

酒店营销部工作计划 (精选4篇)

篇1：酒店营销部工作计划

一、目标市场分析猜测

1、区市场分析猜测

近几年来随着社会的进展、人们的思想提高，旅游业的增加，使得经济进展快速，目前酒店业在市内非常看好。从市场角度分析，现在中抵抗酒店市场日趋饱和，高星级酒店在两年内竞争不算激烈，可以从中采纳各种应对措施稳定客源。

2、竞争对手分析

对于每个酒店来说，每个同档次的酒店都是自己的竞争对手，甚至某些不同档次的酒店也成为潜在竞争对手，但从目前状况看，在本市的竞争对手的不是在市区的星级酒店，而是四周的几家连锁酒店。连锁酒店都是依照总店的经营模式定位，而不会依据实地的实际状况定位。

3、本酒店竞争技能分析

本酒店的优势：

1、本酒店属于自创酒店运用自己的模式和定位，可依据人们的消费水平自行调价来提高住客率，不用根据连锁酒店的模式予以定价，可依据当地的实际状况(淡、旺季)随时推出活动，打造几间独特的婚房，从这方面就有肯定的独占性和排他性。

4、销售模型制定

为使销售过程与销售小组活动的关系正常化，制定顾客进展模型，对顾客进行销售前讨论，以收集并猜测顾客愿望，分析其销售潜能;然后探究和分析其特定需求，进行性格化销售宣扬，决断竞争者类型及范围;接下来制定满意目标顾客需求的明确的协议书，以得到顾客的认同;第四步是实施详细策略营销，尝试添加满意或超越顾客需求的增值产品或服务;第五步，随时追踪监控服务反馈信息，保证顾客满足最大化;最末是了解时尚趋势，细心讨论客户将来需求以保持和扩大伙伴关系。

5、全年本酒店客源猜测

全年稳定客源首先是关系户，协议客户，老客户，旅行社，维护新客户。

二、全年市场定位和目标确定。

全年我店的主要目标市场应确立为商务市场为主导(包括商务散客、商务会议

、)，旅游市场为辅。商务市场的开发，我们需要着力拓展商务会议团队，不但只是四周地区的，而且要把触角进展到其他县、区，提高酒店的知名度和美誉度，把酒店打造成为本市知名商务品牌。保证顾客的忠诚度，为今后的竞争打下基础。

依据淡旺季不同月份、各黄金周制定不同的促销方案，做为各月份工作重点和目标。

篇2：酒店营销部工作计划

一、主要工作

会议招待市场。第一在酒店领导重点开发承揽中小型会议市场，着重内部公司会议招待好的精神指导下，增强与关系单位的联系，认识采集会议信息，常常交流，按期走访，对会议的各项要求进行逐渐落实，仔细招待好每一次会议。精心仔细得做好每次的会议要求，加大会议宣传力度。

第一季度，招待了中山区教委会议，国风药业会议，大连信达怡学术报告会议，招待公司会议2次（10楼会议室）802，711会议5次，每次会议招待都顺利达成任务。

二、跑市场，揽客源，稳固新老客户

每年第一季度需要跑市场，揽客源。从昨年开始客源市场特别不好，受金融风暴影响，酒店行业经营暗淡。要想生计就要睁开开发新客源，跑市场。第一季度，第一要跑市场，从正月十五后，先后对老客户进行走访，如中山区政府各做事，区卫生局、城建局、执法局、经贸局、人事局、电车公司、衡器厂、深造学校、中山区教委、中山国税局、中铁一局大连做事处等进行拜见，认识今年客源状况。重点拜见了三家网络订房中心：大连在线网。旅途网，青岛万维网。对周边老客户按期走访，电话联系，一方面增强交流，另一方面认识目前市场信息。

三、增强与网络订房中心合作

网络订房现现在已经成为各种来宾出差，旅行，商务活动的选择方式，为网络中心订房实现资源共享。2010年第一季度与辽宁118114订房中心签署协议，与大连在线网，旅途网，宜人网，青岛万维网须签协议，与其余已签署的老客户保持着亲密关系，每个季度按期准时经过传真方式互相联系。

四、其余工作

按期发放代金券。发放对象如：石葵社区，葵英社区，智仁社区，朝阳区。

改换2010年一楼大厅特价菜牌。

为公司租大客车到庄河慰劳演出。

招待一个小型婚宴 (7桌) 。

受酒店拜托与工商银行商谈租借事宜。

把酒店4月份房价拟订好后，经过传真通知各家订房网路中心。

为了拓宽销售渠道，利用电话，手机等通信设备按期增强与客户交流；春节利用手机给客户贺年等等。

篇3：酒店营销部工作计划

一、参与酒店经营理念、酒店市场定位

- 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。

二、市场环境分析

- 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。

三、制定销售部岗位职责、规章制度

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。

四、制定酒店销售策略、销售部政策与程序

- 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，并分发酒店各职能部门。

五、人员培训

- 1、依据酒店员工手册，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。

六、参与建立酒店企业文化

- 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。

篇4：酒店营销部工作计划

1、努力使散客的入住率上一个台阶

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

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

20XX我们一起努力。