

旅游销售工作总结报告 旅游销售计划(模板7篇)

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。通过制定计划，我们可以将时间、有限的资源分配给不同的任务，并设定合理的限制。这样，我们就能够提高工作效率。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。

旅游销售工作总结报告 旅游销售计划篇一

旅游业是创汇创收的外向型综合性很强的新兴产业。加大宣传力度，开拓旅游市场，是加快旅游业发展头等重要的问题；开发市场的广度和深度，是宣传成效的具体标志。旅游现在已经成为人们生活中必不可少的一项活动。成立石家庄办事处，做好市场和景区之间的衔接工作，从而达到旅游企业(景区)和旅游者的“双赢”目的。

一、推广目的：

- 1、一年时间推出景区，让石家庄70%旅游爱好者认知养子沟风景区；
- 2、让石家庄旅行社对景区有深入的了解，充分推广景区优势资源；

二、推广范围：

石家庄、邯郸

注：推广方向以石家庄为中心点，以地接方式扩廷周边市场

三、市场分析

1、石家庄市场概况

(1)、地理位置，人口：石家庄市地处华北平原腹地，北靠京津，东临渤海，西倚太行山，是首都的南大门。现辖6个区、12个县、5个县级市和1个国家级的高新技术开发区，总面积1.58万平方公里，全市常住人口约1000万人，市区300多万人。

(2)、交通情况：铁路—京广、京山、津浦、石太、石德、京包、京秦、京原等13条铁路干线及只线、地方铁路行程了石家庄为枢纽的铁路网。石家庄火车站位于市区中心地带，铁路—石家庄公路如网，通车里程达4万多里。石家庄有多个长途汽车客运站。

(3)、经济发展：石家庄市是河北省省会，全省的政治、经济、科技、文化和信息中心。改革开放以来，石家庄人民焕发出加快发展、富民强市的勃勃生机和活力，在参与全球经济竞争的大潮中，不断创造出优良业绩。目前石家庄已成为经济特色明显、主导产业突出、人民生活丰富、发展前景广阔的中国北方重要城市之一。石家庄市一个具有发展潜力的'城市，自然资源丰富，交通通讯便利，基础设施配套，工商业发达，市场前景广阔，投资环境较为优越，是国内外客商投资兴业的理想之处。

2、竞争对手分析

本地旅游资源丰富。有国家级名胜风景区5处(苍岩山、嶂石岩、清西陵、野三坡、白洋淀)，省级风景区名胜区2处(封龙山、天桂山);还拥有国家历史文化名城—正定，省历史文化名县—赵县;以及省级旅游度假村(蟠龙湖、苍岩山、温塘、嶂石岩)，国家级森林公园1处(五岳寨)，以及省级森林公园7处(仙台山、驼梁(野河漂流)、南寺章、赤支、九州湖、西柏坡

等), 邢台天河山漂流, 北京(白河湾漂流/延庆妫河漂流/京北第一漂(龙潭涧自然风景区内)/拒马河漂流。据了解□20xx年五一黄金周期间旅游市场秩序良好。在旅游接待、输出增势迅猛的情况下, 今年旅游市场有所升温, 但也不是很乐观。由此可见, 在诸多旅游方式中多数石家庄人倾向于中短线旅游。

总体上来说河北市场旅游资源丰富, 具有较强的竞争力。但是本地风景区以山为主, 没有大片水域, 也没有文化特色, 参与性项目不多, 而养子沟风景区是一个以水上娱乐项目、旅游观光、休闲养生度假为主的旅游风景区, 具有独特韵味, 这也是河北旅游市场本地景区所无法比拟的竞争力。

四、关于养子沟的发展趋势

提高养子沟在旅游产品中的地位

以上关于景区的市场分析充分说明景区完全有能力成为旅游产品中的核心产品。考虑到石家庄旅游市场交通和市场不成熟的现状, 可以仍将景区与其它周边特色景区(或参与性活动)相结合推广出市场, 但应该确立景区特色景观和特色旅游服务作为“主菜”的地位。这种做法不仅有利于景区自身的发展, 也有利于克服观光景区因生命周期引起的多种问题。

养子沟一定要走出河南

跨区域游客正每年逐步的增加, 这是一个必然的发展趋势。尤其在南方来说, 景色完全不同于北方, 不具有北方山水文化特色。现在北方很少景区介入外省和国际市场, 短时间内快速进入外围市场的浪潮中, 是景区推广发展的必然趋势。因此景区更需要健全软、硬件设施, 大力推广, 让景区走出河南。

打造中国特色旅游品牌

北方旅游景区具有一定的数量，可能存在着恶性竞争的后果。利用自身资源优势避免恶果的最好办法就是推出景区特色，创建特色旅游品牌形象，尽可能多的占领市场份额，这样大大促进了旅游市场的整体发展。同时也需要政府提供一定的平台支持。例如推出以特色活动为主体的促销活动，建立“河南旅游网”与国内品牌商家达成战略同盟关系等显示景区的特色和实力。

建设小江南旅游地产新名片

旅游景区的发展是与旅游地产紧密相连的，养子沟景区具有南方的水乡特色是北方很罕见的地或，且地域险峻，交通便利，占具核心位置，非常利于旅游地产的开发。但任何一个新生景区成熟至少需要三年的时间，所以在旅游地产的开发和景区的建设推广上必须有机结合才能得以顺利进行。只要打造知名景区才能创建旅游地产和农家示范村的新名片。

五、市场运作方式(策略)

1、了解石家庄旅行社状况，从而有针对性的选择合作对象达成战略同盟(进行采线，深入了解景区)。

石家庄共有旅行社100多家，其中可以走国际线路的旅行社共有8%，走国内线路的较大旅行社占45%。我们在工作中要和其中1家做为主推社，5-10家旅行社作为辅助推广达成长期友好的合作关系(其它社可做为散拼社)，以助于市场长期稳定的开展。

2、加强服务意识，提高服务质量，强化业务知识，从而提高景区的整体工作水平。

在工作中使旅行社和社会群体对景区有一个深入直观的认识。作为旅行社启用哪条线路主要还是以赢利为目的，所以我们在不影响自身复利益的情况下给出旅行社较大的利润空间，

这样就能在旅行社这个平台上使景区得到更大范围的推广。

实施方法：景区要制定完善的经营制度和服务体制，主要具体工作由景区领导负责。同时导游部每月要对导游进行专业技能培训，以便能够更好的为旅行社和游客服务，提升旅游整体的服务质量。

3、积极开展内接外连，广交朋友，做好本地旅行社、新闻媒体和景区之间的衔接工作。

学习本地知名旅行社的成功经验，与合作媒体及旅行社或商家举行大型活动，扩大景区对外影响力，树立景区的良好形象，广泛结交旅游届的业内人士，为景区旅游市场的更好发展打下坚实的基础。在内接方面，积极与本地旅行社搞好关系，通过同行线路合作宣传我们的景点，增加旅游收入，为景区旅游业的更好发展奠定基础。

实施方式：制定最优惠的门票销售政策和返点政策对与旅行社行社合作，特殊时期需制定特殊的优惠政策。详情见养子沟风景区销售协议。拟定旅行社意见回访表，每同与各界同行进行加访，及时发现问题，解决问题。根据不同时期，景区，旅行社联合户外旅游俱乐部、4s车行、写生俱乐部、拓展单位结合新闻媒体制定有利益推动旅游市场发展的新政策。

4、努力做好机关企事业单位团体的业务工作。

企事业单位和机关团体旅游在旅游业占有很大的空间，这些单位每年都有一定的旅游计划，基本上都属于公费，而且人数较多。只要达到双赢目的，合作应会顺利。

实施方法：通过电话营销方式与各大事业单位联系，开展旅游业务推广工作，运作可通过主推社执行。

六、广告投放建议

广告媒体就像是大海中的一叶飞舟，将商品信息传达给全球每个角落。可以说，如果没有媒体，广告将无用武之地。在信息爆炸的时代，广告媒体的发展也是日新月异，种类不断增加，形式不断变化。电视、报纸、杂志、广播，接触消费者多，号称四大广告媒体。

1、公交电视媒体：

电视声音、画面兼具，广告的观赏性最强，最能引起消费者的兴趣。电视普及率高，广告可深入大众人群、各个层次的消费者，诉求力强。电视传播不受时间的限制，传递迅速。动感画面，借制作技术最能强化商品特色。由于观众主要是收看时被动看广告，收视率高，如广告安排密集可快速收到宣传效果。

2、报纸媒体：

报纸覆盖面广，读者广泛、稳定，遍及会各阶层，阅读丰富，广告宣传范围也很广。广告时效可达一日或更长，到达率相对提升。广告制作比较简单，费用亦比较经济。报纸具有新闻性、知识性等显着特征，提高了读者阅读兴趣，从而使报纸广告也深受其益。广告登在报纸上白纸黑字，不易消失，便于长期保存。

3、发宣传单：

印刷品是最经济实用的宣传方式，而且能够快速收到效果。精美的宣传单能给人很强的视觉冲击，从而引起人们的出游欲望。

4、大型活动

大型宣传活动，可以更大限度的吸引旅游爱好者们的眼睛，重要节日的推广活动能在广大的社会人群中引起反醒。

配合景区执行的活动，联合合作社拉新闻媒体互动举行自驾、养生、教育等为体裁的活动。同时借用合作媒体推广景区，提升景区在市民心目中的认知度。

七、媒体计划(表略)

效果分析：

通过系列媒体营销宣传后，全面提升景区的品牌形象及社会知名度，从而带动社会广大游客的慕名前来，大大提高景区旅游效益。

八、媒体合作：

媒体门票销售置换合作单位：

1. 与商情报合作，免费为景区做媒体推广，针对自驾旅游游客，景区免活动期间相应人数的门票。
2. 与燕赵晚报《好男好女》合作，免费为景区做媒体推广，景区免活动期间相应人数的门票。
3. 与河北电台《城市快跑》合作(直播间讲景区)，景区免活动期间相应人数的门票。
4. 与河北新闻门户网《长城网》、河北新闻网、河北交通电台互动合作，景区免活动期间相应人数的门票。

以上每个活动执行时，需要细化。景区争取赢利点(如：免活动期间相应人数的门票或部门门票、其它娱乐方面)。

九、20xx年养子沟景区盈利额预算

1、景区盈利点情况预计：

1、门票收入

养子沟景区：60元/张

门票总收入：60元/张*2500人=150000元(15万元)

2、停车场收入

按每辆小车停车费5元/辆，小车过夜10元/辆；大车10元/辆，大车过夜20元/辆。5月到10月期间按60辆车计算，停车场收入理论上可达到20元/辆x60辆=1200元(0.12万元)

3、景区大闯关项目

大闯关旅行计费用：20元/人，5-10月按(2/3人)1500人参加活动。

费用：20元/人*1500人=30000元(3万元)

4、售货收入

按游客在景区内10元/人消费水平计算，预期收入为10元/人*2500人=25000元(2.5万)

5、住宿餐饮收入

费用收入：(45元+15元)*2500人=150000元(15万)

6、配套娱乐设施收费——

景区内配套娱乐设施，如卡拉ok、篝火晚会冷饮等，如按照将产生收入——(略)

2、景区营业额预计情况分析

表2：景区营业额预计情况一览表(表略)

通过分析景区的赢利点，结合景区的最大接待能力，我们得出了20xx年5月至10月期间，景区的最大营业额理论上可达到35.62万元(如表2所示)。

$35.62\text{万元} \times 70\% = 24.93\text{万元}$

以上为2011年营业额预期情况分析。

总之，在20xx年市场推广的工作中我们要强化服务，树立形象、加强效益，争取超额完成公司预定的目标，取得一定的成绩。但也会存在一些不足，还望公司领导多予以帮助、批评。在公司的支持下我会以饱满的热情，为企业勇创佳绩。为发展景区的旅游事业做出我们新的贡献！

旅游销售工作总结报告 旅游销售计划篇二

一、20____年旅游营销主要工作

(一)加大营销宣传力度，为发展旅游产业造势

1、充分利用区内外媒体宣传我区旅游资源。

五一、国庆、中秋等重大节假日前，我局都要在区级报纸、电视、大渡口区公众信息网发布区内旅游企业举办的相关活动，发放电子优惠券、代金券。20____年共向广大市民推荐了依托我区国家aaa级旅游景区“重庆华生园金色蛋糕梦幻王国”的工业观光游；依托国家aaa级旅游景区“南海温泉娱乐园”的养生度假游；依托遍布全区的42个主题公园和148个小游园的都市公园游3条都市旅游线路，大力宣传我区旅游环境，促进区旅游事业的发展。

2、借在市内举办的大型活动之机进行宣传。

国内旅游交易会上，组织重庆旅游学校、重庆华生园，九萱麦杆1画，堰兴剪纸等参加旅游产业及旅游商品展示，组织区内社会各界人士到现场参观，我局荣获优秀组织奖，实现了我区旅游获奖零的突破；组织大渡口区旅游学校参加市旅游局举行的全市旅游系统唱读讲传文艺汇演，160名中小學生以唱歌、舞蹈的表演形式演绎了《太阳出来喜洋洋》《红梅赞》和《长江之歌》，获得很高的评价一开场就掀起了整台晚会的高潮，并荣获三等奖。

3、积极挖掘和打推介旅游产品。

经过区内相关部门的精心培育，通过区旅游局的大力推广，堰兴剪纸、九萱麦草画、乱针绣和华生园“杂包儿”等特色旅游产品已逐渐进入全市人民的视野。其中，九萱麦草画被我区四大班子作为馈赠重要客人的指定礼品；堰兴剪纸更是被列入世界非物质文化遗产名录。

(二) 加快景区开发和酒店建设，提升旅游硬件水平

1、打造南海温泉旅游景区。

按照市政府“一圈百泉”项目 打造南海温泉旅游景区。建设要求，今年将南海温泉创建国家aaa级旅游景区作为我局的重点工作，高起点、高标准进行规划、打造。针对企业实际情况，局领导亲自参与景区的创建工作，旅游发展科安排专人全程参与指导创建工作。目前南海温泉已经被重庆市景区质量等级评定委员会批准为国家 aaa 级旅游景区。

2、建设高星级旅游酒店。

通过招商引资，我区第一个按五星建设高级旅游酒店。星级标准建设的旅游饭店—国港(国际)大酒店项目于20____年____月正式落户我区，标志着我区无高档酒店的历史即将结束。为确保该项目的顺利推进，明确了1名副处级领导全程跟踪服

务，特事特办，目前各项工作进展顺利，外部改造、装饰工程已基本完成，按照进度安排，能够保证20____年__月前开业。

3、发展特色都市休闲游。

按照“五个重庆”发展特色都市休闲游的总体要求，依托我区已建和在建的42个主题公园和148个小游园”，发展以“公园游”为主的特色都市休闲游。目前中华美德公园、大渡口公园、思源公园、义渡公园、双山公园等均已建成并免费向游人开放，其中中华美德公园以其“礼仪诚信、仁义孝悌、大智博爱、爱国敬业、自强不息”的中华美德内容”被评为重庆市爱国主义教育基地、首批廉政教育示范基地、公民道德建设基地和未成年人思想道德建设基地。

区商业中心与大渡口公园连成一片，宽敞的步行街、舒适的购物环境得到了多个市领导的肯定。积极发展农家乐，提升现有农家乐的品质，发展高端农家乐以满足更多游人特别是市民的短期休闲的需要。

(三)落实扶持政策促使旅游业快速发展

为加快我区现代服务业的发展步伐，区委、区政府20____年出台了《关于加快现代服务业发展的意见》和《重庆市大渡口区扶持现代服务业发展暂行办法》确定区财政每年拿出1000万元作为发展专项资金支持a级旅游景区、星级农家乐、星级酒店的打造。

旅游销售工作总结报告 旅游销售计划篇三

加强旅行社安全工作管理，确保各项旅游安全制度的贯彻落实，旅行社成立以总经理为组长、各部门负责人为副组长的工作领导小组，总经理是旅行社安全工作第一责任人，全面负责旅行社安全工作，对其他各成员进行具体分工，职责明

确，责任到人，要做到分工合作，齐抓共管。努力提升广大游客满意度，推动旅行社在市场化竞争中创机制、转方式、促发展。

- 1、坚决杜绝以不合理的低价组织旅游活动，通过安排购物或另付费项目获取回扣以及其他侵害旅游者权益的违法行为。
- 2、坚决不与无资质经营旅游业务旅行社合作、不采用无运营资质旅游车辆、不使用无导游资格执业人员。
- 3、不强迫或者变相强迫旅游者购物，通过合同外加点收费等欺客宰客行为。
- 4、严格遵守国家法律法规，在旅游业务范围内经营，受委托招徕业务及时向旅游部门报备。

导游员在工作中要认真履行安全生产责任，努力完成责任目标：

- 2、导游员在上团前，必须接受旅行社安全知识培训，并随身携带《安全手册》。
- 3、导游员在团队出发前，必须向游客介绍旅行过程中安全须知（交通安全、食品卫生、治安防范等）。
- 4、在旅游行程中，导游员必须随时向游客提示有关安全防范内容（上车、下车、景点、住宿、餐饮、购物等需注意的事项），避免发生安全责任事故。
- 5、导游员必须与旅游汽车驾驶员相配合，提示驾驶员禁止违章行车、疲劳驾驶等不安全行为，保证行车安全。
- 6、遇有安全事故发生时，旅行社应启动《突发公共事件应急预案》，导游员作为现场第一责任人，必须挺身而出，及时

报告，及时协助有关部门进行处理。

7、安全事故处理结束后，要及时将事故发生基本情况形成书面材料，报旅行社备案。

旅游销售工作总结报告 旅游销售计划篇四

根据旅行社目前的经营现状，我社如想在有限的市场份额面前占有一席之地，就得具有超越单纯价格竞争的新竞争思路，以创新取胜，以优质取胜，以价廉取胜，以服务取胜，以快速取胜，以促销取胜等等。所以，我社明年在加强自身建设的同时，必须加大营销工作的力度，以促进我社的发展，在集团公司的领导下，把旅行社做大做强。

1. 在旅行社设专门的公务旅游业务组。可以提供比如代订饭店客房、代办交通票据和文娱票据，代客联系参观游览项目，代办旅游保险，导游服务和交通集散地的接送服务等，为会议主办方排忧解难，做好后勤保障工作，为与会代表提供丰富而周到的服务。

2. 制定一句旅游业务的宣传口号，可以通过一句琅琅上口的宣传口号反映出我社的市场定位。我认为(让我代理你的移动)比较合适。

3. 通过一切渠道获取有关政府机关、各企事业单位的商务会议信息。

4. 主动出击，承办其商务会议及旅游业务。

5. 提供周到而丰富的系列服务。

6. 加强与主办方的联系，形成稳定的回头客。

二、除了做好公务旅游这一市场外，旅行社传统的休闲旅游

这一块业务要继续做，并且要稳步发展，力争明年达到组团和地接人数xx人次的预期目标。

1、在旅行社成立休闲旅游业务组。

2、在休闲旅游业务组内部又可细分为组团业务和地接业务两大部分。

3、根据不同的业务特点，采取不同的营销活动。力争做一个客户便留住一个客户，建立完整的客户档案，因为维系一个老客户比去发展一个新客户容易地多，可以更容易形成客户对我们的品牌忠诚。

4、加强与外地组团社的联系与沟通，主动地向他们提供我们最新的地接价格以及线路的变化，并根据他们的要求提供所需的线路和服务，并有针对性地实行优惠和奖励。

5、主动地走出旅行社，走访南昌各大机关单位、团体、学校、医院、企业等，甚至是深入大街小巷，上门推销我们的旅游产品，这样不仅仅是推销产品，也是在做最廉价的广告宣传。

旅游销售工作总结报告 旅游销售计划篇五

20xx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。

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。

旅游销售工作总结报告 旅游销售计划篇六

第一周，我们接受了为期四天的专业知识培训，复印了大量的北京2日游宣传单，到一些小区、公园进行宣传。大家克服了心理障碍，勇敢地迈出了第一步。而且，在宣传和接受咨询的过程中，对旅游市场和公众的产品需求，有了初步了解。但本周由于对市场了解不充分，产品单一，加上销售技巧欠完善，没有发展出意向客户，一次性复印资料较多，开支显得有些浪费。

第二周，在接受石经理的业务技巧培训的同时，我们回顾了上周工作，总结了经验教训。为克服旅游线路单一的缺陷，开发石家庄周边一日游产品。和经理去平山进行景区踩点，查找网络资料，借鉴其他旅行社的做法，和大家一起设计了石家庄多条周边一日游路线。

周六、周日，我利用休息时间，造访了两个小区(清馨苑、青园小区)的居委会，和清馨苑居委会达成了合作关系;青园小区也在收费的前提下，被允许在小区内宣传;与****村领导达成了合作协议;与多所高校的多名教师、学生建立了联系。

第三周，根据不同消费群体如大学生、城市居民、农村村民的以及不同年龄段人群的特定需求，进一步完善了旅游产品设计。对上周开拓的几个市场，进行了市场跟踪：和一名大学生联合，组织一批佛教信仰者，参加了苍岩山庙会之旅。

苍岩山庙会之旅的出团情况：虽然未带正式导游，游客表示遗憾，但我尽心竭力为游客服务，帮助大家拎包，搀扶老人，与几个领袖人物进行深入交流，以热情的言语和周到的服务弥补了经验的不足，得到游客的认同和好评，大家平安出行，顺利返回，并表示愿意继续与我们合作，参加6月份的五台山庙会。这次出团的不足之处是，由于过于信赖该学生工作能力，自己在出行之前，没有与这批游客进行直接沟通，导致30多个报名者只有14人成行。

第四周，和前期联络的***村干部，组织了40多名村民，报名北京2日游，几经商讨，已经确定产品内容。和部分村民进行了沟通后，初步建立了信任关系，大家表示如第一次出团旅程顺利，服务到位，还愿意参加平山温泉、驼梁等多条线路的旅游。

根据村民的心理，制订了针对老顾客的真情回馈计划：第一次出团者，馈赠帽子一顶，免费拍照3-5张；在本公司三次出团者，馈赠质量可靠的布鞋一双，以回报老顾客的支持。

之后，与几个同行进行了联络、洽谈；与一名保险公司的会计建立了联系，得到她提供的信息：在5、6月份，她单位将组织员工赴山东泰山旅游。我们将尽力争取这次机会。

公司开业一个月来，我作为一名旅游行业的新兵，认真参加各项专业培训，自己也阅读了不少旅游的相关资料，进行了深入思考，了解了旅游工作的特点和程序，初步掌握并亲身体验了旅游产品销售和导游技能。也意识到自己专业功底欠缺；各个地区的旅游专线信息掌握不够熟练。

工作建议

- 1、开发更多的线路，开拓旅游大市场。进行国际路线(如朝鲜)的宣传和组织。
- 2、开拓更大的游客群。把比较成熟的旅游路线如北京2日游，尽快在同类型市场上大范围推广、占领。
- 3、鉴于目前正处旅游旺季，时机宝贵，建议公司的工作时间适当调整：是否可在旺季时减少周末休息时间一天，待淡季时补休。
- 4、出团的服务细节要更加细致、到位。如领队带照相机、常备药品、队旗、扩音器等。
- 5、争取赞助商或购物点商家的支持，为游客提供小礼品，如笔、包、口杯、牙签盒、雨伞、购物袋、扑克牌等。
- 6、加大力度招聘员工。采取多种措施，调动所有员工的主动性、积极性。进一步提升和改善员工的个人形象、工作技巧。

旅游销售工作总结报告 旅游销售计划篇七

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“2015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”。

2

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2015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。

感谢您的下载与阅读，祝您工作顺利、万事如意！！！！

各位领导、同事：

大家好！

同比增长的一倍多，这是我们全体员工的集体努力换来的，这是需要 we 继续按照这个方针工作下去的根本。

虽然今年在全球金融危机的影响下，我们国家的经济受到了巨大的影响，可是我们旅行社却在这种经济困难的情况下实现了旅游业绩大大发展，逆势而行，这不能不说是一种奇迹。而这种奇迹就是建立在我们全体员工辛勤努力的情况下实现的，这是十分值得我们总结的地方。我们的旅行社是xx年10

月成立的，真正的做业务是从xx年4月15日开始至今已三年半有余，在各位领导的关怀鼓励下，不断学习，自己加压，业务从无到有，从小到大，开拓出一条属于自己的旅游发展新路。

一. 敢于承担责任，取得组团社及来承游客的信任，更好的开展旅游业务。

在旅游业务过程中，最让人怵头的事就是游客对旅游过程中某个环节的投诉，“一票否决”，从不在责任问题上推诿，互相指责，而是敢于承担责任，不给组团社找麻烦，深刻的认识到组团社与地接社间“责任”与“利益”的一致性，用诚信架起了友谊的桥梁，巩固了业务合作成果，人脉，人气不断上升！

我们注意到旅行社企业需要赢利，但忽略过程中的某一环节，甚至于急功近利“一槌子买卖”势必是搬起石头砸自己的脚，只注重结果，而不注重过程的办法是不可取的。

二. 立足长远，把工作落到实处，从细节上做文章。

保证高标准严要求，从根本上做到让游客满意为宗旨的服务理念，“无投诉，零缺陷，打造旅游绿色通道”不是空洞的，是每一个游客都能感受到的，不把“游客是上帝”作为口号，而是真正的让游客找到做上帝的感觉，进而树立品牌，树形象，扩大影响。回顾一年半的历程，截至目前接待游客23247人，组团700人次，达到了无投诉，零缺陷，收到游客表扬信500多封，锦旗四面，固定客源及友好协作单位不断增加，发展趋势良好，达到了社会效益、经济效益双丰收。

目前，我社有业务人员8名。计调2名，固定团队导游员14名，散客导游10名，职责分工明细，全体人员牢固树立不给xx旅游摸黑，不给xx丢脸的思想，各尽其责，各司其职每人上岗之初先交质量保证金xx—5000元不等，保证其为游客提供优

质服务，为避免各部门利用职务方便，做出损害游客利益的事件发生，游览过程分段负责，互相监督，引入竞争机制，鼓励开展外联活动，参加全国大中小旅游促销会议10余次，发放各类旅游宣传品xx0余份。业务的良性开展为形成合力，巩固公司品牌效应，起到了很好的保障作用。

三．充分利用网络媒体，积极开展电子商务。

随着通讯和计算机技术的发展，因特网的不断普及，使旅游信息的流转不再受时间、空间的限制，旅游资源的经营者和最终的旅游消费者之间能够建立起更直接的关系。

我国网民人数的增加为计算机网络信息交流的普及和广泛应用奠定了基础。作为旅游业三大支柱之一的旅行社担负着组合旅游产品、并直接向旅游消费者推介和销售的职能，同时又担负着向旅游产品供应企业及时反馈旅游市场需求的功能。旅行社的这一中介地位决定其收集信息、传递信息、综合利用信息的重要性。因特网将旅行社推向变革的大潮之中。因特网所引发的学习革命必将会对旅行社产生巨大的冲击：一方面，旅行社可以从网上轻而易举地获得超大量的信息，可加强旅行社与旅游供应商和旅游者之间的联系，也可使旅行社的传统经营运作方式信息化、简单化、科学化，促进旅行社经营管理现代化；另一方面，因特网也会把旅游供应商和旅游消费者聚集在一起，互通信息，以致抛开旅行社中介机构，不必依靠旅行社所提供的信息，就可以直接进行买卖活动，旅行社传统的市场将被其他类型的竞争者分割。

四．抓思想教育，业务培训经常化。

导游是旅游的灵魂。导游在整个旅游过程中的`作用不可低估。经过培训考核确立自己的固定导游队伍。从思想上业务上严格要求，使大家意识到自己的责任重大，谁也不愿成为第一个被投诉的导游员，设立委屈奖，鼓励优质服务标兵，奖罚分明，例如：凡我社导游员获得客人表扬信者，免除此导游

员所带旅游团的全部人头费，以此作为奖励，让导游和旅行社利益双收、风险共担。每年抓淡季组织导游员进行政策法规，景点的讲解的培训，在培训的过程中大量的引用我社导游员旺季带团中所遇到的大大小小问题，深入剖析问题根源，并本着合理合法的原则，结合客人当时的心理变化分析出最周到有效的解决办法，以供大家分享，从而使得每个导游员可以在别人实战带团中，汲取工作经验，为今后更好的为客人服务、巩固与组团社间互信的关系，都奠定了良好的基础。在导游业务培训过程中，不光要突出讲解内容精彩，更要强调对《旅游心理学》、《市场营销》、《旅行社管理概论》、《公关礼仪》相关知识的培训，因为做为一名合格导游员在带领好客人进行观光游览的同时，还要合理的适当的激发客人的消费动机，从而促进我市经济的发展，拉动我市绿色gdp增长。针对组团社，导游员更是代表着地接社的形象与接待能力，强化导游员对《旅行社管理概论》的学习其意义在于使导游员了解旅行社经营过程中各部门工作内容，充分认清地接社、宾馆、酒店、以及组团社之间的利害关系及利益分配，使得导游员在工作过程中，在满足对客人服务同时，能够配合好所在旅行社各部门的工作，更能照顾到组团社的利益，全陪的利益，从而使自身的工作能够顺利展开，从根本上避免了因导游员不了解旅行社业务原因，造成客人投诉或为我社砸掉老客户等事情的发生。每次培训时间不少于20天，使所掌握的知识能够更好的应用于实际工作中，同时也激发了我社导游员的学习热情，更为来年工作的展开，提供了思想上的保障。年终组织优秀导游员外出旅游，既作为奖励，又作为一次与异地同仁学习交流的好机会。

五. 建立长期有效的合作机制，保证通道畅通无阻。

与我社合作的宾馆、酒店、都经过我们实地考察，听取游客的意见和建议保质保量的为游客提供服务。旅行社总经理和各协作部门经理经常往来了解情况，我社通过举办“xx-xx旅游联谊会”的形式，一方面可以巩固加强与相关单位的合作关系，对旺季的工作做出总结，另一方面也可以使我社各部

门外联过程中的工作透明化，从根本上杜绝了计调吃房差，导游用餐差现象的发生。让游客真正感受到通道的舒适、温暖与畅通。落实财物制度，不过分给宾馆，餐厅压价，不欠合作单位一分钱。树立了在协作单位中的良好形象，使协作单位领会xx文化，融入绿色通道，为游客提供绿色优质服务。

二月份：利用情人节及春节，弄点拜年活动，在网上弄个抽奖啥的；

九月份：中秋节，感恩为主题，做个感恩线路吧
十月份：十一长假，玩起来你比我专业
十一月份：相对而言没啥节日，看看自己安排点啥吧
十二月份：圣诞节呀！

第一周

接受了为期四天的专业知识培训。

复印了大量的北京2日游宣传单，到一些小区、公园进行宣传。大家克服了心理障碍，勇敢地迈出了第一步。而且，在宣传和接受咨询的过程中，对旅游市场和公众的产品需求，有了初步了解。

但本周由于对市场了解不充分，产品单一，加上销售技巧欠完善，没有发展出意向客户；一次性复印资料较多，开支显得有些浪费。

第二周

在接受石经理的业务技巧培训的同时，我们回顾了上周工作，总结了经验教训。为克服旅游线路单一的缺陷，开发石家庄周边一日游产品。和经理去平山进行景区踩点，查找网络资料，借鉴其他旅行社的做法，和大家一起设计了石家庄多条周边一日游路线。

周六、周日，我利用休息时间，造访了两个小区（清馨苑、青园小区）的居委会，和清馨苑居委会达成了合作关系；青园小区也在收费的前提下，被允许在小区内宣传；与****村领导达成了合作协议；与多所高校的多名教师、学生建立了联系。

第三周

根据不同消费群体如大学生、城市居民、农村村民的以及不同年龄段人群的特定需求，进一步完善了旅游产品设计。

对上周开拓的几个市场，进行了市场跟踪：和一名大学生联合，组织一批佛教信仰者，参加了苍岩山庙会之旅。

苍岩山庙会之旅的出团情况：虽然未带正式导游，游客表示遗憾，但我尽心竭力为游客服务，帮助大家拎包，搀扶老人，与几个领袖人物进行深入交流，以热情的言语和周到的服务弥补了经验的不足，得到游客的认同和好评，大家平安出行，顺利返回，并表示愿意继续与我们合作，参加6月份的五台山庙会。

和前期联络的***村干部，组织了40多名村民，报名北京2日游，几经商讨，已经确定产品内容。和部分村民进行了沟通后，初步建立了信任关系，大家表示如第一次出团旅程顺利，服务到位，还愿意参加平山温泉、驼梁等多条线路的旅游。

根据村民的心理，制订了针对老顾客的真情回馈计划：第一次出团者，馈赠帽子一顶，免费拍照3-5张；在本公司三次出团者，馈赠质量可靠的布鞋一双，以回报老顾客的支持。

之后，与几个同行进行了联络、洽谈；

与一名保险公司的会计建立了联系，得到她提供的信息：在5、6月份，她单位将组织员工赴山东泰山旅游。我们将尽力争取

这次机会。

认识和收获

公司开业一个月来，我作为一名旅游-行业的新兵，认真参加各项专业培训，自己也阅读了不少旅游的相关资料，进行了深入思考，了解了旅游工作的特点和程序，初步掌握并亲身体验了旅游产品销售和导游技能。

- 1、开发更多的线路，开拓旅游大市场。进行国际路线（如朝鲜）的宣传和组织。
- 2、开拓更大的游客群。把比较成熟的旅游路线如北京2日游，尽快在同类型市场上大范围推广、占领。
- 4、出团的服务细节要更加细致、到位。如领队带照相机、常备药品、队旗、扩音器等。
- 5、争取赞助商或购物点商家的支持，为游客提供小礼品，如笔、包、口杯、牙签盒、雨伞、购物袋、扑克牌等。
- 6、加大力度招聘员工。采取多种措施，调动所有员工的主动性、积极性。进一步提升和改善员工的个人形象、工作技巧。