# 2024年酒店销售工作计划开头(7篇)

来源：网络 作者：雪域冰心 更新时间：2024-09-10

*制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？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。酒店销售工作计划开头篇一一、齐心...*

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的计划吗？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。

**酒店销售工作计划开头篇一**

一、齐心协力，酒店年创四点业绩

1、经营创收。酒店通过调整销售人员、拓宽销售渠道、推出房提奖励、餐饮绩效挂钩等

相关经营措施，增加了营业收入。酒店全年完成营收为x万元，比去年超额x万元，超幅为x%;其中客房收入为x万元，写字间收入为x万元，餐厅收入x万元，其它收入共x万元。全年客房平均出租率为x%，年均房价x元/间夜。酒店客房出租率和平均房价，皆高于全市四星级酒店的平均值。

2、管理创利。酒店通过狠抓管理，深挖潜力，节流节支，合理用工等，在人工成本、能源费用、物料消耗、采购库管等方面，倡导节约，从严控制。酒店全年经营利润为x万元，经营利润率为x%，比去年分别增加x万元和x%。其中，人工成本为x万元，能源费用为x万元，物料消耗为x万元，分别占酒店总收入的x%、x%、x%。比年初预定指标分别降低了x%、x%、x%。

3、服务创优。酒店通过引进品牌管理，强化《员工待客基本行为准则》关于“仪表、微笑、问候”等20字内容的培训，加强管理人员的现场督导和质量检查，逐步完善前台待客部门及岗位的窗口形象，不断提高员工的优质服务水准。因而，今年5月份由市旅游局每年一次组织对星级饭店明查暗访的打分评比，我店仅扣2分，获得优质服务较高分值，在本地区同星级饭店中名列前茅。此外，在大型活动的接待服务中，我店销售、前厅、客房、物业、餐厅等部门或岗位，分别收到了来自活动组委的表扬信，信中皆赞扬道：“酒店员工热情周到的服务，给我们的日常生活提供了必要的后勤保障，使我们能够圆满地完成此次活动。”

4、安全创稳定。酒店通过制定“大型活动安保方案”等项安全预案，做到了日常的防火、防盗等“六防”，全年几乎未发生一件意外安全事故。在酒店总经理的关心指导下，店级领导每天召开部门经理反馈会，通报情况提出要求。保安部安排干部员工加岗加时，勤于巡逻，严密防控。在相关部门的配合下，群防群控，确保了各项活动万无一失和酒店忙而不乱的安全稳定。酒店保安部警卫班也因此而被评为先进班组。

二、与时俱进，提升发展，酒店突显改观

酒店总经理班子率先垂范，组织指导党员干部及全体员工，认真学习领会\_精神。结合酒店经营、管理、服务等实际情况，与时俱进，提升素质，转变观念。在市场竞争的浪潮中求生存，使整个酒店范围下半年度突显了可喜的改观。主要表现在干部员工精神状态积极向上。酒店总经理大会、小会反复强调，干部员工要有紧迫感，应具上进心，培养“精气神”。酒店的管理服务不是高科技，没有什么深奥的学问。关键是人的主观能动性，是人的精神状态，是对酒店的忠诚度和敬业精神，是对管理与服务内涵真谛的理解及其运用。店级领导还通过组织对部门经理、主管、领班及员工的各项培训交流，启发引导大家拓宽视野，学习进取，团结协作。在完成酒店经营指标、管理目标和接待任务的过程中实现自身价值，并感受人生乐趣。因而，部门经理之间相互推诿和讥贬的现象少了，则代之以互通信息、互为补台、互相尊重;酒店每月两次夜间例行安检和每周一次质量检查请假、缺席的人少了，则代之以主动关心参加、检查仔细认真等。在一些大型活动中，在店级领导的榜样作用下，部门经理带领着主管、领班及其员工，加班加点，任劳任怨，工作延长虽很疲惫却始终保持振作的精神状态，为酒店的窗口形象增添了光彩。

三、品牌管理，酒店主抓八大工作

在今年抓“三标一体”6s管理的推行认证过程中，酒店召开了多次专题会，安排了不同内容的培训课，组织了一些验审预检等。这些大大促进并指导了酒店管理工作更规范地开展。同时，酒店引进国内外先进酒店成功经验，结合年初制定的管理目标和工作计划，酒店及各部门全年主要抓牢工作。

**酒店销售工作计划开头篇二**

为了能够在竞争日趋激烈的酒店行业中扎根并占有优势，获得更多的客户，提高业绩，为酒店创造更多的效益以及自我的突破，本人制定20\_\_年工作计划如下：

一、建立完整详细的客户档案以及资料

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、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。计划20\_\_年逐渐筹办客户答谢会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、开拓创新，开拓市场，争取客源

今年销售将配合酒店整体新的营销体制，重新制订并完善20\_\_年销售任务计划及业绩考核，提高销售代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。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。

计划人员编制具体为3人，明年加强酒店招聘工作，填补空缺岗位。

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。向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

做好超值服务，用细节去感动每一位客人。

四、密切合作，主动协调

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。

五、加强学习，提高销售技巧

争取空闲时间加强自身学习销售技巧，对本部门人员做好培训工作，提高销售水平。

随着酒店和市场不断快速发展，可以预料我们今后的工作更加繁重，要求也更高，需掌握的知识更高、更广，为此，我将更加努力学习，提高文化素质和各种工作技能，为酒店尽应有的贡献。

**酒店销售工作计划开头篇三**

这一年在希尔顿酒店全体员工的共同努力下，我们在顺利完成各项工作任务的同时有力推广\_\_品牌、不断扩大希尔顿酒店社会影响。值此辞旧迎新之际，有必要回顾总结过去一年的工作、成绩、经验及不足，以利于扬长避短，奋发进取，在新一年里努力再创佳绩。

一、经营情况

20\_\_年希尔顿酒店主营业务收入共计\_\_万元，发生成本费用\_\_万元，盈利\_\_万元，实现年初制定的扭亏为盈的经营目标。客房部实现收入\_\_万元，月均收入\_\_万元。其中:客房收入\_\_万元，占客房收入的x%;客房部20\_\_年初有客房x间，5月份对希尔顿酒店客房进行改造增加为x间，10月份投入使用，本年共出租入住房\_\_次，出租率为x%。餐饮部实现收入\_\_万元，月平均收入\_\_万元。其中:主餐收入x万元，占餐饮总收入的x%;婚宴收入(1月-12月统计数据)x万元，占餐饮总收入的x%;散客收入(1月-12月统计数据)x万元，占餐饮总收入的x%;协议单位(1月-12月统计数据)x万元，占餐饮总收入的x%。

二、管理情况

(一)外聘经理人，理清经营思路。希尔顿酒店3月份聘请\_\_宾馆专业管理团队入驻，在经营方法和理念上对希尔顿酒店上下做相应调整，成为希尔顿酒店经营业绩转好的关键点。

(二)引进本地从业人员，拓宽希尔顿酒店影响力。通过本地从业人员的大力宣传及多年工作经验，使希尔顿酒店对外工作得到有力提升。

(三)内部人员整合，实现人尽其能。通过营销经理及餐厅经理的兼任，有效提升营销工作力度;工程部专人负责，确保工程问题得到及时解决;客房部经理由具有专业知识管理人员担任，提升客房服务质量、统一服务流程。

(四)顺利完成三希尔顿酒店市级评定工作。20\_\_年希尔顿酒店围绕评三星开展了业务培训、物品购置、制度完善等多项工作，在全体员工的辛勤工作下，使希尔顿酒店基本达到三希尔顿酒店标准并得到评定专家的认可。

三、其他方面

(一)提高产品质量。首先，推出广受环县人民喜爱的五碗席，并在其他菜品质量上狠下功夫，菜品质量较去年有所提升;其次，大量购置客房客用物品，满足宾客需求，实现人性化服务。

(二)提升服务。培养员工开口意识，做到“来有问声，走有送声”合理采纳宾客意见，针对性解决问题，使x服务成为对外竞争的着力点。

(三)优化采购方式，降低成本。本年多样物品通过网上购物方式进行对比并购买，通过较低价格购得质量合格产品。

(四)提高员工待遇，增加员工福利。20\_\_年人均工资较前一年增加\_\_元左右;采用奖金、节日聚餐、发放小物品的方式提高员工福利，关心员工生活。

(五)开展培训。培训是希尔顿酒店永恒的主题，本年度希尔顿酒店组织开展希尔顿酒店意识培训、消防培训、服务技能实操培训等，采取上大课、分部门、外出学习等方式不断强化各岗位员工工作技能。

四、不足之处

(一)经营方面。客源市场不科学，大型接待所占比例较低;服务管理不达标，服务意识不浓厚;各项优惠活动未收到预期效果。

(二)管理方面。团队缺乏凝聚力及执行力;管理人员能力有待提高，管理方法欠佳;上传下达工作不到位。

(三)员工队伍建设。人员流动性较大;服务技能欠缺;员工队伍文化建设缺失。

五、20\_\_年工作目标

(一)狠抓管理。中层人员执行力决定希尔顿酒店运转能力，20\_\_年希尔顿酒店将继续选派部门中层人员外出交流、学习，从思想上断绝工作惰性，强化执行力度。

(二)经营创收。20\_\_年将继续在菜品质量及营销工作上推陈出新，做到菜品的人无我有、人有我优;营销部结合南区开发进度及现阶段实际情况提出销售方法，争取营业额实现新突破。

(三)提高服务。以三希尔顿酒店服务标准及流程为依据，对员工服务和流程进一步统一，同时加大力度吸纳来自员工及宾客的可贵意见及建议，在人性化服务上狠下功夫。

(四)深化培训。由行政部牵头，由具有相关专业技能人员对各部门员工进行服务意识、服务技能培训;通过集中学习的方式宣讲希尔顿酒店相关制度及理念，明确岗位职责。

(五)开源节流。挖掘收入新增方式，合理利用后院场地规范停车费收取;基于目前希尔顿酒店各项开支较大的情况，继续推进节能减排工作，强化员工节约意识。

(六)提高待遇。落实希尔顿酒店关于与部分员工签订相对固定劳动合同并购买保险事宜;在希尔顿酒店业绩增长的同时在员工伙食、节日福利发放、举办各类文艺活动等方面有所提升。

成绩是对过去的肯定，新的挑战已然来临，我们满怀着收获的喜悦，迎来了充满希望、催人奋进的20\_\_年。风正济时，正当扬帆远航;任重道远，仍需激流勇进。让我们统一思想，坚定信心，团结奋斗，再接再厉，以更加昂扬的斗志、更加扎实的作风，在新的一年里披荆斩棘、勇立新功、再创辉煌!

**酒店销售工作计划开头篇四**

岁末年初，又到收获盘点之时。在过去的一年里，销售部在酒店总经理班子的正确领导及其它部门的密切配合下，基本完成了20\_年的销售任务。部门的工作也由最初的成长期逐渐步入成熟。今年年初根据酒店营销的需要，在原有的人员编制上，新增了一位销售主任，负责指导各销售人员开展销售工作，并予以检查及跟踪，确保销售目标按期完成。在全体销售人员的共同努力下，销售业绩相比去年也有了显著上升。业绩的取得，与这一年里实质性的扎实工作是分不开的。在这一年里我们的具体工作总结如下：

一、对外销售与接待

1、旅行社和大型团队的销售

\_\_是x风景名胜区的核心景区之一。优越的地理环境和迷人秀丽的自然风光，吸引着全国各地不同的游客。我们与x各旅行社、x景区和x温泉建立了长期友好的合作关系，以保证酒店的团体客源。在此其间，共接待大型团队x家，例如：为酒店创收\_\_元。每一个团队的到来，我们都有销售经理全程跟踪，并协调酒店各部门，以保证为旅行社客源提供优质的服务，提升客户满意度。如今有很多旅行社已经成为了我们的忠实客户。优质、人性化的服务，也让他们介绍了更多的新团队开始入住我们酒店，无形之间也提高了我们酒店的知名度和美誉度。

x除被誉为桥米之乡以外，还是全省的网球之乡。去年x月份的全省网球公开赛在x圆满举行，去年在酒店连续入住四天，入住房间x间。今年全省少年组、群体职工类、成人组的网球赛仍在x举行，前后三次比赛，为期x天，入住房间数x间，共为酒店创收x万元。

2、商务型客户、政府机关、企事业单位的销售

x除了是一座旅游城市之外，也是轻工机械之城，国宝桥米之乡。加上最近几年政府的大力支持和招商引资，x的经济也在飞速发展。南来北往的客商、政府机关、各企事业单位成了酒店最重要的客源之一。我们针对不同的消费对象，采取不同的销售模式，运用灵活多变的销售方式，吸引着酒店的新、老客户。例如：办理有充有送的vip卡，为客户入住消费提供快速便利的服务，共办理vip卡x张，共充值x元。与此同时，我们还分别与一些客户和单位签署了现金消费协议和挂帐消费协议，截止年底共签署现金协议x份，挂帐协议x份。并在此基础上，新增了签单卡业务，以便更方便更快捷高效率的为各签单单位服务。同时，我们也制定了销售员拜访记录卡，以便及时跟进客户，反馈客户信息，并及时整理归档，维护与客户之间的关系，不断发掘新客源。销售员也开始从去年的被动销售到今年的主动销售，从无序工作到有序工作，从无市场调研分析到市场调研分析和同行业分析，并根据客户的实际消费给予适当的送房优惠，直接赢得了销售业绩的显著回升。

3、会议销售

酒店拥有大中小型会议室共8间，可同时承接不同规模的大中小型会议。得天独厚的硬件优势和优质的服务，使我们在同行业的会议销售中一直处于遥遥的地位。在这一年里，我们共接待了大中小型会议共x场。其中大型会议x场。中型会议x场。小型会议场。大型会议有：轻机招商会议、政协会议、全省组织部会议、全省财政预算会议等，仅这几次会议为酒店创收x万元。在这些大型会议中，部门经理带领着主管、领班及员工全程跟踪服务，加班加点，任劳任怨，工作经常性的延长，即使很疲惫却始终对保持着振作的精神状态，为酒店的窗口形象增添了光彩，使每一个会议都能圆满完成，客人对我们的工作也给予了充分的肯定和赞扬，形成了经济效益与社会效益双赢的局面。

4、宴席销售

酒店的餐饮部相比去年而言，整体都有了质的飞越，听到客户的投诉少了，赞美多了。从今年年初餐饮部就开始全面严抓服务规范、出品质量，并勇于不断创新，接待能力也大大提高。在做好各类宴席、会议餐接待的同时，还做好了不同规格的自助餐。这次全省财政局预算会议的自助餐就获得了上级领导的一致好评。宴席菜品的出品也在不断的改进和完善，截止到今天，共接待宴席x多桌。其中，x月x日，x轻机孙总的寿宴创开业以来宴席的规格，我们以一流的服务，可口的味道，优美的环境，无论从软件服务还是到硬件设施都让客人深深折服，使所有宾客高兴而来，满意而归。

二、对内管理与考核

1、对内管理

销售部在去年人员编制的基础上，除增加了一名销售主任以外几乎没有什么人员变动。销售人员各自延续去年的分管单位，并在原有基础上拓展新客户。全面协助部门经理完成酒店的经营指标，做好所有协议客户和vip客人的跟踪回访，每周利用周五填写客户拜访卡，及时反馈客户信息，确保服务质量和宾客的满意度，保证酒店预算指标的完成。

2、回款与绩效考核

为了加强销售部的管理，提高员工的工作积极性和主动性，今年特制定了对销售人员的考核方案，实施按劳计酬。销售人员根据淡旺季的不同，要求完成不同的销售任务及回款任务。销售部文员每周及时更新应收账款明细，部门经理和主任督促销售人员及时对大笔账单进行催款及跟踪，确保酒店的流动资金。

三、适时促销，全员营销

销售部经过了这一年的磨合与发展，已经逐步的成熟了自己的销售工作。在淡季时，我们推出了一系列的优惠促销活动，答谢新老客户，推出了周一特价房等，还利用淡季之际，深入周边各旅游景点，做团队市场。如：与x温泉签定了x月-x月的订房优惠活动协议，实施淡季旺做的营销方案。

七八月相比而言是客房的淡季，却是餐饮的旺季。这个时候，我们实施全员营销、绩效提成的方案，大力调动了全体员工的积极性和主动性。仅在七八月份我们共接待升学宴x桌，为酒店创收x元，占x升学宴市场份额的x%。

四、同行合作，互利互惠

今年x月份我们和x旅游局、x各旅游景区宾馆合作，以宣传x风光一行，应约参加在武广的宣传展示，在会展中心递出了我们\_\_国际大酒店这张名片。会展结束后，有些团队拿着我们酒店的名片慕名而来，如：此次武汉之行，为酒店取得了一定的外围客源，实现了同行间互利的新销售局面。

**酒店销售工作计划开头篇五**

一、策划目的

\_\_大酒店开业初期，形象认知度不高，品牌欠缺等问题，可以通过精心包装，倾力打造酒店优势特点，最终目是以开业前后的活动为载体，将酒店全方位的宣传出去，先声夺人、打造\_\_品牌形象，达到目标市场认知最大程度，广泛吸引消费的关注，为开业后宾客盈门、经济效益提升打下扎实的基础。故在此提出酒店开业前市场推广活动计划，通常来说，消费者会对企业的四个方面比较关注，也是我们能够确立竞争优势的重要因素：产品、服务、价格、独特性。也可以用一句话来说明，我们在以什么样的价值定位来面对消费者，并且会持续地进行关注和投入。目前依照我们所了解的情况，整体的传播和营销策略应该分为三个阶段：

第一个阶段：入流

这个阶段营销的根本目的是要强调\_\_大酒店对\_\_酒店业的介入，对健康养生、尊荣品位的态度和观点。而目前针对\_\_或者是\_\_的旅游景点是无法给酒店带来一定量的旅游观光团队，建议本阶段主要把宣传重点放在政府及开发区周边企业的政治与商务接待上面来。把目标市场做详细的市场细分，并根据细分市场去又针对性的去宣传推广，以达到在\_\_酒店行业以最快的速度占领市场份额。

第二个阶段：主流

这个阶段中，随着\_\_大酒店在\_\_酒店业市场有一定的市场份额及品牌效应，针对\_\_当地的人文生活习俗，制定相应的特色产品及特色产品组合，做到在\_\_酒店业起着领头羊的作用，引领当地酒店的发展方向，避免其他竞争者抢占酒店客源。

第三个阶段：上流

随着酒店特色及品牌效应的形成，\_\_大酒店将成为高端群体私人会所或俱乐部，政府及周边产业的定点酒店。

二、项目属性分析

1、地理位置一般，周边靠近淮安市区，有直达高速公路;1小时可达淮安、宿迁市区。

2、多功能综合体：各式豪华客房、商务中心、会议室、宴会厅、健身中心及各类特色佳肴。

3、同行业竞争略显优势：除新世界大酒店之外，名豪国际大酒店、\_\_大酒店、\_\_大酒店等都不具备相应的竞争能力。

4、目标客户清晰：\_\_自有客户、附近政府单位人员，以及本地高端人士。可延伸至外来散客。

三、酒店市场定位

\_\_大酒店是\_\_首家按照高星级标准打造的精品商务型酒店。是一家集商务、餐饮、休闲、观光的四星级精品园林式酒店。

四、酒店目标市场细分

酒店的整体市场应主要放在政府、社会企业为主，商务散客为辅，旅游市场作为淡季补充的客户群体。酒店客房的目标市场可以细分为：政府会议宴请、商务散客、会议团体市场(协议散客)、旅游团体市场、网络预定市场。其中可签协议的客户有：

1、各政府部委办局约45家

2、\_\_当地有消费潜力的大型企业约40家总计可签约的客户为100家。

**酒店销售工作计划开头篇六**

一、出品质量有了新的提高

质量是企业的生命，出品质量是酒店经营发展的决定性因素。我们非常重视质量建设工作，提出质量兴店，品牌强企的经营理念，把质量建设纳入前半年的工作重点，确定了总经理助理专职负责对服务质量、原材料质量、出品质量、卫生质量、维修质量进行全过程、全方位跟进管理，每周通报。各部门也建立了相应质量工作制度，餐饮部、房务部对新入职员工进行岗位技能服务质量培训，中厨部研究新菜品，谋求新亮点，凉菜师傅李亮同志自费跑太原，了解市场，深入酒店，交流学习，研究菜品，推陈出新。行政总厨翻阅资料，调查研究，推出适合当地饮食习惯的小米系列菜品，成为我们酒店的一个新亮点，中厨部加强了菜品质量管理工作，实行每例菜品质量责任追究制，规范了中厨菜品质量管理制度。

二、设施设备维修更新有了进展

酒店通过四年来的运行，凸显出来的设施设备问题越来越多，有家具有掉漆的、掉角的，嗑碰的，有起皮的;设施有损坏的、缺失的直接影响酒店的服务效果，对此我们高度重视，进行了酒店开业以来最大规模的维护更新。根据四星级旅游饭店访查的要求，按照了低成本的投入，高质量的更新思路，各部门都加紧整理整改项目计划单，酒店结合实际，有计划、有步骤地组织实施，通过了半年来辛勤工作，我们更换了2f的备餐柜、制冰机、8台电视、418的床铺，8f壁纸、餐具等8类共120余项，新装修电梯2部，维护霓虹灯、消防系统、空调系统、泰能系统、弱电系统等15类共320余项，等等工作不能涵盖所有工程维修更换事项，这只是一部分，工程部在人员少的情况，做了大量而繁杂又锁碎的维修工作，付出艰辛的劳动，为保障酒店设施设备正常运转发挥重要作用，这将为今后的维修更换设施设备奠定了良好的先决条件。

三、员工的整体形象有所改观

我们是酒店业，对客服务很重要，客人所要求的就是我们所期盼要做到的，客人是我们上帝，是我们的生存之本，更是我们源泉之水。半年来，我们狠抓员工的整体形象工作：

一是组织高中层管理人员一行6人去北京学习培训，不仅开阔了视野，而学到了一定的技能;

二是参加了\_\_省旅游饭店第五届技能服务比赛，虽然没有取得名次，但是让我们的员工亲临比赛现场，见识了省内优秀的业务能手，增长了知识，从而推动了我们服务水平的提高;

三是与\_\_经管校联系，开设社交礼仪培训课、聘请\_\_师范知名教师开设了普通话课，有针对性培训我们的员工，部门内部利用班前班后开展文明用语培训;办公室对新入职员工进行职业道德和商业人格启蒙专题培训;四是利用周例会教育全体管理人员从细节着眼，从规范仪容仪表着手，从使用文明用语做起，不断地磨练柔度，修练忍度，和谐上下级之间的关系，“上级要关心下级，下级要尊敬上级”，真正地做到：

工作上理解、生活上关、人格上尊重、语言上文明、行为上规范、纪律上严明;五是酒店舍得投入，给员工按期配发了工装，特别是保安服进行专门定做，效果非常明显;六是进一步规范了前厅和宴会预定岗位员工的仪容仪表和礼节礼貌以及对客服务程序，使酒店对客服务质量有了明显提高。通过努力，我们的员工文明新风尚正在日益形成，员工的整体形象得到了改观

**酒店销售工作计划开头篇七**

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

引导消费者消费是竞争的结果，提高消费者消费能力和引导消费者入店消费，是酒店引导消费者消费的核心，引导消费的基本知识;

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20\_\_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。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找