

餐饮营销报告 营销年度工作报告总结

在当下这个社会，报告的使用成为日常生活的常态，报告具有成文事后性的特点。优秀的报告都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编帮大家整理的最新报告范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

餐饮营销报告 营销年度工作报告总结篇一

20xx年已经过去，在这一年的时间中我通过努力的工作，也有了一些收获，临近年终，我感觉有必要对自己的工作做一下总结。目的在于吸取教训，提高自己，以至于把工作做得更好，自己有信心也有决心把明年的工作做得更好。下面我对一年的工作进行简要的总结。

我是去年9月份到公司工作的，仅凭对销售工作的热情，而缺乏对汽车行业销售经验和产品知识。为了迅速融入到这个行业中来，到公司之后，一边学习产品知识，一边摸索市场，遇到销售和产品方面的难点和问题，我经常请教各品系经理和领导和其他有经验的同事，一起寻求解决问题的方发和对一些比较难缠的客户进行应对方针，取得了明显的效果。

通过不断的学习产品知识，收取同行业之间的信息和积累市场经验，现在对我们现在处的市场有了一个大概的认识和了解。现在我逐渐可以清晰、流利的应对客户所提到的各种问题，准确的把握客户的需要，良好的与客户沟通，因此逐渐取得了客户的信任。所以经过大半年的努力，也成功谈成了一些用户购买我们的产品，在不断的学习产品知识和积累经验的同时，自己的能力，业务水平都比以前有了一个较大幅度的提高，针对市场的一些变化和同行业之间的竞争，现在可以拿出一个比较完整的流程应付一些突发事件。对于一整套流程可以完全的操作下来。

还有我的20xx年工作重点是在二线兼销售，二线的工作环节是十分关键重要的，在我们dfac销售的每台车都要经过二线的手。二线这个岗位是销售一线和用户之间的桥梁，一是，把一线的工作进行补充和完善，二是给用户进行指导和维系。在20xx年里我在二线的岗位上工作了一年，对我的全年工作满意度基本上是良好，我服务的用户，全年计算来可以说至少有一百多个！这么多用户是我感觉有些自豪感！8月底去总部进行模压训练，做一名合格的销售人员，10月份在我们的二级中兴公司进行据点销售和市场考察，在中兴我也学到了很多竞品的业务知识，这对我们产品销售十分有利。

本年度存在的问题

在20xx年7月1日国家实施“国三”政策，被迫我们把库里的大部分车进行了提前上牌，我们根据上半年销售的车型，进行了总结。用到了提前上牌的车上。我们也可以预测到，上半年的车型在下半年消化肯定不是很好，因为上半年的车型基本接近饱和，所以提前上牌车型选择有误。

在7月1日和6月30日，一天只差车价相差一万，用户有些接受不了，导致我们的产品到下半年库存量比较大，资金压力也比较大。到十月份又碰到全球性的金融危机，使市场一天比一天差，我们的日子更难过。

我在20xx年中坚持销售人员的三项基本原则，最守纪律，执行命令，完成任务，做好此岗位的工作。再希望公司多给我一些学习和受训的机会是自己的知识更加丰富和充实！

我希望再20xx年里我能从二线的岗位进到一线的销售岗位，成为一个完整的销售人员，我在20xx年的全年中我已经熟练的掌握了一整套操作流程。再加上我从事销售工作一年多的经验，应对和处理一些突发事情有自己的一些办法，我相信自己能做好一名合格的销售人员。如果我能进入到一线销售的

岗位上，我会努力使自己的销量和利润化。

已上是我在20xx年的工作总结，写的有什么不足之处，望领导谅解！

餐饮营销报告 营销年度工作报告总结篇二

一、圆满完成年度经营指标

按酒店餐饮部的全年经营收入指标为1000万元。全年实际完成营业收入12845854元，其中职工餐厅收入为20xx51元，客餐厅收入为9102836元，酒饮类收入为3181185元，香烟收入为251288元，其他收入为109194元，完成全年计划1000万的129%。

从今年的经营情况来看，今年比上年增加了6882041元。增长幅度为53%。其中客餐厅增加33220xx元，增长幅度为36%。职工餐厅增加18369元，增长幅度为9%。

二、顺利作好日常各项接待

全年共接待客人14786桌(134577人)，其中高档宴席2789桌(26884人)，会议3573桌(34532人)，宴席14506桌(146573人)，零客7610桌(76001人)，综合台面利用率为31%。与上年相比全年进餐量增加18741桌(192742人)。

三、严格落实各项管理制度

2. 完善部门会议制度，按照酒店要求，部门坚持召开每日班前班后会、每周管理人员例会、每月经营分析及菜品研讨会等，及时地沟通部门工作，发现问题及时分析，合理处理，总结经验。

把当天服务中发现的案例进行分析，讲评。通过培训部门部

分员工的服务技能得到很大的提高。

4、强化星级酒店的意识，自酒店开始创“四星”以来，部门就要求所有员工，提高认识，以自己是一名高星级酒店的一员而自豪，在工作中努力在对客服务的技巧和意识上下功夫，以为客人提供优质服务，实现自我价值为服务宗旨。

四、发动大众实现全员营销

在部门内部，鼓励员工全员营销，个个都做营销员，通过清收帐款，会议接待等机会，随时与客人保持联系，加强联络，增加客源，部门部分员工拥有了自己的常客，可直接为客人订房间消费。对老客户给他们以宾至如归的感觉，给他们更多的个性化服务，部门对来店过生日的客人及时赠送了鲜花或蛋糕，合理推销餐饮以外的酒店项目。比如，客人用餐完毕后，介绍客人在康乐场所消费，帮客人预定客房等。扩大了酒店的收入渠道。发挥部门的窗口作用，利用宴席接待量大的优势，通过发放联系卡片，主动介绍和朋友推荐等方式，推销部门的包房接待以及客房、会议室服务。很多员工已具备宣传酒店的能力。

部门全年还做了很多的工作，比如经常的组织员工活动，活跃员工业余生活；关心部门困难员工，集体捐助有难同事；员工拾金不昧等，但在很多方面还存在不足，更需要总结和分析，促进下步工作。

餐饮营销报告 营销年度工作报告总结篇三

按酒店餐饮部的全年经营收入指标为1000万元。全年实际完成营业收入12845854元，其中职工餐厅收入为20xx51元，客餐厅收入为9102836元，酒饮类收入为3181185元，香烟收入为251288元，其他收入为109194元，完成全年计划1000万的129%。

从今年的经营情况来看，今年比上年增加了6882041元。增长幅度为53%。其中客餐厅增加33220xx元，增长幅度为36%。职工餐厅增加18369元，增长幅度为9%。

全年共接待客人14786桌（134577人），其中高档宴席2789桌（26884人），会议3573桌（34532人），宴席14506桌（146573人），零客7610桌（76001人），综合台面利用率为31%。与上年相比全年进餐量增加18741桌（192742人）。

2. 完善部门会议制度，按照酒店要求，部门坚持召开每日班前班后会、每周管理人员例会、每月经营分析及菜品研讨会等，及时地沟通部门工作，发现问题及时分析，合理处理，总结经验。

把当天服务中发现的案例进行分析，讲评。通过培训部门部分员工的服务技能得到很大的提高。

4、强化星级酒店的意识，自酒店开始创“四星”以来，部门就要求所有员工，提高认识，以自己是一名高星级酒店的一员而自豪，在工作中努力在对客服务的技巧和意识上下功夫，以为客人提供优质服务，实现自我价值为服务宗旨。

在部门内部，鼓励员工全员营销，个个都做营销员，通过清收帐款，会议接待等机会，随时与客人保持联系，加强联络，增加客源，部门部分员工拥有了自己的常客，可直接为客人订房间消费。对老客户给他们以宾至如归的感觉，给他们更多的个性化服务，部门对来店过生日的客人及时赠送了鲜花或蛋糕，合理推销餐饮以外的酒店项目。比如，客人用餐完毕后，介绍客人在康乐场所消费，帮客人预定客房等。扩大了酒店的收入渠道。发挥部门的窗口作用，利用宴席接待量大的优势，通过发放联系卡片，主动介绍和朋友推荐等方式，推销部门的包房接待以及客房、会议室服务。很多员工已具备宣传酒店的能力。

部门全年还做了很多的工作，比如经常的组织员工活动，活跃员工业余生活；关心部门困难员工，集体捐助有难同事；员工拾金不昧等，但在很多方面还存在不足，更需要总结和分析，促进下步工作。

1、本年度部门发生多起员工纠纷，上半年职工餐厅厨师与前厅员工发生了打斗事件，下半年管理人员与员工发生打架事件，员工与厨师发生矛盾等，这些给部门及酒店带来了极大的负面影响，严重影响了部门的有序管理，事件发生后，酒店、部门并已做了相应的处理，并在部门针对以上事件进行了讨论和分析，要求员工相互尊重，相互宽容，避免类似问题发生，做到前车之鉴，后事之师。

2、部门物质管理需优化，比如餐厅的餐具、杯具器皿都出现破损仍然使用；部分设施设备使用不当，维护及时导致损坏无法使用；部分用品配备不齐将就使用；规格型号不一凑合使用；新旧物资混合使用等问题，使部门在服务接待中出现众多质量问题。针对此项问题，部门将在近期进行全面清查，及时补充、修复、完善。

3、部门内部衔接不清晰，在接待中，经常出现工作失误，特别是吧台的服务员，在联系客户、收银接待、上传下达方面出现误差，影响整体的餐饮接待。针对此项，部门严格要求，准备采用末尾淘汰，用合适的人来做适合事。

被动局面。此问题要从小事开始，严格要求，循序渐进，逐步提高。

酒店后厨没有自己的特色菜，或者说是拿手菜、“看家菜”，菜品更新及时，不能适应外界客人的需求，厨师工艺不全面，协调配合不默契。导致部分宾客对酒店的菜品不满意。针对此项，要求厨师集思广意，用心钻研，通过品尝、考察、挖掘来推出新菜、特色菜、当家菜。并做到及时更新。以优质服务 and 美味的食品来吸引更多的宾客。

部分员工业务素质不精，服务技能不熟，灵活性不强都直接影响了酒店的服务质量，特别是在客人多，标准高的接待中，更显部门员工能力的薄弱。这是制约我们提供优质服务的瓶颈。“员工素质不高不是我们的责任，但提高员工素质是我们的责任”，在下工作中，只有通过培训逐步提高员工的整体素质。

虽然酒店现在已经是挂了“四星”的高星级酒店，但是，员工没有达到“四星”级的员工，整体意识、服务意识、质量意识、团队意识、主人翁意识等未得到体现和发挥。正如有些客人的评价那样，酒店的硬件是一流的，但服务是要提高的。在下步工作中从招聘入手，从入职培训开始，从部门情况介绍到正式上岗全过程上，来培养员工的酒店意识，让员工了解酒店行业，熟悉自己工作的酒店，在自己喜欢的酒店中工作。

以上是对部门全年的一个总结，在很多方面分析的不透，总结的深刻，但就上述的问题，部门将以合理的安排，有力的措施去改进，为下一年的更大丰收而准备。

餐饮营销报告 营销年度工作报告总结篇四

首先在经营收入方面：

下降幅度也是比较大的；另外，在5月份餐饮收入也超额完成计划目标，主要是体现在宴会包桌收入的提高方面，占据了当月餐饮营收的很大比例；从以上经营收入汇总来年，与去年相比，今年同期都有所提高，尤其是客房收入方面，虽然较去年相比提高不大，但是在客源结构方面，散客所占的比重得到了很大的提高，也是符合酒店的市场定位的；另外，餐饮方面，此月份在营收方面虽然超额完成任务，但是在内部客源方面散客消费是呈下降趋势的，如何提高此类客源的消费应是下期工作的重点。

1. 部门工作方面：

2. 市场销售方面：

3. 营销活动方面：

本月主要对今年中秋节月饼市场进行考察，确定今年饭店销售方式；

以上是对营销部8月份工作的总结和对6月份工作的计划；

市场竞争对手报告

8月份周边主要饭店客房情况统计：

5. 89% 此月前半月的出租率较高；下半月一直下降；

进入9月份以后，整体酒店市场进入到全年中仅次于夏节之后的淡季，内宾团队客源和散客市场客户下降较为明显；会议市场方面根据情况不同，主要是产品发布会和订货会为主。

1.营销部工作总结

2.2019营销部年终工作总结

3.营销部门年终工作总结格式

4.营销部新员工工作总结

6.营销部年终工作总结

7.营销部年终工作总结

餐饮营销报告 营销年度工作报告总结篇五

1、本年度部门发生多起员工纠纷，上半年职工餐厅厨师与前厅员工发生了打斗事件，下半年管理人员与员工发生打架事件，员工与厨师发生矛盾等，这些给部门及酒店带来了极大的负面影响，严重影响了部门的有序管理，事件发生后，酒店、部门并已做了相应的处理，并在部门针对以上事件进行了讨论和分析，要求员工相互尊重，相互宽容，避免类似问题发生，做到前车之鉴，后事之师。

2、部门物质管理需优化，比如餐厅的餐具、杯具器皿都出现破损仍然使用；部分设施设备使用不当，维护及时导致损坏无法使用；部分用品配备不齐将就使用；规格型号不一凑合使用；新旧物资混合使用等问题，使部门在服务接待中出现众多质量问题。针对此项问题，部门将在近期进行全面清查，及时补充、修复、完善。

3、部门内部衔接不清晰，在接待中，经常出现工作失误，特别是吧台的服务员，在联系客户、收银接待、上传下达方面出现误差，影响整体的餐饮接待。针对此项，部门严格要求，准备采用末尾淘汰，用合适的人来做适合事。

被动局面。此问题要从小事开始，严格要求，循序渐进，逐步提高。

二、菜品开发不及时

酒店后厨没有自己的特色菜，或者说是拿手菜、“看家菜”，菜品更新及时，不能适应外界客人的需求，厨师工艺不全面，协调配合不默契。导致部分宾客对酒店的菜品不满意。针对此项，要求厨师集思广意，用心钻研，通过品尝、考察、挖掘来推出新菜、特色菜、当家菜。并做到及时更新。以优质服务和美味的食品来吸引更多的宾客。

三、员工素质参差不齐

部分员工业务素质不精，服务技能不熟，灵活性不强都直接影响了酒店的服务质量，特别是在客人多，标准高的接待中，更显部门员工能力的薄弱。这是制约我们提供优质服务的瓶颈。“员工素质不高不是我们的责任，但提高员工素质是我们的责任”，在下工作中，只有通过培训逐步提高员工的整体素质。

四、酒店意识要加强

虽然酒店现在已经是挂了“四星”的高星级酒店，但是，员工没有达到“四星”级的员工，整体意识、服务意识、质量意识、团队意识、主人翁意识等未得到体现和发挥。正如有些客人的评价那样，酒店的硬件是一流的，但服务是要提高的。在下步工作中从招聘入手，从入职培训开始，从部门情况介绍到正式上岗全过程上，来培养员工的酒店意识，让员工了解酒店行业，熟悉自己工作的酒店，在自己喜欢的酒店中工作。

以上是对部门全年的一个总结，在很多方面分析的不透，总结的深刻，但就上述的问题，部门将以合理的安排，有力的措施去改进，为下一年的更大丰收而准备。