，例如：新年汇演、剪窗花、贴对联、放烟花等，引导客人把活动内容分享至朋友圈等社交平台，即可获得相应的酒店纪念礼品，以此增强企业或者品牌的传播度；
- ★ 节日体验：围绕年三十到年初七每日应做事宜，如：年夜饭、宜拜访、宜祈福等，在春节期间每日定时推送。还可以举办“年夜饭照片征集投票”、“春晚最佳节目评选”、“春节习俗投票”、“最美团圆照”等投票活动；
- ★ 节庆营销：派发酒店福利及优惠券，通过线上社群开抢、线下消费获赠、公众号推送领券、会员福利等形式领取；
- ★ 游戏互动：设计互动游戏，激发客户参与热情，在游戏过程中叠加福利发送，增加用户好感，加深品牌印象，如：“点亮新年祝福”、“新年数红包”。

02 FEBRUARY



情人节

关键词： 情侣、表白季、浪漫

营销方向： 出于营造节日浪漫氛围，酒店可通过桃花签、情侣趣味测试、“情人节主题房间/套餐”等活动为情人节当天引流造势，结合各渠道通过营销玩法进行推广。

玩法参考：

- ★ 专属好礼：可做“拆礼盒”线上抽奖，奖品可围绕酒店餐食、主题房间、储值卡等产品出发，吸引新用户参加，也可以提高裂变传播的营销效果；
- ★ 产品设计：酒店推出情侣套餐、主题自助餐（情侣就餐，赠送玫瑰或甜品）、免费情侣主题客房布置、桌面布置、推出客房+情侣套餐+伴手礼+spa等包价产品；
- ⬆ 游戏营销：可借助社交媒体渠道推送情人节专属海报，情侣趣味测试、桃花签等小游戏，以此引起用户自发分享，产生品牌记忆点。

02 FEBRUARY



元宵节

关键词： 猜灯谜、阖家团圆

营销方向： 元宵节预示着春节结束，传统线上营销玩法可以借势海报为主，主要以赏花灯、猜灯谜等习俗进行拓展。酒店可以发起“元宵团聚新方式”话题，引导用户前往酒店过节，当天以赠送节庆餐饮以及打造沉浸式节日互动的活动体验。

玩法参考：

- ★ 节日营销：以灯谜作为特色菜名，通过公众号渠道进行猜灯谜答题活动谜语，元宵节当天在评论区写下谜底，猜中的用户到酒店入住后兑换特色菜品；
- ★ 灯谜活动：酒旅商户可在酒店公共区域举办元宵节【猜灯谜】游园活动，开展灯谜题库猜灯谜，填字成词的答题模式，用这种简单有趣的互动形式，让整体活动更有节日氛围；
- ★ 晒照活动：举办元宵【照片投票】活动，例如“镜头下的元宵节”，拉近用户与品牌方的距离，奖品类型可以为实物、优惠券、红包等，快速传播活动。



关键词：迎新、满赠/满减活动、拼团

营销方向： 2月下半旬正值寒假尾声，学生群体在开学季前会和父母错峰出行，部分家庭还会选择带老人一起出游，酒店商户可把握时机推广酒店的食宿产品、打包周边游路线以及亲子游路线，并结合产品优惠和活动海报等形式投放。

玩法参考：

- ★ 主题活动：能以畅享开学季为话题，通过【抽奖】给用户发福利，也可以让新用户报名后抽奖，收获客群的同时还能做好品宣；
- ★ 优惠放送：酒旅商户可举办【拼团】、【满减】、【满赠】等活动，吸引学生群体等亲子家庭错峰出游，发放【优惠券】进行抵扣，加强用户体验感。

OTA渠道 自检清单

- ✔ 是否开启【节日全覆盖】【错峰全覆盖】，提升酒店流量？
- ✔ 是否提前做好春节房态房价维护，春节预订进度是否正常。
- ✔ 是否及时检修酒店暖气、空调、管道等大型常用设施？预防差评滋生？
- ✔ 儿童亲子设备是否准备到位？平台的设施信息是否完善？
- ✔ 是否提前做好卫生大扫除？
- ✔ 是否完成春节值班表确认？
- ✔ 是否参与【春节激励活动】，赢得接单奖励。
- ✔ 是否开启自动问答和订单提醒？
- ✔ 是否完成情人节专属布置？



03

周日	周一	周二	周三	周四	周五	周六
					1日	2日
3日	4日	5日	6日	7日	8日	9日
九九		惊蛰			妇女节	
10日	11日	12日	13日	14日	15日	16日
		植树节		白色情人节 国际数字日 国际警察节	消费者权益日	
17日	18日	19日	20日	21日	22日	23日
	雨水		春分	世界节水节	八九	
24日/31日	25日	26日	27日	28日	29日	30日
						地球一小时 国际医师节

03 MARCH



妇女节



关键词：女神、她经济、女性独立、购物狂欢节

营销方向： 酒店在策划妇女节活动的时候，可从女性独立、宠幸女性角度出发，结合酒店SPA场地、洗护用品、女性养颜滋补套餐等做营销活动。从“年龄不是问题，爱美之心人皆有之”、“你的力量，值得被发现”，做一波话题营销活动，营造节日氛围。

- 玩法参考：**
- ★ **话题营销：** 酒店可考虑通过微信公众号发出一系列关于宣扬女性力量鼓励女性关怀的推文或海报，客户可在妇女节当天凭推文/海报在酒店前台领取节日礼物，以此彰显酒店品牌的服务意识；
 - ★ **主题体验：** 可推出一系列针对女性客人的主题体验，如：女神下午茶、女神自助餐、女神SPA护理、女神之夜套餐、女神洗衣服务等，让女性消费者感受到酒店无微不至的呵护和尊贵感；
 - ★ **跨界合作：** 还可以借助妇女节与其他女性相关商家合作，如美容院、美甲美发、瑜伽馆等，在入住当天派发消费兑换券，在酒店消费满一定金额即可免费兑换到其他品牌的体验券，还可以通过线上社群开抢、线下消费获赠、公众号推送领券、会员福利等形式领取；
 - ★ **团购活动：** 通过【拼团】、【买赠】等形式发起女神姐妹助力组团低价购房晚餐、餐饮产品活动，在团购活动中叠加福利发送，增加用户好感，加深品牌印象。

03 MARCH

消费者权益日

关键词： 客户体验、意见反馈、品牌价值

营销方向： 酒店品牌可以从消费者住店体验等不同角度发起客户反馈感受专题活动，也可以适时推出食宿新品。

玩法参考：

- ★ 用户反馈：可通过发起线上住店体验客户反馈、线下客户入住体验意见箱等形式收集客户体验，并鼓励客人通过住房订购平台如：微商城、携程、马蜂窝、小红书等发布自己入住体验，从而提升酒店品牌曝光度；
- ★ 服务升级：整理筛选出大部分住店客人对酒店提出的优化建议，并打包升级服务套餐，推出食宿新品，结合代金券、抵扣券等形式，面向到店消费的客户，推广新套餐产品。

03 MARCH

春分

关键词： 踏春、郊游、希望

营销方向： 对于一些处于城市近郊或景区旁边的酒店而言，可以从包装酒店出品的春季滋补餐、春季主题软装、春季养生康体等活动引流造势，结合各渠道通过营销玩法进行推广。

玩法参考：

- ★ 主题套餐：围绕【春季养生】主题，制作海报和知识卡片宣传主推的性温味甘的时令食品，通过“拆礼盒”等线上抽奖形式，吸引新用户参加，也可以提高裂变传播的营销效果；
- ★ 节日互动：商户当天推出春分时节【种下春天的希望】为题的互动活动，如：【发现你身边的春天】鼓励客人在酒店拍摄极具春意盎然气息的照片，并通过分享到社交媒体平台获取对应奖品，吸引用户到店，引导用户消费；
- ★ 游戏营销：可借助社交媒体渠道推送春分专属海报，【线上种树】等小游戏赢取积分兑换好礼等，以此引起用户自发分享，产生品牌记忆点。

03 MARCH



世界睡眠日



关键词： 睡眠质量、酒店床品、服务体验

营销方向： 适逢世界睡眠日，对于酒店而言，是一个对自身客房床品质量以及服务体验自检的好时机，可以通过客户在线反馈以及线上投票等形式推广服务体验升级概念。

玩法参考：

- ★ **在线互动：** 开展以【甜梦一刻】为主题的在线反馈以及故事分享，酒店通过公众号等渠道收集更多的客户感受，从而优化床品以及客房服务质量，参与的用户到还可以免费体验【夜床服务】；
- ★ **线下活动：** 酒店可在酒店公共区域举办【照片投票】活动，例如“镜头下的床褥”、“当我睡下时”等主题比赛，鼓励客户拍摄房间床具设计以及布置，拉近客群与品牌方的距离，快速传播活动；
- ★ **主题客房：** 目前国内有很多高科技助眠产品，一些睡眠产品公司也在推广睡眠主题客房。比如香遇睡眠科技有限公司推出的“极净香眠房”，以沉香黑科技为核心，为客人营造安心睡眠体验，可帮助酒店提升入住率，增强差异化竞争力。

03 MARCH

60+ 地球一小时日 60+

关键词： 环保意识、品牌发声

营销方向： 酒店可借着“地球一小时”，宣扬品牌为世界环保事业作出的巨大贡献，并通过品宣渠道弘扬环保意识和社会责任。

玩法参考：

- ★ **话题营销：** 以【我在酒店的1小时】为题开展有奖分享活动，通过“定位+晒照”形式发布到社交媒体平台，积攒数高者可获得环保小卫士勋章等；
- ★ **线下活动：** 可在酒店公共区域举办相关环保节能的主题活动，打造沉浸式“无手机无电力”的互动环境，设置有奖游戏环节增强住店客人参与的兴趣度，在活动过程中让客人真切感受到酒店的社会责任感和环保意识，从而提高品牌发声力度。



周日	周一	周二	周三	周四	周五	周六
	1日	2日	3日	4日	5日	6日
	愚人节 国际爱鸟日			清明节		
7日	8日	9日	10日	11日	12日	13日
				上巳节		
14日	15日	16日	17日	18日	19日	20日
黑色情人节	全民国家 安全教育日				谷雨	
21日	22日	23日	24日	25日	26日	27日
	世界地球日	世界读书日 中国海军建军节	中国航天日			
28日	29日	30日				



关键词： 反差营销、愚人、促销搞怪、趣味

营销方向： 愚人节，以趣味搞怪为主题的节日，适合各大品牌通过抖机灵、接地气的方式与用户进行互动。或者以反向宣传为话题，如“优惠不忽悠”等，进行淡季产品的促销。酒店策划相关活动时可借助线上互动游戏，如趣味问答、抽奖活动，增加趣味性的同时与用户建立共鸣，促使用户转发到朋友圈社群，扩大传播声量。

玩法参考：

- ★ **游戏互动：** 酒店业可以用图文、H5、svg文章等来开展趣味整蛊互动，如真心话大冒险、测试辨别真假、抽盲盒、酒店人黑话翻译器等趣味svg，用作愚人节营销，诱发用户传播；
- ★ **会员好礼：** 在愚人节期间推出会员积分兑换礼品活动，如《1分兑房券，这家酒店玩真的！》《“愚”您同乐！100积分吃霸王餐》等，吸引新用户注册会员，提升用户粘性；
- ★ **淡季屯货节：** 在愚人节可以以“愚人节不忽悠”为话题，推出淡季房券、餐券等、洗衣券等产品的促销活动。

清明节

关键词： 缅怀、祭祖、踏青、郊游

营销方向： 清明节是唯一节气兼节日的民俗大节，酒店在策划清明节活动时，可以考虑结合清明元素、习俗等推出时令套餐；也可与本地相关品牌合作推出亲子周边旅行套餐；除此，联动五一劳动节，为五一出行活动做铺垫，借此达到借势营销的效果。

玩法参考：

- ★ **踏青套餐：** 清明节也被称为踏春节，酒店可以在清明节推出适合踏青的单品与包价产品。如在线上推出仪式感十足的野餐篮，或“公园门票+野餐篮+客房”的包价产品，通过用户拍照发圈的社交新方式，在微信、小红书平台推介产品，增强品牌曝光；
- ★ **主题体验：** 清明的习俗各地会略有不同，特色文化主题酒店可以根据“传统文化+餐食”的角度，推出寒食养生套餐、限定青团套餐、春日宴套餐等，让用户感受到酒店别具一格的产品与服务，深化品牌差异化形象；
- ★ **跨界合作：** 针对清明节、劳动节出行需求，联合本地户外品牌、航空公司等合作，根据用户出行需求派发套餐消费券，如亲子露营套餐券、情侣花样赏春套餐券等，各品牌消费券可通过线上社群开抢、线下消费获赠、公众号推送领券、会员福利等形式领取，活动期间可用；
- ★ **祭祖礼盒：** 南方一些宗族观念比较强的地区，非常重视清明的祭祖活动。酒店可以根据当地的民俗，推出一些祭祖产品，比如菊花、烤乳猪等。



谷雨



关键词： 雨水、自然、播种

营销方向： 谷雨，雨生百谷，谷物欣欣向荣，意味着新的开始，新的起点。酒店可以从民俗、健康、计划角度推介酒店养生、疗愈、健身、储值卡等产品，或以谷雨节气海报带动品牌宣传。

玩法参考：

- ★ **线上直播：** 围绕【疗愈课堂】【健身课堂】【养生套餐】，由专业养修师、大厨、达人等开展线上直播，通过直播抽奖，带货，推出相关套餐，吸引用户购买，实现销量转化；
- ★ **会员互动：** 以【储值幸运】为主题制作海报，购买储值卡福袋，根据储值卡等级可获得不同等级福袋，消费越高，福袋奖励越高，由此引导用户消费；
- ★ **联动互动：** 以【滋补养生】为主题，与美容、美妆等品牌联合推出滋补养生活动，可针对性定向向会员发送礼品券，线下消费使用，并引导用户分享至社交媒体平台，吸引更多精准用户关注。

04 APRIL



世界地球日



关键词： 环保、节能、低碳、可持续发展

营销方向： 世界地球日，是一项世界性的环境保护活动。酒店品牌营销方面，可以从环境保护、节约、绿色、可持续等角度展开。

- 玩法参考：**
- 酒店可以策划“绿色健步走”活动，将酒店周边的景点、美食绘制成健步走地图，客人凭借手机上记录的步数可以到前台兑换小礼物，号召客人们绿色出行；
 - 在世界地球日期间推广“边角余料美食节”，号召大家节约粮食、避免浪费，同时吸引普通老百姓走进酒店，品尝大厨精心制作的高性价比边角余料菜品。

04 APRIL



世界读书日



关键词： 学习、书单、提升

营销方向： 世界读书日全称“世界图书与版权日”，设立目的是推动更多的人去阅读和写作，酒店可以围绕书房这一场景，展现消费者的阅读心得和生活态度，植入推荐酒店自有的书吧、茶吧，达到宣传品牌形象目的。

- 玩法参考：**
- 话题营销：以【读书不倦】为主题开展推荐书单有奖分享活动，根据系统后台不同的客人年龄和性别，可以引导推出各细分客群书单，如20本适合孩子阅读的书籍；商旅人才必读的5本心路书籍等，通过“生成书单海报”形式发布到社交媒体平台，生成人数排行榜前三可获得下午茶体验券、书吧体验券等；
 - 会员互动：建议拥有会员社群的酒店可以在社群内部发起与阅读相关的活动，如读书竞赛活动、每日一句、拆书学习活动，引导会员在社群打卡，最后决出一二三名，赠送房券或餐券。



05

周日	周一	周二	周三	周四	周五	周六
			1日	2日	3日	4日
			劳动节			青年节
5日	6日	7日	8日	9日	10日	11日
立夏			世界红十字日			
12日	13日	14日	15日	16日	17日	18日
母亲节 护士节		玫瑰情人节	国际家庭日			国际博物馆日
19日	20日	21日	22日	23日	24日	25日
中国旅游日	网络情人节	全国学生营养日 小满				
26日	27日	28日	29日	30日	31日	

05 MAY



五一劳动节 跳

关键词：五一小长假、致敬劳动者、旅行、出游

营销方向：劳动节，几乎是每年最受欢迎的节日之一，各大品牌也会根据自身定位借势营销，无论是致敬劳动者，还是围绕放假本身。五一期间，假日商机明显，酒店应抓住时机，策划活动宣传五一客房、餐饮套餐，同时也可以基于致敬劳动者，加强品牌宣传。

玩法参考：

- ★ **海报宣传：**酒店品牌可以结合致敬劳动者、奋斗梦想主题，进行海报创作。海报可以立足于社会责任，致敬为社会做出突出贡献的劳动者们，以此提升品牌美誉度；
- ★ **入住有礼：**在五一小长假期间，推出订房折扣。如普通用户提前一周订房可享受8折优惠，会员提前一周订房可以享受7折优惠；用户连续入住酒店可得入住特惠，如连续入住5天可加赠1个间夜，会员可在此基础上再享受一份下午茶/餐食等；吸引用户入住同时也使得更多用户注册会员，提升用户粘性；
- ★ **套餐活动：**五一小长假期间，酒店可以联合景区打包推出套房+餐+景区套票产品，为用户提供一站式链路体验。除此，可以同步推出五一小长假餐品促销活动，如在五一期间入住的用户，在酒店餐厅每点5道菜，免费赠送1道时令菜品等，实现促销转化。

05 MAY



立夏



关键词： 夏天、消暑、清凉

营销方向： 立夏是夏天第一个节气，昭告着春日的结束和夏季的到来，对酒店而言，在这个春夏交替的节点，可以从节气养生的角度来营销酒店的新菜单，传达关于节气的风俗与习惯，打造一次节气营销。

- 玩法参考：**
- ★ **九鲜美食节：** 立夏有吃“地三鲜、水三鲜、树三鲜”的习俗。地三鲜指黄瓜、蚕豆、苋菜；水三鲜指河豚、田螺、鲥鱼；树三鲜指樱桃、杏子、枇杷。酒店厨师团队可围绕上述原材料研发菜品，推出“立夏九鲜美食节”；
 - ★ **主题体验：** 立夏到来，以传统特色为主打的酒店品牌。比如立夏有吃鸡蛋的习俗，尤其是江南一带，人们会把鸡蛋用茶叶煮成立夏蛋，民间认为吃了立夏蛋身体就会变得强壮，小孩子们还把煮好的鸡蛋染成五颜六色的挂在身上，传说这样能保佑孩子夏天不得病。如果酒店客群结构中以亲子客群为主，可以组织小朋友举办“顶鸡蛋大赛”，最后的鸡蛋大王将获得酒店赠送的小礼品。

05 MAY



母亲节



关键词： 感恩、温情、亲子

营销方向： “母爱”在这一天是永恒的话题，酒店在策划活动时主打走心、感恩、关怀等情感牌，也可结合当代女性力量，打造有个性、富有力量感的母亲形象，进而推出母亲节限定产品、海报、H5、长视频等等，表达对母亲的赞美。

- 玩法参考：**
- ★ **主题活动：** 母亲节当日，针对女性客群，在当日入住/用餐的用户，可免费得一束鲜花/一份甜品；同时，酒店还可以备一些空白的贺卡、干花等，让用户可以免费为自己的母亲/女性朋友制作一张贺卡，表达自己对母亲的感激之情，彰显女性的力量；
 - ★ **线上联动：** 以【妈妈的时光】为主题，联合各酒店品牌、车旅品牌、美容美妆品牌等，在线上媒体发起互动，并号召粉丝晒出与妈妈的合照/妈妈年轻的照片，对搜集到的照片，酒店在平台进行公开投票评选，票数最多的网友可以免费获得联合品牌推出的母亲节大礼包一份，充分发挥品牌联动作用，增强品牌效应；
 - ★ **会员互动：** 针对会员群体，定向发起“感恩母亲，幸运抽奖”活动，设计一些针对女性客人的产品作为抽奖产品，如酒店内的SPA按摩一次、美体游泳健身券一张、下午茶一份等，提升会员活跃度。

05 MAY



国际护士节



关键词：致敬、感恩

营销方向： 5月12日国际护士节，是全世界护士的共同节日。她们是身穿白大褂的白衣天使，也是最美“逆行者”，在这个属于她们的节日，酒店可以针对医生、护士这一群体，推出专属套餐活动，践行企业社会责任感。

玩法参考：  线上互动：酒店可以通过线上制作H5、海报、视频等普及国际护士节的相关知识，如一键生成海报分享到朋友圈向白衣天使致敬与感谢；

 专属特惠：在活动期间，医护人员或社区防疫工作人员可持本人有效身份证和工作证或医师执业证书、护士执业证书等到酒店享受自助餐+客房5折优惠。在餐食方面，前来用餐的医护工作者再赠送酒店制作的精美小蛋糕、下午茶或是针对医护人员推出健康、美味、可随时派送的外卖便当等。

05 MAY



520情人节



关键词：情侣、浪漫、晚餐、玫瑰

营销方向： 5月20日原本是网络情人节，因“520”谐音“我爱你”，这些年已经被人普遍认为是继2月14日情人节和七夕情人节的又一个情人节。而情人节向来是酒店节庆营销中较为重要的节点。

玩法参考：  针对情侣推出“今生挚爱”套餐，凡是凭结婚证购买套餐，即可享受特别优惠或赠送超值好礼！借这个机会挖掘潜在的婚宴客户。同时销售人员也可以在这一天到当地的各民政局现场拦截地推，一来推广庆祝登记的情人套餐，二来推荐婚宴产品；

 主题营销：520来临之际，酒店可以推出几款吸睛的引流爆款单品或服务吸引客人到店消费。一是在客房设计上，打造情侣特色主题客房；二是设计情侣主题烛光晚餐，营造出专属于情人节的浪漫氛围，增加仪式感。

OTA渠道 自检清单

五一是否设置临时保留房、FS，提升酒店收益？

是否完成空调检修？

六一、暑假即将到来，儿童政策与亲子设备是否到位？

高考将至，是否提前设置【连住优惠】？

June



06

周日	周一	周二	周三	周四	周五	周六
						1日
						儿童节
2日	3日	4日	5日	6日	7日	8日
			世界环境日 芒种		全国高考日	全国高考日 文化遗产日
9日	10日	11日	12日	13日	14日	15日
	端午节				亲吻情人节	
16日	17日	18日	19日	20日	21日	22日
父亲节		购物节			夏至	
23日/30日	24日	25日	26日	27日	28日	29日

06 JUNE



儿童节



关键词： 童趣、亲子、教育部劳动课程、做孩子与parent的文章

营销方向： 儿童节，订制亲子体验产品、儿童爆款套餐、设计儿童课程与活动的体验流程，解放家长的双手与时间。

- 玩法参考：**
- ★ 儿童成长课程：设计儿童成长课程日程表，将餐饮产品打包在内，比如小小总经理、小小消防员、礼仪课程、美食DIY课程等；
 - ★ 异业联盟：与酒店周边的社会教育办学、儿童游乐园等企业开展异业联盟，推出“童年回忆亲子体验”项目，吸引家长参与；
 - ★ 爆款产品：针对儿童推出爆款产品（卡通便当、糕点、纪念品等）。

06 JUNE



世界环境日



关键词： 环保、公益、亲子活动

营销方向： 世界环境日，可以策划跟公益相关的活动与亲子活动，宣传酒店的环保理念与品牌形象。

玩法参考：

- ★ 环保亲子DIY: 2024年世界环境日刚好是周三，小学生半天假期，可以在酒店组织作业托管与环保小课堂活动。将环保科普知识跟废物再利用DIY相结合；
- ★ 限量网红单品: 利用世界环境日主题，酒店提出节约用电、节约用水的环保理念，同时可以推出一些跟世界环境日主题相关的网红单品来吸引眼球，比如地球冰淇淋、地球绿豆糕等。

06 JUNE



高(中)考季



关键词： 高考房、升学宴、考生套餐

营销方向： 中、高考房人性化设计、升学宴预售、高考房大礼包设计、高考营养套餐

玩法参考：

- ★ 高考房体验设计: 个性化吉利门牌（985、211、鲤鱼跃龙门等）、高考应急礼包（2B铅笔、橡皮、黑色中性笔、尺子、风油精等）、定制服务（免打扰、定时叫醒、免费果盘、考试接送等）；
- ★ 升学宴内容创意: 升学宴要有内容、有仪式感。比如青春校园主题背景板、摆台、订制有寓意的菜品、跟拍服务、谢师仪式、切蛋糕仪式等。

* 每年6月份全国各地的中考季也可以参考以上高考季的方案举办活动。

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/976213213230010034>