

2023年酒店营销年度工作计划 酒店营销 工作计划(通用8篇)

时间流逝得如此之快，前方等待着我们的的是新的机遇和挑战，是时候开始写计划了。什么样的计划才是有效的呢？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。

酒店营销年度工作计划篇一

20xx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。

2、加强与各大旅行社间联系

20xx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(张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山等)进行走访，与地州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。

3、加强主题、价格、渠道营销策略的应用

20xx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。

4、加强部门间的沟通协作

5、具体的目标明确

a□会议计划收入为13万，理想目标是完成15万。

b□会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。

c□由营销部带来的餐饮收入突破40万

20xx□我们一起努力。

酒店营销年度工作计划篇二

20xx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。

20xx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，到省内几大著名的旅游城市(张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山等)进行走访，与地州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。

20xx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，以最大限度的吸引顾客，从而保障酒店经营目标的完成。

a□会议计划收入为13万，理想目标是完成15万。

b□会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。

c□由营销部带来的餐饮收入突破40万

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。我始终坚信天道酬勤，有付出，就一定会有丰硕的成果等着大家。

酒店营销年度工作计划篇三

尊敬的各位领导、各位同事：

大家好！

xx年带着不平凡的一页已悄然走过，虽然没有辉煌的硕果，但是它让每个人感到工作的充实，因为我们心连着心与盛世共同成长。做为盛世开元销售部一名销售人员，我总结起工作有以下几方面：

1、年个人帐款回收xx万元，超出计划xx万，其中预付款xx万元。在原计划中有5个月未能完成当月任务，总结原因主要是任务较高每月高达xx万。下半年由于受四川地震、奥运会影响到帐款回收，部分单位不能及时结算。导致11月、12月累计挂帐高达xx万。后期在12月份和元月份的努力下回收共计xx万元左右。

2、对客户维护开发方面，重点对到店客户进行服务跟进，针对不同客户的特别爱好进行合理配菜、餐前酒水、菜品安排以保证出品速度。加强部分单位自带酒水的保管。客户开发方面：根据上半年观察对部分消费较小暂停签单单位，进行重点跟进、恢复其挂帐消费。针对个别储值单位相对应放宽优惠政策及灵活性，加大消费力度。实行签单消费不足之处是新增签单客户较少，需要xx年合理开发。

3、积极配合酒店做好中秋月饼和春节礼品箱销售，在推销过程中吸取各方面经验，扩大销售门路，主动、积极、诚恳地进行推销。始终相信付出总有回报，成绩较为满意。

xx年工作计划：

a□重点对房地产公司做出消费评估和帐款清欠，根据不同情况进行处理，减少酒店资金流失。

b□有目的有计划实施回访，加大力度对原有单位情感维护。积极主动了解掌握市场信息，时刻关注客户消费的动向。吸取有消费能力单位前来消费，力争在销售、回款中有更大收获。

c□对现金客户维护实行以单位个人为名义签订现金消费协议，增加酒店现金收入资金运转。

在此建议公司：

1、对新增客户进行合理分配，不管是现金还是签单客户做到户户有人跟、投诉有人理、不满有人诉，避免回访时多人跟和无人管现象。

2、对新增销售员试用期应有相关部门进行基础知识酒店概况相关工作情况方面培训，应以开发客户和现金客户维护为重点。

3、年任务的制定应根据现有客户消费为基础，更科学制定年业绩考核政策和任务目标。

4、针对南阳治安差交通混乱现象，酒店应出台相关政策，对销售人员人身安全和现金回收给予相应保障，解决后顾之忧。

5、酒店每年对各挂帐单位进行消费统计、名次排列，统计每

年新增客户有多少，所流失客户原因在哪儿，对各大消费单位全员跟进，每年给予相应优惠活动政策。

最后衷心感谢酒店领导给予我们这个平台、各部门经理及同事的大力支持和密切配合，我坚信在现在领导的带领下，我们有信心有毅力完成既定目标，不断超越自我。

酒店营销年度工作计划篇四

20xx年的到来，在即将过完的寒冬里我们已闻到春天的清香，酒店销售部工作计划。于此同时，酒店给我们部门制定了新的工作计划，作为市场营销部的我们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。

针对前一年的工作总结，我们根据实际情况做出以下酒店销售部工作计划：

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。

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。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。

20xx年工作计划报告完毕，我们部门会尽最大的能力使服务

做到更好，利润收入更高。

针对销售部的工作职能，我们制订了市场营销部20xx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20xx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，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度销售任务完成情况及工作日记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。

20xx年，销售部将在酒店领导的.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。

酒店营销年度工作计划篇五

泗阳海欣君悦大酒店开业初期，形象认知度不高，品牌欠缺等问题，可以通过精心包装，倾力打造酒店优势特点，最终目的是以开业前后的活动为载体，将酒店全方位的宣传出去，先声夺人、打造海欣君悦品牌形象，达到目标市场认知程度，广泛吸引消费的关注，为开业后宾客盈门、经济效益提升打下扎实的基础。故在此提出酒店开业前市场推广活动计划，通常来说，消费者会对企业的四个方面比较关注，也是我们能够确立竞争优势的重要因素：产品、服务、价格、独特性。也可以用一句话来说明，我们在以什么样的价值定位来面对消费者，并且会持续地进行关注和投入。目前依照我们所了解的情况，整体的传播和营销策略应该分为三个阶段：

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、观光的四精品园林式

酒店。

酒店的整体市场应主要放在政府、社会企业为主，商务散客为辅，旅游市场作为淡季补充的客户群体。酒店客房的目标市场可以细分为：政府会议宴请、商务散客、会议团体市场(协议散客)、旅游团体市场、网络预定市场。其中可签协议的客户有：

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。

酒店营销年度工作计划篇六

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。

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。

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。

酒店营销年度工作计划篇七

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。

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，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。

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。

酒店营销年度工作计划篇八

今天我们回首过去总结20xx年的工作，放眼未来规划20xx年的全景工作，首先我谨代表公司董事会和xx公司全体成员向大家致谢，向默默无闻奉献在酒店一线的全体员工表示衷心的感谢，向辛勤工作、努力保障后勤的所有同仁表示由衷的谢意，向长期工作在外、东奔西跑的营销人员致以崇高的敬意。感谢大家在过去的一年里，在全体员工的共同努力下，通过大家辛勤的工作和无私的奉献，圆满完成了公司的营业任务指标，为公司的发展作出了积极的贡献。

回首过去的一年，酒店在集团x董、x董的领导下，紧紧围绕“一个中心、两个重点”为依据，即“以顾客为中心、重管理树形象、重发展控成本”，全年总营业额x元，出租客房间x间，平均房价x元，出租率xx%□总结今年的主要工作如下：

“顾客就是上帝、顾客就是朋友”一年来我们结合以顾客的需要为目标、以顾客的满意为标准，但是如何从行动中让顾客享有“上帝”感，不是靠一句就能展现出来的，要付诸行动从多方面着手：通过各岗位设立宾客意见建议表、实时跟进网络宾客的意见建议和不定时的拜访制度充分了解顾客的需求，并针对不同的问题和反馈的意见给予处理和反馈，并努力在多方面上提高员工素质，如每月不少于四次的内部培训，聘请老师对于前台员工专业英语的培训等，并努力提高管理水平，提供舒适的环境，提高服务质量等方面的工作相结合。根据顾客的需要，完善我们的工作方式，根据顾客的满意度来衡量我们的成绩。只有让顾客满意，酒店才能有更高的发展，因此酒店全年的工作始终围绕这个中心来进行，力争更多的“满意+惊喜”。

1、管理就是从细节开始，首先我们调整了内部的组织架构，将前厅部和销售部合并为营销部，后勤部门即保安部、人事部和工程部统一合并为行政部，客房房调整了逯经理为客房

部经理，通过组织架构的合并缩减了人员成本。

8、在酒店发展方面，一方面制定了相关的优惠政策，另一方面也加大了酒店的促销力度，如会员的充值奖励、钟点房的住满五次送一次等，通过这一系列的优惠政策，大大提升了散客、网络和会员的销售额，从原来占营业额的x%左右提升到了x%左右，进一步提升了酒店的知名度。

一年来我们做的有很多，其主要的目的就是希望能够提升我们的营业利润，并努力为员工创造一个良好、温馨的工作环境，回首过去的一年我们的不足还有很多很多：

6、服务的标准和意识整体有待于提升：很多员工在服务过程中往往很计较和在意相等的利益关系，凡事总是很在意个人的利益问题，无法同我们整个团队融为一体，例如，个别员工在卖房或做房时，若有提成其态度就表现得特别积极，反之，态度就一落千丈，这一方面很不可取，也因此会影响了我们整体的服务质量，服务的定律是 $100-1=0$ 的道理就是希望大家能够从一而终做好各项服务。

3、细化服务品质，提高宾客满意度：服务无定性，也无止境，坚持努力创造“满意+惊喜”的服务口号，做到微笑服务、真诚服务、用心服务，我们细化每一项服务细节，完善服务中的不足，追求服务的完美性，争取为客人创造更多的感动。

5、绩效考核的制定和实施：我店讲对整体员工的绩效进行明确的考核，实行多劳多得，绩效处罚/奖励等，进一步规范酒店的薪资方案制度。

成绩是对过去的肯定，新的挑战已然来临，我们满怀着收获的喜悦，迎来了充满挑战的20xx年，风正济时，正当扬帆远航，任重道远，仍需激流勇进，亲爱的伙伴们[]20xx年我们一起努力！