

# 酒店销售人员工作计划 酒店销售个人工作计划(精选5篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，成绩已属于过去，新一轮的工作即将来临，写好计划才不会让我们努力的时候迷失方向哦。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？那么下面我就给大家讲一讲计划书怎么写才比较好，我们一起来看一看吧。

## 酒店销售人员工作计划 酒店销售个人工作计划篇一

针对万国名园酒店特有的环境和现有条件，硬件服务在投资完成后便很难改变，因此我们应当将酒店软件服务尽可能提升一个层次。包括酒店员工普遍素质的提高，酒店处理业务的办事效率等。对酒店来说，经营是前提，管理是关键，服务是支柱。酒店是服务性行业，主要靠接待顾客，为顾客提供多功能的服务，“顾客至上”是酒店必须遵循的宗旨。

当今社会，网络和新的信息技术已成为人们必不可少的工作生活“伙伴”，电子科技已经渗入到社会各个层次和领域，在网络信息化的时代，发展网络平台，以网络为媒介，传输销售信息，发展新的客源将成为企业间竞争必不可少的渠道。

因此，我们在传统酒店销售之外，提高网络信息化应用力度，建设良好的网络销售平台，让更多的散客和外地客源通过网络了解万国名园，提高酒店知名度，从而达到品牌效应。通过2012年携程网络客房订单统计，网络销售在总订单中占比例较往年有很大增长，并呈逐步上涨趋势。

建立一支熟悉业务，并且相对稳定的销售团队。人才，是企业最重要最宝贵的资源，一切销售业绩都来源于销售团队的每一个成员，一支具有凝聚力和合作精神的优秀销售团队，是企业的根本，在20xx年销售部将把建立一支和谐具有杀伤

力和竞争力的销售团队和销售人员的培养作为一项主要的工作来完成。

针对20xx年员工在工作中暴露出的不足，部门将重点对员工进行培养，提高员工业务水平和个人综合素质，将新员工的培训程序化规范化，提高员工对部门相关各项业务操作流程的熟练程度，提高业务水平，增强服务意识。销售人员实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话等二、三、四工作步骤，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，反馈给部门经理。

健全销售制度，在最短时间内建立一套明确系统的业务管理办法。销售管理一向是企业的老大难问题，销售员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。

工作之一建立完善得客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力得客户等进行分类建档，详细记录客户得所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位得折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户得业务联系，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得生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们得祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户得感情交流，听取客户意见。

根据酒店管理下达的销售任务，把任务根据具体情况分解到每月，每周，每日。继而每月，每周，每日的销售目标分配到各个销售人员身上，各自完成各个时间段内的销售任务，并在完成销售任务的基础上，提高销售业绩。我认为酒店明年的发展是与整个公司员工综合素质、酒店上层的方针、

团队建设密不可分的。提高执行力的标准，建立良好的销售团队和有一个良性循环的工作模式是做好销售工作的关键。

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客得需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体销售活力，创造最佳效益。

20xx年，销售部将在酒店领导得正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造销售部得新形象、新境界。与其他部门共同努力，把酒店的营业额和知名度提上一个新的台阶。

## 酒店销售人员工作计划 酒店销售个人工作计划篇二

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届三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。

### 一、齐心协力，酒店年创四点业绩

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%□

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届三中全会精神。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牢工作。

## 酒店销售人员工作计划 酒店销售个人工作计划篇三

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xx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。营销代表实行工作志，每工作日必须完成两户新客户，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。

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，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。

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。

## **酒店销售人员工作计划 酒店销售个人工作计划篇四**

\_\_年酒店全年营业任务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，\_\_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\_\_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\_\_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。

## 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，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。

## **酒店销售人员工作计划 酒店销售个人工作计划篇五**

### **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