

酒店营销部工作总结及工作计划

篇1：酒店营销部工作总结及工作计划

在匆匆忙忙中，一年又完毕了。我们满腔信心地迎来20xx年。过去的一年，是酒店全年营收及利润指标完成得较为差强人意的一年。值此辞旧迎新之际，有必要回忆总过去一年的工作、成绩、经历及缺乏，以利于扬长避短，发奋进取，在新一年里努力再创佳绩。

一，以效益为目的，抓好销售工作

1、人员调整。酒店将销售部人员进展调整，不断扩大销售队伍，增强了在岗人员竞争上岗意识和主动销售的工作责任心。销售部领导班子分析，提升销售业绩主要是管理好销售人员，下达科学、合理的销售指标，鼓励大家的工作责任心和主动性。

2、客构扩展。酒店在原有协议单位、上门散客、国际卡等自然销售渠道的根本上，拓展增加了团队房、网络订房等渠道，并按各渠道客应占酒店总客的比例，相应地按比例分解指标。这样，下达给销售员的指标才有据可依，分解指标合理，能促进销售业绩的提升，进而能使酒店下达的经营指标如期完成。

3、餐、房提成奖励。根据本酒店市场定位的特色，以接待协议单位商务客人、上门散客和国际卡客人为主，以网络订房、团队房等为辅的营销策略，制定了对销售部人员按高出每月销售指标后给予以一定比例提成的奖励。这一奖励政策，极大地调动了销售人员的工作热情和增强了效劳意识。

4、投诉处理。销售部直接效劳客人，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、效劳第一”的宗旨，销售部接待并妥善处理宾客的大大小小的投诉，为酒店减少了经济损失，争取了较多的酒店回头客。此外，销售部按酒店领导的要求，开场从被动销售到主动销售、从无序工作到有序工作，直接赢得了销售业绩的显著上升。

二，根据客户反应，酒店仍存三类问题

一年的工作，经过全体员工的共同努力，成绩是明显的。但不可忽略所存在的问题。这些问题，有些来自于客人投诉等反应意见，有些是酒店质检或部门自查所发现的。

1、设施设备不尽完善。尤其是客房的桌椅棱角破损、墙纸发霉、浴帘发霉、地毯污浊、地砖裂缝等情况较为严重。

2、效劳技能有待提升。一表如今效劳技能人员文化修养、专业知识、外语程度和效劳才能等综合素质上下不一、参差不齐；二表如今酒店尚未制订一整套标准的系统的实在可行的“鼓励形式”；三效劳技能随意性等个体行为较严重。

3、效劳质量尚需优化。从屡次检查和客人投诉中发现，酒店各部门各岗位员工的效劳质量，横向比拟有高有低，纵向比拟有优有劣。反复出现的问题是，有些部门或岗位的局部员工，仪容仪表不整洁，礼节礼貌不主动，接待效劳不周到，处理应变不灵敏。此外，清洁卫生不仔细，设备维修不及时等，也影响着酒店整体的效劳质量。

通过对酒店全年工作进展回忆总，鼓励鞭策着全店上下增强自信，振奋精神，发扬成绩，整改问题。并将制订新一年的治理目的、经营指标和工作方案，以指导20xx年酒店及部门各项工作的全面开展和详细施行。根据目前酒店情况，首先树立“以市场为先导，以销售为龙头”的思想;为了更好的开展销售工作，我们销售部制定了20xx年的工作方案，并在工作中逐步施行。

针对营销部的工作职能，我们制订了市场营销部20xx年工作方案，如今向大家作一个汇报：

一、建立酒店营销客户通讯联络网。

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，有开展潜力的客户等进展分类建档，详细记录客户的所在单位，联络人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，定期拜访新老客户，维护好客户关系。

二、开拓市场，建立灵敏的鼓励营销机制。

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，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。

三、热情接待，效劳周到。

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪效劳，注意效劳形象和仪表，热情周到。制作宾客意见反应调查表，向客户征求意见，理解客户的需求，及时调整营销方案。

四、做好市场调查及促销活动筹划

经常组织部门有关人员搜集，理解旅游业，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待效劳动向，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敏的推销方案。

五、亲密合作，主动协调

与酒店其他部门接好业务合工作，亲密配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门亲密联络，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最正确效益。

市场营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店进步声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，制订营销方案起起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通

营销渠道，开拓市场，进步经济效益和社会效益起到重要促进作用。在新的一年里，希望各部门在工作中合作愉快，携手为酒店创造佳绩。

篇2：酒店营销部工作总结及工作计划

市场营销部的作用是重大的，它负责对外处理公共关系和销售业务，同时也是酒店提高声誉，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。针对营销部的工作职能，我们制订了市场营销部××年工作思路，现在向大家作一个汇报：

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，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。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。

篇3：酒店营销部工作总结及工作计划

随着2024年的到来，酒店营销部在过去的一年中取得了显著的成果，同时也面临着新的挑战。以下是对2023年工作的总结以及对2024年的工作计划。

一、2023年工作总结

1. 营销策略的实施

成功推出了“商务精英计划”，为商务旅客提供了定制化服务，提升了顾客满意度和忠诚度。

利用大数据和人工智能技术，精准定位目标客户群体，提高了营销效率和转化率。

2. 线上线下的整合营销

优化了酒店官方网站和移动应用程序，提升了用户体验和在线预订量。

举办了多场线下活动，如品酒会、健康讲座等，增强了与顾客的互动和品牌粘性。

3. 客户关系管理

实施了CRM系统，实现了客户信息的统一管理和分析，为个性化服务提供了支持。

定期进行客户满意度调查，根据反馈改进服务，提升了顾客忠诚度。

4. 合作伙伴关系

与多家旅行社和在线旅游平台建立了战略合作关系，增加了客源渠道。

举办了合作伙伴答谢活动，巩固了合作关系，为未来合作打下了坚实基础。

5. 市场分析和品牌推广

定期进行市场调研，把握市场动态和趋势，调整营销策略以应对竞争。

通过社交媒体和内容营销，提升了品牌知名度和美誉度。

二、2024年工作计划

1. 营销策略优化

根据市场变化和顾客需求，进一步优化现有营销策略，提升营销效果。

探索新的营销方式，如体验营销和事件营销，吸引更多目标客户。

2. 数字化转型

继续推动酒店数字化转型，利用新技术提升运营效率和服务质量。

加强数据分析和利用，为营销决策提供科学依据。

3. 客户体验提升

深化客户关系管理，提供更加个性化和定制化的服务，提升顾客体验。

加强员工培训，提升服务水平，确保顾客满意度。

4. 合作伙伴关系拓展

扩大合作伙伴范围，与更多相关企业建立合作关系，共享资源，共同发展。

优化合作机制，提升合作效率和效果。

5. 市场洞察与品牌建设

加强市场分析和预测，及时调整营销策略以应对市场变化。

持续进行品牌建设，通过高质量的内容和互动，提升品牌影响力和市场占有率。

6. 危机管理与可持续发展

制定应急预案，提高应对突发事件的能力。

推行绿色酒店理念，降低运营成本，提升企业社会责任形象。

综上所述，酒店营销部在2023年取得了显著成绩，为2024年的工作打下了坚实基础。在2024年，我们将继续坚持以顾客为中心，不断创新，提升服务质量，实现酒店营销业绩的持续增长。

篇4：酒店营销部工作总结及工作计划

XX年的工作可以提炼出三个关键词即探索、忙碌与遗憾。营销部成立至今，我们一直在学习，在摸索。在寻找符合酒店自身条件的营销模式。然而又由于整年我们接待了大量的会议，使得我们整年都很忙碌。由于人力不足，精力有限，我们在顾及会议接待的同时，没有做到真正的营销。这是我们遗憾的地方。转眼又到了年底，是该停下来总结一下了。现在将XX年的工作总结如下

一、营销部主要完成工作

1、会议接待方面

营销部至成立之初，酒店领导就将会议接待的完成情况确立为考核营销部工作的重要指标，为此营销部力求重点突破，全力以赴以确保全年经营目标的完成。营销部克服了人员不足，工作量大，会议场地局限及相关设施设备老化等诸多困难，圆满完成年初制定的11万的经营目标。截止到11月30日，会议的总收入达到167469元12月会议收入参照11月估算，全年会议收入有望突破18万。这一成绩的取得除了营销部两位成员之间的精诚团结与密切合作之外，离不开酒店所有领导的正确领导与关心，更离不开其他部门同事的大力支持与帮助。XX年围绕更好地吸引顾客，引导顾客消费，在征得酒店领导同意的情况下，营销部在会议接待的硬件配置方面做了如下努力

A、由于会议室的桌椅大部分已经破顺，加之原有的桌椅数量也无法满足大型会议的需求，为改变现状添置了80把新的会议椅、10条会议桌、18块新台布。

B、电器方面添置了一组无线话筒、一个投影仪、两个无线路由器

C、中公教育的培训会议期间，由于需要多个分组教室，我们将闲置的办公室及时清理出来，以保障会议的成功举行

2、客户的开发与维护

A、客户开发：XX年营销部新开发个人和商务公司协议客户30个，与13个协议到期客户续签了协议。重新签订了3家单位的资信协议。新签订5家网络订房公司艺龙网、移动12580、电信118114中国航信、亿客栈等。

B、客户的维护：首先将原有的客户资料进行分类存档，对处于休眠状态的协议客户一一进行电话拜访。通过拜访了解到顾客不来消费的原因大概有以下几个方面的原因一是由于公司办公地点搬迁于是就近选择合作的酒店、二是公司更换了负责外联的负责人、三是主观觉得酒店设施设备过于陈旧而放弃合作、四是只为某一次合作的优惠价格而临时签订协议，之后并无继续合作的机会。

其次我们将积分兑房的面延伸到棋牌，使得长期在棋牌消费的宾客也能通过积分兑换的方式获得实惠。截止11月30日，客房棋牌发放积分卡240张，积分兑换的客房为129间

。给宾客办理积分卡在吸引回头客，稳定客源方面取得一定的效果。

第三个方面就是在符合条件的宾客中，选取部分忠实客户发展成金卡客户。XX年共计发放金卡17张

3、旅游市场的整体开发

一直以来，酒店与旅行社几乎不存在合作，今年营销部在这一方面可谓取得重大突破。四月份开始酒店陆续开始与中青旅、景湘国旅、湘西国旅合作。截止11月30日，酒店共接待旅行社用房383.5间，共计为酒店客房带来的收入为XX元

除旅行社外，XX年营销部与普通商务公司间的合作也取得了一定的成绩。四月份起，陆续接待了诸如阳光人寿、采煤技术研讨、萧氏宗亲会、中公教育、舍得酒业等先后19批次的团队，共计使用酒店客房XX间。实现房费收入XX元

XX年1月至11月期间，通过营销部预订的各类宴席，团队用餐共计在餐饮消费的金额为XX余元。全年必将超过XX万。这一成绩为酒店整体经营目标的完成做出了相应的贡献

二、营销部在工作中存在的不足

1、在把握市场动向，应对市场变化方面的能力有所欠缺

营销部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，树立良好形象的一个重要窗口。它对经营决策，制定营销方案起到参谋和助手的作用。然而由于不善于扑捉市场动向，加之获取信息的渠道单一或者是对市场信息的关注度不够，所以在应对整个旅游市场的变化方面显得比较生涩。最突出的例子是失去XX年XX市政府采购会议定点单位的资格。主要就是因为没有关注到相关信息的发布而直接错失投标的机会。在此，我们要作深刻的检讨。另一个方面的不足表现在无法根据目标市场、季节的变化制定出相应的营销策略。

2、与宾客间的互动不足

营销部在日常的工作中，除了会议接待的过程中有较少的与顾客面对面交流的时间，其它几乎没有机会与宾客交流。或者说存在这样的机会我们在无意间就放过了。我们无法知道顾客需要什么，无法获得宾客在酒店消费的直观感受，甚至有投诉或建议宾客都有可能找不到表达的对象。这样就很难给宾客创造宾至如归，温馨如家的消费体验。这一方面恰恰被我们在日常工作中忽略掉了。

3、新兴市场与新客户的开发力度不够

XX年营销部虽然在旅行社团队与会议团队的接待量上相较以往有了长足的进步，但总体而言力度不够，还应该有较大的上升空间，旅行团的房费收入占全年房费收入的比例还不到1%，会议团队与旅行团共同的房费收入占酒店房费收入的比例也不到3.5%，全年开发新协议客户的数量更是屈指可数。在XX酒店业竞争白热化的情况下，原有的目标消费群体几乎被瓜分

殆尽，这种情况下就要求我们要不遗余力开发新的客户，寻找新兴的消费市场。很显然，营销部在这方面投入的精力是不够的。

三、XX年工作计划年工作计划年工作计划年工作计划

1、努力使散客的入住率上一个台阶

XX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

XX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

XX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。

4、加强部门间的沟通协作

建立良好的沟通机制是有效实施营销方案和完美服务顾客的保障。因此营销部会一如既往地积极主动地与各部门进行沟通协作，相互配合。以一个整体面对顾客，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益

5、具体的目标明确

A、会议计划收入为XX万，理想目标是完成XX万。

B、会议团队、旅行团队的总收入力争达到XX万。

C、由营销部带来的餐饮收入突破XX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

XX，我们一起努力。

