

## 旅游公司年度工作计划 ( 精选6篇 )

### 篇1：旅游公司年度工作计划

为了有效改善我市旅游市场秩序，创造优良的旅游环境，按照省、市旅游局统一部署，特制定20xx年度安全生产工作计划如下：

#### 一、加强组织领导，明确责任到位

加强旅行社安全工作管理，确保各项旅游安全制度的贯彻落实，旅行社成立以总经理为组长、各部门负责人为副组长的工作领导小组，总经理是旅行社安全工作第一责任人，全面负责旅行社安全工作，对其他各成员进行具体分工，职责明确，责任到人，要做到分工合作，齐抓共管。努力提升广大游客满意度，推动旅行社在市场化竞争中创机制、转方式、促发展。

#### 二、主要任务

1.坚决杜绝以不合理的低价组织旅游活动，通过安排购物或另付费项目获取回扣以及其他侵害旅游者权益的违法行为。

2.坚决不与无资质经营旅游业务旅行社合作、不采用无运营资质旅游车辆、不使用无导游资格执业人员。

3.不强迫或者变相强迫旅游者购物，通过合同外加点收费等欺客宰客行为。

4.严格遵守国家法律法规，在旅游业务范围内经营，受委托招徕业务及时向旅游部门报备。

#### 三、紧扣管理目标，加大资金投入

导游员在工作中要认真履行安全生产责任，努力完成责任目标：

1.导游员必须掌握旅游安全工作常识。

2.导游员在上团前，必须接受旅行社安全知识培训，并随身携带《安全手册》。

3.导游员在团队出发前，必须向游客介绍旅行过程中安全须知(交通安全、食品卫生、治安防范等)。

4.在旅游行程中，导游员必须随时向游客提示有关安全防范内容(上车、下车、景点、住宿、餐饮、购物等需注意的事项)，避免发生安全责任事故。

5. 导游员必须与旅游汽车驾驶员相配合，提示驾驶员禁止违章行车、疲劳驾驶等不安全行为，保证行车安全。

6. 遇有安全事故发生时，旅行社应启动《突发公共事件应急预案》，导游员作为现场第一责任人，必须挺身而出，及时报告，及时协助有关部门进行处理。

7. 安全事故处理结束后，要及时将事故发生基本情况形成书面材料，报旅行社备案。

根据旅行社目前的经营现状，我社如想在有限的市场份额面前占有一席之地，就得具有超越单纯价格竞争的新竞争思路，以创新取胜，以优质取胜，以价廉取胜，以服务取胜，以快速取胜，以促销取胜等等。所以，我社明年在加强自身建设的同时，必须加大营销工作的力度，以促进我社的发展，在集团公司的领导下，把旅行社做大做强。

## 篇2：旅游公司年度工作计划

根据旅行社目前的经营现状，我社如想在有限的市场份额面前占有一席之地，就得具有超越单纯价格竞争的新竞争思路，以创新取胜，以优质取胜，以价廉取胜，以服务取胜，以快速取胜，以促销取胜等等。所以，我社明年在加强自身建设的同时，必须加大营销工作的力度，以促进我社的发展，在集团公司的领导下，把旅行社做大做强。

一、在xxx旅行社目前规模较小，且经营能力有限。所以，可以选择在这些细分市场上占有绝对的市场份额。据调查，整个XX市，甚至江西省的旅游市场上，还没有哪家旅行社是专做商务会议旅游及奖励旅游这一细分市场的，所以我们可以通过这个旅游市场上的空白点来给自己的旅行社做一个市场定位。争取在明年承办10个以上的会议团，可采取以下营销计划：

1. 在旅行社设专门的公务旅游业务组。可以提供比如代订饭店客房、代办交通票据和文娱票据，代客联系参观游览项目，代办旅游保险，导游服务和交通集散地的接送服务等，为会议主办方排忧解难，做好后勤保障工作，为与会代表提供丰富而周到的服务。

2. 制定一句旅游业务的宣传口号，可以通过一句琅琅上口的宣传口号反映出我社的市场定位。我认为(让我代理你的移动)比较合适。

3. 通过一切渠道获取有关政府机关、各企事业单位的商务会议信息。

4. 主动出击，承办其商务会议及旅游业务。

5. 提供周到而丰富的系列服务。

6. 加强与主办方的联系，形成稳定的回头客。

二、除了做好公务旅游这一市场外，旅行社传统的休闲旅游这一块业务要继

续做，并且要稳步发展，力争明年达到组团和地接人数xx人次的预期目标。

1.在旅行社成立休闲旅游业务组。

2.在休闲旅游业务组内部又可细分为组团业务和地接业务两大部分。

3.根据不同的业务特点，采取不同的营销活动。力争做一个客户便留住一个客户，建立完整的客户档案，因为维系一个老客户比去发展一个新客户容易得多，可以更容易形成客户对我们的品牌忠诚。

4.加强与外地组团社的联系与沟通，主动地向他们提供我们最新的地接价格以及线路的变化，并根据他们的要求提供所需的线路和服务，并有针对性地实行优惠和奖励。

5.主动地走出旅行社，走访南昌各大机关单位、团体、学校、医院、企业等，甚至是深入大街小巷，上门推销我们的旅游产品，这样不仅仅是推销产品，也是在做最廉价的广告宣传。

三、配合集团做好厚田沙漠的销售工作。我社计划明年在集团公司的领导下，利用沙漠景区的优惠政策，做好厚田沙漠景区的团队和散客的销售工作。目前已和湖北海外旅游集团公司取得了意向性联系，操作实施计划正在筹划之中。

1.开发厚田沙漠散客天天发这一产品，我们可以充分利用我们现在的资源优势开发这一产品，把我们散客天天发同行价以传真形式发给XX市及周边地市的各大旅行社，从而把各大旅行社收集来的散客做成团队形式，从而占领市场。

2.把营销重点放在本盛本市的企事业单位和大、中专院校，以及中小方面，适时地进行推销，从而把厚田沙漠做成南昌各大学校组织学生组织春游、秋游及开展有益健康活动的首选之地。

四、开发新的旅游产品。

目前的南昌旅游市场，各旅行社提供市民、可供市民选择的都是近几年来一成不变的几条固定线路，我社可根据这一状况，适时地开发出一条或几条新的旅游线路，比如于浙江龙游石窟，九江石门涧等，只有不断地创新，才能保持竞争优势，当然新的旅游线路的开辟也要有顾客消费群体，符合未来市场的需求，这也是我社明年可尝试的一项工作计划。

五、旅行社营销工作应始终处在科学合理的状态中，各业务组的业务各有其侧重点，但同时其他业务也可兼做，并不矛盾。

六、加强售后服务，这对旅行社保持已有客源和开拓新客源都至关重要，形式有打问候电话、意见征询单、书信往来、问候性明信片等。

### 篇3：旅游公司年度工作计划

20XX年对于旅游行业是重要的一年，是一个比较特别的时期。本年度的工作致力于在巩固长春市及周边旅游景点的合作的基础上继续开发其他地区的、景区景点，加强对整个旅游市场趋势的把握。在能够灵活掌握读者心理及需求的同时通过多策划、多活动的方式将旅游版做活做强，真正做到对老百姓有用、实用、爱看的版面。

开年已至2月，2月份的工作重点是2月14日的情人节，本月是今年传统新年后的第一个月，与往年不同的是今年的情人节是在正月十五之后，也就是说在大年之后，大家的节日情绪不比往年高涨，这等等因素都是需要提前考虑并注意的地方。

3月，我们需要把重心放在“三八妇女节”和“三一五”上，而其中“三一五”，要更为侧重，从谨防旅游诈骗和旅游安全的角度出发来做新闻。当然，美食方面也不能放下，饭店的食品安全在这时将会是一个高度重视的话题。

4月，在4月4日的寒食节时可以利用现有资源和商家一起做一些活动。“开江鱼”预计在本月中下旬做相关报道。而清明节假期同样是一个要点。五一七天长假历来是行业的重点，其集中宣传期应该在四月中旬开始。

5月，从5月份开始，我国旅游市场就将进入“解冻期”，借以五一假期，旅行社和景区景点将会有一些活动，为即将到来的旅游旺季做准备。

6月，根据以往的经验儿童节将会是景点和旅行社在本月的一个主要活动时段。而6月22日至24日的端午节假期对于旅游和美食行业都是一个关键的节日，在端午节的时候准备做自驾游的活动，同时也是今年自驾游活动的第一波。以往每年旅游版都会举行几次自驾游的活动，今年也不例外。

7月、到10月黄金周将会是全年里旅游最热的季节，所以在这几个月中除了一些节日需要注意把握以外，系列报道及活动的开展，将会决定今年一年旅游版的业绩和收益，所以这4个月是全年工作的重中之重。通过现有资源提前并准确的抓住旅游趋势，发掘新闻点，早做策划，筹备活动，将会是关键所在。7月27到8月12是伦敦奥运会欧洲游可能会有一些活动。因为学生放假的原因，8月份则以学生活动为主。在节日方面，8月的七夕、9月的中秋和世界旅游日以及十月的十一黄金周，都是这期间旅游板块的“重大节日”。而今年的十一黄金周与中秋相连共有8天假期。

11月，天气逐渐转冷，十一大假之后旅游业逐渐转淡，工作的重心需要开始向美食行业上转。11月的万圣节和光棍节是年轻人比较热衷的节日，也是本月的重点。

12月，进入冬季，东北地区旅游则以滑雪和温泉为主，一年一度的冰雪节也是一个重点，月末的圣诞节需要做一些活动，同时也要为次年的元旦做准备。

## 篇4：旅游公司年度工作计划

企业已基本完成培育期的初建工作，3月初按照旅游企业申报程序顺利完成企业筹建工作;完善了企业各职能部门的组建工作，并顺利开展各项旅游业务，上半年，在市旅游局各级领导的指导和关怀下进一步规范了企业规章制度，岗位职责，工作流程，以及旅游企业经营应急预案，使企业内外部环境得到了很大程度的改善和提高，使企业能够规范合法经营。

在20XX年企业创办之初，已经明确提出了企业发展的战略目标，即要把真正意义的旅游文化传播作为企业发展的目标，以改变旅游企业在大众心目中贩卖人口的错误观念。在旅游产品设计中充分体现企业文化的诉求点即轻松、便捷、舒心、品质;使旅游活动真正成为百姓品质生活的先行者，是旅游服务真正成为服务行业的先行者。按照这一战略目标，企业在团队组建方面本着宁缺勿烂的原则严把从业人员入职关，从根源上保证了旅游服务质量的第一关，同时积极学习现代管理理念，把企业培训作为全年工作重点，每周进行企业文化培训，服务理念培训，旅游业务培训、政策法规培训，安全意识的培训，让每一位员工把服务意识，守法经营，有序竞争，安全意识根植在心，从而为旅游服务质量的永续提高把好了第二关;

第三，为了让旅游服务质量能够得到有效的监督和检验，企业结合自己的经营实际，参照旅游企业服务标准的相关政策规定，制定了一系列旅游服务质量标准：包括上门客人的接待标准、电话咨询接待标准、合同签订明示标准;质量回访制度，导游带团文明服务标准，以及文明游客公约等等，从各个环节监督旅游服务质量，加强了与游客之间的有效沟通，同时处处宣扬文明旅游的理念，使旅游服务质量的提高变一方义务为双方权利。变被动为主动，

第四，为了确保旅游安全，企业制定了岗位安全责任，明确了安全责任人，在于游客签订旅游合同时积极建议游客购买人身意外伤害险，同时企业办理了旅行社责任保险，按照安全责任制的规定，每一个团队或散客均采用全程安全质量跟踪制，每日服务质量反馈制，尽量做到旅游安全及质量的随时监督。

第五，稳步发展本地旅游接待业务，使良好的旅游资源得以展示，使深厚的旅游文化得以传播，使更多的外地游客喜欢，多来，是旅游经济得到蓬勃发展，为此，我社积极走出家门多次进行省外促销，紧密联系当地旅游企业组织客源来我市旅游。

从20XX年3月份建社以来，至20年12月底，在短短的9个月时间内虽没有完成接待目标，但经过一年的风雨兼程，企业已经成功的度过了初创培育期，随着2008年的临近，企业将顺利的导入成长期，随着企业制度的进一步完善，和服务标准的进一步科学规范，伴随着企业知名度和美誉度的不断提升，企业将以更加优质、完善的服务，推出多样化、个性化的产品紧扣时代脉搏，满足游客之需，实现企业发展目标，做成优质旅游服务质量的先行者，做成现代旅游企业的先行者。

## 篇5：旅游公司年度工作计划

20xx年即将过去，回顾在公司一年来的工作，即有成果也有不足。

西双版纳xx县xx旅游开发有限公司成立于2023年3月31日，我于2023年1月23日

进入公司，2月2日被安排到接待中心成为正式公司职员，在依主管的带领下我也履行了本职工作。2023年3月7日被调到了办公室当文秘。在公司x主任、x副总、x经理的引导下，这一年以来，靠着敬业、勤奋、学习的心态，虽然平常间或有些懒散，眼中无事，但这并不代表我内心贪欲，我也想有朝一日能成为一个合格的办公室文秘。在这期间我也不断学习有关学问，也感谢领导们能给我这样一个进展平台，我也想利用这样一个平台不断突破自己，以提高自己内心的素养。现将这一年来在思想、工作、学习等方面状况总结如下：

### 一、加强学习，不断提高自身素养

为了工作需要，提高自己的水平，我注意加强自身学习。这一年当中，我也利用了几个月的时间到xx县旅游局实习，也领悟到了那句“纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行”。在短暂的实习过程中，我深深感觉到自己所把握的学问的肤浅和在实际运用中学问的匮乏。在做好工作的同时，坚持“工作学习两不误”的指导原则，挤时间学习，努力提高自身素养。这一年来，我仔细学习公司的'各类文件、邮件、收发传真等。通过学习，增加了用科学发展观武装自己的头脑，在工作实践中努力提高自身素养。通过学习，自身素养得到了进一步的提升，抱负信念更加坚决，工作思路更加开阔。

### 二、虚心请教，履行工作职责

网上的学问与实际工作所接触的内容有很大的差异。俗话说隔行如隔山，对于我这个从来没有接触过文秘工作的新手来说，工作中经常在细心、仔细、专业上做的不够，时刻感觉到有巨大的工作压力。面对压力，我没有畏惧、没有退缩，虚心向办公室x主任学习请教，主动接受办公室薛主任的指教，改正错误并不不断的从网上学习一些有关的学问。通过这一段时间的学习，能明显感觉到自己有了肯定的进步。

### 三、虚心进取，努力更新工作思路

从参与工作以来，我始终把学习放在首位。一是，切实加强办公室文员制度。二是，虚心听取领导的指导意见；三是乐观参与有关的学习培训。总之，这一年以来，在办公室的工作上，虽然没有什么轰轰烈烈的成果，但始终都能兢兢业业、踏踏实实、堂堂正正的工作，切实履行了“办公室文员的规章制度”。在以后的工作中，我将一如继往的工作，扬长避短，为了更好的适应进展，更进一步系统的学习文秘学问，充实自己专业学问和观念的转变，使自己对文秘的工作有了更精确的把握。

为公司景区将来的进展，也为了自己家乡以后的昌盛，作出自己不懈努力和最大贡献。

## 篇6：旅游公司年度工作计划

2017年旅发公司主要工作围绕三个方面开展：

一是景区基础设施建设和经营性项目建设，



二是市场营销工作，

三是公司内部的标准化管理。现详述于后。

一、景区基础设施建设和经营性项目建设计划依据景区已确定的和待确定的详细规划，旅发公司所管六个景区2017年新建、续建项目固投总额为XX亿元，其中2017年当年预计可完成固投XX亿元。全年力争完成固定资产投资X亿，招商引资和银行贷款融资X亿元。长江半岛游客中心配套项目，固投总额为XX亿元，其中2017年当年预计可完成固投XX亿元。

4、必要时允许灵活选择招标、竞争性谈判、垫资代建等方式，争取时间，尽早开工。

## 二、市场营销工作计划

### (一) 销售目标

周边市场：

周边市场完成游客人数共XX万景区人次，增长XX%，实现门票收入XX万元，增长XX%。

中远程市场：

中远程市场完成游客人数共X万人，比2017年的近X万人增长XX%。

游客结构：

周边市场实现游客总量的XX%，中远程实现游客总量的X%。相对结构为9比1。

团队市场实现游客总量的XX%，散客自驾市场实现游客总量的XX%。团散结构为4比6。

春季（1 - 5月）实现游客总量的XX%，夏季实现游客总量的XX%，秋冬季实现游客总量的XX%。时间结构为3比5比2。

### 三、五项建设：

一是加强营销队伍能力建设。

二是针对我市多景区特点和各地市场的需求差异，探索形成满足各地市场的组合销售方式，建立各地市场的组合销售管控体系。

三是实施市场销售渠道体系建设，构建线上、线下的立体销售网络，通过“

站稳三腿（川、渝、黔）、构建两肋（湖北、陕西）、伸出三臂（京津、长三角、珠三角）”，建立起以旅行社渠道为主体的线下经销商骨架；以同程、驴妈妈等电商渠道为主体，建立线上宣传一体的网络销售骨架。

四是建立关于赤水的目的地信息外传播渠道体系建设，形成以社区、交通、办公场所的终端焦点媒体强植入传播；以在网络沉积游记、攻略形成服务性、口碑性传播；与官方媒体建立合作伙伴关系，畅通事件信息传播渠道。

五是在2017年市场运行的基础上，基本建立起一整套促进市场开发的销售政策体系建设。

#### 四、三推广：

实施赤水旅游品牌形象推广、赤水线路产品引导性推广、赤水旅游目的地活动配合推广，以此多层面、多角度宣传赤水，展示赤水旅游的多元性和丰富性，树立“一站式旅游目的地”概念。

#### 五、三联动：

传统媒体、新媒体结合使用，形成线上媒体线下媒体联动，促进诉求、品推、产品全方位、立体传播。实现目的地活动与媒体宣传联动，尽量实现搞活动不闭门自娱自乐。推动目的地商家营销联动，提升商家市场意识和营销合力。