

最新酒店销售亮点工作计划和目标 酒店销售工作计划(优秀10篇)

计划是一种灵活性和适应性的工具，也是一种组织和管理工具。通过制定计划，我们可以更加有条理地进行工作和生活，提高效率和质量。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

酒店销售亮点工作计划和目标 酒店销售工作计划篇一

酒店年度经营任务1670万元，市场部年度任务890万元，占总任务的53%以上。市场部的营业额直接影响酒店的经营，是负责对外公关和销售的职能部门。它是酒店提高声誉、树立良好公众形象的重要窗口，对酒店的营销渠道、市场开拓和经济社会效益有着重要的促进作用。综上所述□20xx年市场部的工作计划任重道远，承载了很多希望。年初制定科学系统的符合酒店实际的工作计划尤为重要。

20xx年，我打算从两个方面着手。一方面做好管理工作，建立全部门的各项管理制度，建立相对稳定的熟悉业务的销售团队，制定有奖惩的薪酬福利。人才是企业最宝贵的资源，好的销售业绩都源于拥有一个好的销售人员。建立一支团结协作的销售团队是企业的基础。建设一支有活力、有战斗力的团队是20xx工作的一大任务。

另一方面，经营好业务，维护和稳定酒店现有客户，积极开拓新市场，把业务做大做强。为了切实完成年度营销任务，避免流于形式，需要将年度销售工作具体量化，根据具体情况将年度营销任务分解为月度和周。将月、周销售目标分解到每个销售人员，完成每个时间段的销售任务，在完成销售任务的基础上提升销售业绩。

建立完善的客户档案，对重点客户、会议接待客户、潜在客户等进行分类归档。由客人提出，并详细记录客户的单位、联系人的姓名、地址、年度消费金额及给单位的折扣等。市场细分：细分个人商务客户、网上预订、企事业单位会议、旅行社团队、个人客户、长住客的`市场份额。与政府机构、企事业单位、商人、名人、企业家等重要客户建立并保持业务联系。为了巩固老客户，开发新客户，除了日常定期和不定期的对客户进行销售拜访外，我们还会在年底或重大节假日通过电话和发短信的方式向客户送上我们的祝福。计划今年适时召开大型客户答谢联络会，加强与客户的情感沟通，听取客户意见。

今年市场部将配合酒店整体新的营销任务，重新制定完善的销售任务计划和绩效考核管理规定，提高销售经理的薪酬，激发和调动营销人员的积极性。营销代表应记日记。每个工作日，他都要完成拜访两个新客户、三个老客户、四个联系电话的第二、三、四步。根据月度营销任务完成情况和日记对营销代表进行综合评估。督促营销代表通过各种手段争取集团和个人客户，稳定老客户，开发新客户，并在拜访中及时收集客人的意见和建议，反馈给相关部门和总经理办公室。

强调团队精神，将部门经理和营销代表的薪酬发放与整个部门的整体任务结合起来，强调相互合作和帮助，打造一个和谐积极的工作团队。

接待团体和会议客户，要全程跟踪服务，注重服务形象和外观，热情周到，为各类客人提供特殊的、有针对性的服务，最大限度地满足客人的精神和物质需求。制作会议活动问卷，征求客户意见，了解客户需求，及时调整营销方案。

定期组织各部门相关人员收集和了解旅游、酒店、宾馆及其相应行业的信息，掌握其经营和接待服务的动态，为酒店总经理办公室提供全面、真实、及时的信息，以便做出营销决策和灵活的营销计划。

与酒店其他部门联系，密切配合，根据客人的需求，积极与酒店其他部门联系合作，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益。加强与相关宣传和新闻媒体等单位的关系，充分利用各种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店的知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和配合。

随时关注行业最新动向，调查同行价格等发展动态，努力在市场中获得主动权和先机，牢牢把握行业市场的产品优势。

以上是我的一些不成熟的建议和看法。如有不妥，请见谅。

酒店销售亮点工作计划和目标 酒店销售工作计划篇二

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。

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。

泗阳海欣君悦大酒店是泗阳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。

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

酒店销售亮点工作计划和目标 酒店销售工作计划篇三

本年重点工作之一建立美满的客户档案，对宾客按签单重点客户，集会欢迎客户，有成长潜力的客户等进行分类建档，细致记录客户的地点单位，关联人姓名，地点，全年消耗金额及给该单位的扣甲等，建立与保存同当局构造集体，各企奇迹单位，贩子驰名流士，企业家等紧张客户的交易关联，为了巩固老客户和成长新客户，除了平常按期和不按期对客

户进行销售会见外，在年末筹划在得当期间召开次大型客户报答关联会，以加强与客户的感情交换，听取客户定见。

本年营销部将互助旅店集体新的销售系统体例，从头订定美满20xx年市场营销部销售任务筹划及事迹考核办理履行细则，销售代表履行工作日记志，每工作日必须结束拜访两户新客户，三户老客户，四个关联德律风的2、3、四工作程序，以月度销售任务结束环境及工作日记志综合考核销售代表。鞭策销售代表，经过议定各种方法篡夺集体和散客客户，巩固老客户，成长新客户，并在拜访中及时明白汇集宾客定见及发起，反馈给有关部分及总经理室。

强调团队精神，，强调彼此互助，彼此救助，营建一个和谐、自动的工作集体。

欢迎集体、集会、客户，要做到全程跟踪办事，“全天候”办事，注意办事形象和仪表，热忱殷勤，针对各种宾客进行特别和有针对性质办事，最大限度满足宾客的精神和精神需求。建造会务活动查看表，向客户收罗定见，明白客户的需求，及时调整营销方案。

凡是构造部分有关人员汇集，明白旅游业，宾馆，旅店及其响应行业的信息，把握其策划办理和欢迎办事动向，为旅店总经理室供给周全，真正，及时的信息，以便订定营销决议计划和伶俐的推销方案。

与旅店其他部分密切互助，根据宾客的需求，富裕阐扬旅店集体营销活力，创设最好效益。

加强与有关宣扬动静媒介等单位的干系，富裕利多种告白式样保举旅店，宣扬旅店，竭力进步旅店驰名度，篡夺这些大家单位对旅店工作的赞成和互助。

20xx年，销售部将在旅店带领的精确带领下，竭力结束全年

销售任务，开辟立异，联合拼搏，创设营销部的新形象、新地步。

酒店销售亮点工作计划和目标 酒店销售工作计划篇四

酒店营销就是为了满足客户的合理要求，为使酒店盈利而进行的一系列经营、销售活动，营销的核心是围绕满足客人的合理要求，最终的目的是为酒店盈利。下面就是小编给大家带来的酒店销售工作计划，希望大家喜欢！

一、建立酒店营销公关通讯联络网，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，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。

二、开拓创新，建立灵活的激励营销机制

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。

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，全天候服务，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。

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，主动协调与酒店各部门接好业务结合工作

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，充分利用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。

1、情人节营销计划

以中、青年为主题，推出情侣套餐、情侣洗浴，情侣客房、

大型晚会现场速配游戏活动。前50对报名参加的免收夜总会门票费用，并评选出当晚最佳情侣奖，最佳默契奖，最佳人缘奖。以此来吸引我们的目标客户。并同时推出美容卡、健身卡等的销售活动。扩大我们的市场份额，提高竞争力。

2、五一国际劳动节营销计划

以餐饮为主题，推出五一美食七天乐，来酒店用餐，天天有惊喜，天天有优惠。依次来提升长假期间餐厅上座率。同时加大与旅行社的合作，争取更多的旅行团队。

3、端午节

随着餐饮美食节同期推出粽子风味大赛，设置奖项：评出最佳造型奖，最佳口味奖，最佳组织奖，最佳参与奖，最大的粽子和最小的粽子奖。以此来带动酒店的餐饮发展和其他配套设施的盈利。以此扩大社会影响，提高公司的美誉度。评选最优秀的，前十名有不同的奖励。邀请到酒店参观并入住酒店，以次来表达酒店对员工劳动成果的肯定。提高公司的美誉度，从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

4、六一国际儿童节营销计划

以儿童为主题，推出儿童夏令营活动，从各小学选出年度最优秀的学生共计100人，由公司出费用组织带领儿童旅游，举办篝火晚会活动，并免费洗浴一次。随团记者随时报道有关活动情况，以获得免费的新闻宣传。以此扩大社会影响，提高公司的美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

5、教师节营销计划

以我最敬爱的老师为主题，推出有奖征文及诗歌比赛。对被

评为年度优秀教师的，给予免费提供一次洗浴门票及其他节日礼品。获奖作品也有相应的奖励。

6、中秋节营销计划

以迎中秋、庆团圆为主题，举办歌舞冷餐酒会来答谢酒店重要客户，以次来维护酒店与客户的关系。同时推出中秋月饼系列，中秋礼包等，并在楼顶花园赏月。借此扩大社会影响，提高公司的美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

通过举办一些活动计划，邀请各界知名人士及会员参加，加强与他们的沟通，巩固客户的忠诚度。并加强会员卡的销售工作，并告知我们的下一季度的计划，会推出哪些产品及优惠措施。借助媒体宣传，扩大社会影响，提高公司的知名度、美誉度。从而提升酒店的社会形象，酒店的社会形象良好，随之会给酒店带来可观的经济效益。

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：

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志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，“全天候”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。

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。

市场营销部完成营业额的多少直接影响酒店经营的好坏，同时它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，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。综上所述□20xx年的市场营销部工作计划显得任重道远，承载了众多希望，开年之际做出符合酒店实际切实可行并且科学化、系统化的工作计划就尤为重要。

在20xx年我计划从两方面入手展开工作，一方面抓好管理工作，建全部门各项管理制度，建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队，并制定有奖罚措施的薪酬福利。人才是企业最宝贵的资源，好的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20xx年的工作中建立一个有活力和战斗力的团队作为一项主要的工作来抓。另一方面把好业务关，将酒店客户维护好稳定现有客源，积极开拓新市场，将业务做大做强。

下面是具体的工作计划：

1、建立酒店营销公关通讯联络网

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一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。

2、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志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。

3、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，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。

4、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。

5、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。

6、随时关注行业的最新动向、调研同行价格等发展趋势，争取在市场中取得主动和先机，在行业市场牢牢把握住产品优势。

一、扩大销售队伍，加强业务培训

人才的引进和培养是最根本的，也是最核心的，人才是第一生产力。企业无人则止，加大人才的引进大量补充公司的新鲜血液。铁打的营盘流水的兵，所以在留着合理的人才上下功夫。在选好人，用好人，用对人。加强和公司办公室人沟通，多选拔和引进优秀销售人员，利用自己的关系，整合一部分业务人员，利用业务员转介绍的策略，多争取业务人员，加大招聘工作的力度，前期完善公司的人员配置和销售队伍的建立。另外市场上去招一些成熟的技术和业务人员。自己计划将工作重点放在榜样的树立和新榜样的培养上，一是主要做好几个榜样树立典型。因为榜样的力量是无穷的。

人是有可塑性的，并且人是有惰性的。对销售队伍的知识培

训，专业知识、销售知识的培训始终不能放松。培训对业务队伍的建立和巩固是很重要的一种手段。定期开展培训，对业务员的心态塑造是很大的好处。并且根据业务人员的发展，选拔引进培养大区经理。业务人员的积极性才会更高。

二、销售渠道完善，销售渠道下沉

为确保完成全年销售任务，自己平时就积极搜集信息并及时汇总，力争在新区域开发市场，以扩大产品市场占有率。合理有效的分解目标。

市场是公司的核心竞争区，在这要完善销售队伍和销售渠道。一方面的人员的配置，另一方面是客户资源的整合，客户员工化的重点区域。要在这里树立公司的榜样，并且建立样板市场。加以克隆复杂。其他省市以一部现有业务人员为主，重点寻找合作伙伴和一些大的代理商。走批发路线的公司在销售政策上适当放宽。如果业务人员自己开拓市场，公司前期从业务上去扶持，时间上一个月重点培养，后期以技术上进行扶持利用三个月的时间进行维护。

三、产品调整，不断推出优惠套餐

产品是企业的生命线，不是我们想买什么，而是客户想买什么。我们买的客户想买的。找到客户的需求，才是根本。所以产品调整要与市场很好的结合起来。另外，要考虑产品的利润，无利润的产品，它就无生存空间。对客户来讲，也是一样。客户不是买产品，而是买服务。追求提供高优质的服务，是唯一不变的法则。企业不是福利院，所以为企业创造价值最大化，就是管理的最基本要求。从发展才是硬道理到赚钱才是硬道理的转变。

一个优惠套餐的寿命是有限的，不断的更新新套餐，一方面显示出公司的实力，一方面显示出公司的活力。淘汰无利润和不适应市场的方针，结合公司业务人员专业素质，产品要

往三个有利于方面调整：有利于公司的发展、有利于业务人员的销售、有利于客户的需求。

酒店销售亮点工作计划和目标 酒店销售工作计划篇五

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，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。

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志志，每工作日必须完成拜访两户新客户□□qq个性签名网 http://) 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志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，“全天候”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。

×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。

1.酒店销售部工作计划精选

2.酒店销售部的工作计划

4.酒店销售部工作计划怎么写

6.酒店销售部下半年工作计划

7.酒店销售部个人总结

8.酒店销售部工作总结

酒店销售亮点工作计划和目标 酒店销售工作计划篇六

(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。

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。

酒店销售亮点工作计划和目标 酒店销售工作计划篇七

今年重点工作之一建立完善的档案，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，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，“全天候”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。

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。

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。

x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。

酒店销售亮点工作计划和目标 酒店销售工作计划篇八

20xx年，营销部的主要工作之一将放在提高散客入住率上。我们拥有大多数酒店不具备的优势，那就是良好的区位优势与便利的交通条件。我们会利用所有可能的工具（网络、报刊、杂志及短消息的应用）加大对酒店的宣传力度。力争全年在散客的入住率上有较大提高。

20xx年营销部拟定在旅游黄金周到来之前，利用周末的休息时间，到省内几大的旅游城市进行走访，与某市的各大旅行社之间建立起长期的合作关系，使得这些旅行社有意向将团队安排到我们酒店，以确保酒店客房的收入。

20xx年营销部会根据不同的节日、不同的季节制定相应的营销方案，综合运用价格、产品及渠道策略将酒店的客房，棋牌，餐饮组合销售。使酒店在竞争中始终处于主动的地位，以限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

- 1、会议计划收入为13万，理想目标是完成15万。
- 2、会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。
- 3、由营销部带来的餐饮收入突破40万。

新的一年，我们必将继续探索，继续学习，我们希望又会有忙碌而充实的一年，但是明年再回过头来总结的时候，我们希望不再留有遗憾。我们不奢望尽善尽美，但希望酒店营销部在新的一年里，各项工作都有起色，有突破，有创新，最终当然要有不错的业绩。我始终坚信天道酬勤，有付出，就一定会有丰硕的成果等着大家！

酒店销售亮点工作计划和目标 酒店销售工作计划篇九

今年重点工作之一建立完善的档案，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，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、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志志，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志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，“全天候”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。

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。

×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。

酒店销售亮点工作计划和目标 酒店销售工作计划篇十

第一个阶段：入流

这个阶段营销的根本目的是要强调xx大酒店对xx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x或者是x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xx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xx大酒店在xx酒店业市场有一定的市场份额及品牌效应，针对xx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xx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□xx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。

1. 地理位置一般，周边靠近xx市区，有直达高速公路□x小时可达x□x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x大酒店之外□x大酒店□x大酒店□x大酒店等都不具备相应的竞争能力。

4. 目标客户清晰□x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。

x大酒店是x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。

1、各政府部委办局约xx家。

2□xx当地有消费潜力的大型企业约xx家总计可签约的客户为xx家。