

酒店经营管理工作计划

篇1：酒店经营管理工作计划

现今阶段，酒店业竞争日益剧烈，消费者也变的越来越成熟，这就对我们饭店运营提出了更高的要求。在2020年降临之际，我计划对我们卧龙山庄运营治理作出一系列的调整，吸引消费者到我们店消费，提高我店运营效益。

一、市场环境分析

我店运营中存在的征询题：

1、目的顾客群定位不太准确，过于狭窄。主要特征是等顾客上门，依托政府部门为主顾客群，缺乏开展民间消费群体。没有充分表达出本店的特色，另外部分酒店效劳质量还存在一定征询题，阻碍了消费者到酒店消费的决心。去年的运营情况不佳，我们应当反思，目的市场定位。应当充分挖掘本身的优越性，拓宽市场，建立完善的治理体制，人员配置要严格选择。建立运营销售中心。合理稳定已现有企业单位消费体，进展改关拉笼。完善其消费者档案。而我店是以运营山货及本地菜系为主，我们店的硬件设备本地区最好，因此要分档接收各层次的消费

2、宣传力度不够，没能让神木消费群体理解我山庄，也没能在神木地区充分宣传。建议用投入较少的资金进展企业文化宣传或企业人脉的宣传，其次要求对外围主干道设立广告牌。

3、山庄优势分析：仿古建筑，硬件齐全，宴会面积扩展，可接多等次宴会，以陕北风味为主，老总关系网密集。

二、市场扩展定位

- 1，以群体消费为主张，以多种宴会为开展
- 2，以餐饮主场带动棋牌，以棋牌做饵诱至餐饮
- 3，以人际口碑为开展主题，以软体硬件力求特别优质化

三、内部整顿六大块

- 1，建立完善治理体制，
- 2，设立运营销售部，
- 3，塑造有阻碍力企业文化，

- 4, 对员工进展正规化治理与培训,
- 5, 改良后勤(如宿舍, 水电, 维修等)
- 6, 本钱降低的力度(如, 盘库, 清库, 设备设备日常维护, 等)

四、市场营销总策略

“百姓的高档消费对象”, 扩大百姓市场的收容争取。我们在文化上进展定位, 力争婚宴、寿宴、谢师宴及节日宣传上炒作, 以引起“轰动”。关于每年节日待全面拓展。

篇2: 酒店经营管理工作计划

今年是酒店投入营运第五年, 也是提高管理水平, 实现经济实现安稳发展的要点之年。所以, 怎样在酒店业新常态下, 发挥自己软硬件优势, 拓展营销渠道, 怎样将“精细”贯串于经营管理过程中, 提高员工素质和服务技术, 是夯实内力, 扩展业绩的急迫需求。为此, 201X年我们将环绕“增强经营能力、拓展营销渠道、完美制度流程、控制本钱能耗、提高服务水平”的经营思路, 确立经营目标任务为XX万元, 争取再创佳绩。

一、拓展营销渠道, 细分客户集体。

一是在做好要点客户招待服务的基础上, 完美客户档案, 细分客户类型, 及时掌握顾客的需求, 培养稳固的花费集体。详细方法为由酒店副经理主要负责, 成立详尽的客户档案信息资料, 剖析客户的消费频次、额度等要素, 选择切合酒店发展需求的要点客户集体, 增强保护力度, 培养客户的忠诚度。成立与保持同周边各大院校、企事业单位等重要客户的业务联系, 为了稳固老客户和发展新客户, 除了日常按期和不按期对客户进行销售接见外, 营销人员还要推行电话拜见, 增强与客户的感情沟通, 听取客户建议。重要节日要常常以发送短信、微信等方式增强和客户联系, 为客户送去我们的祝愿。

二是联合周边酒店市场行情, 及时调整价钱, 在酒店行业淡季及时依据市场环境调整价钱, 比如在春节前后推出春节特惠房; 旺季及时封闭各网络订房中心订房渠道; 努力提高会议、集体客户价钱, 力求创立更大效益。详细做法为常常性的观察周边酒店市场, 掌握竞争对手价钱系统, 及时调整自己的价钱系统, 使其拥有较强的市场竞争力和性价比, 同时扩大酒店的宣传, 做到知音知彼。

三是做好前台到店客人的销售工作, 提高散客入住率。到店散客是酒店收益最高的部分, 做好这部分客源市场也是酒店营销的要点环节。为了前台更好地进行销售, 我们要经过仔细的培训, 使前台服务员第一熟习我们的产品, 酒店员工不只要熟知房间的朝向、设备, 还要熟习周边交通路网、旅行景区、餐饮购物地址的状况, 以便客人咨询是供给专业化的使客人满意的回答, 使客人感觉我们供给的产品的价值超出价钱, 从而保证酒店的经营形成良性循环。

四是拓展营销渠道, 展开全员销售活动, 使酒店人人关心销售, 人人参加销

售。因为酒店行业的特点，员工是和来宾接触最多的，要重视员工在和客人接触中认识客人需求并达到客户满意，从而达到促使销售的目的。要使每一名员工仔细到做好本职工作，经过自己的优良服务留住客人也是一种营销活动。

二、增强迫度建设，完美营运流程。

一是对管理制度和安全制度从头梳理，连续完美拟订的确可行的管理手册和安全手册。详细做法在201X年整年，由办公室主要负责，依据酒店的实质状况，分阶段汇编整理管理手册，内容包含员工手册、岗位职责、规章制度汇编等内容；四个能力安全手册，内容包含安全管理规章和各种安全应急方案；管理手册和安全手册将作为酒店管理的纲领，为酒店的管理供给详细的参照依照。

二是完美各层次的营运流程，编制各种表单，达到提高效率和协调营运的成效。详细做法为由财务部主要负责，对酒店各部门、各岗位的工作流程进行从头订正，明确各自职责，并依据岗位需求设计、制作、印刷各种经营用表单，为经营数据供给正确、详细的数据。

三是连续完美查核检查制度，经过每个月进行查核，表现同岗不一样酬，多劳多得的竞争薪酬制度，鼎力推动质检工作的展开，逐渐由静态监察过分到动向监察，将奖罚制度完美并与质检结果配套。连续完善员工查核评估制度，经过度化考查对服务技术水平进行督导。

三、增强财务监察，展开节能降耗。

一是加大对成本花费控制和监察力度，严格审察财务进出，实现财务管理信息化，由财务部详细负责，完美成本核算制度。

二是展开多种形式的节能降耗活动，开源节流并举，成本控制节支工作不放松。在能源耗费方面，对酒店的水、电、热水、锅炉，每天抄表，财务按月统计，核算日均用量，按当月的出租率状况进行同期对照，在每个月的财务剖析会长进行通告，做到领导成竹在胸，各部门心中有量。对数据的增添和减少都要找到问题并说明原由。

三是合理展开修葺工作，保持最正确营运状态。跟着公司经营年限的增添，硬件设备不行防止的出现老化损坏现象，今年要连续完美预防性的维修养护制度，使设备一直处于高效的工作状态，进一步降低能源耗费，延长设备的使用寿命，从而节俭开销。力求勤养护少维修，能自己组织人员维修，就自行维修，最大限度的节俭支出保障营运。

四是成立供货商竞标制度，坚持货比三家把控源泉，并延长至库房控制和成本供给各环节，减少支出，增添收益。

四、突出产品特点，提高服务水平，重视培训成效。一是客房产品从“质量化”和“人性化”下手，加大硬件投入，细分来宾需求，提高配套服务。餐饮产品从“精、细”下手，精选原料、精雕细琢，创新菜品，并联合来宾建议不停提超出质量量；二是成立健全培训

制度。采纳“请进来，走出去”的方法，将平时培训与集中培训相联合，提高员工的整体素质。要组织部门主管有针对性的到高中低不一样星级酒店观光学习扬长避短。三是成立来宾投诉追查制度，联合奖罚举措，促使服务齐整规范。关于客人的投诉无论是店内投诉仍是网络订房中心投诉，都要高度重视一抓究竟，关于经过核实的确存在错误的要追查有关责任人的责任。

五、表现人文关心，创立和睦氛围。

员工是公司的可贵财产，是推动公司发展的源动力。酒店在新的一年里要在上下半年各组织许多于两次员工代表会谈会，真挚听取员工对经营管理、对公司的建议和诉求并全力解决。坚持每年展开员工思想状况检查，认识员工的所思所想，踊跃展开谈心活动，除去她们工作和生活上的顾忌。每年为员工展开身体检查，保证员工身体健康。坚持踊跃组织员工参加公司工会组织的爬山、徒步、征文比赛和知识比赛等活动。在依据公司整体部署展开活动的同时还有展开酒店职业特点的做床比赛等活动，经过上述活动的展开，活跃员工队伍氛围，使蓟明酒店的凝集力不停增强，渐渐形成了一个团结求实，开辟创新，富裕活力、充满活力与活力的团队。在新的一年里机会和挑战并存，时不再来，酒店全体员工将振作精神，团结一致，精美管理，连续创新，用实质行动弘扬蓟门精神。

风正济时，正当扬帆远航；任重道远，仍需激流勇进。让我们一致思想，坚定信心，团结奋斗，再接再厉，以更为高昂的斗志、更为扎实的作风，在新的一年里历尽艰险、再创绚烂！

篇3：酒店经营管理工作计划

一、计划目标与范围

本年度酒店经营管理工作计划旨在提升酒店的整体运营效率、服务质量和客户满意度，确保实现可持续发展。计划的核心目标包括：提高入住率、优化成本控制、增强品牌影响力、提升员工素质和服务水平。计划将涵盖市场营销、客户关系管理、员工培训、财务管理等多个方面，确保各项措施的有效实施。

二、背景分析

随着旅游业的复苏和市场竞争的加剧，酒店行业面临着新的挑战与机遇。当前，客户对酒店的要求日益提高，除了基本的住宿需求外，个性化服务、环境卫生和安全保障等方面也成为客户选择酒店的重要因素。同时，经济形势的变化使得成本控制成为酒店经营的重要任务。为此，制定一份切实可行的年度经营管理工作计划显得尤为重要。

三、实施步骤与时间节点

市场营销策略

在市场营销方面，计划通过多渠道推广提升酒店的知名度和吸引力。具体措

施包括：

线上推广：利用社交媒体、旅游网站和搜索引擎优化（SEO）等手段，增加酒店的曝光率。每季度评估线上推广效果，调整策略。

线下活动：定期举办主题活动和促销活动，吸引本地客户和周边游客。每月策划一次活动，确保活动的多样性和吸引力。

客户反馈机制：建立客户反馈渠道，及时收集客户意见，优化服务。每月进行一次客户满意度调查，分析反馈数据，制定改进措施。

客户关系管理

客户关系管理是提升客户满意度和忠诚度的重要环节。计划包括：

会员制度：推出会员积分制度，鼓励客户多次入住。每季度评估会员活动的参与情况，调整奖励机制。

个性化服务：根据客户的历史入住记录，提供个性化的服务和推荐。每位员工需记录客户偏好，确保服务的个性化。

客户关怀：在客户生日、节假日等特殊时刻，发送祝福和优惠券，增强客户的归属感。每月制定关怀计划，确保客户的特殊时刻得到重视。

员工培训与发展

员工是酒店服务质量的直接体现，计划将重点放在员工培训与发展上：

基础培训：对新员工进行系统的入职培训，确保其掌握基本的服务技能和酒店文化。每季度进行一次新员工培训，确保培训内容的更新。

技能提升：定期组织专业技能培训，提高员工的服务水平和专业素养。每月安排一次技能培训，邀请行业专家进行授课。

激励机制：建立员工激励机制，鼓励员工积极参与服务创新和改进。每季度评选优秀员工，给予奖励和表彰。

财务管理与成本控制

有效的财务管理和成本控制是确保酒店盈利的重要保障。计划包括：

预算管理：制定年度预算，明确各项费用的控制标准。每月进行预算执行情况分析，及时调整预算。

成本监控：加强对各项成本的监控，特别是人力成本和运营成本。每周进行一次成本分析，发现问题及时整改。

收益管理：通过动态定价策略，优化房价和销售策略，提高收益。每月分析市场需求，调整房价策略。

服务质量提升

服务质量是酒店竞争力的核心，计划将通过以下措施提升服务质量：

标准化服务流程：制定标准化的服务流程，确保服务的一致性和高效性。每季度评估服务流程的执行情况，进行必要的调整。

客户投诉处理：建立快速响应的客户投诉处理机制，确保客户问题得到及时解决。每月分析投诉数据，制定改进措施。

环境卫生管理：加强对酒店环境卫生的管理，确保客房和公共区域的清洁。每周进行一次卫生检查，确保卫生标准的达成。

四、数据支持与预期成果

通过以上措施的实施，预计在年度结束时，酒店的入住率将提高15%，客户满意度将提升至90%以上，员工流失率将降低至10%以下，整体运营成本将降低5%。这些数据将通过定期的市场调研、客户反馈和财务分析进行验证。

篇4：酒店经营管理工作计划

今年是我们酒店投入运营的第五年，也是提升管理水平、实现经济实现平稳发展的关键之年。面对酒店业的新常态，我们需要发挥自身软硬件优势，拓展营销渠道，贯彻“精、细”的经营管理思路，提高员工素质和服务技能，夯实内力，扩展业绩。因此，我们制定了以下的工作计划。

一、拓展营销渠道，细分客户群体。

1.完善客户档案，细分客户类别，培育稳定的消费群体。我们将建立详细的客户档案信息资料，分析客户的消费频率、额度等因素，选择符合酒店发展需求的重点客户群体，加强维护力度，培育客户的忠诚度。同时，我们将与周边各大院校、企事业单位等重要客户保持业务联系，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，还要实行电话拜访，加强与客户的感情交流，听取客户意见。重要节日要经常以发送短信、微信等方式加强和客户联系，为客户送去我们的祝福。

2.及时调整价格，根据市场环境调整价格，例如在春节前后推出春节特惠房

；旺季及时关闭各网络订房中心订房渠道；努力提高会议、团体客户价格，力争创造更大效益。我们将经常性的考察周边酒店市场，掌握竞争对手价格体系，及时调整自身的价格体系，使其具有较强的市场竞争力和性价比，同时扩大酒店的宣传，做到知己知彼。

3.提高散客入住率。我们要做好前台到店客人的销售工作，通过细致的培训，使前台服务员首先熟悉我们的产品，酒店员工不但要熟知房间的朝向、设备，还要熟悉周边交通路网、旅游景区、餐饮购物地点的情况，以便客人咨询是提供专业化的使客人满意的回答，使客人感到我们提供的产品的价值超过价格，从而保证酒店的经营形成良性循环。到店散客是酒店利润最高的部分，做好这部分客源市场也是酒店营销的关键环节。

首先，为了拓展营销渠道，酒店应该进行全员销售活动，让每个员工都关心销售并参与其中。由于员工与客人接触最多，因此应该重视员工在与客人接触中了解客人需求并达到客户满意度，以促进销售。同时，每个员工都应该认真地做好本职工作，通过提供优质服务留住客人，这也是一种营销活动。

其次，酒店应该加强制度建设，完善运营流程。为此，应重新梳理管理制度和安全制度，并制定可行的管理手册和安全手册。同时，应该完善各层次的运营流程，编制各类表单，以提高效率和协调运营。

第三，酒店应该强化财务监督，开展节能降耗。为了控制成本和费用，应该加大对财务收支的审查和监督力度，并实现财务管理信息化。此外，应该开展多种形式的节能降耗活动，包括开源节流并举，以及对能源消耗进行监控和统计。

最后，酒店应该建立供货商竞标制度，坚持货比三家把控源头，并延伸至库房控制和成本供应各环节，以减少支出并增加利润。同时，应该合理开展修缮工作，保持最佳运营状态，延长设备的使用寿命，从而节省开支。

四、本酒店注重产品特色和服务水平的提升。客房产品方面，我们从“品质化”和“人性化”两个方面入手，加大硬件投入，根据宾客需求进行细分，提升配套服务。餐饮产品方面，我们注重“精、细”，优选原料，精雕细琢，创新菜品，并结合宾客意见不断提高出品质量。同时，我们也建立了健全的培训制度，采取“请进来，走出去”的方法，将日常培训与集中培训相结合，提高员工整体素质。对于宾客投诉，我们建立了追究制度，并采取奖罚措施，促进服务整齐规范。

五、我们注重人文关怀，创建和谐氛围。员工是我们宝贵的财富，也是推动企业发展的源动力。我们将在在新的一年里，组织不少于两次员工代表座谈会，真诚听取员工对经营管理和企业的意见和诉求，并尽力解决。我们将坚持每年开展职工思想状况调查，了解职工的所思所想，积极开展谈心活动，消除她们工作和生活上的顾虑。我们还将每年为职工开展身体检查，确保职工身体健康。此外，我们积极组织职工参加公司工会组织的各种活动，包括登山、徒步、征文比赛和知识竞赛等。同时，我们也会开展酒店职业特色的做床比赛等活动，通过这些活动的开展，活跃员工队伍气氛，使酒店的凝聚力不断增强，逐渐形成一个团结务实、开拓创新、

富有朝气、充满生机与活力的团队。