# 最新酒店销售经理工作计划(通用13篇)

来源：网络 作者：青苔石径 更新时间：2024-12-24

*光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。酒店销售经理工作计划篇一1.制订本部...*

光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。以下我给大家整理了一些优质的计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

**酒店销售经理工作计划篇一**

1.制订本部门工作计划

制订营销部

年度工作计划

、每月工作计划，审核各班组工作计划；根据酒店安排.分析营销部人员配备及各班组工作状况.制订全年人员配置计划。根据岗位特点、业务需要、人员素质用所需达到的目标，对各班组及员工进行合理分工。

2.明确各班组

岗位职责

，职责范围，工作程序，管理细则用各项

规章制度

，直接参与和指导各项计划的落实和完成.

3.检查各项工作

每日直接参与部分日常销售工作，检查，督导员工的服务态度，操作程度和标准是否规范.检查各班组和各班次的工作记录.检查领班的在岗情况，考核状况和完成任务情况。每月定期对部门主管进行营销业务知识和管理知识的培训与考核；每周定期与部门员工沟通两次，了解员工的思想状况。

4.组织并参加各项会议

参加酒店每日办公晨会；参加酒店每月的总结会议，汇报工作，听取酒店决策层指示；组织部门每周一召开领班例会，研讨上周工作问题，布置本周工作；组织部门每周二召开员工例会，总结上周工作，布置本周工作；必要时组织部门人员召开专题研讨会。

5.指导或直接参与对顾客意见的处理

满足顾客的合理要求；引导违纪员工，并适当处罚，以此告诫其他员工。

6.总结、评估与调整

每月、每季、年度总结本部门的工作和营业收人情况，向酒店作出书面汇报；每日听取各营销组的工作汇报。掌握部门的工作情况和客房的销售情况，并布置当日工作；根据收到的顾客反馈意见，及时调整、改善服务；负责与其他部门进行协调、沟通；签署和审核部门的文件、报表；根据工作需要和人员状况，调整部分岗位人员；尽可能掌握顾客信息，完善内部管理，提高服务质量；部门人员进行日、周、月的工作业绩评估。

根据上半年具体销售部工作情况特此对下半年销售部工作作如下部署：

【工作方向】

一、员工培训的强化。针对员工在工作中所暴露出来的不足之处，将重点对部门相关的预订接待、各项操作流程、专业技能技巧等方面进行强化及规范化的培训，同时也要加强对员工业务能力的培训，增加服务意识。

二、主题促销活动。制定各月整体促销计划，部门将对重要节假日提前做好相关促销及包价产品，并且做好前期的宣传推广工作，以确保活动的效果和影响力。

三、加强管理，灵活激励营销机制。部门将增加一至两名销售经理，使销售部销售人员人数达到4人并一起分成两组，每组2-3人，将本地市场及外地市场进行区域\*营销，扩大酒店的市场份额。销售经理将实行工作日清制，每个工作日必须完成部门规定的销售工作，以月度销售业绩完成情况及工作日清综合考核。稳定老客户，发展新客户，并及时收集宾客意见及建议，反馈给相关部门及总经理。对新开发客户消费提成比例提高，以提高新客户开发力度。

四、热情接待，服务周到。接待团队、会议、vip客户，做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，热情周到。提供人性化服务，针对不同客户进行个性服务，限度满足客户的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案和策略。

五、做好市场调查及促销活动策划。

以市场为导向，树立市场理念就是要求营销人员了解市场、面向市场和开发市场，了解市场是了解青岛同行业的管理水平和服务水平、了解竟争对手的情况、了解市场的需求。面向市场，是密切注意市场发展、变化的动向，尽可能做到酒店产品的销售与市场的需求相适应，以取得的经济效益。开发市场要努力发掘新的市场需求层次和需求领域，引导消费。

六、提高市场竞争的警觉性

服务行业之间的竞争是不可避免的。酒店作为服务行业之间的竞争，实质上是服务质量的竞争、出品质量的竞争，技能水平的竞争、信息的竞争、管理水平的竞争和人才的竞争。同行酒店的竞争导致市场占有率等方面的差异，并由此产生不同的经济效益。

七、加强与有关宣传媒介单位的联系。充分利用多种广告形式对酒店进行推广宣传，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持与合作。

【具体工作计划】

1、维护好重点客户单位，对有潜力的和重点客户进行定期上门回访。对酒店睡眠协议重新进行分类拜访并争取生意。

2、做针对性的销售，策划教师节、重阳节等促销活动，吸引湖师老师消费。

3、推出酒店vip贵宾卡，做好酒店vip贵宾卡的市场推广。

4、加大新客户签约工作，做好周边市场的开拓在12月31日前新签协议数须达到150份以上。

5、制作婚宴促销宣传彩页，在十一前面向市内进行推介。

6、策划中秋节客户答谢

活动方案

7、制定部门新开发客户提成方案，加强新客户开发力度。

8、中秋节、国庆长假等推出客房超值套餐，吸引外来散客。

9、做好圣诞、元旦、春节的活动

促销方案

及实施。

10、对酒店内外进行圣诞节、新年装饰，营造氛围。

11、按计划做好部门员工的日常培训工作

12、跟进酒店日常应收款的催收工作

13、制定部门员工行政考核制度，加强日常工作考核力度。

14、制定新的酒店商务协议及旅行社协议模板，重新签署20xx年各单位优惠协议。

15、努力完成全年销售目标任务。

16、做好年终大客户答谢联谊会。

为更好的提升酒店效益指标，业务指标、服务指标等各项指标，未来一年我有以下工作计划：

一.宣传与推广

1、在酒店各项指标不断更新不断创新不断提升的情况下，我们将时刻更新新的推广信息及新的推广内容，使得每一位客户能够随时了解酒店在不断创新不断提升的信息，让客户始终觉得酒店有探索之处，增强客户消费潜力。

2、在酒店特殊体质范围内，扩大对酒店整体的宣传与推广；我们将继续利用网络信息产业，电话通讯产业、渠道客户资源、企事业公司资源等各种营销方式，将酒店各项产品信息传递到每一个推广平台和每一家企业公司，力争做到每位客户都知晓青岛神剑楼酒店的详细情况。

3、旅游市场的推广；来年我们将选择适合我们酒店的旅游公司进行合作，将酒店的详细产品资料和新的报价体系大批量的传递给全国各地的旅游公司，提高酒店在旅游市场的份额和知名度，提高酒店的入住率。

二、开发侧重市场

因酒店的特殊情况和局限性，我们将针对销售市场进行保底侧重开发方式；将旅游公司作为酒店的垫底资源客户；侧重开发会议市场，婚宴市场，协议散客市场、网络客户资源，各项餐饮市场，控制好酒店的相关客户架构，使客户资源高端化，商务化、稳定化，建立长久固定的客户消费群体。

三、加强销售引导消费

1.通过宣传来引导消费者入店消费。

2.通过加强服务来加强消费者消费。

3.通过消费者感观来提高消费者消费。

四、组建精良的营销团队

一个合格的营销人员具备着丰富的综合实力，具备着高素质，高水准，高效率的综合素质！

1、建立完整的销售管理制度和销售工作流程。

2.提高营销人员的专业知识，业务技能，个人素养及严以律己的工作责任心和敬业的职业操守。

3.锻炼每一位营销人员勇于承担责任，不推卸责任，勇往直前，乐于奉献的精神，不因小事斤斤计较，不因工作勾心斗角的良好工作心态。

4.提高每一位营销人员的综合形象，严格遵守酒店规章制度；勤于思考，善于沟通。

5.营销人员要严格要求仪容仪表、礼貌礼仪，礼貌用语，礼貌待客的工作态度。

6.每一位营销人员必须做到熟知酒店产品知识，熟悉酒店周边环境和共享资源，做到客户所问所答，能够熟练回答客户提出的每一个关于酒店业务方面的问题。

7.加强营销人员的考核制度和培训力度；提高营销人员的工作作风。

8.对工作敷衍者不认可、对无责任心者不认可、对得过且过者不认可、对作风不正者不认可、对违背原则者不认可、对无道德底线者不认可、对损人利己者不认可、对无事生非者不认可。

9、锻炼营销人员积极乐观的工作心态。贯彻正确科学的营销理念。

五、提高市场营销理念

以市场为导向，树立市场理念就是要求营销人员了解市场、面向市场和开发市场，了解市场是了解青岛同行业的管理水平和服务水平、了解竟争对手的情况、了解市场的需求。面向市场，是密切注意市场发展、变化的动向，尽可能做到酒店产品的销售与市场的需求相适应，以取得的经济效益。开发市场要努力发掘新的市场需求层次和需求领域，引导消费。

六、提高市场竞争的警觉性

服务行业之间的竞争是不可避免的。酒店作为服务行业之间的竞争，实质上是服务质量的竞争、出品质量的竞争，技能水平的竞争、信息的竞争、管理水平的竞争和人才的竞争。同行酒店的竞争导致市场占有率等方面的差异，并由此产生不同的经济效益。

七、效益化

酒店作为盈利性企业，在其经营管理过程中，必须重视经济效益。酒店的营销人员在制定和实施酒店的销售目标时，必须立足于酒店的经济利益，并把经济效益与经营成本进行比较，只有科学正确的销售目标和方法才是可行的。但是，效益的含义并非单一指经济效益，酒店的营销管理人员除了要考虑酒店的经济效益外同时想到酒店的社会效益，应该以满足消费对象日益增长的物质生活和文化生活的需求。

八、合法有效的利用网络信息产业

当今时代是信息时代；就要求酒店的营销管理人员具有信息观念，重视信息的作用，不断提高获取信息、加工信息处理信息和运用信息的能力。酒店所提供的产品价值，不仅随着劳动量增加，而且随着信息量的增加而增加。可靠、及时的信息可以为酒店带来更大的利润；而失真、过时信息能给酒店带来巨大的损失。

九、目标任务

本年度营销部全体员工在上级领导的正确领导下，全力以赴完成目标任务，营销部20xx年年度总指标200万元，基数指标120万元。

部门计划将以上指标分为三个季度完成，分别为，淡季、平季、旺季；再按比例细分到月度计划，做到正确科学的分配比例。

**酒店销售经理工作计划篇二**

根据上半年具体销售部工作情况特此对下半年销售部工作作如下部署：

【工作方向】

针对员工在工作中所暴露出来的不足之处，将重点对部门相关的预订接待、各项操作流程、专业技能技巧等方面进行强化及规范化的培训，同时也要加强对员工业务能力的培训，增加服务意识。

制定各月整体促销计划，部门将对重要节假日提前做好相关促销及包价产品，并且做好前期的宣传推广工作，以确保活动的效果和影响力。

部门将增加一至两名销售经理，使销售部销售人员人数达到4人并一起分成两组，每组2-3人，将本地市场及外地市场进行区域捆绑营销，扩大酒店的市场份额。销售经理将实行工作日清制，每个工作日必须完成部门规定的销售工作，以月度销售业绩完成情况及工作日清综合考核。稳定老客户，发展新客户，并及时收集宾客意见及建议，反馈给相关部门及总经理。对新开发客户消费提成比例提高，以提高新客户开发力度。

接待团队、会议、vip客户，做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，热情周到。提供人性化服务，针对不同客户进行个性服务，最大限度满足客户的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案和策略。

以市场为导向，树立市场理念就是要求营销人员了解市场、面向市场和开发市场，了解市场是了解青岛同行业的管理水平和服务水平、了解竟争对手的情况、了解市场的需求。面向市场，是密切注意市场发展、变化的动向，尽可能做到酒店产品的销售与市场的需求相适应，以取得最大的经济效益。开发市场要努力发掘新的市场需求层次和需求领域，引导消费。

服务行业之间的竞争是不可避免的。酒店作为服务行业之间的竞争，实质上是服务质量的竞争、出品质量的竞争，技能水平的竞争、信息的竞争、管理水平的竞争和人才的竞争。同行酒店的竞争导致市场占有率等方面的差异，并由此产生不同的经济效益。

充分利用多种广告形式对酒店进行推广宣传，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持与合作。

【具体工作计划】

1、维护好重点客户单位，对有潜力的和重点客户进行定期上门回访。对酒店睡眠协议重新进行分类拜访并争取生意。

2、做针对性的销售，策划教师节、重阳节等促销活动，吸引湖师老师消费。

3、推出酒店vip贵宾卡，做好酒店vip贵宾卡的市场推广。

4、加大新客户签约工作，做好周边市场的开拓在12月31日前新签协议数须达到150份以上。

5、制作婚宴促销宣传彩页，在十一前面向市内进行推介。

6、策划中秋节客户答谢活动方案

7、制定部门新开发客户提成方案，加强新客户开发力度。

8、中秋节、国庆长假等推出客房超值套餐，吸引外来散客。

9、做好圣诞、元旦、春节的活动促销方案及实施。

10、对酒店内外进行圣诞节、新年装饰，营造氛围。

11、按计划做好部门员工的日常培训工作

12、跟进酒店日常应收款的催收工作

13、制定部门员工行政考核制度，加强日常工作考核力度。

14、制定新的酒店商务协议及旅行社协议模板，重新签署20xx年各单位优惠协议。

15、努力完成全年销售目标任务。

16、做好年终大客户答谢联谊会。

**酒店销售经理工作计划篇三**

根据上半年具体销售部工作情况特此对下半年销售部工作作如下部署：

。制定各月整体促销计划，部门将对重要节假日提前做好相关促销及包价产品，并且做好前期的宣传推广工作，以确保活动的效果和影响力。

。部门将增加一至两名销售经理，使销售部销售人员人数达到4人并一起分成两组，每组2-3人，将本地市场及外地市场进行区域\*营销，扩大酒店的市场份额。销售经理将实行工作日清制，每个工作日必须完成部门规定的销售工作，以月度销售业绩完成情况及工作日清综合考核。稳定老客户，发展新客户，并及时收集宾客意见及建议，反馈给相关部门及总经理。对新开发客户消费提成比例提高，以提高新客户开发力度。

接待团队、会议、vip客户，做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，热情周到。提供人性化服务，针对不同客户进行个性服务，限度满足客户的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案和策略。

以市场为导向，树立市场理念就是要求营销人员了解市场、面向市场和开发市场，了解市场是了解青岛同行业的管理水平和服务水平、了解竟争对手的情况、了解市场的需求。面向市场，是密切注意市场发展、变化的动向，尽可能做到酒店产品的销售与市场的需求相适应，以取得的经济效益。开发市场要努力发掘新的市场需求层次和需求领域，引导消费。

服务行业之间的竞争是不可避免的。酒店作为服务行业之间的竞争，实质上是服务质量的竞争、出品质量的竞争，技能水平的竞争、信息的竞争、管理水平的竞争和人才的竞争。同行酒店的竞争导致市场占有率等方面的差异，并由此产生不同的经济效益。

**酒店销售经理工作计划篇四**

为更好的提升酒店效益指标，业务指标、服务指标等各项指标，未来一年我有以下工作计划：

一．宣传与推广

1、在酒店各项指标不断更新不断创新不断提升的情况下，我们将时刻更新新的推广信息及新的推广内容，使得每一位客户能够随时了解酒店在不断创新不断提升的信息，让客户始终觉得酒店有探索之处，增强客户消费潜力。

2、在酒店特殊体质范围内，扩大对酒店整体的宣传与推广；我们将继续利用网络信息产业，电话通讯产业、渠道客户资源、企事业公司资源等各种营销方式，将酒店各项产品信息传递到每一个推广平台和每一家企业公司，力争做到每位客户都知晓青岛神剑楼酒店的详细情况。

3、旅游市场的推广；来年我们将选择适合我们酒店的旅游公司进行合作，将酒店的详细产品资料和新的报价体系大批量的传递给全国各地的旅游公司，提高酒店在旅游市场的份额和知名度，提高酒店的入住率。

二、开发侧重市场

因酒店的特殊情况和局限性，我们将针对销售市场进行保底侧重开发方式；将旅游公司作为酒店的垫底资源客户；侧重开发会议市场，婚宴市场，协议散客市场、网络客户资源，各项餐饮市场，控制好酒店的相关客户架构，使客户资源高端化，商务化、稳定化，建立长久固定的客户消费群体。

三、加强销售引导消费

1.通过宣传来引导消费者入店消费。

2.通过加强服务来加强消费者消费。

3.通过消费者感观来提高消费者消费。

四、组建精良的营销团队

一个合格的营销人员具备着丰富的综合实力，具备着高素质，高水准，高效率的综合素质！

1、建立完整的销售管理制度和销售工作流程。

2.提高营销人员的专业知识，业务技能，个人素养及严以律己的工作责任心和敬业的职业操守。

3.锻炼每一位营销人员勇于承担责任，不推卸责任，勇往直前，乐于奉献的精神，不因小事斤斤计较，不因工作勾心斗角的良好工作心态。

4.提高每一位营销人员的综合形象，严格遵守酒店规章制度；勤于思考，善于沟通。

5.营销人员要严格要求仪容仪表、礼貌礼仪，礼貌用语，礼貌待客的工作态度。

6.每一位营销人员必须做到熟知酒店产品知识，熟悉酒店周边环境和共享资源，做到客户所问所答，能够熟练回答客户提出的每一个关于酒店业务方面的问题。

7.加强营销人员的考核制度和培训力度；提高营销人员的工作作风。

8.对工作敷衍者不认可、对无责任心者不认可、对得过且过者不认可、对作风不正者不认可、对违背原则者不认可、对无道德底线者不认可、对损人利己者不认可、对无事生非者不认可。

9、锻炼营销人员积极乐观的工作心态。贯彻正确科学的营销理念。

五、提高市场营销理念

以市场为导向，树立市场理念就是要求营销人员了解市场、面向市场和开发市场，了解市场是了解青岛同行业的管理水平和服务水平、了解竟争对手的情况、了解市场的需求。面向市场，是密切注意市场发展、变化的动向，尽可能做到酒店产品的销售与市场的需求相适应，以取得的经济效益。开发市场要努力发掘新的市场需求层次和需求领域，引导消费。

六、提高市场竞争的警觉性

服务行业之间的竞争是不可避免的。酒店作为服务行业之间的竞争，实质上是服务质量的竞争、出品质量的竞争，技能水平的竞争、信息的竞争、管理水平的竞争和人才的竞争。同行酒店的竞争导致市场占有率等方面的差异，并由此产生不同的经济效益。

七、效益化

酒店作为盈利性企业，在其经营管理过程中，必须重视经济效益。酒店的营销人员在制定和实施酒店的销售目标时，必须立足于酒店的经济利益，并把经济效益与经营成本进行比较，只有科学正确的销售目标和方法才是可行的。但是，效益的含义并非单一指经济效益，酒店的营销管理人员除了要考虑酒店的经济效益外同时想到酒店的社会效益，应该以满足消费对象日益增长的物质生活和文化生活的需求。

八、合法有效的利用网络信息产业

当今时代是信息时代；就要求酒店的营销管理人员具有信息观念，重视信息的作用，不断提高获取信息、加工信息处理信息和运用信息的能力。酒店所提供的产品价值，不仅随着劳动量增加，而且随着信息量的增加而增加。可靠、及时的信息可以为酒店带来更大的利润；而失真、过时信息能给酒店带来巨大的损失。

九、目标任务

本年度营销部全体员工在上级领导的正确领导下，全力以赴完成目标任务，营销部20xx年年度总指标200万元，基数指标120万元。

部门计划将以上指标分为三个季度完成，分别为，淡季、平季、旺季；再按比例细分到月度计划，做到正确科学的分配比例。

**酒店销售经理工作计划篇五**

制订本部门工作计划制订营销部年度工作计划、每月工作计划，审核各班组工作计划；根据酒店安排。分析营销部人员配备及各班组工作状况。制订全年人员配置计划。根据岗位特点、业务需要、人员素质用所需达到的目标，对各班组及员工进行合理分工。

2.明确各班组岗位职责，职责范围，工作程序，管理细则用各项规章制度，直接参与和指导各项计划的落实和完成。

3.检查各项工作

每日直接参与部分日常销售工作，检查，督导员工的服务态度，操作程度和标准是否规范。检查各班组和各班次的工作记录。检查领班的在岗情况，考核状况和完成任务情况。每月定期对部门主管进行营销业务知识和管理知识的培训与考核；每周定期与部门员工沟通两次，了解员工的思想状况。

4.组织并参加各项会议

参加酒店每日办公晨会；参加酒店每月的总结会议，汇报工作，听取酒店决策层指示；组织部门每周一召开领班例会，研讨上周工作问题，布置本周工作；组织部门每周二召开员工例会，总结上周工作，布置本周工作；必要时组织部门人员召开专题研讨会。

5.指导或直接参与对顾客意见的处理

满足顾客的合理要求；引导违纪员工，并适当处罚，以此告诫其他员工。

6.总结、评估与调整

每月、每季、年度总结本部门的工作和营业收人情况，向酒店作出书面汇报；每日听取各营销组的工作汇报。掌握部门的工作情况和客房的销售情况，并布置当日工作；根据收到的顾客反馈意见，及时调整、改善服务；负责与其他部门进行协调、沟通；签署和审核部门的文件、报表；根据工作需要和人员状况，调整部分岗位人员；尽可能掌握顾客信息，完善内部管理，提高服务质量；部门人员进行日、周、月的工作业绩评估。

**酒店销售经理工作计划篇六**

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。

开拓市场，争取客源。今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善xx年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。 强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

三、热情接待，服务周到

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，最大限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

首先决定清洗和维护锅炉，对我们的全自动燃锅炉进行一次系列性全面的保养工作，同时为节省燃油和减少锅炉的维害，我们将对水质进行全面处理。 近期我将带领工程部所有员工对发电机和高低压配电系统进行系统的检查维护、修复工作，发电机和配电线路从酒店建起到现在已经好多年，每一分钟都在工作，每一年都在保养维护如今又到了该维护的时期了，这些系统都已有部份的磨损和损坏，所以我们必需在近期展开对发电机和配电系统的检查、维护、清洗、修复和加强管理和训练等工作。

酒店一、二楼已开始将由外包工建筑工司进行紧张的改建，我和工程部所有成员将会对这些工程进行质量和技术监督检察，并从中协助在新年黄金周前使其顺利完工。

待解决的问题： 为加强自身技术和管理能力也为更好的和各部员工勾通、联系、配合，在今后我会更积极地去对待工作，同时展开对新进员工进行电脑的正常使用及简单故障排除和各种常用家电设备技术上的陪训. 对酒店各部门电脑系统和周边设备进行捡查、保养、修理。 另外由于洗衣房设备老化，又在高温和各种酸咸水中工作，经常出现故障，我也将会在今后的工作中加强管理和维护让其能保持工作正常。 由于太阳能的老化和表面污垢，一到冷天或太阳不好就会热水不够用，客人时不时提出水不够热，为了减少这种情况，我也将在后期的工作中进行捡查和处理，并在近期会对其进行玻璃表面清洗工作。尽量改善水循环系统。 水泵房的电机控制系统的已有一些失灵，或是损坏，也需要一个技术能力比较强的人去捡查修理。紧跟而来的是对弱电消防系统进行全面系统的检查及故障处理，众所周知酒店的消防报警监控系都有很大程度上的损坏，为了明年的消防安全和酒店所有人员的人身安全，急需进行更换和修复，让其能保持正常的工作壮态。

在此，工作中我还会不断的学习、借鉴，提高自身素质、技术、管理水平，以求完美。 展看未来，我对自己充满信心，对工作我全身充满精神和力量，在xx酒店有我理想和美好未来的憧境。

**酒店销售经理工作计划篇七**

工作计划网发布酒店销售经理工作计划范本，更多酒店销售经理工作计划范本相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

以下是工作计划网为大家整理的关于《酒店销售经理工作计划范本》文章，供大家学习参考！

一、建立酒店营销公关通讯联络网

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。开拓市场，争取客源

今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善××年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情(文章转载自[百分网况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

三、热情接待，服务周到

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

首先决定清洗和维护锅炉，对我们的全自动燃锅炉进行一次系列性全面的保养工作，同时为节省燃油和减少锅炉的维害，我们将对水质进行全面处理。

近期我将带领工程部所有员工对发电机和高低压配电系统进行系统的检查维护、修复工作，发电机和配电线路从酒店建起到现在已经好多年，每一分钟都在工作，每一年都在保养维护如今又到了该维护的时期了，这些系统都已有部份的.磨损和损坏，所以我们必需在近期展开对发电机和配电系统的检查、维护、清洗、修复和加强管理和训练等工作。

酒店一、二楼已开始将由外包工建筑工司进行紧张的改建，我和工程部所有成员将会对这些工程进行质量和技术监督检察，并从中协助在新年黄金周前使其顺利完工。

待解决的问题：

为加强自身技术和管理能力也为更好的和各部员工勾通、联系、配合,在今后我会更积极地去对待工作,同时展开对新进员工进行电脑的正常使用及简单故障排除和各种常用家电设备技术上的陪训.

对酒店各部门电脑系统和周边设备进行捡查、保养、修理。

另外由于洗衣房设备老化，又在高温和各种酸咸水中工作，经常出现故障，我也将会在今后的工作中加强管理和维护让其能保持工作正常。

由于太阳能的老化和表面污垢，一到冷天或太阳不好就会热水不够用，客人时不时提出水不够热,为了减少这种情况,我也将在后期的工作中进行捡查和处理,并在近期会对其进行玻璃表面清洗工作.尽量改善水循环系统。

水泵房的电机控制系统的已有一些失灵，或是损坏，也需要一个技术能力比较强的人去捡查修理。

紧跟而来的是对弱电消防系统进行全面系统的检查及故障处理，众所周知酒店的消防报警监控系都有很大程度上的损坏，为了明年的消防安全和酒店所有人员的人身安全，急需进行更换和修复，让其能保持正常的工作壮态。

在此，工作中我还会不断的学习、借鉴，提高自身素质、技术、管理水平，以求完美。

展看未来，我对自己充满信心，对工作我全身充满精神和力量，在锦鹏酒店有我理想和美好未来的憧境。

**酒店销售经理工作计划篇八**

一、建立一支团结、上进、稳定而又训练有素的销售队伍。公司的发展成长首先是要用销售业绩来说话的，而要实现更高的销售目标，销售人才是关键。也许有人认为，现在汽车行业很火暴，顾客主动找上门来，所以销售人员也只是走过场，因此对销售人员的素质没有太多要求。我要说这其实是个错误而危险的观点，我们应该站在高处看问题。现在市场竞争其实日益激烈，回望20xx及20xx上半年汽车市场一直不是很景气，消费者的购买行为渐趋理智，只有一流的销售人员才能准确有效将品牌价值、先进技术、品质服务甚至品牌的增值行为等传递给消费者，东风风行做为一个国内老字号品牌，它成熟的科技、高标准的品质、可靠的服务。这其中的东西绝不是一个普通人能表达出去的。所以我工作中的第一重点就是要建立一支既有凝聚力，又有杀伤力的销售团队，做成泰安汽车行业服务第一的团队。

1、人员的挑选我相信贵公司不乏一流的销售人才。但是优胜劣汰，好的人才有更高的标准来衡量。我认为专业销售人才必备的五个基本素质缺一不可，那就是：正确的态度、专业的知识、销售技巧、自我约束、履行职务。

2、人员的培训。在这个信息社会，只有不断地用知识武装自己，才能在社会上立于不败之地。我们的销售人员就要不断地吸取新的知识，掌握更多的信息。我们要制订好计划，定期进行专业培训。销售礼仪、产品知识、销售技巧、标准销售流程都是销售人员的必修课。在培训的方法上主要注意培训内容的系统性与连贯性，打造汽车销售的正规军。

3、建立激励机制，增加销售人员的动力。具体操作例如将底薪+提成分解为底薪+提成+奖金，销售人员划分明确的级别(具体细节详细汇报)，这样做能促进员工积极性，提高工作效率，实现公司与员工的双赢。

二、规范展厅管理：

1、推行展厅5s管理(整理,整顿,清扫,清洁,修养)，打造规范化现代化展厅(具体细节制定计划)

2、人员规范要有详细周密的展厅值班计划分工明确，责任明确，逐渐养成良好习惯。

三、加大对风行品牌的宣传力度，提高品牌影响力，最大限度发挥品牌效应的作用，用品牌推动销售。我有选择地调查了数人，其中有风行车主，也有待购车族，有熟悉汽车品牌的人，也有车盲。结果大家对风行这个品牌都没有过多的了解。确实，本人对风行的深入了解也是近段时间的事，大家都知道，品牌在产品的宣传中简单而集中，效果明显、印象深刻，有利于消费者熟悉产品，激发购买\*，所以，我们日常一定要加强对风行品牌的宣传。

**酒店销售经理工作计划篇九**

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

开拓市场，争取客源。今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善xx年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。强调团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相结合，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，\"全天侯\"服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，最大限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

首先决定清洗和维护锅炉，对我们的全自动燃锅炉进行一次系列性全面的保养工作，同时为节省燃油和减少锅炉的维害，我们将对水质进行全面处理。近期我将带领工程部所有员工对发电机和高低压配电系统进行系统的检查维护、修复工作，发电机和配电线路从酒店建起到现在已经好多年，每一分钟都在工作，每一年都在保养维护如今又到了该维护的时期了，这些系统都已有部份的磨损和损坏，所以我们必需在近期展开对发电机和配电系统的检查、维护、清洗、修复和加强管理和训练等工作。

酒店一、二楼已开始将由外包工建筑工司进行紧张的改建，我和工程部所有成员将会对这些工程进行质量和技术监督检察，并从中协助在新年黄金周前使其顺利完工。

待解决的问题：为加强自身技术和管理能力也为更好的和各部员工勾通、联系、配合，在今后我会更积极地去对待工作，同时展开对新进员工进行电脑的正常使用及简单故障排除和各种常用家电设备技术上的陪训、对酒店各部门电脑系统和周边设备进行捡查、保养、修理。另外由于洗衣房设备老化，又在高温和各种酸咸水中工作，经常出现故障，我也将会在今后的工作中加强管理和维护让其能保持工作正常。由于太阳能的老化和表面污垢，一到冷天或太阳不好就会热水不够用，客人时不时提出水不够热，为了减少这种情况，我也将在后期的工作中进行捡查和处理，并在近期会对其进行玻璃表面清洗工作。尽量改善水循环系统。水泵房的电机控制系统的已有一些失灵，或是损坏，也需要一个技术能力比较强的人去捡查修理。紧跟而来的是对弱电消防系统进行全面系统的检查及故障处理，众所周知酒店的消防报警监控系都有很大程度上的损坏，为了明年的消防安全和酒店所有人员的人身安全，急需进行更换和修复，让其能保持正常的工作壮态。

在此，工作中我还会不断的学习、借鉴，提高自身素质、技术、管理水平，以求完美。展看未来，我对自己充满信心，对工作我全身充满精神和力量，在xx酒店有我理想和美好未来的憧境。

**酒店销售经理工作计划篇十**

根据上半年具体销售部工作情况特此对下半年销售部工作作如下部署：

针对员工在工作中所暴露出来的不足之处，将重点对部门相关的预订接待、各项操作流程、专业技能技巧等方面进行强化及规范化的培训，同时也要加强对员工业务能力的培训，增加服务意识。

制定各月整体促销计划，部门将对重要节假日提前做好相关促销及包价产品，并且做好前期的宣传推广工作，以确保活动的效果和影响力。

部门将增加一至两名销售经理，使销售部销售人员人数达到4人并一起分成两组，每组2—3人，将本地市场及外地市场进行区域xx营销，扩大酒店的市场份额。销售经理将实行工作日清制，每个工作日必须完成部门规定的销售工作，以月度销售业绩完成情况及工作日清综合考核。稳定老客户，发展新客户，并及时收集宾客意见及建议，反馈给相关部门及总经理。对新开发客户消费提成比例提高，以提高新客户开发力度。

接待团队、会议、vip客户，做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，热情周到。提供人性化服务，针对不同客户进行个性服务，限度满足客户的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案和策略。

以市场为导向，树立市场理念就是要求营销人员了解市场、面向市场和开发市场，了解市场是了解青岛同行业的管理水平和服务水平、了解竟争对手的情况、了解市场的需求。面向市场，是密切注意市场发展、变化的动向，尽可能做到酒店产品的销售与市场的需求相适应，以取得的经济效益。开发市场要努力发掘新的市场需求层次和需求领域，引导消费。

服务行业之间的竞争是不可避免的。酒店作为服务行业之间的竞争，实质上是服务质量的竞争、出品质量的竞争，技能水平的竞争、信息的竞争、管理水平的竞争和人才的竞争。同行酒店的竞争导致市场占有率等方面的差异，并由此产生不同的经济效益。

充分利用多种广告形式对酒店进行推广宣传，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持与合作。

1、维护好重点客户单位，对有潜力的和重点客户进行定期上门回访。对酒店睡眠协议重新进行分类拜访并争取生意。

2、做针对性的销售，策划教师节、重阳节等促销活动，吸引湖师老师消费。

3、推出酒店vip贵宾卡，做好酒店vip贵宾卡的市场推广。

4、加大新客户签约工作，做好周边市场的开拓在12月31日前新签协议数须达到150份以上。

5、制作婚宴促销宣传彩页，在十一前面向市内进行推介。

6、策划中秋节客户答谢活动方案

7、制定部门新开发客户提成方案，加强新客户开发力度。

8、中秋节、国庆长假等推出客房超值套餐，吸引外来散客。

9、做好圣诞、元旦、春节的活动促销方案及实施。

10、对酒店内外进行圣诞节、新年装饰，营造氛围。

11、按计划做好部门员工的日常培训工作

12、跟进酒店日常应收款的催收工作

13、制定部门员工行政考核制度，加强日常工作考核力度。

14、制定新的酒店商务协议及旅行社协议模板，重新签署20xx年各单位优惠协议。

15、努力完成全年销售目标任务。

16、做好年终大客户答谢联谊会。

**酒店销售经理工作计划篇十一**

根据上半年具体销售部工作情况特此对下半年销售部工作作如下部署：

【工作方向】

一、员工培训的强化。针对员工在工作中所暴露出来的不足之处，将重点对部门相关的预订接待、各项操作流程、专业技能技巧等方面进行强化及规范化的培训，同时也要加强对员工业务能力的培训，增加服务意识。

二、主题促销活动。制定各月整体促销计划，部门将对重要节假日提前做好相关促销及包价产品，并且做好前期的宣传推广工作，以确保活动的效果和影响力。

三、加强管理，灵活激励营销机制。部门将增加一至两名销售经理，使销售部销售人员人数达到4人并一起分成两组，每组2-3人，将本地市场及外地市场进行区域捆绑营销，扩大酒店的市场份额。销售经理将实行工作日清制，每个工作日必须完成部门规定的销售工作，以月度销售业绩完成情况及工作日清综合考核。稳定老客户，发展新客户，并及时收集宾客意见及建议，反馈给相关部门及总经理。对新开发客户消费提成比例提高，以提高新客户开发力度。

四、热情接待，服务周到。接待团队、会议、vip客户，做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，热情周到。提供人性化服务，针对不同客户进行个性服务，最大限度满足客户的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案和策略。

五、做好市场调查及促销活动策划。

以市场为导向，树立市场理念就是要求营销人员了解市场、面向市场和开发市场，了解市场是了解青岛同行业的管理水平和服务水平、了解竟争对手的情况、了解市场的需求。面向市场，是密切注意市场发展、变化的动向，尽可能做到酒店产品的销售与市场的需求相适应，以取得最大的经济效益。开发市场要努力发掘新的市场需求层次和需求领域，引导消费。

六、提高市场竞争的警觉性

服务行业之间的竞争是不可避免的。酒店作为服务行业之间的竞争，实质上是服务质量的竞争、出品质量的竞争，技能水平的竞争、信息的竞争、管理水平的竞争和人才的竞争。同行酒店的竞争导致市场占有率等方面的差异，并由此产生不同的经济效益。

七、加强与有关宣传媒介单位的联系。充分利用多种广告形式对酒店进行推广宣传，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持与合作。

【具体工作计划】

1、维护好重点客户单位，对有潜力的和重点客户进行定期上门回访。对酒店睡眠协议重新进行分类拜访并争取生意。

2、做针对性的销售，策划教师节、重阳节等促销活动，吸引湖师老师消费。

3、推出酒店vip贵宾卡，做好酒店vip贵宾卡的市场推广。

4、加大新客户签约工作，做好周边市场的开拓在12月31日前新签协议数须达到150份以上。

5、制作婚宴促销宣传彩页，在十一前面向市内进行推介。

6、策划中秋节客户答谢活动方案

7、制定部门新开发客户提成方案，加强新客户开发力度。

8、中秋节、国庆长假等推出客房超值套餐，吸引外来散客。

9、做好圣诞、元旦、春节的活动促销方案及实施。

10、对酒店内外进行圣诞节、新年装饰，营造氛围。

11、按计划做好部门员工的日常培训工作

12、跟进酒店日常应收款的催收工作

13、制定部门员工行政考核制度，加强日常工作考核力度。

14、制定新的酒店商务协议及旅行社协议模板，重新签署20\_\_年各单位优惠协议。

15、努力完成全年销售目标任务。

16、做好年终大客户答谢联谊会。

**酒店销售经理工作计划篇十二**

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

1、在酒店各项指标不断更新不断创新不断提升的情况下，我们将时刻更新新的推广信息及新的推广内容，使得每一位客户能够随时了解酒店在不断创新不断提升的信息，让客户始终觉得酒店有探索之处，增强客户消费潜力。

2、在酒店特殊体质范围内，扩大对酒店整体的宣传与推广;我们将继续利用网络信息产业，电话通讯产业、渠道客户资源、企事业公司资源等各种营销方式，将酒店各项产品信息传递到每一个推广平台和每一家企业公司，力争做到每位客户都知晓青岛神剑楼酒店的详细情况。

3、旅游市场的推广;来年我们将选择适合我们酒店的旅游公司进行合作，将酒店的详细产品资料和新的报价体系大批量的传递给全国各地的旅游公司，提高酒店在旅游市场的份额和知名度，提高酒店的入住率。

二、开发侧重市场

因酒店的\'特殊情况和局限性，我们将针对销售市场进行保底侧重开发方式;将旅游公司作为酒店的垫底资源客户;侧重开发会议市场，婚宴市场，协议散客市场、网络客户资源，各项餐饮市场，控制好酒店的相关客户架构，使客户资源高端化，商务化、稳定化，建立长久固定的客户消费群体。

三、加强销售引导消费

1.通过宣传来引导消费者入店消费。

2.通过加强服务来加强消费者消费。

3.通过消费者感观来提高消费者消费。

四、组建精良的营销团队

一个合格的营销人员具备着丰富的综合实力，具备着高素质，高水准，高效率的综合素质!

1、建立完整的销售管理制度和销售工作流程。

2.提高营销人员的专业知识，业务技能，个人素养及严以律己的工作责任心和敬业的职业操守。

3.锻炼每一位营销人员勇于承担责任，不推卸责任，勇往直前，乐于奉献的精神，不因小事斤斤计较，不因工作勾心斗角的良好工作心态。

4.提高每一位营销人员的综合形象，严格遵守酒店规章制度;勤于思考，善于沟通。

5.营销人员要严格要求仪容仪表、礼貌礼仪，礼貌用语，礼貌待客的工作态度。

6.每一位营销人员必须做到熟知酒店产品知识，熟悉酒店周边环境和共享资源，做到客户所问所答，能够熟练回答客户提出的每一个关于酒店业务方面的问题。

7.加强营销人员的考核制度和培训力度;提高营销人员的工作作风。

8.对工作敷衍者不认可、对无责任心者不认可、对得过且过者不认可、对作风不正者不认可、对违背原则者不认可、对无道德底线者不认可、对损人利己者不认可、对无事生非者不认可。

9、锻炼营销人员积极乐观的工作心态。贯彻正确科学的营销理念。

五、提高市场营销理念

以市场为导向，树立市场理念就是要求营销人员了解市场、面向市场和开发市场，了解市场是了解青岛同行业的管理水平和服务水平、了解竟争对手的情况、了解市场的需求。面向市场，是密切注意市场发展、变化的动向，尽可能做到酒店产品的销售与市场的需求相适应，以取得最大的经济效益。开发市场要努力发掘新的市场需求层次和需求领域，引导消费。

六、提高市场竞争的警觉性

服务行业之间的竞争是不可避免的。酒店作为服务行业之间的竞争，实质上是服务质量的竞争、出品质量的竞争，技能水平的竞争、信息的竞争、管理水平的竞争和人才的竞争。同行酒店的竞争导致市场占有率等方面的差异，并由此产生不同的经济效益。

七、效益最大化

酒店作为盈利性企业，在其经营管理过程中，必须重视经济效益。酒店的营销人员在制定和实施酒店的销售目标时，必须立足于酒店的经济利益，并把经济效益与经营成本进行比较，只有科学正确的销售目标和方法才是可行的。但是，效益的含义并非单一指经济效益，酒店的营销管理人员除了要考虑酒店的经济效益外同时想到酒店的社会效益，应该以满足消费对象日益增长的物质生活和文化生活的需求。

八、合法有效的利用网络信息产业

当今时代是信息时代;就要求酒店的营销管理人员具有信息观念，重视信息的作用，不断提高获取信息、加工信息处理信息和运用信息的能力。酒店所提供的产品价值，不仅随着劳动量增加，而且随着信息量的增加而增加。可靠、及时的信息可以为酒店带来更大的利润;而失真、过时信息能给酒店带来巨大的损失。

九、目标任务

本年度营销部全体员工在上级领导的正确领导下，全力以赴完成目标任务，营销部20xx年年度总指标200万元，基数指标120万元。

部门计划将以上指标分为三个季度完成，分别为，淡季、平季、旺季;再按比例细分到月度计划，做到正确科学的分配比例。

**酒店销售经理工作计划篇十三**

更好的提升酒店效益指标，业务指标、服务指标等各项指标，未来一年我有以下工作计划：

1、在酒店各项指标不断更新不断创新不断提升的情况下，我们将时刻更新新的.推广信息及新的推广内容，使得每一位客户能够随时了解酒店在不断创新不断提升的信息，让客户始终觉得酒店有探索之处，增强客户消费潜力。

2、在酒店特殊体质范围内，扩大对酒店整体的宣传与推广；我们将继续利用网络信息产业，电话通讯产业、渠道客户资源、企事业公司资源等各种营销方式，将酒店各项产品信息传递到每一个推广平台和每一家企业公司，力争做到每位客户都知晓青岛神剑楼酒店的详细情况。

3、旅游市场的推广；来年我们将选择适合我们酒店的旅游公司进行合作，将酒店的详细产品资料和新的报价体系大批量的传递给全国各地的旅游公司，提高酒店在旅游市场的份额和知名度，提高酒店的入住率。

因酒店的特殊情况和局限性，我们将针对销售市场进行保底侧重开发方式；将旅游公司作为酒店的垫底资源客户；侧重开发会议市场，婚宴市场，协议散客市场、网络客户资源，各项餐饮市场，控制好酒店的相关客户架构，使客户资源高端化，商务化、稳定化，建立长久固定的客户消费群体。

1、通过宣传来引导消费者入店消费。

2、通过加强服务来加强消费者消费。

3、通过消费者感观来提高消费者消费。

一个合格的营销人员具备着丰富的综合实力，具备着高素质，高水准，高效率的综合素质！

1、建立完整的销售管理制度和销售工作流程。

2、提高营销人员的专业知识，业务技能，个人素养及严以律己的工作责任心和敬业的职业操守。

3、锻炼每一位营销人员勇于承担责任，不推卸责任，勇往直前，乐于奉献的精神，不因小事斤斤计较，不因工作勾心斗角的良好工作心态。

4、提高每一位营销人员的综合形象，严格遵守酒店规章制度；勤于思考，善于沟通。

5、营销人员要严格要求仪容仪表、礼貌礼仪，礼貌用语，礼貌待客的工作态度。

6、每一位营销人员必须做到熟知酒店产品知识，熟悉酒店周边环境和共享资源，做到客户所问所答，能够熟练回答客户提出的每一个关于酒店业务方面的问题。

7、加强营销人员的考核制度和培训力度；提高营销人员的工作作风。

8、对工作敷衍者不认可、对无责任心者不认可、对得过且过者不认可、对作风不正者不认可、对违背原则者不认可、对无道德底线者不认可、对损人利己者不认可、对无事生非者不认可。

9、锻炼营销人员积极乐观的工作心态。贯彻正确科学的营销理念。

以市场为导向，树立市场理念就是要求营销人员了解市场、面向市场和开发市场，了解市场是了解青岛同行业的管理水平和服务水平、了解竟争对手的情况、了解市场的需求。面向市场，是密切注意市场发展、变化的动向，尽可能做到酒店产品的销售与市场的需求相适应，以取得最大的经济效益。开发市场要努力发掘新的市场需求层次和需求领域，引导消费。

服务行业之间的竞争是不可避免的。酒店作为服务行业之间的竞争，实质上是服务质量的竞争、出品质量的竞争，技能水平的竞争、信息的竞争、管理水平的竞争和人才的竞争。同行酒店的竞争导致市场占有率等方面的差异，并由此产生不同的经济效益。

酒店作为盈利性企业，在其经营管理过程中，必须重视经济效益。酒店的营销人员在制定和实施酒店的销售目标时，必须立足于酒店的经济利益，并把经济效益与经营成本进行比较，只有科学正确的销售目标和方法才是可行的。但是，效益的含义并非单一指经济效益，酒店的营销管理人员除了要考虑酒店的经济效益外同时想到酒店的社会效益，应该以满足消费对象日益增长的物质生活和文化生活的需求。

当今时代是信息时代；就要求酒店的营销管理人员具有信息观念，重视信息的作用，不断提高获取信息、加工信息处理信息和运用信息的能力。酒店所提供的产品价值，不仅随着劳动量增加，而且随着信息量的增加而增加。可靠、及时的信息可以为酒店带来更大的利润；而失真、过时信息能给酒店带来巨大的损失。

本年度营销部全体员工在上级领导的正确领导下，全力以赴完成目标任务，营销部20xx年年度总指标200万元，基数指标120万元。

部门计划将以上指标分为三个季度完成，分别为，淡季、平季、旺季；再按比例细分到月度计划，做到正确科学的分配比例。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn