

酒店年末营销计划 酒店营销年度工作计划 (优质5篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。写计划的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

酒店年末营销计划篇一

某某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，某某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。

在某某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，在某某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。

酒店年末营销计划篇二

__年，营销部的主要工作之一将放在提高散客入住率上。我们拥有大多数酒店不具备的优势，那就是良好的区位优势与便利的交通条件。我们会利用所有可能的工具（网络、报刊、杂志及短消息的应用）加大对酒店的宣传力度。力争全年在散客的入住率上有较大提高。

二、加强与各大旅行社间联系

__年营销部拟定在旅游黄金周到来之前，利用周末的休息时间，到省内几大的旅游城市进行走访，与__市的各大旅行社之间建立起长期的合作关系，使得这些旅行社有意向将团队安排到我们酒店，以确保酒店客房的收入。

三、加强主题、价格、渠道营销策略的应用

__年营销部会根据不同的节日、不同的季节制定相应的营销方案，综合运用价格、产品及渠道策略将酒店的客房，棋牌，餐饮组合销售。使酒店在竞争中始终处于主动的地位，以限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

四、加强部门间的沟通协作

五、具体的目标明确

a□会议计划收入为__万，理想目标是完成__万。

b□会议团队、旅行团队的总收入力争达到__万。

c□由营销部带来的餐饮收入突破__万

新的一年，我们必将继续探索，继续学习，我们希望又会有忙碌而充实的一年，但是明年再回过头来总结的时候，我们希望不再留有遗憾。我们不奢望尽善尽美，但希望营销部在新的一年里，各项工作都有起色，有突破，有创新，最终当然要有不错的业绩。

酒店年末营销计划篇三

今年重点工作之一建立完善的档案，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，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、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。

酒店营销部年度工作计划模板

酒店年末营销计划篇四

酒店总经理班子根据中心的要求，年初制定了全年工作计划，

提出了指导各项工作开展的总体工作思路，一是努力实现“三创目标”，二是齐心蓄积“三方优势”等。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，尤其下半年十六届四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。

1、经营创收。酒店通过调整销售人员、拓宽销售渠道、推出房提奖励、餐饮绩效挂钩等相关经营措施，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%□

3、服务创优。酒店通过引进品牌管理，强化《员工待客基本行为准则》关于“仪表、微笑、问候”等20字内容的培训，加强管理人员的现场督导和质量检查，逐步完善前台待客部门及岗位的窗口形象，不断提高员工的优质服务水准。因而，今年5月份由市旅游局每年一次组织对星级饭店明查暗访的打分评比，我店仅扣2分，获得优质服务较高分值，在本地区同星级饭店中名列前茅。此外，在大型活动的接待服务中，我店销售、前厅、客房、物业、餐厅等部门或岗位，分别收到

了来自活动组委的表扬信，信中皆赞扬道：“酒店员工热情周到的服务，给我们的日常生活提供了必要的后勤保障，使我们能够圆满地完成此次活动。”

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。

酒店总经理班子率先垂范，组织指导党员干部及全体员工，认真学习领会十六届四中全会精神。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。

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了八大工作。

(一) 以效益为目标，抓好销售工作

1、人员调整。酒店销售部划开前台等岗位，仅销售人员上半年就有x名，是同规模星级酒店的2倍多。酒店总经理班子分析原因，关键是人，是主要管理人员的责任。因此，酒店果断地调整了销售部经理，并将人员减至x名，增强了留下人员竞争上岗意识和主动促销的工作责任心。

2、渠道拓宽。销售部原来分解指标因人而定，缺少科学依据。酒店下达的经营指标却难如期完成。针对上半年出现的缺少市场调研、合理定位、渠道划分种种问题，总经理班子在调整了部门经理后，研究通过了下半年度的“销售方案”。其中在原有协议公司、网络订房、上门散客仅三条自然销售渠道的基础上，拓展增加了会展、团队、同行、会员卡等渠道，设渠道主管专人负责，并按各渠道客源应占酒店总客源的比例，相应地按比例分解指标。这样，一是划分渠道科学，二为分解指标合理，三能激励大家的工作责任心和促销的主动性，四可逐步再次减员增效，五则明显促进了销售业绩的提升。

3、房提奖励。根据本酒店市场定位为商务型特色酒店，以接待协议公司商务客人和上门散客为主，以网络订房、会展团队等为辅的营销策略，总经理班子参照同行酒店“房提”的一些成功经验，制定了对销售部前台接待人员按高出协议公司价售房后予以一定比例提成的奖励。这一房提奖励政策，极大地调动了前台接待员促销热情和服务态度，使酒店上门散客收入由上半年x万元升至下半年x万元，升幅约为x%□

4、窗口形象。销售部前厅除充分利用酒店给予的房提政策，加大促销力度外，还特别重视塑造酒店的窗口形象。其一，合理销控房间，保证酒店利益最大化。例如，在今年的车展、房展期间，合理的运作，保证客人的满意，也保证了酒店的最大利益，连续多天出租率超过100%，而平均房价也有明显的提高。其二，完善工作流程，确立各种检查制度。加强对前厅在接待结帐、交接班等工作流程上的修订完善，尤其是结帐时采用了“宾客结算帐单”，减少了客人等待结帐的时间，改变了结帐的繁琐易错。加强主管的现场督导。通过增加主管去前台的站台时间，及时解决了客人的各种疑难问题，并对员工的微笑服务方面起到了检查督导作用。加强主管和领班的双检查工作。要求主管和领班对每天每班的户籍登记等检查并签字，增强主管、领班的责任心。今年户籍登记、会客登记、上网发送等无发生一起错登漏登现象。总之，前厅部在总经理的带领下，层层把关，狠抓落实，把握契机，高效推销，为酒店创下了一个又一个记录，上门散客由原来占客房总收入的x%提高到x%[]最高日创收为x元，最高日平均房价为x元;全年接待宾客x万人次，接待外宾x万人次。

5、投诉处理。销售部尤其前厅岗位，是酒店的门面岗位，也是客人咨询问题、反映情况、提出建议、投诉不满等较为集中的地方。本着“宾客至上、服务第一”和“让客人完全满意”的宗旨，从部门经理到主管、领班，直至前台接待人员，除了能做到礼貌待客、热情服务外，还能化解矛盾，妥善处理大大小小的客人投诉。一年来，销售部共接待并处理宾客投诉约x起，为酒店减少经济损失约x元，争取了较多的酒店回头客。

此外，销售部按酒店总经理班子的要求，开始从被动销售到主动销售、从无序工作到有序工作、从低效谈判到中效谈判、从无市场调研分析等无基础管理到每月一次市场调研分析和客户送房排名等等，直接赢得了销售业绩的显著回升。下半年共创收x万元，比上半年增额x万元，增幅约为x%[]

2017年火锅坊营销工作计划范文

酒店年末营销计划篇五

- 1、充分了解酒店各种经营设施、经营项目。
- 2、销售部提出酒店市场定位建议，以报告形式上呈总经理。
- 3、参与酒店各部门价格制定，提出合理建议，以报告形式上呈总经理。

1、酒店周边经营环境分析。

2、竞争对手情况摸底分析。

3、酒店优劣式分析。

4、销售目标分析。

5、召开市场分析会议，以报表形式将销售部分析的情况告之酒店各经营部门。

6、提出合理改进意见，以报告形式上呈总经理。

制定好销售部岗位职责、规章制度，以报告形式上呈总经理批示。

1、制定酒店销售策略，以报告形式上呈总经理批示。

2、制定销售部政策与程序，以报告形式上呈总经理批示，并分发酒店各职能经营部门。

1、依据酒店员工手册工作计划，酒店及部门的规章制度对员工进行综合素质培训。

2、依据总经理批示的销售部政策与程序对员工进行专业技能培训。

3、依据酒店的现有情况对员工进行爱岗敬业、团队意识培训。

1、确立酒店标识。

2、制作酒店企业简介。

3、制作酒店各种客用印刷品以及客用问询表格。

4、参与酒店各部门经营环境的布置。

5、参与酒店各部门经营项目的确立，并提出合理建议。