# 最新酒店销售工作计划与目标(实用10篇)

来源：网络 作者：落花人独立 更新时间：2024-06-28

*计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!酒店销售工作计划与目标篇一雷迪逊饭店市场营销部副主任威廉亨利，曾在20世纪80年代就市...*

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!

**酒店销售工作计划与目标篇一**

雷迪逊饭店市场营销部副主任威廉亨利，曾在20世纪80年代就市场营销计划的编制重要性说：“成功的市场营销计划的基础是建立在对情况的全面分析之上的，不管是饭店公司、独立饭店还是饭店的鸡尾酒厅，其营业计划的编制都应该如此。情况分析和任务表述必须包括三个基本的方面：你的店情况、竞争对手情况和顾客情况。只有对这三方面的情况进行彻底、客观的研究之后，市场营销的目标和策略才能制定卅来。分析旨在于指出同你有关的竞争者比较的长处和短处以及你将为之服务的许多潜在的客源市场，帮助你确证具有最大潜力的市场分割部分，以及如何有效地开展竞争，也帮助你认识你店不同于竞争者的一些主要点。”

威廉亨利讲得非常好，只是因为人类社会已经进入新世纪，全球经济已经一体化，世界变成了地球村，因此仅从三个微观方面编制市场营销计划是远远不够的。我要在这三个方面上，再加上一条――对宏观经济的关注。我们不仅要了解中国的经济形势，还要了解世界的经济形势，尤其是对中国的经济形势要有充分的了解。离开了对经济走势的研判，任何预测都有可能无法兑现。酒店市场营销计划编制应贯彻以下几条原则：

实事求是的原则;

客观评估自身的发展能力;

客规分析竞争对手的能力;

研判经济的发展和走势;

根据市场变化随时调整的原则;

年度营销计划和愿景、使命相结合的原则，即考虑年度的计划，更要志在长远的原则;

(这个叫法是我的一个发明创造);

在满足顾客需求的基础上盈利的原则。

**酒店销售工作计划与目标篇二**

针对销售部的工作职能，我们制订了市场销售部20xx年工作思路，现在向大家作一个汇报：

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。

今年营销部将配合酒店整体新的销售体制，重新制订完善某某年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，销售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，以月度销售任务完成情况及工作日记志综合考核销售代表。督促销售代表，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。

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的`推销方案。

与酒店其他部门密切配合，根据宾客的需求，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，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和合作。

**酒店销售工作计划与目标篇三**

市场营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，它对经营决策起重要性作用，制订营销方案起到参谋和助手的`作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。

针对营销部的工作职能，我制订了酒店市场营销部20xx年工作计划：

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××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，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。

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，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和合作。

20xx年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

**酒店销售工作计划与目标篇四**

20xx年北京有五星级酒店65家平均房价均高于700元/间夜，四星级酒店（127家）为446.95元/间夜，三星级酒店981家平均房价均超过了300元/间夜，连锁经济型255家平均房价均超过了200元/间夜，面对这样的市场环境，选择正确的目标市场，不可能满足所有类型的客人，应选择能为之有效服务并能给酒店带来价值的客人群体。不断了解客人需要、创造客人满意吸引一位新客户比保持老客户常常要多5位的成本。要使客人不流失，关键是客人满意。加强协调、创造良好的营销气氛，开心员工——满意客人——利润增加。

1、酒店各部门之间充分沟通，尽可能满足客人需求而解决问题。

2、正规的培训，激励员工用正确的服务方式，大胆有效授权，并通过全面检查控制服务出错率。与客人广泛接触，听取意见，将客人需求及时传递，快捷响应，努力使客人满意。

3、全员销售酒店是一种顾客与员工高度接触的企业，对客人的服务质量在很大程度上取决于员工的服务表现。酒店业真正的产品差异是来自提供服务个人。每个员工都在不知不觉的服务和过程中进行着营销活动，他们在扮演着营销员的角色。

应该对酒店的客源结构做出相应的调整及分配进行灵活的变更。下面是我店结合自身情况对各市场的特点调整比例进行说明：

在现有182间房数量下控制比例在50%左右散客比例4%，如果能够更高当然最好，可相应减少团队用房。协议公司商务散客是酒店客源中最重要的部分，受到国内刺激内需的影响，国内商务散客与往年相比有了较大的增长，我们应当抓住这次机遇，加大散客销售力度，扩大散客市场。在对散客市场进行扩充时可选择以下几种方式：

1、根据周边机关、部委制定针对性较强的销售策略，在国内刺激内需的大环境下，各省市地区得到了充足的资金，很多地方的土建、能源、冶金、等项目正在进行或者在审查中，酒店可根据国家发改委，建设部，核二院等设计审批部门在周边的特点着重开发，可也以联络尽可能多的驻京办，酒店周边还分布大量的科研院校及大学。

2、由于酒店距离北京展览馆不远，提前与举办方联系借机发展外地客源。

3、对原有协议散客深度开发，这部分客源是酒店经营的基础，在日常工作中应对其进行较详细的分类进行科学的管理。需要将这部分的客源细分成多个阶段，进行深度开发根据入住情况将他们分成高、中、低，几个档次。通过销售人员进行细致的维护，来达到稳定增长的目标，这类客人要酒店定期的提供一些特殊的优惠或激励政策来进行奖励，以不断刺激其成为最忠诚的客源。例如根据协议公司在酒店当年的入住间夜数量，利用酒店集团的连锁性质，向客人提供赠送本地或异地连锁店的间夜，达到激励维护的目的。

在现在的大经济背景下，现有房间数量下，将订房中心散客达到或控制在25%左右，订房中心散客很重要，其散客主要以外地客人为主，由于酒店不可能抽出大量的`物力和财力开拓外地市场，所以酒店还要依赖订房中心来做对外的宣传，由于现在星级酒店多于订房中心合作，大家的佣金比例又相差不多，这样就需要酒店制定出有别于其他酒店的的优惠政策，提高与其他酒店竞争性，以达到高性价比来扩大酒店异地客人中的知名度。

通过对订房中心的促销，统计订房中心在酒店的常客来达到将这部分客人变为自己的商务散客的目的。

例如酒店赠送欢迎果盘欢迎饮料等。

会议市场根据酒店房量控制在12%%上下，会议市场细分有好几种，总体分为三大类：大型会议、社团会议、企业会议。由于受到酒店自身会议设施的限制，着重开发以下几种：

1、董事会会议，一个社团一般一年举办三、四次，而且都经过精心策划和安排，人均花费比其他社团会议要高，人数在15人左右。

2、委员会会议，社团是通过委员会进行运作的，而这些委员会每年都需要举行几次会议，人数在15人左右。

3、管理层会议，企业的管理人员经常要到一个安安静静的环境，远离电话和其他琐事，以便于安心地去探讨一些重要的事情。根据公司规模及管理层级别选择适合酒店的会议接待，一般在20人左右。

4、技术会议，专家们需要经常讨论一些互相关心的事情，这类会议不像其他的企业会议那样复杂，精细。

5、从20xx年北京科协和国家计划司了解了今年展会情况。

旅行社市场分为旅行社散客和旅行团队。旅行社散客数量较少，忠诚度很低，所以该市场还是主要以团队为主，用量控制在7%左右，通过散客的不断增加逐步减少团队用房数量，因为团队对于酒店来说利润是最低的，对于酒店来说只能起到补充出租率的作用。

在与旅行社合作中放弃与小社合作，与国、中、青等大社合作。原因是小社存在跑帐的风险，且团队流量不稳定，往往是出租率低时没有团，出租率高时抢房间，这样容易导致酒店的利益受到损失，与大社合作可有效避免上述风险，能建立起长期的系列团合作关系，能有效保证用房量，结账也有一定的保障。所以着重开发大社的团队市场。

长包房在酒店的正常经营中所占比例很小，通常情况下在3%左右，但他的房费收益是最稳定的，酒店从五院内部及其下属公司还有周边一些科技含量较高的公司入手，这些公司大都有请来国内外专家参与长期的科技项目，在京停留时间较长，这些公司作为重点的拜访对象。

**酒店销售工作计划与目标篇五**

自20xx年11月10日酒店开业以来，在总经理的正确领导及各部门的密切配合下，酒店各项工作顺利开展，各项规章制度不断得以完善，xxx大酒店的知名度、美誉度、市场的竞争力得到不断提升，在许昌酒店行业占有重要的一席之地。

众所周知，在销售部人员配置不足，销售力量十分薄弱的情况，经不断努力，实现部门销售收入96。8万元，对酒店的发展尽自己的绵薄之力。在过去的一年里，是xxx大酒店全面发展的一年，在各部门的密切配合下酒店的销售工作得以顺利开展：

首先销售部经过了这一年的发展，已经逐步的成熟了自己的销售工作，拓展了自己的市场。在各部门共同努力下把酒店全面的推向旅游市场，提高了酒店的知名度，争取做到最大限度为酒店创造经济效益。销售部的工作重点放在机关单位、政府官员和会议的销售上，其中成功接待县财政局、审计局共四次为期共三个月审计工作会议。单这两次接待实现销售收入15万元。

同时，我们加大商务客人的销售力度，拜访重要公司签署商务协议，同时根据季节的不同制定不同的销售方案，有针对性的走访客户。平时在整理客户档案时，分类定期的回访，同时不断的开发新客户。在这一年里我们接待了施恩奶粉、驴友年会、移动公司迎新晚会、斯巴达拓展培训等共计70余场会议。对于每个会议的接待，所有部门都能够认真的配合销售部，圆满完成会议的接待工作，客人对我们的工作给予了肯定。在这里由衷的感谢各个部门的领导及员工对我们销售部工作的支持。

销售部做好所有协议客户和vip客人的跟踪回访，每周制定客户拜访计划，及时反馈客户信息，确保服务质量和宾客的满意度，稳定维护客源。措施如下：中秋节为重要客户赠送重要过节礼品，酒店店庆之际为客户送店庆礼品等。

1、酒店销售力量薄弱，人员急需补充，目前销售部仍需补充2—3名销售代表。

3、销售部人员合理的工资结构急需确定，要补充人员没有合理薪资结构是无法实现的；

4、销售部在接待工作中有时不够仔细，在一些细节上不太注意，考虑的问题也不够全面，在今后的工作中需要进一步加强。

5、有时由于沟通的不及时信息掌握的不够准确；影响了酒店整体的销售与接待，在今后的工作要认真细致，尽量避免，能够做到及时的沟通，从而减少工作失误。

**酒店销售工作计划与目标篇六**

20xx年，注定对自己是不平凡的一年，由于自己的家庭出的事情，得到各方的关爱，尤其是酒店领导的关心和帮助，让我真正知道了感恩。我觉得生命是相互依存的，生活在这个世界上，处处享受着来自各方的恩赐，自有生命的那刻起，便沉浸在恩惠的海洋里。我现在能很透彻的领悟一日为师，终身为父，滴水之恩，涌泉相报，心存感恩，知足惜福。能这样，人与人，人与社会才会变得如此的和谐和亲切，自身也会变的愉快又健康。人生需要时时刻刻的改变着心态来适应自己的需要，无论成败，都会得到太多人的帮助，父母的养育，老师的教会，朋友的帮助，亲人的关爱，大自然的恩赐和时代的赋予。我成长的每一步，都有人指点，生活的每一天，都有人帮助，正因为这样，才渡过了一个个难关，一步步迈向美好，创造并享受着生活，所以心存感恩，才会朝气蓬勃，豁达睿智。时刻提醒自己在顺风顺水的时候，想着逆境奋斗的人;在无忧无虑的时候，想着拮据艰窘的人，时刻拥有一颗博爱，仁慈，善良，同情的心。思恩与人工分享送人玫瑰手留香，学会分享和给予，养成互助互爱的习惯，给予越多，人生就越丰富，奉献越多，生命才跟有意义。感恩是一种生命态度，一种处世哲学，更应该是一种优良品质和道德情操，永怀感恩之心，常表感恩之情，原谅那些伤害过自己的人，我一定充实而快乐。

1.对新生事物，行业的发展，跟进学习不够，了解不充分，并在菜品创新上滞后，思想意识没跟上。

2.没有跟好的理顺内部关系，致使厨房管理上很混乱，制度执行力不够，自己没带好头，负主要责任。

3.厨房员工思想波动大，没能及时沟通，造成人才的流失和个别位置人员缺岗严重。

4.厨房在开源节流上，抓的不够狠，也不够准，不必要的浪费时有发生，力度不够，毛利率不稳定。

一、在菜品定位上，依照酒店整体的战略规划来开发菜品，根据餐厅菜点经营状况和市场客户调查不断地改进和提升产品形象，根据来酒店消费的团体会议，零点散客，宴会接待，三大块消费群体的需求，来不断丰富菜品，使之能逐渐形成一组有针对性的风格化的菜品，使菜品在发展变化中树立自己的品牌。

二、在厨政管理方面，以系统化整合核心竞争力，以规范化提高管理水平，以现代信息手段提高市场竞争力，以效益化为目标指导厨政管理工作。

三、在人员方面，进行专业技能考核，优胜劣汰，采用请进来，走出去和定期培训的方法来提高人员的业务技能和专业素养，再结合实际的前提下，进一步完善厨房内部的各项

规章制度

。

四、在菜肴出品把关上，采用四层把关制，一关否定制。即配菜厨师把关，炉灶厨师把关，传菜员把关，服务员把关，一关发现有问题，都有退回的权力，否侧都得承担相应的责任。

五、在原材料的验收和使用方面，做到严把原材料质量关，提高原材料的使用率，争取把最大的利益让给顾客。

六、在食品卫生安全，消防安全方面严格执行食品安全法，抓好厨房卫生安全工作，严格执行规范操作程序，预防各类事故的发生，做到安全生产，警钟长鸣。

最后，再次感谢给予我帮助，支持，鼓励的每一个人，我爱你们，祝福酒店在猪年龙腾四海，蒸蒸日上，并祝愿我爱的人和爱我的人，好运。

市场营销部的作用是重大的，它负责对外处理公共关系和销售业务，同时也是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，它对总经理室进行经营决策，制订营销方案起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。针对营销部的工作职能，我们制订了市场营销部××年工作思路，现在向大家作一个汇报：

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，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。

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。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。

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，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和合作。

**酒店销售工作计划与目标篇七**

（2）每一员工/每月：xxx元以上；

基本方针：

（一）本公司的业务机构，必须一直到所有人员都能精通其业务、人心安定、能有危机意识、有效地活动时，业务机构才不再做任何变革。

（二）贯彻少数精锐主义，不论精神或体力都须全力投入工作，使工作朝高效率、高收益、高分配（高薪资）的方向发展。

（三）为加强机能的敏捷、迅速化，本公司将大幅委让权限，使人员得以果断速决，始具实现上述目标的原则。

（四）为达到责任目的及确立责任体制，本公司将贯彻重赏重罚政策。

（五）为使规定及规则完备，本公司将加强各种业务管理。

（六）xx公司与本公司在交易上订有书面协定，彼此遵守责任与义务。基于此立场本公司应致力达成预算目标。

1、将全市的xx家星级酒店依照区域划分，在各划分区内采用新的销售方式体制。

2、新的销售方式是指每人各自负责x家，每周或隔周做一次访问，借访问的机会督导、奖励销售，进行调查、服务及销售指导、技术指导等，借此促进销售。

3、销售负责人的职务内容及处理基准应明确化。

（二）提高销售人员的责任意识为销售人员对本公司商品的关心，增强其销售意愿，应加强下列各项实施要点：

1、奖金激励对策：销售人员每售出本公司商品达到一定数量时，即赠奖金给本人以激励其销售意识。

2、人员的辅导：

（1）负责人员可在访问时进行教育指导说明，借此提高销售人员的销售技术及加强其对商品的知识。

（2）销售负责人员要亲自站在销售一线，示范销售要领或进行技术说明，让销售人员从中获得直接的指导。

确实的广告计划：

（1）在新销售方式体制确立之前，暂时先以人员的访问活动为主，把广告宣传活动作为未来所进行的活动。

（2）针对广告媒体，再次进行检查，务必使广告计划达到以最小的费用创造出最大的成果的目标。

（3）为达成前述两项目标，应针对广告、宣传技术作充分的研究。

**酒店销售工作计划与目标篇八**

在x总的英明领导下，本人在xx年度，基本完成了相关工作任务，当然这其中肯定还有许多不足和需要改进、完善的地方。今年，我将一如既往地按照领导的要求，在去年的工作基础上，本着“多沟通、多协调、积极主动、创造性地开展工作”的指导思想，发扬群狼博虎，无坚不摧的理念，全面开展xxx年度的工作。现制定工作计划如下：

二、全面负责内部的办公行政管理工作，协调各部门间各项协作事宜；

七、协助各项目经理及时做好应收、应付款项的工作。

**酒店销售工作计划与目标篇九**

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，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，为了发展酒店日后的稳定客户客户群，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。明年开业前期在适当时期召开次大型客户联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户对酒店开业后的建设性意见。

开拓市场，争取客源，营销部将配合酒店整体新的营销体制，制订完善20xx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，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。

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

与相关部门密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，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和合作。20xx年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

**酒店销售工作计划与目标篇十**

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。细分市场，将商务散客、网络订房、企事业单位会议、旅行社团队和散客、长住户等市场份额细分。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，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1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。

今年营销部将配合酒店整体新的\'营销任务，重新制订完善的销售任务计划及业绩考核管理条例，提高销售经理的工资待遇，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。

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