# 2024年营销部门年度工作计划(十七篇)

来源：网络 作者：莲雾凝露 更新时间：2024-09-13

*时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。相信许多人会觉得计划很难写？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!营销部门年度工作计划篇一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，...*

时间流逝得如此之快，我们的工作又迈入新的阶段，请一起努力，写一份计划吧。相信许多人会觉得计划很难写？下面是小编带来的优秀计划范文，希望大家能够喜欢!

**营销部门年度工作计划篇一**

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，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。

四、做好市场调查及促销活动策划

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。

五、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，争取些公众单位对酒店工作的支持和合作。

**营销部门年度工作计划篇二**

(一)细分目标市场，大力开展多层次立体化的营销推广活动。

xx部门负责的客户大体上可以分为四类，即现金管理客户、公司无贷户和电子银行客户客户。结合全年的发展目标，坚持以市场为导向，以客户为中心，以账户为基础，抓大不放小，采取“确保稳住大客户，努力转变小客户，积极拓展新客户”的策略，制定详营销计划，在全公司开展系列的媒体宣传、网点销售、大型产品推介会、重点客户上门推介、组织投标和集中营销活动等，形成持续的市场推广攻势。

巩固现金管理市场领先地位。继续分层次、深入推广现金管理服务，努力提高产品的客户价值。要通过抓重点客户扩大市场影响，增强现金管理的品牌效应。各行部要对辖区内重点客户、行业大户、集团客户进行调查，深入分析其经营特点、模式，设计切实的现金管理方案，主动进行营销。对现金管理存量客户挖掘深层次的需求，解决存在的问题，提高客户贡献度。今年争取新增现金管理客户185200户。

深入开发公司无贷户市场。中小企业无贷户，这也是我行的基础客户，并为资产业务、中间业务发展提供重要来源。20xx年在去年开展中小企业“弘业结算”主题营销活动基础上，总结经验，深化营销，增强营销效果。要保持全公司的公司无贷户市场营销在量上增长，并注重改善质量;要优化结构，提高优质客户比重，降低筹资成本率，增加高附加值产品的销售。要重点抓好公司无贷户的开户营销，努力扩大市场占比。要加强对公司无贷户维护管理，深入分析其结算特点，进行全产品营销，扩大我行的结算市场份额。20xx年要努力实现新开对公结算账户358001户，结算账户净增长272430户。

做好系统大户的营销维护工作。针对全市还有部分镇区财政所未在我行开户的现状，通过调用各种资源进行营销，争取全面开花。并借势向各镇区其他政府分支机构展开营销攻势，争取更大的存款份额。同时对大中型企业、名牌企业、世界10强、纳税前8000名、进出口前7334强”等10多户重点客户挂牌认购工作，锁定他行目标客户，进行重点攻关。

(二)加强服务渠道管理，深入开展“结算优质服务年”活动。

客户资源是全公司至关重要的资源，对公客户是全公司的优质客户和潜力客户，要利用对公统一视图系统，在全面提供优质服务的基础上，进一步体现个性化、多样化的服务。

要建设好三个渠道：

一是要按照总行要求“二级分公司结算与现金管理部门至少配置3名客户经理;每个对公业务网点(含综合业务网点)应当根据业务发展情况至少配备1名客户经理，客户资源比较丰富的网点应适当增配，”构建起高素质的营销团队。

二是加强物理网点的建设。目前，由于对公结算业务方式品种多样，公司管理模式的差异，对公客户最常用的仍然是柜面服务渠道。我行要加强网点建设，在贵宾理财中心改造中要充分考虑对公客户的业务需要，满足客户的需求。各行部要制定详细的网点对公业务营销指南，对不同网点业态对公业务的服务内容、服务要求、服务行为规范、服务流程等进行指导。

三是要拓展电子银行业务渠道，扩大离柜业务占比。今年，电子银行业务在继续“跑马圈地”扩大市场占比的同时，还要“精耕细作”，拓展有层次的目标客户。各行部应充分重视与利用分公司下发的目标客户清单，有侧重、有针对地开展营销工作，要在优质客户市场上占据绝对优势。同时做好客户服务与深度营销工作。通过建立企业客户电子银行台账，并以此作为客户支持和服务的重要依据，及时为客户解决在使用我行电子银行产品过程中遇到的问题，并适时将电子银行新产品推荐给客户，提高“动户率”和客户使用率。

深入开展“结算优质服务年”活动。要树立以客户为中心的现代金融服务理念，梳理制度，整合流程，以目标客户需求为导向。加快产品创新，提高服务效率，及时处理问题，加强服务管理，提高客户满意度，构建以客户为中心的服务模式。全面提升xx部门服务质量，实现全公司又好又快地发展目标。

(三)加快产品创新步伐，加大新产品推广应用力度

结算与现金管理部作为产品部门，承担着产品创新、维护与管理的责任加强营销支持系统建设。做好总行全公司法人客户营销、单位企业级客户信息管理和单位银行结算账户管理三大核心系统的推广工作，为实施科学的营销管理提供技术手段。

完善结算产品创新机制。一是要实行产品经理制，各行配备产品经理。产品经理要成为收集、研发产品的主要承担者。二是建立信息反馈机制。各行部将客户需求汇总后报送分公司结算与现金管理部。分公司定期组织联系行、重点行召开产品创新业务研讨会，集中解决客户关心的问题。

提高财智账户品牌的市场认知度。今年要继续实施结算与现金管理品牌策略，以“财智账户”为核心，在统一品牌下扩大品牌内涵，提升品牌价值。要对新开发的结算与现金管理产品及时进行品牌设计，制定适当的品牌策略，纳入到统一品牌体系中。加强财智账户品牌的推广力度，做好品牌维护，保持品牌影响力。

发展第三方存管业务。抓住多银行第三方存管业务的机遇，扩大银证业务占比，发挥我行电子银行方便快捷的优势，加大新产品推广应用力度。各行部要加强对产品需求的采集和新产品推广应用的组织管理，明确职责，加强考核，形成触角广泛、反应灵敏的市场需求反馈网络和任务具体、激励有效的新产品推广机制，增强市场快速响应能力，真正使投放的新产品能够尽快占领市场、取得盈利。今年将推出本外币一体化资金池、单位客户短信通知、金融服务证书、全国自动清算系统等新产品。

(四)抓好客户经理和产品经理队伍建设，加紧培养xx部门人才

要加强人员管理，实施日常工作规范，制定行为准则，建立和完善工作日志制度、客户档案制度、走访客户制度以及信息反馈制度。

加强业务培训。今年分公司将继续组织各种结算和现金管理业务、电子银行业务培训和营销技能培训，尝试更加多样化的培训方式，通过深入基层培训，扩大受训人员范围，努力提高业务人员素质，以适应现代商业银行市场竞争需求。

(五)强化流程管理，提高风险控制水平

要以风险防控为主线，积极完善结算制度体系建设。在产品创新中，坚持制度先行。要定期通报结算案件的动向，制定切实的防范措施，坚决遏制结算案件发生。加强对结算中间业务收入的管理，加大对账户管理的力度。进一步加强监督力度，会计检查员、事后监督要要注重发挥日常业务检查监督的作用，及时发现、堵塞业务差错和漏洞，各网点对存在的问题要进行整改。

**营销部门年度工作计划篇三**

随着8月份的结束，也意味着进入下一步的实质性工作阶段，回顾这一个月的工作，非常感谢公司领导和各位同事的顶力支持，使我掌握相关业务知识。基于本人是第一次接触房产销售行业，面临困难和压力较大，针对行业特点、现状，结合本人这一个多月来对“房产销售”的理解和感悟，特对9月份工作制定以下房产销售工作计划。

本工作计划包括宗旨、目标、工作开展计划和计划评估总结，日计划，等五部分。

一.宗旨

本计划是，完成销售指标100万和达到小组增员10人。制定本计划的宗旨是确保完成指标、实现目标。

二.目标

1. 全面、较深入地掌握我们“产品”地段优势并做到应用自如。

2. 根据自己以前所了解的和从其他途径搜索到的信息，搜集客户信息1000个。

3. 锁定有意向客户30家。

4. 力争完成销售指标

三.工作开展计划

众所周知，现代房产销售的竞争，就是服务的竞争。服务分为售前服务、售中服务和售后服务，而我们房产销售也是一种“服务“，所以前期工作即就是售前服务更是我们工作的重中之重。正是因为如此，我的工作开展计划也是围绕“售前服务”来进行。

1.多渠道广泛地收集客户资料，并做初步分析后录入，在持续的信息录入过程中不断地提高自己的业务知识，使自己在对房产销售特点掌握的基础上进一步的深入体会，做到在客户面前应用自如、对答如流。

2.对有意向的客户尽可能多地提供服务(比如根据其需要及时通知房原和价格等信息)，目的让客户了解房源和价格，在此基础上，与客户进行互动沟通。

其次给客户一种无形的压力，比如：房源紧张，价格要上涨，等。挑起其购买欲望.

3.在用电话与客户交流的过程中，实时掌握其心理动态，并可根据这些将客户分类。

4.在交流的过程中，锁定有意向的客户，并保持不间断的联系沟通，在客户对我们的“产品”感兴趣或希望进一步了解的情况下，可以安排面谈。

5.在面谈之前要做好各种充分准备，做到对房源，面积，单价等。了如指掌

6..对每次面谈后的结果进行总结分析，并向上级汇报，听取领导的看法。克服困难、调整心态、继续战斗。

7.在总结和摸索中前进。

四.计划评估总结

在一个月后，要对该月的工作成果、计划执行情况做一次评估，总结得失，为下个月的工作开展做准备。

**营销部门年度工作计划篇四**

20xx年工会工作思路是：全面贯彻落实党的会议精神，以科学发展观为统领，围绕单位20xx年工作目标，发挥工会组织在开展民主管理，维护职工合法权益，丰富职工精神文化生活方面的作用，促进各项目标任务圆满完成。

一、加强民主管理，构建和谐劳动关系。

民主管理、劳动关系和谐是单位平稳发展的要素之一。在加强民主管理、构建和谐劳动关系方面要着重抓好以下几个方面的工作：

1、健全民主管理制度，细化民主管理内容，营造民主和谐的人文氛围。深化以室务公开制度和民主评议领导干部制度为主要形式的民主管理制度，畅通员工意见表达渠道，虚心听取职工群众意见。充分保证职工群众在室内重要改革方案、重大利益分配、薪酬制度、休假制度、干部任免、评先评优等涉及职工切身利益的重要事项中的知情权、参与权、表达权、监督权。

2、积极主动地做好矛盾的化解工作。工会作为联系职工群众的桥梁和纽带，要积极做好上情传达，下情上达的工作，认真倾听群众意见，对职工的合理诉求要抓好协调和落实工作，对群众的其它诉求要做耐心细致的解释说明工作，让广大职工充分理解和真心支持单位为争取群众利益所做出的各项决策部署。

3、深入推进和谐劳动关系建设，实现职工与单位互利双赢。工会积极参与与组织将单位的各项惠民利民制度落实到位，增强单位的吸引力、凝聚力，开创单位与员工共同发展，共创双赢的良好局面。

二、维护员工合法权益、稳定职工队伍。

1、及时向单位党政领导汇报各级政府部门有关职工权益的法律法规，并研究制定相应落实措施。

2、主动做好事业单位工资改革等各项工作。严格执行国家、省有关事业单位改革的规章制度，使职工合法权益得到充分保护。

3、加强对困难职工情况的了解和帮扶关爱工作。及时了解困难职工情况，对困难职工进行动态跟踪管理。积极争取上一级工会等部门的帮扶资助，帮助困难职工解决实际困难。

4、做好职工体检工作。

三、服务中心工作，调动职工工作积极性。

1、加强职工继续教育培训，提升职工业务能力。加强职工专业技术再教育学习，鼓励职工积极开展专业创新，让所有职工有担当与自己能力相当的工作机会，提供平台使室内职工更快的提升工作能力。

2、积极开展职工合理化建议活动，调动职工积极性和创造性。加强合理化建议的工作策划，以“调整结构、强化创新”为中心，围绕全面完成单位工作目标、提高工作效率、促进技术进步等主题开展常态化的合理化建议活动。认真对待职工提出的每一条合理化建议，并做好合理化建议的收集、整理、评审、奖励和被采纳建议的推广、落实及跟踪、分析工作，提高职工参与活动的积极性。

四、开展丰富多彩的文体活动，为单位发展营造良好的精神文化氛围。

充分利用“三.八”、五一、国庆、元旦等重大节日契机，组织开展群众喜闻乐见的各种文体娱乐活动。同时拟组织职工开展一到二次郊游活动，让全室职工锻炼体魄，增强体质，活跃生活，同时，增加同事之间的深入了解，建立彼此沟通渠道，让全体员工上下一心，以饱满的热情、充沛的精力投入到工作、生活、学习中去。

四、强化工会自身建设，提高工会整体服务水平。

1、加强工会组织规范化建设，按照有关规定，完善工会各项工作责任制度，细化工会工作程序， 建立工会工作机制，使工会的各项工作有序地开展。

2、加强工会干部自身建设，组织工会工作人员加强工会业务学习，使全体人员熟悉工会工作相关业务知识，提高工作能力和素质，更好地为职工做好服务工作。

3、加强工会工作经费保障，规范工会财务制度，做到财务手续规范，来往账目清楚，为工会开展各项工作提供保障。

**营销部门年度工作计划篇五**

“运筹于帷幄之中，决胜在千里之外”。新年度营销部年度工作我觉得要强调谋事在先，系统全面地为莲花泉景区新年度整体营销工作进行策略性规划部署。同时还要进行营销拓展计划，方可未雨绸缪，确保完成董事长下达的各项任务指标。针对前一年的工作总结，我们根据实际情况做出以下展工作方案：

一、热线电话的接听、记录、信息统计工作

1、66666666热线电话是景区花费重金打造的对我宣传的窗口，热线电话的接听标志着公司的服务水平及整体素质，接线员必须严格要求，语气柔和，热情主动的向客人推荐公司的产品。

2、认真记录来电信息，统计客户资料，进一步细化来电客户群体，为营销部建立客服中心打下坚实基础。

二、做好各团队的预定工作

预定中心接收外办、内部、电话预定，并认真制作下发预订单。做好团队到店前的各项准备工作，为团队的顺利接待做好基本保障。

三、做好各类数据分析

根据每月的业绩信息，统计分析出市场的基本东西，为市场营销提供全面、真实、及时的信息，以便市场部制定营销决策和灵活的推销方案。特别是节假日期间、以及宾馆各专项销售任务时。

四、做好客户回访工作。

定时对客户进行电话回访。一方面，向客人推荐我们的新活动新项目，另一方面也向客人征求意见和建议，使景区更上一层楼。同时，也是客人觉得公司很有诚意，更有益于市场做大做强。 针对性的对客户档案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，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回访外，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等个性化服务。以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

五、 团队建设

营销部现有预定员5名。经过岗位的锻炼，已基本掌握预定工作流程。但业务技能及专业精神方面仍有提升空间。为了保障20xx年工作顺利高效地实施，部门还需要通过关于景区知识、项目价格、导游讲解等方面强化关键工作流程、制度来培养组织执行力，以更好的发展客户、保留客户!同时要强调团队精神，互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

六、密切合作，主动协调

在与景区其他部门结合工作时候要密切配合，根据客人的需求，主动与其他部门密切联系，互相配合，充分发挥营销中心的强大功效，创造最佳效益。互相配合，充分发挥营销中心的强大功效，创造最佳效益。

以上为营销中心预订部20xx年工作计划，我们会朝着这些目标奋勇前进。以营销中心的热情带动公司，为将景区建设成为中国首屈一指的旅游度假区出一份力!

**营销部门年度工作计划篇六**

20\_\_年的到来，在即将过完的寒冬里我们已闻到春天的清香，酒店销售部工作计划。于此同时，酒店给我们部门制定了新的工作计划，作为市场营销部的我们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。

针对前一年的工作总结，我们根据实际情况做出以下酒店销售部工作计划：

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ji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，ji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，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。

四、做好市场调查及促销活动策划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。

五、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。20\_\_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。

20\_\_年工作计划报告完毕，我们部门会尽的能力使服务做到更好，利润收入更高。

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

一、建立酒店销售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，建立灵活的激励销售机制。开拓市场，争取客源今年营销部将配合酒店整体新的销售体制，重新制订完善20\_\_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。

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。

四、做好市场调查及促销活动策划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。

五、密切合作，主动协调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。

**营销部门年度工作计划篇七**

一、对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

二、在拥有老客户的同时还要不断从各种媒体获得更多客户信息。

三、要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能向结合。

四、九月对自己有以下要求

1、每周要增加?个以上的新客户，还要有?到?个潜在客户。

2、一周一小结，月底一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一直的。

5、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。

6、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。

7、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。

8、自信是非常重要的。要经常对自己说你是最好的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更好的完成任务。

9、和公司其他员工要有良好的沟通，有团队意识，多交流，多探讨，才能不断增长业务技能。

10、为了今年的销售任务九月我要努力完成?到?万元的任务额，为公司创造更多利润。

以上就是我九月的工作计划，工作中总会有各种各样的困难，我会向领导请示，向同事探讨，共同努力克服。为公司做出自己最大的贡献。

**营销部门年度工作计划篇八**

为了进一步提高公司产品的市场率，打造品牌声誉以及更快的提高个人的销售能力，现将个人20xx年的销售兽药工作计划安排如下：

1、 市场的划分：20xx年我的销售市场依旧是锦州市场。

2、 养殖量分析：锦州地区的市场家禽的养殖量分布相对均匀，蛋鸡和肉鸡的分布也相对平衡，锦州的市场主要是蛋鸡市场，围绕着锦州城区周围的乡镇有着相当大的养殖量。养殖形式一般为庭院养殖，但是养殖范围相对集中。而其他的几个地区的肉鸡相对分布比较广泛，随着这几个地区肉鸡养殖量的不断加大，龙头模式已在该地区已经基本完善。

3、 客户开发：由于我们公司的药品品种相对齐全，所以对于客户的局限性相对较小，所以无论是蛋鸡药品经销商还是肉鸡龙头，均有良好的放药优势。在客户开发这方面，我在充分了解市场的基础上，不断和经销商沟通，并找到在当地有影响力的经销商作为公司产品的主要经销处，以利于公司产品增强其在当地的影响力。

4、 疾病流行情况：在蛋鸡相对集中的锦州市周边，疾病流行情况较为有规律，例如，春季依旧是呼吸道的高发季节，利于我们呼吸道产品的销售。在肉鸡分布相对较多的其他地区则不必考虑季节流行性疾病的规律。由于20xx年秋冬季的疾病流行很严重，造成养殖量迅速减少，故相对的可能会对今年的销量有一定的影响。

5、 市场行情走势：去年的养鸡业的行情一直很好，一直保持稳中有升的势头，让低迷了很久的养殖业终于看见了复苏的良好前景。但是随着疾病的发生又导致的蛋鸡和肉鸡市场的行情有所下滑，给养殖业以重撞，而且大大打击了养殖户的信心。但是这样也有利好的一面，随着养殖量的下降，势必造成供求关系的变动，从而导致行情的上扬。

通过对市场的考察和对养殖户的走访，对于去年鸡群发病淘汰的养殖户和闲置了一定时间的养殖户，都表示今年会继续引进鸡雏，这样一来就会保证锦州等地区的存栏量。从而很好的保护了市场。

6. 销售目标： 尽管市场在各种优势和劣势的共同作用下会出现不同的变化，但是总体的趋势还是良好的。所以，对于销售业绩方面也不必过于担心，在今年，我将有信心将自己的业绩超量完成并有所突破。向更大的业绩进发。

在已经到来的20xx年，我将会怀着更饱满的热情，不断提升自己，为公司创造价值，提升自己的业绩。 最后，祝公司在新的一年里再谱新篇。造就更辉煌的明天。

**营销部门年度工作计划篇九**

一、指导思想

贯彻落实市分行20\_\_年工作计划要求，树立一切以客户为中心的思想意识，加强“软实力”建设，以卓越服务创造价值为手段，积极主动为客户搞好服务，千方百计为客户排忧解难，优化本行发展环境，增强工作信心与决心，促进本行各项业务平稳较快发展，提高经济效益。

二、总体目标

围绕20\_\_年全年理财产品及基金营销计划，重点解决我行服务工作中存在的不足与突出问题，进一步提高我行服务水平、服务能力，增强服务形象和体现服务价值，达到“服务好、质量好、客户满意”的目标，成为客户满意度和客户首选的银行，从而助推各项理财产品及基金营销业务平稳较快发展，创造良好经济效益。

三、具体工作措施

1、通过宣传，形成营销活动声势

我行要利用电子屏、横幅、板报、专栏和资料等进行开展“理财产品及基金营销”活动宣传，形成营销活动声势和竞争氛围，提高全体人员积极参与，争先恐后的热烈气氛，做到优质服务，以优质服务创造优良工作业绩。活动期间，我行在醒目位置统一悬挂有关营销活动宣传标语，银行工作人员披授带佩徽章上岗。窗口单位设立营销活动宣传栏，安排佩戴授带的引导员进行引导服务和讲解，树立窗口单位优质服务良好形象，切实推进营销活动的深入开展。

2、抓住时机，切实开展营销工作

我行要抓住一切有利时机做好集中营销工作，各网点要在显眼位置摆放新版宣传折页，营造“理财产品及基金营销”就在客户身边的浓厚气氛。网点工作人员要向客户进行业务咨询，积极推介“理财产品及基金”，向客户详细介绍理财产品及基金功能特点和办理要求。同时要加强对存量客户的维护和再营销工作，根据我行实际，结合下达的工作计划任务，筛选存量优质客户，进行主动营销。优化流程，强化服务质量，针对存量优质贷款客户，推出有吸引力的服务措施，拓展营销深度，扩大我行业务范围和优质客户群体。

3、采取定向营销的方式

提升“理财产品及基金”品牌形象。我行要选择房地产开发商开发的按揭楼盘、汽车经销商营业场所及个体工商户集聚等有利区域进行现场营销，搭配宣传折页等陈列物，营造亲近客户的氛围，现场组织开展“理财产品及基金”营销咨询活动，派发业务宣传品，吸引客户前来参观、咨询，扩大“理财产品及基金”品牌的社会影响，促进“理财产品及基金”的销售。

4、加强工作纪律，确保任务完成

在开展“理财产品及基金营销”活动中，我行要加强工作纪律，凡本行工作人员必须准时上班，不准随便离岗，原则上不准请事假，以饱满的精神，高昂的斗志投入到营销活动中。我行要把营销活动的任务指标分解到人，使人人肩上有担子、有责任，要想方设法完成任务指标。为提高营销活动工作效率和综合竞争力，我行各工作人员根据岗位职责要求实行上下联动全员营销，争取超额完成市分行下达的工作计划任务，以优异成绩向市分行汇报。

**营销部门年度工作计划篇十**

一、加快信用体系建设，信用社要结合当地产业结构和经济结构调整情况对支农贷款进行调查摸底，及时提供信贷扶持，定期或不定期向当地党政单位领导或部门汇报工作，搭建信息沟通桥梁，限度地取得当地政府的帮助与支持，特别是地方执法部门，要出重拳打击恶意逃废金融债务行为，给信用社贷款营销人员扫清“恐贷、畏贷、惧贷”思想障碍，为贷款营销创造良好的社会信用环境。

二、加强全员贷款营销知识培训，树立竞争意识。贷款营销不是信贷员或某一个人的事，应是全体员工共同的工作，特别是“三个办法一个指引”的出台，未从事信贷业务的员工，对贷款业务流程较为生疏，特别是对资产负债表、损益表和现金流量表接触较少，对贷款风险认识模糊、分析不足，因此首先需要对全员进行贷款业务知识培训，学会“十个指头都会弹琴”，培养造就复合型人才;其次牢固树立贷款营销竞争意识，贷款营销有任务、有压力、有动力，全体员工不仅要对信贷业务熟悉、了解，并能够对业务流程熟练操作。在日常工作中，发现优良客户、黄金客户，特别是如何与这些客户加强沟通联系，关注其经营情况，适时给予信贷扶持，把贷款营销出去。

三、推行全员贷款营销，完善考核激励机制。每个人对贷款营销社会关系人认识不同，其营销对象也不同，目前一些储蓄网点客户业务发生频繁，这些客户很需要信贷扶持，因储蓄网点不办理信贷业务或客户社会关系单纯等原因，客户信贷需求往往得不到满足，因此，一是建议所有营业网点开办信贷业务，对客户经营情况了解并自愿营销贷款的员工，实行鼓励政策;二是考核激励措施及时出台，凡贷款质量高、不拖欠本息、形态正常的营销员工，按收息额的一定比例实行积极的奖励政策，兑现给职工本人，根除“营销与不营销”一样的错误认识，收入有一个明显反差;反之，贷款营销形成不良，实行从严处罚措施，采取下岗收贷、终身责任追究等办法。

四、满足客户贷款时间。农村信用社放款时间大部分集中在年初，年初全面完成全年贷款投放计划，这无疑是一种的经营策略加强贷款管理和提高信贷资产质量：

1、制定贷后管理实施办法，进一步明确贷后管理的部门职责，对贷后检查的时间和内容、监管的重点、客户档案管理、风险预警及管理责任的认定、责任移交和责任追究等方面内容做出具体规定，规范展期和转贷行为，使贷后管理逐步走向制度化、规范化、程序化，有效防范和化解信贷风险。

2、严格权限管理，强化决策程序制约。按照有利信贷业务发展，又要考虑资金计划，既要提高决策效率，又要有效控制信贷风险的原则，逐步完善贷款授权管理体制，根据辖内农村信用社的风险状况、地域经济发展状况，区别不同的信贷业务种类、贷款方式，科学进行内部授权，强化信贷权限管理。

3、实行审贷分离，强化决策体制制约。审贷分离制是对传统的信贷管理理念的革新，是改善信贷经营管理的治本措施，是信贷制度创新和信贷管理机制创新的主要内容，对规范决策行为具有十分重要的现实意义。实行审贷分离，就是要进一步理顺调查、审议、审批各环节的关系，明确各环节、各主责任人的责任，真正做到规范运作，科学决策，使信贷业务按程序决策，按权限决策，按制度决策。

4、强化制度制约，严格责任追究。多年来信贷管理不规范和违规现象屡禁不止的原因，除信贷管理制度本身不完善的原因外，还有一个比较突出的原因，那就是有章不循，违章不究或追究不严，使信贷人员存有侥幸心理和依赖思想，养成了一边纠正一边违章或只查违章不认真纠正的不良习惯，信贷业务处于一种放任发展的态势，可以说已经给我们带来了沉痛的教训。为了确保信贷业务的健康快速发展，尽快改变信贷人员的惰性思维，必须通过制度建设，进一步明确调查、审查、审批各决策环节有关人员的责任，规范主责任人的行为。

加强内部稽核监督检查，强化对客户的贷后监管，及时发现信贷运行和管理中存在的问题，全面掌握客户的风险状况。做到定期检查与随机抽查相结合，序时检查和专项检查相结合。对重点社、重点人员存在的重点问题，重点进行检查，严格责任认定和责任追究，做到发现一个查处一个，始终对信贷违规现象形成高压态势。通过监督检查和责任追究，使信贷人员逐步养成按制度办理贷款的良好工作习惯，转变随心所欲的工作作风。

5、规范信贷档案管理。作为序时性真实反映信贷业务和信贷运行，明确信贷责任的信贷档案，是信贷管理工作的一项重要内容，必须引起高度重视。按照完整、实用、规范、安全的原则，进一步明确信贷档案管理的标准、内容、范围，将审贷小组审议运作资料和客户资料分别归档保管，序时、分类装订保管。

6、开展信贷基础工作达标升级活动，全面提高信贷基础管理水平。为了提高信贷基础管理工作水平，一方面要根据信贷业务操作规程，加强检查辅导，消除信贷操作上的不规范行为，提倡精细管理。另一方面要通过定期开展信贷基础管理达标升级活动，促进管理水平的逐步提高，做到月月有进步，年年上台阶。要将达标升级结果与信贷人员的岗位工资、绩效工作挂钩，充分调动广大信贷人员搞好信贷基础管理的主动性、积极性。

7、加强信贷人员培训和职业道德教育，全面提高综合素质。信贷队伍的整体素质，关系到农村信用社的可持续发展，关系到信贷政策的贯彻实施，关系到信合形象的塑造和提升。根据目前的现实状况，一方面要加强全员培训，通过在岗培训，引导信贷人员学制度、学业务、学政策、学法律，提高信贷人员的政策观念、业务素质和理论水平。另一方面重点培养，根据新业务发展需要，对主要岗位目前急需的专业人才，选派业务骨干重点培养。三是鼓励信贷人员参加各类学历教育或资格考试。四是建立信贷人员等级化管理的考核评价体系，实行工效、绩效挂钩，充分调动广大信贷人员工作的主动性、积极性、创造性，为信贷业务的健康发展提供强有力的人才支撑。

**营销部门年度工作计划篇十一**

一、策划目的

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、打造海欣君悦品牌形象，达到目标市场认知程度，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泗阳海欣君悦大酒店对泗阳酒店业的介入，对健康养生、尊荣品位的态度和观点。而目前针对泗阳或者是淮安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，以达到在泗阳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，随着泗阳海欣君悦大酒店在泗阳酒店业市场有一定的市场份额及品牌效应，针对泗阳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，做到在泗阳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，泗阳海欣君悦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、spa、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、泗阳大酒店、意杨之乡大酒店等都不具备相应的竞争能力。

4.目标客户清晰：海欣申禾自有客户、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

泗阳海欣君悦大酒店是泗阳首家按照高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、泗阳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。

**营销部门年度工作计划篇十二**

因··大酒店新店开业，··县的客源暂时没有新的变动，将来··县的客房市场将出现“僧多粥少”的局面，为了稳住我们酒店在··的龙头地位，刺激市场消费，开拓潜在客源市场，本部特作以下调整：

一、活动时光：20··年4月··日起—20··年5月··日;

二、活动地点：··大酒店;

三、活动主题：温馨享受午夜房，特价标间天天有，打折金卡新体验，会员充值任您选;

四、活动目的：在原先的基础上更新设施设备和实施新的经营战略，使客房服务多样化;

五、促销对象：住店散客;

六、活动宗旨：完善酒店客房软件管理模式及提升客房创新意识，为客人带给个性化服务;

七、活动资料：

1)午夜房：从7月··日起，实施午夜房(当日凌晨1点入住——当日中午12点退房)，仅限酒店商务单、标间，房价为：99元/间/晚，酒店将视行情定活动终止日期;

2)特价标间：从7月··日起，酒店每一天推出特价房(108元/间)，每一天推出5间，如当日满房或房量较紧则停止。

3)打折金卡：从7月··日起，推出酒店打折金卡，金卡售价30元/张，购卡后即可享受房价每间/夜打折30元的优惠，如原房价168/间变为138/间，每张卡每一天可开房3间。同时打折金卡可在洗浴享受每位洗浴··元的优惠。

4)会员充值卡：从7月··日起，推出会员充值卡，20\_\_元起充，充值20\_\_元赠送1000元。会员充值卡开房价格在前台最低优惠价的基础上打6。6折。

八、宣传推广：

1、人力推广：各部门互相配合在适当时光为客人宣传本次活动资料和优惠措施，并邀请相关客人入住体验;

2、媒介推广：大堂易拉宝海报1个、电梯广告1个、巨幅喷绘1幅，大力宣传本次活动资料，

广告标题：温馨享受午夜房，特价标间天天有，打折金卡新体验，会员充值任您选;广告资料：

活动时光：20··年7月··日起;

活动地点：··大酒店酒店;

1)午夜房(仅限商务单、标间)

当日凌晨1点入住——当日中午12点退房，房价为：99元/间/晚;

2)特价房

酒店每一天推出特价房(108元/间)，每一天推出5间;

3)打折金卡

从7月··日起，推出酒店打折金卡，金卡售价30元/张，购卡后即可享受房价每间/夜打折30元的优惠。

4)会员充值卡：

从7月··日起，推出会员充值卡，20\_\_元起充，充值20\_\_元赠送1000元。会员充值卡开房价格在前台最低优惠价的基础上打6。6折。

注：酒店将视情形定活动终止日期，以上活动最终解释权归本酒店所有。

**营销部门年度工作计划篇十三**

一、活动背景：

目前餐饮进入淡季，来酒店就餐顾客回头率很低，大厅散客上客率甚低。

二、活动目的：

1、扩大酒店知名度及影响力，刺激消费，增加酒店营业额;

2、拉动散客消费群;

3、宣传谢师宴，为7、8月份的谢师宴打下基础。

三、活动目标：

酒店营业额到达60万元/月

四、活动时光6月1日----6月30日

五、活动资料：

(1)、六一儿童节(6月1日—6月8日)：制作两款套餐：4人套餐78元;6人套餐108元;

(2)、高考期间(6月5日—6月8日)：经济营养套餐：3人套餐68元;5人套餐98元。

(3)、整月活动(6月1日—30日)：

a.吃100送50券，消费满100元则赠送50元消费券;赠券可抵消费，消费时光为一个月内，每桌仅限消费200元;

b、进店则送啤酒(按每桌消费顾客人数，每人1瓶，仅限堂用，不打包)

c、宴席达三桌，每桌消费金种子系列任何酒一种，则赠送1瓶同品种酒水，(每桌一瓶)

d、消费两瓶金种子系列真藏版2瓶则赠送1瓶。

(4)、针对谢师宴，可推出4款套餐系列(思考到学生的承受潜力，推荐价格不应太高)

299元/桌、399元/桌、499元/桌、599元/桌

(5)、活动推广宣传方案：

a、x展架3个(店门口、电影院、永辉超市)

b、店内投影循环播放

c、宣传单页(20xx份)：小区、超市门口发放

d、横幅(4条)

**营销部门年度工作计划篇十四**

一、科学决策，齐心协力，酒店年创四点业绩

酒店总经理班子根据中心的要求，年初制定了全年工作计划，提出了指导各项工作开展的总体工作思路，一是努力实现“三创目标”，二是齐心蓄积“三方优势”等。总体思路决定着科学决策，指导着全年各项工作的开展。加之“三标一体”认证评审工作的促进，以及各项演出活动的实操，尤其下半年xx届四中全会强劲东风的激励，酒店总经理班子带领各部门经理及主管、领班，团结全体员工，上下一致，齐心协力，在创收、创利、创优、创稳定方面作出了一定的贡献，取得了颇为可观的业绩。

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xx届全会精神。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了八大工作。

(一)以效益为目标，抓好销售工作

1、人员调整。酒店销售部划开前台等岗位，仅销售人员上半年就有x名，是同规模星级酒店的2倍多。酒店总经理班子分析原因，关键是人，是主要管理人员的责任。因此，酒店果断地调整了销售部经理，并将人员减至x名，增强了留下人员竞争上岗意识和主动促销的工作责任心。

2、渠道拓宽。销售部原来分解指标因人而定，缺少科学依据。酒店下达的经营指标却难如期完成。针对上半年出现的缺少市场调研、合理定位、渠道划分种种问题，总经理班子在调整了部门经理后，研究通过了下半年度的“销售方案”。其中在原有协议公司、网络订房、上门散客仅三条自然销售渠道的基础上，拓展增加了会展、团队、同行、会员卡等渠道，设渠道主管专人负责，并按各渠道客源应占酒店总客源的比例，相应地按比例分解指标。这样，一是划分渠道科学，二为分解指标合理，三能激励大家的工作责任心和促销的主动性，四可逐步再次减员增效，五则明显促进了销售业绩的提升。

3、房提奖励。根据本酒店市场定位为商务型特色酒店，以接待协议公司商务客人和上门散客为主，以网络订房、会展团队等为辅的营销策略，总经理班子参照同行酒店“房提”的一些成功经验，制定了对销售部前台接待人员按高出协议公司价售房后予以一定比例提成的奖励。这一房提奖励政策，极大地调动了前台接待员促销热情和服务态度，使酒店上门散客收入由上半年x万元升至下半年x万元，升幅约为x%。

4、窗口形象。销售部前厅除充分利用酒店给予的房提政策，加大促销力度外，还特别重视塑造酒店的窗口形象。其一，合理销控房间，保证酒店利益最大化。例如，在今年的车展、房展期间，合理的运作，保证客人的满意，也保证了酒店的最大利益，连续多天出租率超过100%，而平均房价也有明显的提高。其二，完善工作流程，确立各种检查制度。加强对前厅在接待结帐、交接班等工作流程上的修订完善，尤其是结帐时采用了“宾客结算帐单”，减少了客人等待结帐的时间，改变了结帐的繁琐易错。加强主管的现场督导。通过增加主管去前台的站台时间，及时解决了客人的各种疑难问题，并对员工的微笑服务方面起到了检查督导作用。加强主管和领班的双检查工作。要求主管和领班对每天每班的户籍登记等检查并签字，增强主管、领班的责任心。今年户籍登记、会客登记、上网发送等无发生一起错登漏登现象。总之，前厅部在总经理的带领下，层层把关，狠抓落实，把握契机，高效推销，为酒店创下了一个又一个记录，上门散客由原来占客房总收入的x%提高到x%，最高日创收为x元，最高日平均房价为x元;全年接待宾客x万人次，接待外宾x万人次。

5、投诉处理。销售部尤其前厅岗位，是酒店的门面岗位，也是客人咨询问题、反映情况、提出建议、投诉不满等较为集中的地方。本着“宾客至上、服务第一”和“让客人完全满意”的宗旨，从部门经理到主管、领班，直至前台接待人员，除了能做到礼貌待客、热情服务外，还能化解矛盾，妥善处理大大小小的客人投诉。一年来，销售部共接待并处理宾客投诉约x起，为酒店减少经济损失约x元，争取了较多的酒店回头客。

此外，销售部按酒店总经理班子的要求，开始从被动销售到主动销售、从无序工作到有序工作、从低效谈判到中效谈判、从无市场调研分析等无基础管理到每月一次市场调研分析和客户送房排名等等，直接赢得了销售业绩的显着回升。下半年共创收x万元，比上半年增额x万元，增幅约为x%。

**营销部门年度工作计划篇十五**

如果想大幅度提升酒店的收入，酒店销售工作毫无疑问的成为了酒店最重要的经营项目。想使酒店产品成功推销出去，就需要销售经理带领着自己的销售团队做好销售，以下是20xx年度酒店销售工作计划：

首先，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，是酒店提高名誉，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20xx年酒店销售部工作计划，现在向大家作一个汇报：

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，商人知明星士，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华诞

通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝愿。今年计划在恰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20xx年市场营销部销售工作计划完成任务及业绩考核管理施行细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。

营销代表施行工作日记志，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搜集宾客意见及建议，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别和有针对性服务，最大限度满意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。

四、做好市场调查及促销活动策划

经常组织部门有关人员搜集，了解旅行业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，把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。

五、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。

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。

**营销部门年度工作计划篇十六**

201某年已经逐渐离我们远去，这一年里销售部按照集团领导的指示，充实了队伍，深层挖掘客户群等等，在各个方面都得到了显著提高，对于即将到来的某某年，做如下计划：

一、带领本公司共同努力超额完成公司下达的各项任务。

二、加强基础管理，强化量化考核指标。

1、对各项工作均事先予以量化，奖罚分明，使一切均有章可循，有章可查，分季度考核结合年终考核，业绩的好坏直接与奖金挂钩，做到奖罚分明。

2、坚决杜绝老好人思想，加大跟踪力度，强化监督职能，及时记录，适时引导，定期检查，避免一阵风。做到善始善终，杜绝某蛇尾现象发生。

三、对各项工作分工明确，各区域市场挂牌承包。

1、改变少数人硬性分派的做法，使员工共同参与制定相应的实施方案，择优选用。

2、明确各自的责、权、利，定期考核与年终考核相结合，并与同期收入、年终奖金相结合，对成绩优异者给予奖励，不能按计划完成的与同比例的收入，每下降一个百分点，减少同期收入。

四、建立市场网络，规范客户管理，加大市场开发力度。

1、理顺整顿现有资源，对客户、市场按升值潜力分为a、b、c三类市场，对潜力大、上升强劲的市场予以重点开发、维护、宣传。

2、对一些需更换客户的网络先培养其他替换客户，经一段时间的扶持，不与公司发展相匹配的客户，则予以更换。

3、除传统的农资、供销、农业局的网络开发、维护外，同时重点开发粮油、邮政等农化网络。

4、强化驻点服务开发工作，依据市场情况分设一个办事处，强化市场的开发服务功能。

5、网络的建设要以终端建设为基础，掌握市场已有资源，促使市场占有率提升。

6、春节前应重点对鲁西北市场的开发与推广，改变公司春季淡的被动局面。

7、对市场各级客户均分类建档，并定期跟踪监督，及时调整，增加回访客户频率，增加相互了解，解决实际的困难，增加客户忠诚度。

五、强化沟通机制，加速市场信息的收集与转化。

1、收集真实的市场信息，建立档案制度，重点对各区域的种植结构、用肥习惯及其他品牌的优势、宣传方案等对比找出差距，找出如何整改的信息方案。

2、制订定期的沟通机制，并建立有效的奖罚制度。

3、多与终端客户联系，了解一线资料。

六、加强学习，搞好团队建设。

1、除积极参与公司的各种培训外，重点要加强事后的总结与运用。

2、每次出发人员回来，要及时召集相关内部人员共同分享市场成功经验，分析总结遇到的疑难问题，共同探讨，相互促进，共同进步。

3、主动与业务人员沟通交流，变听汇报式交流为主动谈话式交流，对发现问题应及时解决，从中发现人员的长处与缺点，以便合理安排工作，为其搭建合理的舞台，充分发挥个人的才能，加强团队的凝聚力。

七、强化服务意识，提高服务质量。

1、成立业务投诉电话，对由于业务人员自身问题造成的业务投诉，视情节予以一定的处分，并及时解决客户的投诉，增加其满意度。

2、结合驻点服务工作的开展，整合自身市场的信息及技术资源优势，帮助客户理顺、完善开发新的营销方案与实施及二级网络的建设。

3、对重点市场做到电视有影，广播有声，报纸有形，专家参与大力宣传公司产品，提升品牌形象。

4、取消专车制度为市场专车制，对业务车辆统一调度，形成地面规模化宣传，配合专家及当地经销商服务于终端客户，增加其满意度。

八、加大新客户，新产品的开发力度.

1、全年出发不低于240天。

2、世界不变的是在变，只有不断的推陈出新才能跟上市场发展的需求只有不断开发新客户才能更加完善销售网络，提高市场占有率，并制定最低客户数量，少则罚，多则奖。

3、通过细致的调研及时开发适销对路的新产品，并实行谁开发谁受益的奖励机制.奖励业务人员的参与性与时效性。

九、费用的控制

1、增设专门统一的内勤人员，增加账目透明度，定期公布各种业务费用数据。

2、对各种专项费用的投放应遵照双赢原则，事先与客户共同对市场加以分析，预测投放的效果，并提出书面建议和协议。事中加大监督事后加以落实评比，如与事先预算相差较大，则由当事人自行解决，或不予以报销。

3、对日常招待费用严格按审批制度，对客户招待等其他费用弄虚作假、少花多报者一经查实当次费用不予报销并处两倍以上罚款。

4、对出发的各种费用、票据、出发时间、路线、当地拜访客户的市场资料相结合，如不符不予以报销。

十、及时处理好市场突发事件做好各职能部门的工作，制造良好的经营气氛。

**营销部门年度工作计划篇十七**

一、本年度工作总结

20xx年即将过去，在这将近一年的时间中我通过努力的工作，也有了一点收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做的更好，自己有信心也有决心把明年的工作做的更好。下面做一下简要的销售工作总结。

我是今年十月份到公司工作的，同时开始组建销售部，进入公司之后我通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对预付费储值卡市场有了一个深入的认识和了解。可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，逐渐取得客户的信任。所以经过努力，也取得了几个成功的客户资源，一些优质客户也逐渐积累到了一定程度，对市场的认识也有一个比较透明的掌握。在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高。

虽然之前一直在从事销售的相关工作，有一定的销售知识与经验，但比较优秀的成功的销售管理人才，还是有一定距离的。本职的工作做得不好，感觉自己还停留在一个销售人员的位置上，对销售人员的培训，指导力度不够，影响销售部的销售业绩。

二.部门工作总结

在将近三个月的时间中，经过销售部全体员工共同的努力，讨论制定销售各环节话术，公司产品的核心竞争优势，公司宣传资料《至客户的一封信》，为各媒体广告出谋划策，提出“万事无忧德行天下”的核心语句，使我们公司的产品知名度在太原市场上渐渐被客户所认识。部门全体员工累计整理黄页资料五千余条，寄出公司宣传资料三千余封，不畏严寒，在税务大厅，高新区各个写字楼进行陌生拜访，为即将到来的疯狂销售旺季打好了基础做好了准备。团队建设方面，制定了详细的销售人员考核标准，与销售部运行制度，工作流程，团队文化等。这是我认为我们做的比较好的方面，但在其他方面在工作中我们做法还是存在很大的问题。

从销售部门销售业绩上看，我们的工作做的是不好的，可以说是销售做的十分的失败。

客观上的一些因素虽然存在，在工作中其他的一些做法也有很大的问题，主要表现在

1)销售工作最基本的客户访问量太少。销售部是今年十月中旬开始工作的，在开始工作到现在有记载的客户访问记录有210个，加上没有记录的概括为230个，一个月的时间，总体计算五个销售人员一天拜访的客户量2个。从上面的数字上看我们基本的访问客户工作没有做好。

2)沟通不够深入。销售人员在与客户沟通的过程中，不能把我们公司产品的情况十分清晰的传达给客户，了解客户的真正想法和意图;对客户提出的某项建议不能做出迅速的反应。在传达产品信息时不知道客户对我们的产品有几分了解或接受的什么程度，在被拒绝之后没有二次追踪是一个致命的失误。

3)工作没有一个明确的目标和详细的计划。销售人员没有养成一个写工作总结和计划的习惯，销售工作处于放任自流的状态，从而引发销售工作没有一个统一的管理，工作时间没有合理的分配，工作局面混乱等各种不良的后果。

4)新业务的开拓不够，业务增长小，个别业务员的工作责任心和工作计划性不强，业务能力还有待提高。

三.市场分析

现在太原消费卡市场品牌很多，但主要也就是那几家公司，现在我们公司的产品从产品质量，功能上属于上等的产品。表面上各家公司之间竞争是激烈的，我公司的出现更是加剧了这一场竞争战。但冷静下来仔细分析，我公司的核心竞争力，例如发卡资金的监管，山西省境外商户的数量与质量，以及我公司雄厚的资金实力与优质的客户资源，都是其他公司无法比拟的。

在太原市场上，消费卡产品品牌众多，但以我公司雄厚的实力为平台，加以铺天盖地的宣传态势，以及员工锲而不舍的工作劲头，在明年的消费卡市场取得大比例的市场占有率已成定局，打造山西省业内的第一品牌指日可待。

市场是良好的，形势是严峻的。在太原消费卡市场可以用这一句话来概括，在技术发展飞快地今天，明年是大有作为的一年，假如在明年一年内没有把销售做好，没有抓住这个机遇，我们很可能失去这个蓬勃发展的机会。

四.20xx年工作计划

在明年的工作规划中下面的几项工作作为主要的工作来做：

1)建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队。

人才是企业最宝贵的资源，一切销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本。在明年的工作中建立一个和谐，具有杀伤力的团队作为一项主要的工作来抓。团队扩大建设方面，初步预计明年的销售人力达到十五人。组建两支销售小组，分别利用不同渠道开展销售工作。

2)完善销售制度，建立一套明确系统的业务管理办法。

销售管理是企业的老大难问题，销售人员出勤，见客户处于放任自流的状态。完善销售管理制度的目的是让销售人员在工作中发挥主观能动性，对工作有高度的责任心，提高销售人员的主人翁意识。强化销售人员的执行力，从而提高工作效率。

3)培养销售人员发现问题，总结问题，不断自我提高的习惯。

培养销售人员发现问题，总结问题目的在于提高销售人员综合素质，在工作中能发现问题总结问题并能提出自己的看法和建议，业务能力提高到一个新的档次。

4)建立新的销售模式与渠道。

把握好现有的保险公司与证券公司这一金融行业渠道，做好完善的计划。同时开拓新的销售渠道，利用好公司现有资源做好电话销售与行销之间的配合。

5)销售目标

今年的销售目标最基本的是做到月月都有进帐的单子。根据公司下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日;以每月，每周，每日的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务。并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。销售部内部拟定20xx年全年业绩指标一千五百万。我将带领销售部全体同仁竭尽全力完成目标。

今后，在做出一项决定前，应先更多的考虑公司领导的看法和决策，遵守领导对各项业务的处理决断。工作中出现分歧时，要静下心来互相协商解决，以达到一致的处理意见而后开展工作。今后，只要我能经常总结经验教训、发挥特长、改正缺点，自觉把自己置于公司组织和客户的监督之下，勤奋工作，以身作则。我相信，就一定能有一个更高、更新的开始，也一定能做一名合格的管理人员。

20xx年我部门工作重心主要放在开拓市场，选取渠道和团队建设方面。当下打好20xx年公司销售开门红的任务迫在眉睫，我们一定全力以赴。

我认为公司明年的发展是与整个公司的员工综合素质，公司的指导方针，团队的建设，个人的努力是分不开的。提高执行力的标准，建立一个良好的销售团队和有一个好的工作模式与工作习惯是我们工作的关键。

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