

2024 年酒店销售工作计划范文（26 篇）

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__年销售计划书，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。

__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。

2024年酒店销售工作计划范文 篇5

1、如何做好节日营销计划

假(节)日营销是非常时期的营销活动，它有别于常规性的营销活动，而且往往呈现出集中性、突发性、反常性和规模性的特点，它要求企业营销制定者果敢、创新、迅速、准确，借“节”而发，顺“节”而上，出奇制胜。因此，各类餐饮企业在制定一个完整有效的节日营销活动计划之前，必须知己知彼，胸有成竹，必须明确：通过节日营销活动要解决什么问题或达到什么目标，是突击新菜式上市还是加速成熟菜式的口碑流转，重点解决的对象是终端问题(出品部)还是销售环节(楼面)，所选择促销方式、策略是否锐利有力，能“短平快”加速任务完成，还是对整体节日营销活动进行实施、控制、评估以较好完成目标

2、如何写营销计划书

制定方案是为了细分市场，进行市场定位，预测市场规模及计划每个细分市场中可获得的市场份额。第一，设定营销目标，第二，制定营销计划，第三，控制实施整体营销方案。

3、如何制定营销计划书

您是否为推出来的营销计划达不到预期的效果而烦恼?或是在为某样产品推出而无处下手写营销计划?您了解营销计划设计的步骤与过程吗?本资料为您详细介绍如何写营销计划。

在新的一年里将要来临之际，公司也有了新的销售目标，根据我部门目前的状况和发展目标，制定了以下工作计划：

一、销售业绩

根据年销任务，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系统及个人，完成各个时段的销售任务。并在完成任务的基础上，提高销售业绩。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，根据行业客户需求制定各种专题销售活动，制定奖罚制度及激励方案(根据市场情况及各时间段的实际情况进行)此项工作不分淡旺季时时主抓。在销售旺季针对大中型企业实施力度较大的针对性活动，强势推进大客户广告投放。

刊物广告销售 30 万，是按照每月 3 万元的销售金额计算的，需要完成一个封面(10000 元)10 个彩版内页(20000 元);其他 30 万元主要来源与理事单位的理事支持和其他版面销售。理事单位会费计划收取目标为 20 万，其他版面合作销售为 10 万元，目标客户为旅行社、彩铃装饰等版面认购。

第一季度：理事单位 10 万。dm 广告收入 5 万，网站广告收入 2 万。

第二极度： 广告收入 8 万。四五月广告主要来源于餐饮、酒店、旅游;六月主要来源于休闲、旅游;组织特色餐饮旅游活动。网站广告收入 4 万。

第三季度： 广告收入 9 万。主要来源于饮料产品、休闲洗寓旅游。组织特色暑期活动和避暑休闲活动，网站广告收入 8 万。

第四季度： 广告收入 8 万。主要来源于餐饮和旅游广告。网站广告收入 6 万。

网站的 20 万销售任务一部分来自与硬性广告，另外一部分是与商家的商业活动合作。

二、团队建设、团队管理、团队培训

根据部门发展需求，计划招聘以下员工：

1、文字编辑一名：负责网站专题策划、新闻更新和 dm 文字编辑工作

2、美术编辑一名：负责 刊物排版、后期制作、广告设计等美工类工作

3、业务采编三名：负责 刊物的广告销售和 信息采编工作，配合运营主管做好每个专题策划的销售

团队工作大致分为四个步骤进行：

1、对新招聘的员工进行量化考核管理，刺激、排查、清除部分能力较低的老员工。

具体执行办法：用一周的时间进行招聘和排查老员工。

2、对于保留下来的人员进行公司经营理念灌输，重点培养其销售能力。

培养新进销售人员熟悉了解原有市场工作并能独立维护。想要开发新客户，就要提早的培养新的销售人员能够对老市场进行有效的维护，只有这样才能有更多的时间放心的开发新的客户。利用 10 天的时间对新入职员工进行系统培训、考核、筛选，确定定岗定人，保证在 3 月 1 日之前所有的岗位人员到位。重点培训广告销售，全力打造在各个环节都有执行力的团队。

3、配合部门发展需要鼓励员工与其他媒体进行沟通互换，扩大公司行业影响面。

由于我公司初步涉及餐饮行业的领域，资源积累还不足，鼓励员工与其他媒体之间沟通一时提高我们的资源数据库，二是让员工直接快速的进入工作正轨状态。

4、制定相关的团队管理制度及权责分明明晰和工作范围明晰，完善业务人员的工作报表。

对每月的任务进行分解，并严格按照工作任务进行分解做到环环相扣，权责分明，责任到人，工作细节分到不能再细分为止。坚持周工作例会，随访辅导，述职谈话，报表管理等工作；保持团队的稳定性，经常与其他各部门的人员进行沟通，针对市场调研、市场动态分析及信息反馈做的好的员工给予奖励制度，全力打造一个快速反应、自控能力强的团队。

三、其他外联活动

1、加强与客户公司中高层领导的沟通与往来，更好的传递公司的文化理念与企业文化。在需要我们公司领导拜访的时候，将会以书面的形式递交于公司相关领导，将会详细的说明拜访对方领导姓名职务，拜访预期要达到的目的，具体的时间地点等等。此项工作每个业务人员都必须要做。

2、在日常工作中要时时的了解竞争对手的情况，了解他们的媒体策划、近期主题活动、广告优惠政策等一系列问题，针对竞争对手的情况在适当必要的时候拿出我们的方案给予有力的还击，做到知己知必。

3、主动积极策划和联系行业客户各种活动需求，根据客户发展需要量身制定扩大其宣传，树立其形象的特刊、户外活动、行业评选活动等，做到全方位服务客户。

4、承接或联办各种行业活动，依靠行业内其他强势媒体，借助其广阔的资源优势，快速打造和树立我们的品牌形象。

以上是我部门在&&-&&年执行的大致工作内容，希望得到领导的正确引导和帮助，我部门一定会在新的一年里以崭新的工作状态和面貌投入到新的工作中，努力学习，提高业绩。

2024 年酒店销售工作计划范文 篇 6

市场部是负责对外公关和销售业务的职能部门，是酒店提高美誉度、树立良好公众形象的重要窗口。它为总经理办公室制定商业决策。

今年市场部将配合酒店整体新的营销体系，重新制定和完善市场部在销售任务计划和绩效考核管理实施细则，提高营销代表的薪酬，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。

1、热情的接待和周到的服务。

接待团体、会议、客户，要全程跟踪，提供“全天候”服务，注重服务形象和仪容仪表，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。

2、做好市场调研和推广策划。

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。

3、密切合作，积极协调。

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。

2024 年酒店销售工作计划范文 篇 7

一、市场环境分析：

我店经营中存在的问题

1、目标顾客群定位不太准确，过于狭窄。

总的看我市酒店业经营状况普遍不好，主要原因是酒店过多，供大于求，而且我们经营方式雷同，没有自己的特色，或者定位过高，消费者难以接纳，另外就是酒店服务质量存在一定问题，影响了消费者到酒店消费的信心。

2、我店在经营中也存在一些问题，去年的经营状况不佳，我们应当反思目标市场的定位。

应当充分挖掘自身的优越性，拓宽市场。

我酒店目标市场定位不合理，这是导致效益不佳主要原因。

我店所在的的东都是一个消费水平较低的镇，居民大部分都是个体户，多数居民的收入水平尚不能接受。

但我店的硬件水平和服务质量在东都镇都是上乘的，我们一贯以中档酒店定位于市场，面向中低档消费群体，对东都镇的居民不能构成消费吸引力。

3、新闻宣传力度不够，没能在市场上引起较大的轰动，市场知名度较小。

4、我店虽然属于三和化工有限公司(三和化工是我市著名的企业)但社会上对我店却不甚了解，我店除在开业时做过短期的新闻宣传外再也没有做过大型广告，这导致我酒店的知名度很低。

二、周围环境分析

我镇的整体消费水平不高，我店的位置也比较偏僻、而且路不好走、没有明确指示牌客人很难找到我店位置，过往车辆不多，流动客人甚少。

三、竞争对手分析

我店周围没有与我店类似档次的酒店，只有不少的小餐馆，虽然其在经营能力上不具备与我们竞争的實力，但其以低档菜物美价廉吸引了大量的司机和本厂员工的就餐。

总体上看他们的经营情况是不错的。

而我们虽然设施和服务都不错，但由于市场定位的错误，实际的经营状况并不理想，在市场中与同档次酒店相比是处于劣势的。

而且在七月中旬有 5 家酒店相继开业。

1、全国连锁盛世莲花餐饮、住宿、洗浴一体化服务，市场定位中高档，市场竞争力很强。

2、百年顺风大酒店试营业期间，市场定位中档，促销方式每桌送鲍鱼。

3、新雅大酒店重新设计装修，建立新泰第一家阁楼式生态园，市场定位中档以上。

4、烟台海鲜坊重新装修，市场本身很稳固，新泰唯一一家主营海鲜酒店，市场定位中高档。

5、土家大院由新城宾馆改造而成生态园性质，仿照泰安乡下老家、国山家园设计

在调查考察过程中发现大批客户的流失，现荣峰国际、名田生态园、杞都宾馆、汇丰大酒店他们一直在抢占东都镇市场，具了解名田生态园每季度对东都镇领导投入费用达到 8000 多，荣峰国际投入更大。

四、我店优势分析

(1)我店是三和化工有限公司分公司，三和化工是我市的著名企业，其公司实力雄厚是不容置疑的，因此我们在细致规划时，也应充分利用我们的品牌效应，充分发掘其品牌的巨大内蕴，让消费者对我们的餐饮产品不产生怀疑，充分相信我们提供的是质高的产品，在我们的规划中应充分注意到这一点来吸引消费者。

(2)我店硬件设施良好，资金雄厚，而且有自己的停车场和大型的健身场地。

这可以用来吸引过往司机和用来开发一些促销项目以吸引消费者。

五、目标市场分析：

位于大众百姓和附近的的小企业，及过往司机，在此基础上再吸引一些中高收入的消费群体。

他们有如下的共性：

1)收入水平或消费能力一般，讲究实惠清洁，到酒店消费一般是宴请亲朋或节假日的生活改善。

2)不具经常的高消费能力但却有偶尔的改善生活的愿望。

六、市场营销总策略：

1、百姓的高档酒店&&独特的文化是吸引消费者的法宝，我们在文化上进行定位，虽然我们把饭店定位于面向中低收入的百姓和附

近的企业，但却不意味把酒店的品位和产品质量降低，我们要提供给顾客物美价廉的优质餐饮产品和优质服务，决不可用低质换取低价，这样也是对顾客的尊重

2、进行大力宣传，突出本酒店的特色，让消费者从感性上对阳和生态园有一个新的认识。

让消费者认识到我们提供给他的是一个让他有能力享受生活的地方，吸引消费者的光顾。

让顾客从心理上获得一种尊贵的满足。

3、采用强势广告，如墙贴，以期引起轰动效应作为强势销售，从而吸引大量的消费者注意，建立知名度。

四、20__年行动计划和执行方案

(一)销售方法的策略：

1、改变经营的菜系。

本年度我们可以模糊菜系的概念，只要顾客喜欢，我们可以做大众菜也可以根据需要制作高档菜，这样表面上看使我们的酒店没有特色菜，其实不然，大众菜并不等同于低档菜，我们在编制菜单时，可以在各菜系中择其精华，把其代表菜选入，并根据市场和季节的变化做适当调整，有了这些精华，我们在加入大量的大众菜。

这样我们可以给顾客很大的选择余地，适应了不同口味人的需要。

2、降低菜价吸引顾客。

菜价在整体上下降，某些高档菜可以价高，大部分菜优质低价，菜价在整体上是低的，但也照顾了高消费顾客的要求。

价格策略①优惠折扣。

②、抽奖及礼品赠送优惠。

3、为普通百姓和司机提供低价优质的套餐和快餐。

套餐分不同的档次，但主要是根据人数，如 2 人就餐、4 人套餐、6 人套餐、8 人套餐，人数越多价格相对越低，这样可以吸引更多的人来消费。

主要目的是以实惠取胜。

把酒店富余的停车场增加洗车设备，为客人免费洗车。

2024 年酒店销售工作计划范文 篇 8

针对销售部的工作职能，我们制订了市场销售部 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。

2024 年酒店销售工作计划范文 篇 9

光阴似剑，在过去的一年里，在全体同事的共同努力下；在公司领导的全面支持、关心下，本着一切以客户服务为宗旨；以提高企业的知名度和利益化为宗旨。通过扎扎实实的努力，圆满地完成了 20__ 年的工作。回顾，在工作期间取得成绩的同时，也发现工作之中的不足之处和问题。

时光如梭，过去一年的工作转瞬间又将成为历史，展望--，新的一年，新的起点，新的开始，我会再接再厉，积极进取，努力打开工作的新局面。自一年 5 月 10 日从川沙一店调入周浦店，努力工作，扬长避短，现工作总结如下：

一、成本管理：

(1)根据店内实际情况营业额结合公司方针，合理配置前厅和厨房咳嗽保说既嗽背杀荆迪忠蝗硕喔；一岗多责。

(2)根据历史营业额进行分析，合理预估采购定单，保证菜肴的新鲜，当天采购的蔬菜、豆制品、肉类、海鲜，努力争取做到零库存，节约成本。

(3)加强和培养全体员工节约水、电、煤等安全意的意识；

二、菜肴管理：

(1)每天晚上把回收的菜肴做记录，做合理充分的利用。

(2)菜肴的验收、菜肴的加工、制作、半成品、成品、促销，成为一个连接线严格控制每一个环节落实到位。

(3)加强菜肴的培训，菜肴创新，菜肴的促销，菜肴的口味，做到同样的原材料做出多种的烹饪方法。

(4)上菜的量要适中，以保证菜肴的色香味俱全；根据店内的实际客流量及时跟踪，在不同时间段出相应的菜肴，让顾客有多种菜肴的选择机会，便于增加营业额。

三、培训计划：

(1)每天早晨履行晨会；晨会时间培训礼貌用语及促销技巧。

(2) 每周开管理组会议;总结门店经营情况, 及培训结果和培训的进展程度, 及时地调整培训计划;便于更好的门店经营管理。

(3) 周月不定时培训两次打菜的标准, 打菜的速度, 菜肴的搭配, 针对不同的客人促销不同的菜肴, 合理地轻松应对高峰期的人流量;

(4) 周月培训一次主管值班管理, 人事管理, 物料仓库管理, 做到台账与实际库存数量相符;

(5) 每月主持一次员工大会;传达公司的会议精神, 及时效的和员工沟通增加员工与管理组的距离。

四、店面管理;

(1) 不定时的抽查, 加强值班巡视及时处理问题, 把问题消灭在萌芽状态;

(2) 设备的维护: 对使用的工具轻拿轻放, 不得野蛮操作, 用后及时归位, 机器的及时清洗与保养, 保证正常运营。

(3) 卫生管理:

1》店面卫生: 桌椅、玻璃、门窗、死角卫生及时清理保证干净整洁。

2》餐具整洁: 用过的餐具及时清洗不能出现有污垢油渍的现象, 定期对餐具进行消毒处理。

3》个人卫生：勤剪指甲、勤洗澡、勤换衣服，衣装整洁，不能出现有异味现象。

(4)服务：加强培训员工礼貌用语、促销用语、服务用语。

(5)人员管理：执行公司制度、遵守上下班时间，不得串岗，私自离岗。

“革命尚未成功，同志还需努力，”我相信只有不断的学习，不断的发现，不断的改进，通过坚持不懈地努力，在未来的一年，一定能在工作中取得更好的成绩。

第一、餐厅内部管理方面：

1.参与制定合理的餐厅年度营业目标，并带领餐厅全体员工积极完成经营指标。

2.根据市场情况和不同时期的需要，与厨师长共同商讨并制定餐饮促销计划，并在实施过程中收集客人反馈意见加以改进。

3.制定员工岗位职责和服务标准程序，督促、检查餐厅管理人员和员工按服务标准对客服务，不断提高服务质量和工作效率。

4.抓好员工队伍建设，掌握员工思想动向，通过对员工进行评估、考核，为优秀员工提供晋升和加薪机会。

5.安排专人负责制定员工培训计划，并组织员工参与各项培训活动，不断提高员工服务技能、技巧以及服务质量，提高工作效率。

6. 至少每月召开一次餐厅全体员工大会，分析、通报餐厅每月营运指标、收支情况，解决目前存在的问题；听取员工对餐厅内部管理和对外销售的意见及建议，让员工广泛参与餐厅的管理工作。

7. 与厨房密切配合，检查菜品出菜质量，并及时反馈客人意见，改进菜品质量，满足客人需要。

8. 建立餐厅物资管理制度，加强餐厅食品安全，执行五专原则，检查前厅及厨房的食品、原料成本是否过高，确保各项成本的转进、转出得到体现，合理利用水、电、煤等资源，减少浪费，降低费用，增加盈利。

9. 抓好餐厅卫生工作和安全工作，执行五专原则，为客人提供舒适、优雅的用餐环境。

第二、营销方面：

1. 利用外卖渠道广为宣传，增加餐厅在本区的知名度，并锁定目标客户群，加大对目标客户群的宣传力度。

2. 建立常客联系档案，与客人建立良好的关系，以“抓住老顾客，留住新顾客”为宗旨，并通过面谈、电话访问等形式征求客人意见，处理客人投诉，销售餐厅产品。

3. 牢牢抓住--的企业餐饮文化，从餐厅的装修装饰风格和高质量餐品出品，以及热情温馨的服务，程度的展现中式快餐的文化主题和内涵，抓住了这一卖点，将使餐厅具有无限的生命力。

第三、经营战略：

本餐厅位于周浦镇小上海步行街繁华地段，周围主要以服装店铺为主，已经有了比较好的餐饮氛围，人流量及客户群也不是很大问题，除特殊天气外，周边相对成熟的餐饮没有多大的竞争力，我们要发扬自己的特点，要集中力量，把中式快餐--的品牌做精做好。

酒店客房销售计划 5

一、目标市场分析预测

1、区市场分析预测

近几年来随着社会的发展、人们的思想提高，旅游业的增加，使得经济发展迅速，目前酒店业在市内十分看好。从市场角度分析，现在中抵挡酒店市场日趋饱和，高酒店在两年内竞争不算激烈，可以从中采用各种应对措施稳定客源。

2、竞争对手分析

对于每个酒店来说，每个同档次的酒店都是自己的竞争对手，甚至某些不同档次的酒店也成为潜在竞争对手，但从目前情况看，在本市的竞争对手的不是在市区的酒店，而是附近的几家连锁酒店。连锁酒店都是依照总店的经营模式定位，而不会根据实际的实际情况定位。

3、本酒店竞争能力分析

本酒店的优势：1、本酒店属于自创酒店使用自己的模式和定位，可根据人们的消费水平自行调价来提高住客率，不用按照连锁酒店的模式给予定价，可根据当地的实际情况(淡、旺季)随时推出活动，打造几间独特的婚房，从这方面就有一定的独占性和排他性。

4、销售模型制定

为使销售过程与销售小组活动的关系正常化，制定顾客发展模式，对顾客进行销售前研究，以收集并预测顾客愿望，分析其销售潜能；然后探索和分析其特定需求，进行个性化销售宣传，决定竞争者类型及范围；接下来制定满足目标顾客需求的明确的协议书，以得到顾客的认同；第四步是实施具体策略营销，尝试添加满足或超越顾客需求的增值产品或服务；第五步，随时追踪监控服务反馈信息，保证顾客满意化；最后是了解时尚趋势，精心研究客户未来需求以保持和扩大伙伴关系。

5、全年本酒店客源预测

全年稳定客源首先是关系户，协议客户，老客户，旅行社，维护新客户。

二、全年市场定位和目标确定。

1、全年酒店目标

全年我店的主要目标市场应确立为商务市场为主导(包括商务散客、商务会议、), 旅游市场为辅。商务市场的开发, 我们必须着力拓展商务会议团队, 不但只是附近地区的, 而且要把触角发展到其他县、区, 提高酒店的知名度和美誉度, 把酒店打造成为本市知名商务品牌。保证顾客的忠诚度, 为今后的竞争打下基础。

根据淡旺季不同月份、各黄金周制定不同的促销方案, 做为各月份工作重点和目标。

一月和二月份:

- 1、加强对春节市场调查, 制定春节促销方案和春节团、散预订。
- 2、加强会务促销。
- 3、加强商务促销和协议签订。

三月份:

- 1、加强会务、商务客人促销。
- 2、“五一”黄金周客房销售 4 月份完成促销及接待方案。

四月份:

- 1、加强会务、商务客人促销。
- 2、加强对五一节市场调查, 制定五一节促销方案和五一节团、散预订。

十一月、十二月份：

1、加强对春节市场调查。

2、加强会务促销。

3、加强商务促销和协议签订。

十月工作重点：

1、加强会议促销。

2、加强商务促销和协议签订。

二月份：

1、加强会议促销。

五月份：1、加强旅游促销 2、加强商务促销。

七、八、九月份

1、7、8、9月属于住宿业旺季 2、加强宣传力度

六月份：

1、加强对“高考房”市场调查，做出高考房促销活动

2、加强商务促销。

三、全年营销应对策略

20__年是本酒店站稳脚跟、营造知名品牌、保持在本市的地位进行攻关战的最为关键的一年，因此本酒店的营销计划就显得至关重要，现从酒店的实际出发，制定年度营销计划。

1、价格策略

实施“酒店VIP”计划策略，通过会员在酒店的频繁消费来提高和稳定酒店的整体收入VIP营销是一种会员制营销方式，它以建立会员制为发展导向，在观念认识上，利用80/20法则，将顾客占有率和忠诚度放在首位；目标是从酒店特色经营出发，充分挖掘酒店的市场潜力；在运作策略上，完全以顾客需求为中心，从充分利用好信息资源入手，准确地界定酒店的市场定位，营造酒店经营特色；强化酒店品牌效应，完善激励机制的促销战略；进而通过控制有力、行之有效的电话营销系统，帮助酒店挖掘一批具备高消费能力的忠诚客户群体，也就是为酒店创造80%利润的20%的忠诚客户。

营销特色策略，策划活动包括：降低房价，免费提供停车场，免费接等，与“酒店VIP”计划相结合，采用会员积分制，价格明升暗降，给与一定的让利。

2、销售策略

以内部营销为本，酒店对员工进行严格的挑选和训练，使新员工学会悉心照料客人的艺术，培养员工的自豪感，把培养忠诚员工、提高员工满意度放在追求品牌忠诚之前，让员工快乐的工作着。教导员工要做任何他们能做的事情，全体员工无论谁接到投诉都必须对此投诉负责，直到完满解决为止。最新酒店年度营销计划最新酒店年度营销计划。员工有当场解决问题的权力而不需要请示上级，为了让客人高兴，员工可以离开自己的岗位而不需要请假。在表彰杰出员工方面，按效率优先、兼顾公平的原则，根据员工职效进行细分奖项，给各方面有贡献的员工颁发各种相应奖励。

细分市场体验营销策略，通过重新定位，把目标转向稳定和满足客户各类会的需要上，巩固现有市场占有率和顾客忠诚度，坚决不做多而全的没有重点的抢客工作。此外，在细分市场的基础上进行体验营销，做到以下原则：a 优质的全面质量管理，让客人使用的产品组合；b “顾客第一”的经营理念，员工处理个人失误没有大小，使客人从胜利、心理撒谎能够都得到满足；c 追求服务的零缺陷，为顾客解决能够解决的一切问题。

直接销售策略，要求每个员工在面对客人时都成为销售人员，而不管其实际的身份，从而加大对顾客的把握度，在实际操作中，如果预定员预定了一位客人决定入住了

我们就给这位预定员奖励，不管这个客人住的是那种类型的房间，也不管他是住一晚还是一个半月。

四、营销危机补救

1、对销售目标和任务要及时进行评估，做到每天一汇报，每周一小结，每月一总结，分析原因，总结经验教训，及时找出原因和研究好对策。

2、建立应急机制，有不可抗拒的事件如禽流感、非典等发生时可以从容应对，加强安全卫生检查，树立“安全第一，预防为主”的安全观，在实际操作中，对送来酒店的瓜果、菜蔬禽类进行检疫测试。

3、建立一套稳健、公平的管理机制，明确任务，赏罚分明。使营销目标不理想时可以稳定员工，努力创造一流的工作平台环境。

五、营销预算饭店营销预算

全年，工资福利，办公用品，其它，促销及广告，交际费，制服，培训，其它总费用市场营销费用总额

六、评估控制

1. 年度计划控制：由总经理负责，其目的是检查计划指标是否实现，通过进行销售分析、市场占有率分析、费用百分比分析、客户态度分析及其他比率的分析来衡量计划实现的质量。

2. 获利性控制：由营销控制员负责，通过对产品、销售区、目标市场、销售渠道及预定数等分析以加以控制，检查饭店赢利或亏损情况。

3. 战略性控制：由营销主管及酒店特派员负责，通过核对营销清单来检查酒店是否抓住营销机会，检查产品、市场、销售总体情况及整体营销活动情况

酒店全年营业任务 1670 万元，市场营销部全年任务 890 万元，占到总任务的 53%多，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，20__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 20__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 20__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。为了将全年营销任务认真完成，免于流于形式，需将全年销售工作具体量化，把全年营销任务根据具体情况分解到每月，每周；以每月，每周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。

全年各阶段工作安排将按照 20__年下发工作计划认真完成，同时还有以下几点将会作为工作要点抓好：

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 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。

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，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。

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，在行业市场中牢牢把握住产品优势。

以上是我的一些不成熟的建议和看法，如有不妥之处敬请谅解。

酒店销售计划书模板参考 5

一、抓好员工培训工作，努力使每位员工在业务上、在职业道德上有更大、更新的提高

1、认真组织本部门员工积极参加酒店各阶段的主题培训，积极参与其他部门的培训和学习。

2、组织好每周一下午后台财务人员的集中学习和每月至少一次的收银员集中学习，学业务，学政策，使财务人员工作计划落实具体，并在学习中总结成绩，找差距。

3、开展技能比武，今年我们将开展珠算比赛、收银结帐速度比赛、点钞比赛、普通话比赛等一系列技能比武。

二、做好日常财务基础工作，确保酒店经营工作正常运转

1、搞好资金的收集和运用，确保资金安全完整。重点抓外结、抓清欠，加速资金回笼，确保外结资金回笼率为 95%以上。

2、严格遵守会计制度，严格按《会计法》进行核算，严格做好收银稽核工作。按月及时编制好各类报表，搞好月度分析。

3、主动做好各部门间的协调工作，做到遇事有商量，有事不推诿。

4、积极搞好与财政、税务、银行等职能部门的关系，力争他们对酒店的支持。

三、加强财务管理，力争在成本费用管理上有新的突破

1、在酒店财务工作计划中更严明一条：严肃财经纪律，坚持一支笔审批制度，加强成本费用控制，不断完善各项管理制度，做到大支出有计划，小开支有控制。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/376012104233011004>