

2023年旅游销售工作计划和总结 旅游销售工作计划与总结(汇总5篇)

时间就如同白驹过隙般的流逝，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，让我们一起来学习写计划吧。那么我们该如何写一篇较为完美的计划呢？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。

旅游销售工作计划和总结 旅游销售工作计划与总结 篇一

物质生活水平的提高促使人们的旅游需求更加旺盛,旅行社也如雨后春笋般遍布全国各地。品牌定位是旅行社品牌创建的基础与核心,也是其品牌营销的关键环节。今天本站小编给大家整理了旅游销售工作计划与总结,希望对大家有所帮助。

一、加强服务意识,进步服务质量

为进步三峰国际旅行社的整体服务水平,年初我们组织参加了杭州旅游学院的人才交流会,在会上我们招聘了一批旅游专业学生充实到旅行社,大大进步了旅行社的接待气力。4月份三峰国际旅行社全体员工按照旅行社服务质量有关规定,苦练本领,先后组织了培训了旅游从业职员职业道德规范、员工文明守则、旅游业务知识、北山日伪工事的相关课题,聘请杭州旅游学院旅地系教授、旅游局领导,为金华讲解员培训史实知识、导游技巧,使金华的讲解实力大大增强,为旅游旺季的到来做好了预备。在旅游旺季期间,由于金华双龙讲解职员少,游客多,讲解员十分辛劳,但他们的敬业精神是值得赞扬的,他们的讲解服务以及相关服务得到了游客和市区领导的一致好评,也为双龙保证客源做出了一定贡献。同时金华双龙作为金华的一个窗口,展现了金华人的热情、淳朴,为金华三峰国际旅行社树立了良好的对外形象。

二、积极开展内接外连，广交朋友。

20xx年，三峰国际旅行社为了拓展旅游客源市场，发掘旅游发展潜力，积极配合市区两级旅游治理部分的工作，公司出资多次派旅行社经理出外考察学习。学习国内外先进的旅游治理经验。7月份旅行社参加了市举办的旅游推介会，印发旅游宣传材料近万份，并在10月份派人参加了在广州举办的国内旅游交易会，学到了国内一些著名旅行社的成功经验，同时也扩大了我旅行社的对外影响力，树立了三峰国际旅行社良好的社会形象，广泛结交了旅游届的业内人士，为旅行社的更好发展打下了坚实的基础。在内接方面，积极与本地其他旅行社联合推出爱国主义基地特色旅游，通过同行宣传我们的景点，增加了旅游收进，为旅游业的更好发展奠定了基础。

根据公司部署，今年年初对旅行社班子进行了调整，新上任的班子根据旅行社职员少、任务重的具体情况，采用建立健全规章制度来弥补不足，建立了讲解员岗位责任制，讲解员培训制度，并在年初聘请**学院旅游与地理系教师进行专业指导，从软件和硬件两方面充实旅行社的气力。这些职员通过培训和实际接待，大大进步了旅行社的整体接待水平。全年无旅游投诉事件。同时还加强导游员队伍其他素质的培养，如：碰到紧急情况时的应急心理素质，气质及才艺的培养，我旅行社的专职导游受到了国内外游客的一致好评，为旅行社的稳步向前发展奠定了坚实的基础。

四、上下团结一致，圆满完成了侵华日军金华要塞遗址的接待工作。

侵华日军金华要塞遗址的接待工作，是旅行社工作的一个重要组成部分。针对金华旅游热，前来参观的游客呈逐年上升的趋势和游客要求越来越高的情况[]201x年旅行社加强了对侵华日军金华要塞遗址的开发和治理工作，新增添了必要的服务设施、对景区进行扩建，开发多处废墟遗址，展修环行

路20xx余米，同时也对讲解职员进行了重点培训。抽调办公室治理职员对景区加强治理，按上级部分的治理要求，对治理职员、解说职员、保卫职员从各方面进行有针对性的培训，使景区的治理更趋于规范化，在多次的接待、讲解中，受到了国内外友人、有关部分领导的多次好评，进步了金华旅游城市的着名度。我们在开展旅游业，扩大着名度的条件下，更注重社会效益，一年内免费接待各地领导、当地关工委、妇联、中小学生团队、部队官兵多次，为有关部分进行爱国主义教育提供了基地。保证了侵华日军金华要塞遗址的日常接待工作，而且为20xx年“金华年”和“九一八”活动提供了教育基地，做出了提出贡献，截止年底，侵华日军金华要塞遗址共接待国内外游客8万余人次，景区收进8万多元。

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。

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；

旅游销售工作计划和总结 旅游销售工作计划与总结 篇二

。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。

旅游销售工作计划和总结 旅游销售工作计划与总结 篇三

__年全市旅游工作的指导思想是：认真贯彻落实_《关于加快发展旅游业的意见》及全省、全市经济工作会议精神，以_____为统领，牢固树立政府主导、企业主体、市场运作的理念，以加快发展，优化结构为主题，以市场开拓、项目建设、企业培育和服务提升为重点，围绕把旅游业培育成为国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，着力打造旅游目的地，增强吸引力；着力打造旅游客源地，增强竞争力；着力打造旅游集散地，增强辐射力，实现全市旅游经济的稳步较快发展，为转方式、调结构作贡献。

奋斗目标是：全市接待国内游客2800万人次，入境旅游者30万人次，分别增长15%和18%；实现旅游总收入214亿元，增长16%。

认真贯彻落实《关于加快发展旅游业的意见》、山东省委、省政府《关于进一步促进旅游业又好又快发展的意见》和济宁市委、市政府《关于推进全市旅游业跨越发展的决定》等文件，发挥政府主导发展旅游产业的作用。举办旅游产业发展专题报告会，进一步强化大旅游和综合性产业观念，将旅游业作为重点培育的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业，纳入国民经济和社会发展的第十二个五年规划。认真落实旅游奖励政策，积极鼓励旅行社组织招徕游客来我市旅游。落实国民休闲计划、带薪休假制度，积极扩大旅游消费。出台《全市旅游资源管理办法》，加强旅游资源开发建设和经营管理，充分发挥各类资源的经济效益和社会效益。

紧紧抓住转方式、调结构的机遇，将旅游业融入全市经济发展大格局。联合相关部门，研究制定进一步促进旅游发展的措施，深入推进旅游与文化、文物、农业、工业、林业、水利、地质等相关行业的融合，打破部门、行业、所有制界限，实现共同发展。与文化部门联合出台《关于促进文化与旅游融合发展的意见》，切实加强文化与旅游的相互促进，与工业和信息化产业委员会、农业局等联合推进工农业旅游示范点创建工作，与水利局联合推进水利风景区开发建设，与渔业局联合推进休闲渔业示范点创建工作。

开展全市旅游资源普查工作，全面掌握旅游资源开发利用状况。科学编制《环城游憩带旅游发展规划》、《乡村旅游规划》等专项规划，发展城乡互动旅游。认真编制《济宁市旅游业发展第十二个五年规划》，着力将旅游业重点项目、重点工程纳入全市国民经济和社会发展的第十二个五年规划。完成《济宁城区文化旅游发展规划》。指导曲阜、金乡、梁山等县市完成县域旅游发展规划编制工作，组织好专家论证、评审工作。注重旅游规划同相关规划的衔接，争取市县编制和调整城市总体规划、土地利用规划、基础设施规划、村镇规划时充分考虑旅游业发展需要。加大规划贯彻执行和监督力度，确保开发建设严格按照规划进行。

认真实施项目带动战略，切实抓好大项目建设，重点推进宝相寺、梁山水浒文化旅游主题公园、南阳古镇、微山岛等过亿元的大项目。积极推进尼山景区开发建设；完成中都佛苑旅游区三期工程；启动以兴隆寺为主体的兖州佛教文化主题公园项目；加快微山岛和南阳古镇综合开发，发展生态休闲和体验旅游；积极推动金乡羊山风景区等重点项目建设；推动梁山水浒文化主题公园项目建设，形成一批高端旅游产品。认真发挥重点旅游项目进度数据库作用，加强对重点项目进展情况的调度和动态管理，建立定期公布项目进度制度。

旅游销售工作计划和总结 旅游销售工作计划与总结 篇四

三年内建立宁夏旅游目的地形象，宁夏成为西北旅游的热线，旅游产业拉动区域经济的效果明显改善。

五年内成为国内影响较大的旅游目的地，旅游成为宁夏的龙头产业，旅游信息流的带入引爆当地的价值观念，产业结构做出重大调整，旅游形象整体提升了当地形象，投资环境大为改善，进而拉动宁夏地区的整体经济发展。

五年内形成国际上有一定知名度的旅游目的地。

二、形象策略

- 1、以宁夏形象作为市场切入点，带动宁夏旅游形象；
- 2、以宁夏整体的旅游形象作为宣传诉求；
- 3、以宁夏旅游核心品牌形象作为促销诉求；
- 4、宣传单个旅游产品的形象；

以核心景点形象形成宁夏旅游品牌形象，以核心品牌旅游形

象带动宁夏旅游整体形象的塑造和传播。

三、营销区域的划分

20xx年—20xx年以国内其它地区和港澳台、东亚地区以及南亚、西亚穆斯林为主要目标客户群；以欧美为重点客户群。

四、媒体选择策略

媒体选择以投入少、覆盖面广的媒体为主。广播电台的听众以司机、老人为主，这部分人的旅游需求较小；杂志读者以22岁以下的年轻人为主，他们属于收入较低的阶层，旅游需求较低；户外媒体投入大，受众少，也不宜选择。比较而言，电视传播面广，受众面多，由于卫视的价格较高，故以有线电视为主；网络已成为现代人工作和生活不可获缺的工具，而且使用网络的人收入较高，文化层次较高，旅游消费观念较强，网络媒体也可成为主要的媒体选择。为在行业中树立良好形象，可选择国内几家知名的旅游报刊。

五、价格策略

将现有门票全部改为光盘门票，将各景区的门票价格提高30%，门票的提高部分可用于支付光盘门票的成本。实行高价策略有了打折的空间，旅游旺季时进行打折促销，让利于旅行社与游客，价格优惠会大大提高外地旅行社的积极性。

配合特定的公关活动，对某些景点，如沙坡头、六盘山作为青少年接受大自然教育活动基地，实行年票制，即交纳一定的费用后，全年可以免费到该景区游玩。年票的范围仅限于16岁以下的青少年儿童。

旅游销售工作计划和总结 旅游销售工作计划与总结

篇五

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、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；