

酒店市场部工作计划范文

篇1：酒店市场部工作计划范文

一、成立酒店营销公关通信联系网今年重点工作之一成立完美的客户档案，对来宾按签单要点客户，会议招待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详尽记录客户的所在单位，联系人姓名，地点，整年花费金额及给该单位的折扣等，成立与保持同政府机关集体，各企事业单位，商人著名人士，公司家等重要客户的业务联系，为了稳固老客户和发展新客户，除了平时按期和不按期对客户进行销售接见外，在年关年关或重要节假日及客户的诞辰，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适合期间召开次大型客户酬谢联系会，以增强与客户的感情沟通，听取客户建议。

二、开辟创新，成立灵巧的激励营销体制。开辟市场，争取客源今年营销部将配合酒店整体新的营销体系，从头制定完美××年市场营销部销售任务计划及业绩查核管理实行细则，提高营销代表的薪资待遇，激发、调换营销人员的踊跃性。营销代表推行工作日志志，每工作日一定达成拜见两户新客户，三户老客户，四个联系电话的

二、三、四工作步骤，以月度营销任务达成状况及工作日志志综合查核营销代表。敦促营销代表，经过各样方式争取集体和散客客户，稳固老客户，发展新客户，并在拜见中实时认识采集来宾建议及建议，反应给相关部门及总经理室。重申团队精神，将部门经理及营销代表的工薪发放与整个部门总任务相联合，重申相互合作，相互帮助，创建一个和睦、踊跃的工作集体。

三、热忱招待，服务周祥招待集体、会议、客户，要做到全程追踪服务，“全天候”服务，注意服务形象和仪表，

热忱周祥，针对各种来宾进行特别和有针对性服务，限度知足来宾的精神和物质需求。制作会务活动检查表，向客户征采建议，认识客户的需求，实时调整营销方案。

四、做好市场检查及促销活动策划常常组织部门相关人员采集，认识旅行业，旅馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经

营管理和招待服务动向，为酒店总经理室供给全面，真切，实时的信息，以便拟订营销决议和灵巧的销售方案。

五、亲密合作，主动协调与酒店其余部门接好业务联合工作，亲密配合，依据来宾的需求，主动与酒店其余部门亲密联系，相互当合，充足发挥酒店整

体营销活力，创建效益。增强与相关宣传新闻媒介等单位的关系，充足利多种广告形式介绍酒店，宣传酒店，努力提高酒店著名度，争取这些民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，努力达成整年销售任务，开辟创新，团结拼搏

, 创建营销部的新形象、新境地。

篇2：酒店市场部工作计划范文

宾馆营销由销售部负责，是对外处理公共关系和销售业务的部门，销售部的形象，直接影响宾馆的声誉。所以销售部也是树立良好公司形象的一个重要窗口，它对宾馆进行决策，为经理人制定销售方案，为宾馆开辟销售渠道，疏通关系网络，实现公关互联，极高经济效益和社会影响力都起到了重要作用。宾馆建立初期，工作重点赢放在以下几点。

一.目标市场

(1)各个公司到本地出差的员工;稳定性高，不具有太强的季节性。是非常有潜力的客户类型。

(2)各个旅行社的旅游团队;稳定性低且具有明显的季节性，聚集在一个时期。

(3)零散客户;零散客户时刻都有，所以抓紧零散客户很重要，可以给公司在淡季创收。

二.目标市场产品定位

宾馆行业受季节等各个因素影响，例如旅游旺季，销售量大，

三.产品营销渠道

(1)网络发布信息，网上销售。

(2)与各大旅行社，旅游团队合作。

(3)与各大公司，政府机关建立业务往来等。

四.产品定价

(1)淡旺季采取适当决策，适当提高或降低价格。

(2)适当提高价格，并多打一些折扣。

具体实施方案

1.实行销售优惠政策

可以与各个酒店，旅行社合作，相互推荐客户。共同发展。并对各大公司，政府机关，各事业单位及老客户实行优惠政策，建立业务关系。并建立完善的档案管理系统，为客户建档，对客户实行分层管理，对重点客户，一般客户，和有潜力的客户进行分类建档。详细

记录客户所在单位，客户姓名，地址，全年消费金额以及给该单位的折扣等等。积极听取客户建议，完善反馈机制，及时修改销售决策。

2.建立灵活的激励营销机制。来争取客源

销售部应配合宾馆整体的营销体制，制订完善市场营销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。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，反馈给总经理。

3.中介开发：

宾馆为保证入住率至少要开发2家以上比较稳定的订房中介，结合2~3家次要中介的合作基本能保证酒店维持比较高的入住率。

4.各部门密切合作，发展优势

宾馆各部门做好业务结合工作，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，充分发挥宾馆整体营销活力，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宾馆，宣传宾馆，努力提高宾馆知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

5.热情周到的服务

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。

6.完善反馈机制，及时修改制定决策

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。

7.实行网络管理机制

建立公司网站，实行网上订房机制。并加强网络宣传，可以在各大网站发布宾馆信息等等。比如携程和易龙，加上同程、汇通天下。

8.周期性优惠促销

有很多种方式，主要目的当然是吸引周边散客及一些周边宾馆，宾馆的客源

。现在很多宾馆都用送早餐，延迟退房(提高服务附加值)，住16免一等等活动。这类活动开展主要要注意2点：

1.活动的吸引力，比如住10免1的诱惑一定大于延迟退房的吸引，更能吸引消费者产生连续消费的冲动，零散客户可以在门市价的基础上打一点折等等。加强忠诚度。

2.活动的推广，例如，可采取针对性的会员电话拜访，短信群发，传单发放等等。

宾馆的大部分运营及管理都是具有季节性的，完全可以根据实际情况调整并制定一套销售计划并予以实施。

篇3：酒店市场部工作计划范文

一、目标导向

营销目标的拟定是来年营销工作的关键。在新年度营销工作规划中，首先要做的就是，20xx年预定目标任务：全年完成客房、会议室和餐饮收进万元(其中客房、会议室销售收进万元，餐饮销售收进万元)，力争超额完成客房、会议室和餐饮收进各万元。

二、做好市场调查及促销活动策划

常常组织部分有关职员搜集了解旅游业、宾馆、酒店及其相应行业的信息，把握其经营管理和接待服务动向，为酒店营销提供全面、真实、及时的信息，以便制定营销决策和灵活的倾销方案。特别是节假日期间、和宾馆各专项销售任务时，要务必做到提前做好各项活动的宣传策划工作。

三、建立市场观念。

目前我们的客户群体领域特别是高端消费群体尚还有一定潜力可挖。今后，我们将采取灵活机灵的营销策略，加大倾销力度，拓宽销售渠道，进步经济效益。在老客户稳定的基础上，加大各层面新客户群的开发力度，力争把已有客源市场做大做强。

四、工作思路：

1、建立酒店营销公关通讯联络网，积极推行提早预存消费卡和贵宾卡的优惠政策和推行工作。

针对性的对客户档案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，具体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，商人著名人士，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，除平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往我们的祝愿等个性化服务。今年计划在适当时期再次召开次大型客户报答联络会(特别是年度的大客户报答酒会)，以加强与客户的感情交换，听取客户意见。

2、会议接待市场：

1)加大信息捕捉能力，做好老客户市场的维护和跟进力度，特别是如人大、政协、各厅局等省市定点机构、考试院、大唐、卫生厅、医学会、周边高校群体等等，今年在这方面要继续保持公关力度，斟酌推行新的公关方式，培养好诸类忠实群体。

2)继续加大销售思路的转变，拓宽销售渠道和销售思路，今年要继续加大力度与会展公司、会议代办机构和旅行会议接待中心等单位合作，充分利用他们的会议接待平台，特别是针对全国的商务会议市场，争取海量的会议客源，走出往，把酒店的品牌宣传由省内做到全国的每个省会城市。

3)加大宣传，对省内坚持做好传统地定期的登门造访和回访工作。对外，一方面用的邮寄方式，另外一方面用现代化的网络方式，充分利用好自己酒店的网站的宣传平台，也能够利用其他网站进行，同时可以用、等进行有针对性的宣传。

4)、热忱接待，服务周到，进步服务接待标准，塑造酒店接待品牌

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，全天候服务，留意服务形象和仪表，热忱周到，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资需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调剂营销方案。

3、零客市场方面：

零客市场多年来是酒店的一个薄弱环节，往年推出了不同类型的节假日促销活动，在一定的时间内成功地吸引了一定的消费客源。这关键要取决于方案的策划和信息的掌控，今年我们要在往年的基础上积极做好，多总结、早策划、早宣传等方式，力争做大节假日市场。

另外，在做好协议客户资料整理的同时，要加大了其开辟、回访和接待服务质量，保证客户的接待服务程序日臻完善。固然，这里一个重点就是麓谷高新企业的消费群、岳麓区各街道办等，固然我们签订了诸多协议，但市场份额占有度不大，今年将重点有针对性地进行客户回访，汲取反馈意见的同时，加强服务，力争逐渐提升这块市场份额。

4、旅游团队市场：

今年我部分将继续往张家界对重点团队客户进行了一次造访，举行枫林宾馆20xx年张家界各大旅行社合作年会，力争在往年的基础上实现新的高度和新的逾越，来弥补会议的淡季市场，进步客房进住率，实现酒店利益最大化。

5、宣传方面

今年我们将对酒店的网站和酒店的会议宣传册进行了重新设计与包装，特别是网站的重新建设，一方面要细化宣传内容，另外一方面要做出特点，特别要加重会议和餐饮的宣传。要加强多媒体的动态宣传，使客人可以更直观正确的了解酒店的信息。另外一方面要通过携程、艺龙、阳光假日、中航信等网络公司;让更多客人通过网络具体了解酒店，入住酒店，同时我们也能够通过客人在网上的评论看到自己的上风和不适时地加以改正。

6、餐厅的销售方面

今年我们要把婚、寿宴、会议包厢、企事业单位消费(特别是协议单位和高校、麓谷、区政府、各街道办等)定为主攻方向，大力推广预存款消费。