

旅游销售总结和计划(优质9篇)

时间过得真快，总在不经意间流逝，我们又将续写新的诗篇，展开新的旅程，该为自己下阶段的学习制定一个计划了。计划可以帮助我们明确目标，分析现状，确定行动步骤，并制定相应的时间表和资源分配。下面是小编整理的个人今后的计划范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

旅游销售总结和计划篇一

20__年即将过去，算一算我来到九华实习也三个月了，俗话说：万事开头难。无论做什么工作，起初总是一个艰难、磨练、积累的过程在这三个月的时间里也了解到了许多学校里学不到的知识，了解了旅行社导游工作与计调工作的具体程序。同时我也体会到导游和计调都是对知识积累、工作经验积累和应变能力要求很高的职业。因此平时要多注意知识的积累，多涉猎各方面的知识，拓宽视野，增加和客人交谈的话题和内容，提高自己的深度。并且还要细心，要事前预先了解可能出现的情况，提前做好准备工作，从而使自己在工作中掌握主动权。

下年度计划：

一、目标市场定位

假设我们把目标客户群分为高、中、低三个客户群，高、中端的客户基本上会选择大的旅行社，尤其是高端的客户群。因此流到我们本土旅行社的客户基本上就是中低客户群。但这也只是一种趋势，不是一尘不变的，只是我们首要的目标客户群应该定位在中低端的客户群中，去开发和维持这些客户。

(一)其中最为关键的是如何稳住“摇摆”的中端客户群。目

前我们旅行社之间的抢客现象也主要是集中在这一客户群上，而各家旅行社的竞争方法也主要是价格上的恶性竞争。那么我社在此竞争中要取胜，我们就应该有超出价格竞争之外的新的竞争思路。

1、以创新取胜，我们应该将接收的各地组团社的旅游行程计划笑话成为有我们自己个性特征、特色的线路安排。让我们的行程区别于、特色于其他的旅行社。

2、以优质取胜，我们在给客人推荐线路时，尽量具体情况具体分析，根据客人特质的不同，给予不同推荐，并与其他线路的不适之处进行对比，突出本线路的亮点，使得线路因适合而变得优质。

3、以价廉取胜，在保证行程质量和一定利润的基础上，以价廉取胜，俗话说：人多力量大。人多往往利润也会大的。

4、以宣传、促销取胜，这一策略是在所有的准备工作都具备之后的“东风”。可以是宣传单、网络、电访或是面访等。

5、以提供售后服务取胜，这一竞争手段，在我市现有的旅行社中实践的并不多，最主要的方式就是问候电话，亲切询问出游的感受及意见、建议等，并做好记录并改进。有客人的意见才能让我们有针对性的提高工作。

(二)另外，对于低端的客户群，主要集中在农村乡镇。随着经济的发展农民的经济收入和生活水平普遍提高，尤其是中老年人，儿女们成家立业，家庭宽裕，旅游的欲望日渐旺盛。因此这这也是一个潜在的客户群。所以，只要我们能够在这这些乡镇能有适当的宣传活动，我想能有很大的收获的，(如“北京双飞六日游”的行程在乡镇是绝对有吸引力和市场的)我们甚至可以通过一些关系在适当的位置设办事处。

二、计调

1、聘用专业人才，做好职务和工作的分工，并做好定期的培训工作。

2、计调分工要细致和明确，尽量做到每个人具体负责一个区域的线路，精细的吃透线路的细节，在顾客上门时我们能因人而异的为他们推荐和解说，应答如流。从而让我们显得更有专业素质，获得客人的信赖。

3、力争做一个客户便留住一个客户，建立完整的客户档案，尽量做到在旅程结束后进行回访，亲切询问旅程的感受、意见和建议，并改进。因为维系一个老客户比发展一个新的客户要容易和必要，更容易形成客户对品牌的忠诚。

4、注意保持同行间的友好关系，争取通过“第三者”了解到一些其他旅行社的近期相关动向。

5、本社内的同事间应经常进行小型的活动，促进同事间的工作心得交流和情感交流，增进公司的向心力。

三、建立健全公司的各项制度，包括日常的行为规范、考勤、作息制度、薪酬制度、奖惩制度等。使公司行程规范的运营模式。

旅游销售总结和计划篇二

负责分管地区的市场调研、销售，掌握市场动态，完成片区销售指标。

第一阶段

1、参加公司新员工培训，了解、熟悉、掌握《员工手册》内容、企业文化、公司产品；(如：《员工手册》、礼仪素质训练、心理心态训练、公司简介和景点景区知识)

2、部门培训，了解、熟悉、掌握企业经营知识、销售途径、销售方法、市场调研方法、提高开拓和执行能力；(如：熟悉旅行社产品、旅游线路操作流程，了解旅行社计调工作等)

第二阶段

4、在实际操作中熟悉市场动态；

第三阶段

4、负责重要团队、大型团队的衔接、接待工作；

5、及时对客户进行回访，了解公司接待质量，并将问题反馈至公司；

6、积极参加部门及公司组织的培训，不断提升业务技能；

7、建立合作旅行社的档案；

8、负责所辖片区广告投放的跟踪工作；

9、负责公司政策调整、重大活动举办的信息传达工作；

10、负责催收所辖区域合作客户的欠款；

中国人口主要密集省份在：河南、山东、四川、广东、江苏、河北、湖南、安徽、湖北、北京，中国经济最发达的省份主要是：广东、浙江、江苏，主要是沿海、沿江省份。所以重点业务片区在：华东、华北、华中、华南及台港澳地区。辅助业务片区在：西南、西北及东北片区。

旅游销售总结和计划篇三

3、店里的员工在销售上也比较积极，大家都为同一个目标，

但做得不足的地方也还有很多，比如销售，陈列等等都还有待提高。

20xx年是承上启下的一年，我将会带领店员深刻总结，将我们这一年做的不好的地方及时改正，做得好的地方继续发扬，为20xx年的工作做铺垫。

20xx年计划

新的一年掀开新的一页□20xx年年度计划如下：

2：店铺形象：要做到店铺的整洁，商品的陈列及摆放；

在20xx年，我们将不断的学习，不断总结，增强各方面的专业知识，新的一年，新的希望，新的起点，让我们把压力变成动力，争取在20xx年中突破目标，再创业绩新高。

X X X

x年x月x日

旅游销售总结和计划篇四

通过与高校合作，录用高校旅游专业 学生实习 ，通过培训成为一个合格的销售代表，优秀者晋升客户经理。通过人才市场网络进行招聘。（高校：扬州职大旅游管理系、镇江高专旅游系、镇江旅游学校）

二、 岗位概述：

负责分管地区的市场调研、销售，掌握市场动态，完成片区销售指标。

三、 工作内容：

第一阶段：

- 1、参加公司新员工培训，了解、熟悉、掌握《员工手册》内容、公司文化、公司产品；(如：《员工手册》、礼仪素质训练、心理心态训练、公司简介和景点景区知识)
- 2、部门培训，了解、熟悉、掌握企业经营知识、销售途径、销售方法、市场调研方法、提高开拓和执行能力；(如：熟悉旅行社产品、旅游线路操作流程，了解旅行社计调工作等)

第二阶段：

- 4、在实际操作中熟悉市场动态；

第三阶段：

- 4、负责重要团队、大型团队的衔接、接待工作；
- 5、及时对客户进行回访，了解公司接待质量，并将问题反馈至公司；
- 6、积极参加部门及公司组织的培训，不断提升业务技能；
- 7、建立合作旅行社的档案；
- 8、负责所辖片区广告投放的跟踪工作；
- 9、负责公司政策调整、重大活动举办的信息传达工作；
- 10、负责催收所辖区域合作客户的欠款；

四、重点业务片区及辅助业务片区：

中国人口主要密集省份在：河南、山东、四川、广东、江苏、河北、湖南、安徽、湖北、北京，中国经济最发达的省份主

要是：广东、浙江、江苏，主要是沿海、沿江省份。所以重点业务片区在：华东、华北、华中、华南及台港澳地区。辅助业务片区在：西南、西北及东北片区。

旅游销售总结和计划篇五

。工作计划如下几点：

一、 销售代表招聘途径：

通过与高校合作，录用高校旅游专业学生实习，通过培训成为一个合格的销售代表，优秀者晋升客户经理。通过人才市场网络进行招聘。（高校：扬州职大旅游管理系、镇江高专旅游系、镇江旅游学校）

二、 岗位概述：

负责分管地区的市场调研、销售，掌握市场动态，完成片区销售指标。

三、 工作内容：

第一阶段：

1、参加公司新员工培训，了解、熟悉、掌握《员工手册》内容、公司文化、公司产品；（如：《员工手册》、礼仪素质训练、心理心态训练、公司简介和景点景区知识）

2、部门培训，了解、熟悉、掌握企业经营知识、销售途径、销售方法、市场调研方法、提高开拓和执行能力；（如：熟悉旅行社产品、旅游线路操作流程，了解旅行社计调工作等）

第二阶段：

4、在实际操作中熟悉市场动态；

第三阶段：

4、负责重要团队、大型团队的衔接、接待工作；

5、及时对客户进行回访，了解公司接待质量，并将问题反馈至公司；

6、积极参加部门及公司组织的培训，不断提升业务技能；

7、建立合作旅行社的档案；

8、负责所辖片区广告投放的跟踪工作；

9、负责公司政策调整、重大活动举办的信息传达工作；

10、负责催收所辖区域合作客户的欠款；

四、重点业务片区及辅助业务片区：

销售工作计划

所以重点业务片区在：华东、华北、华中、华南及台港澳地区。辅助业务片区在：西南、西北及东北片区。

五、人员招聘人数及安排：

第一阶段(10人)

(1)、华中地区(湖北、湖南、河南、江西)2名

(2)、华北地区(北京、天津、河北、山西、内蒙古)2名

(4)、华东地区(山东、江苏、安徽、浙江、福建、上海)4名

第二阶段(销售代表19人+客户经理6人)

- (1)、华中地区(湖北、湖南、河南、江西)2名
- (2)、华北地区(北京、天津、河北、山西、内蒙古)3名
- (4)、华东地区(山东、江苏、安徽、浙江、福建、上海)6名
- (6)、东北地区(辽宁、吉林、黑龙江)2名

注：客户经理由第一阶段表现优秀的销售代表晋升。

旅游销售总结和计划篇六

一、 销售代表招聘途径：

通过与高校合作，录用高校旅游专业学生实习，通过培训成为一个合格的销售代表，优秀者晋升客户经理。通过人才市场网络进行招聘。(高校：扬州职大旅游管理系、镇江高专旅游系、镇江旅游学校)

二、 岗位概述：

负责分管地区的市场调研、销售，掌握市场动态，完成片区销售指标。

三、 工作内容：

第一阶段：

- 1、参加公司新员工培训，了解、熟悉、掌握《员工手册》内容、公司文化、公司产品；(如：《员工手册》、礼仪素质训练、心理心态训练、公司简介和景点景区知识)
- 2、部门培训，了解、熟悉、掌握企业经营知识、销售途径、

销售方法、市场调研方法、提高开拓和执行能力;(如:熟悉旅行社产品、旅游线路操作流程,了解旅行社计调工作等)

第二阶段:

4、在实际操作中熟悉市场动态;

第三阶段:

4、负责重要团队、大型团队的衔接、接待工作;

5、及时对客户进行回访,了解公司接待质量,并将问题反馈至公司;

6、积极参加部门及公司组织的培训,不断提升业务技能;

7、建立合作旅行社的档案;

8、负责所辖片区广告投放的跟踪工作;

9、负责公司政策调整、重大活动举办的信息传达工作;

10、负责催收所辖区域合作客户的欠款;

旅游销售总结和计划篇七

管理的绝对公平和公正、信息反馈的处理速度和能力的机制的健全。而目前公司在管理问题上基本还是凭借主观的臆断而处理问题。

1、北京、天津

2、上海

建议:公司必须进行市场的投入,对上海实行单独的操作模

式，实行底薪加提成的薪金制度，作为公司的长线投资市场。

3、 重庆

其从事新药推广时间短，地区管理经验不足，但为人勤奋，经济能力弱，可能会扣押业务代表的工资、费用，挫伤业务代表的积极性。根据以往的工作经历，喜欢冲货、窜货。

必须保证有1000个以上终端，对目前的市场进行必要的摸底，然后要求招聘招商。注意了解货物流向。

4、 黑龙江

5、 辽宁

有较长时间的otc操作管理经验，市场熟悉，但辽宁市场混乱，尤其是otc竞争激烈，一般要店促销人员很多，费用过大，需要提醒向农村市场转移。

6、 河北

能力强、但缺乏动力

要求开发：石家庄 唐山 秦皇岛、邢台 保定 等9个地区

7、 河南

要求开发17个地区中的10个地区

8、 湖北

要求下半年继续召开会议，进行农村推广

9、 湖南

进行协助招商。

10、 广东

11、 广西

要求开发otc市场，

12、 浙江

13、 江苏

14、 安徽

15、 福建

报纸招聘

16、 江西

报纸招聘

17、 山东

确定唯一的总代理，总负责制度，进行必要的市场协助划分。

18、 四川

19、 贵州

20、 云南

协助招聘

21、 陕西

报纸招聘

22、 新疆

根据目前市场情况，应该确立以目前地区经理为主要负责人、网络拓展的基础的整体思想，仍然将市场定位在otc及农村市场上，必须加强对市场网络组建的要求，保障点面的结合工作。

2、 在8月底前，要求全部代表进行必要的招商、招聘工作，要求在当地招聘，费用控制在20xx内，公司用货物支持，对不能配合的地区经理资格。对招商业成功的地区实行奖励，凡新开发的地区，一次性销售5件以上，给予1件的奖励。

公司应该形成规范的管理，绝对避免给业务员造成管理混乱、动荡的错觉，明确一切销售活动都是为公司发展的观念，树立管理者的威信，明确目前是市场开发阶段，业务员并非能赚取多少利润的现状，让业务员全心投入；指定公司以otc□会议推广销售的网络组建模式，再实现适当的微调，而不是放任自流。

所有销售都是为公司服务，所有员工都是企业的资源，销售活动是为企业发展服务。无论销售公司的什么产品，都是属于公司。而全部的网络、人员本身就是公司的资源，应该充分利用此资源，进行整体营销售及管理。

成都既然已经成立了营销售中心，应该将整个业务转移到成都，所有合同的管理、合同的审查、货款的催收、商业档案收集及管理、发货的确定等等，乐山只能作为特殊合同的审批、和后勤保障工作。

没有哪个企业销售中心根本不知道详细的发货情况、销售情况、回款情况的，这无论对市场的信息反馈还是市场控制都不利，营销中心对市场的决策主要信息来源为各种销售数据，

如果失去这些数据，营销中心失去意义。

因此，具体要求为：

1、 成都的智能：

负责全部的销售工作，乐山应该将全部的信息反馈直接转交到成都，成都进行必要的信息处理，而不是出现许多乐山事先进行处理、处理不下来后再让成都处理的局面，让业务员失去对企业的信任度。

2、 乐山的智能；

提供每天的销售信息，发货、回款信息，应该严格管理，对重大合同实现审批。只能作为后勤保障和问题的最终决断处理。

1、 召开一次全国地区经理会议，规定统一的市场运做模式，加强业务员对企业的信心，提高对企业的凝聚能力。

2、 要求对市场进行细分、进行招商、招聘，费用有公司采取用药品冲抵的方法，减少公司现金的支出。

3、 继续加大对市场的保护，要求统一销售价格。加大对市场的支持力度。

4、 加强对合同和商业的管理。

1、 分销商的合同管理

2、 招商的利弊管理-----会议培训

3□ 20xx年上半年销售情况及下半年工作销售指标

旅游销售总结和计划篇八

通过与高校合作，录用高校旅游专业学生实习，通过培训成为一个合格的销售代表，优秀者晋升客户经理。通过人才市场网络进行招聘。（高校：扬州职大旅游管理系、镇江高专旅游系、镇江旅游学校）

二、 岗位概述：

负责分管地区的市场调研、销售，掌握市场动态，完成片区销售指标。

三、 工作内容：

第一阶段：

1、参加公司新员工培训，了解、熟悉、掌握《员工手册》内容、企业文化、公司产品；（如：《员工手册》、礼仪素质训练、心理心态训练、公司简介和景点景区知识）

2、部门培训，了解、熟悉、掌握企业经营知识、销售途径、销售方法、市场调研方法、提高开拓和执行能力；（如：熟悉旅行社产品、旅游线路操作流程，了解旅行社计调工作等）

第二阶段：

4、在实际操作中熟悉市场动态；

第三阶段：

4、负责重要团队、大型团队的衔接、接待工作；

5、及时对客户进行回访，了解公司接待质量，并将问题反馈至公司；

- 6、积极参加部门及公司组织的培训，不断提升业务技能；
- 7、建立合作旅行社的档案；
- 8、负责所辖片区广告投放的跟踪工作；
- 9、负责公司政策调整、重大活动举办的信息传达工作；
- 10、负责催收所辖区域合作客户的欠款；

四、重点业务片区及辅助业务片区：

中国人口主要密集省份在：河南、山东、四川、广东、江苏、河北、湖南、安徽、湖北、北京，中国经济最发达的省份主要是：广东、浙江、江苏，主要是沿海、沿江省份，所以重点业务片区在：华东、华北、华中、华南及台港澳地区。辅助业务片区在：西南、西北及东北片区。

五、人员招聘人数及安排：

第一阶段(10人)

- (1)、华中地区(湖北、湖南、河南、江西)2名
- (2)、华北地区(北京、天津、河北、山西、内蒙古)2名
- (4)、华东地区(山东、江苏、安徽、浙江、福建、上海)4名

第二阶段(销售代表19人+客户经理6人)

- (1)、华中地区(湖北、湖南、河南、江西)2名
- (2)、华北地区(北京、天津、河北、山西、内蒙古)3名
- (4)、华东地区(山东、江苏、安徽、浙江、福建、上海)6名

(6)、东北地区(辽宁、吉林、黑龙江)2名

注：客户经理由第一阶段表现优秀的销售代表晋升。

附表一：旅行社市场调研内容

旅行社市场调研表

调研内容

旅行社名称：

联系人及职务联系电话(手机)

规模主要客源

主要产品年接待量

公司地址

信息渠道

信息反馈

合作意向

旅游销售总结和计划篇九

旅游是一种享受，能在我们忙碌之余得到很好的放松，看看旅游销售工作计划与总结，今天本站小编给大家找来了旅游销售工作计划与总结，希望能够帮助到大家。

一、 销售代表招聘途径：

通过与高校合作，录用高校旅游专业学生实习，通过培训成为一个合格的销售代表，优秀者晋升客户经理。通过人才市场网络进行招聘。（高校：扬州职大旅游管理系、镇江高专旅游系、镇江旅游学校）

二、 岗位概述：

负责分管地区的市场调研、销售，掌握市场动态，完成片区销售指标。

三、 工作内容：

第一阶段：

1、参加公司新员工培训，了解、熟悉、掌握《员工手册》内容、公司文化、公司产品；(如：《员工手册》、礼仪素质训练、心理心态训练、公司简介和景点景区知识)

2、部门培训，了解、熟悉、掌握企业经营知识、销售途径、销售方法、市场调研方法、提高开拓和执行能力；(如：熟悉旅行社产品、旅游线路操作流程，了解旅行社计调工作等)

第二阶段：

4、在实际操作中熟悉市场动态；

第三阶段：

4、负责重要团队、大型团队的衔接、接待工作；

5、及时对客户进行回访，了解公司接待质量，并将问题反馈至公司；

6、积极参加部门及公司组织的培训，不断提升业务技能；

- 7、建立合作旅行社的档案；
- 8、负责所辖片区广告投放的跟踪工作；
- 9、负责公司政策调整、重大活动举办的信息传达工作；
- 10、负责催收所辖区域合作客户的欠款；

一、20xx年工作总结

1. 提高素质与思想认识。

在领导的正确领导及同事们的关心帮助下，了解到想要干好工作，就要有良好的工作作风，做到学习与实践相结合，努力从头干起，坚持不懈搞好服务。通过领导的指导教育和系统的学习，我在业务素质和思想等方面都有了进一步的提高。

2. 加强学习，提高专业水平。

领导告诉我们要勤学习、精本质、乐奉献、诚待人、实处事、严于律己，要有吃苦耐劳精神，所以我努力学习基本知识、各项法律、法规、条例，及时了解、掌握旅游发展的新动向、新经验，努力向领导同志学习，树立高度的服务意识，服务态度和蔼、热情、耐心、细致。

一是我们积极为《乡村旅游手册》进行了各景区、旅游线路、农家乐及重点村的深度考察，在月底拿出了初步成果。

二是在质监所积极做好各项工作，与旅游经营者签订“旅游安全目标责任书”；积极参加“安全生产月”宣传咨询日活动并设置咨询台；做到认真及时受理投诉案件，做好记录；做好了各季节的安全工作，及时下发安全文件；旅游项目方面，做到了每月及时与项目负责人进行沟通。

二、存在的问题和不足

1. 在日常生活中，在保持和发挥先进性方面，时时处处保持先进性这根“弦”绷得还不够紧，降低了对自己的要求和标准。
2. 在学与做、知与行的关系上处理得不好。有时忙于工作而忽略了学习，有时忙于学习而忽略了工作，虽想全面协调，但无行之有效的计划，虽想平衡兼顾，却常顾此失彼。工作任务重后，新知识长进不大，已学知识却在滑坡。
3. 在20xx年的学习工作中，虽然有了一点进步，但仍然还有很多的不足之处，专业知识和自身的综合素质有待提高。
4. 工作统筹计划和科学安排不够全面，工作程序不够规范。

三、今后努力的方向

1. 牢固树立“与时俱进”思想，不断提高学习和工作的自觉性，用先进的理念和方法引导具体的工作，努力做到“做则有效、效且从优”。
2. 牢固树立共产党人的人生观、价值观，努力做到办实事、办好事。
3. 努力学习专业知识，提高自身的综合素质，科学安排工作计划，规范工作程序。

在今后的工作中，在领导的正确领导下，我要进一步明确“为什么做、怎么做”这一根本性问题，提高认识、修正错误、检讨不足，在今后的工作中，我会积极努力做好各项工作，努力学习，锻炼自己，扩大自己的知识面，加大工作力度，克服不足，努力学习专业知识，提高自身综合素质，规范工作程序，取得更加优异的工作业绩。

一、完成营销工作

全年在旅游营销推广工作收入总额亿元接待旅游人数万人次，创造门票收入万元，接待旅行社组团人数，创旅游总收入亿元；今年我在旅游营销工作上开动脑筋找市场，兢兢业业的工作；大步向前为客户，优质服务赢市场；在思想上加强学习，学习旅游业的各项法律及知识，营销的方法和技巧等专业知识，同时还学习公司各项管理制度，不断提高自身的政治觉悟和专业水平。经过一年勤奋学习和辛勤工作，圆满的完成的下达的任务指标。

二、做好本职工作，成绩显著

三、我的工作做法

1、首先是省公司对椒江区旅游开发区的大力支持，为我在开展营销工作提供了有很多的有利条件；其次是我旅游区所处的地理位置极佳，区内的旅游景点旺盛，旅游资源丰富，游人如织，这些都为我开展营销工作奠定了坚实的基础。为了使椒江区旅游区能够更好的向世人展现，吸引更多的人观光，我积极的开展各种宣传活动，通过广播、电视、发送传单，制作宣传册等各种手段加大宣传我区旅游项目的优越性，树立我区的旅游品牌。

2. 通过旅游交易会、商品博览会、推介会等活动的开展为契机，大力推广我区的旅游事业，今年我协助华夏旅行社组织好第四届之春旅游风情展，宣传效果显著；组织了椒江各旅游企业参加重庆“20xx中国国内旅游交易会”，通过发放资料、会上交流沟通、协作等形式进一步宣传椒江旅游形象。大力的推动了旅游区的品牌效应，吸引了更多的旅客到椒江旅游。

3. 做好各地旅游景区来我区进行的旅游推介会的接待工作。通过接待会向来我区参加旅游推介会的客商进行推广椒江旅游，充分把握每一次的宣传机会，通过与来会客商相互合作，

到达实现利益双赢。组织旅游企业参加“走进山海川岛大观园—宁德亲水之旅推介会”。

4. 做好简报编排工作和信息的编写与发布，拓展了我区旅游影响力；全年我共编辑制作椒江风景旅游简报共12期，并有多篇文章在日报、商报(今日椒江)及区机关服务基层干部服务群众活动简报上发表。做好世博会宣传、报道工作和做好“双服务”宣传、报道工作。及时报送各类信息共100余条，有效地推动了椒江旅游的发展。

5、做好与旅行社之间的互动工作；我还经常联系很多的旅行社对椒江旅游的开发和协助工作，以共同发展、利益双赢的方式吸引旅行社对我旅游区的宣传，组团来我区参观推广，通过各种措施完成椒江旅游业的营销推广工作。

在20xx年的工作中，我勤勤恳恳，努力上进，尽心尽力地完成各项工作，为公司的发展尽了自己的一份薄力。在新的一年里，我将不断加强自己的工作能力，揽括更多的工作任务，承担更多的工作职责，以提升自己的业务能力。