# 2024酒店营销部工作计划精选

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-10-16

*第一篇：2024酒店营销部工作计划精选2024酒店营销部工作计划精选 工作计划是行政活动中使用范围很广的重要公文,也是应用写作的一个重头戏。机关、团体、企事业单位的各级机构，对一定时期的工作预先作出安排和打算时，都要制定工作计划，用到“工...*

**第一篇：2024酒店营销部工作计划精选**

2024酒店营销部工作计划精选

工作计划是行政活动中使用范围很广的重要公文,也是应用写作的一个重头戏。机关、团体、企事业单位的各级机构，对一定时期的工作预先作出安排和打算时，都要制定工作计划，用到“工作计划”这种公文。工作计划实际上有许多不同种类，它们不仅有时间长短之分，而且有范围大小之别。从计划的具体分类来讲，比较长远、宏大的为“规划”，比较切近、具体的为“安排”，比较繁杂、全面的为“方案”，比较简明、概括的为“要点”，比较深入、细致的为“计划”，比较粗略、雏形的为“设想”，无论如何都是计划文种的范畴。以下是由

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

feisuxs范文网【www.feisuxs】

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天侯”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。

**第二篇：酒店营销部工作计划 （定稿）**

酒店营销部工作计划

“运筹于帷幄之中，决胜在千里之外”，充分说明了工作计划的重要性，而对于一个酒店来说，制定好营销工作计划更是“重中之重”，酒店营销部工作计划。

酒店主要客源市场由政府驻军部队(网络)、商务团队、农场三部分组成，下面从以下几点来分析三个市场：

1、政府市场包括驻军部队、网络

政府市场是当地最大市场也是主流市场，驻军部队责是当地重要潜在市场。网络市场是酒店在外埠城市最大的销售员也能够更好的提高酒店的宣传力度。

2、商务旅游市场

因当地旅行社较少，XX县1家，XX6家，所以将商务旅游合并在一起，主要开XX等地市场。

3、农场

当今农场效益不断攀升，所消费层次不低于政府及大型企业，农场初步计划主要开发XX等地。

一、客户的开发

1)商务团队市场

因我酒店地处于XX，当地商务客源比较少外埠市场占据酒店主要位置.外埠市场离我酒店距离较远所以拜访工作不是很方便。首先利用《全国黄页电话簿》通过电话拜访，将酒店的相关信息传递给周边较近的外埠市场；并将已搜集的客户资料电话邀约拜访签署商务协议；同外埠的酒店沟通，如鹤岗市有规模的酒店与他们建立良好的合作关系，进而互换资料，达到资源共享；进行面谈或邀请对方酒店相关人员到本酒店参观面谈，达到双赢。周边的大多数居民经济水平，并不是很高。相对来讲，能在我们酒店入住的商务客人很少有消费潜力。可根据有需求的客户群体进行逐一拜访跟进，然后建立客户资料进行分类整理，建立完善的酒店客户档案。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，全年消费金额及给该单位的折扣等。建立与保持各企事业单位重要客户的业务联系，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、重大节假日及客户的生日，通过信息平台，发送短信、电话问候等为客户送去酒店的祝福，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。加快提高酒店整体收入速度，缩短磨合期。

XX地区旅游市场做的不够成熟，如果不举办《戏水节》的情况下，来旅游的人很少，俄罗斯旅游团队也不多，大部份俄罗斯人员都是在两岸带包做生意的，所消费能力比较低，将待铁道旅行社就位后与其协商应对方法共同发展。

2)政府、驻军部队、网络市场

针对当地政府各部门名录及联系方式进行搜集，建立重要客户档案。逐一拜访跟进，借助当地一些领导关系进行维护。了解各机关部门所召开会议时间、方式、及会议成本并帮助策划会议流程予以跟进。

驻军部队会议较少，一般都在内部召开。部队举办现场会的时候

会来很多部队领导参加，可以根据这个方向进行跟进，也需要大量挖掘部队内的散客需求。

对政府驻军部队重点客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，设立a、b、c、档，详细记录客户的所在机关，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等。建立与保持同政府及驻军部队的客户业务联系，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、重大节假日及客户的生日，通过信息平台，发送短信、电话问候等为客户送去酒店的祝福，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

酒店所处的位置，有一定的局限性，故在此基础上，将酒店周边环境，更多的相关信息，在网络中说明，以方便更好的宣传及外埠消费者预订。同时，将各个区域到达酒店的乘车线路、酒店到达各旅游胜地的线路、特点整理清楚。以方便入住客人对当地旅游的选择，也构成了旅游带动酒店，酒店带动旅游。网络虽然是我们直销房间的一个重要途径，但由于我们所处的地理位置有局限性，故不能成为网络订房公司的主推。需要一段时间，逐渐增加预订量。

所预计合作网络公司：22家

XX/XX/XXX/XXX等。

3)农场

农场是处级单位，是厂长负责制，属于企业半社会性质。针对农场销售将搜集农场各局、组、公检法等联系方式进行整理，然后将电话拜访邀约见面，登门拜访，介绍酒店情况建立关系。并将有潜力的客户建档分为A、B、C档。详细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。建立与保持同农场各单位的业务联系，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、重大节假日及客户的生日，通过信息平台，发送短信、电话问候等为客户送去酒店的祝福，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、工作重点

1、通过短信平台在节日、休息日、特别的节日向所有的客户送去祝福问候。

2、了解客户公司及个人的相关资料，在亲情上给客户以关心，如：在生日时，邮寄生日卡。

3、经常走动拜访，使销售员在客户心中的地位逐渐清晰化，客户对销售员及酒店的能力、环境得以认可。

4、投其所好，学习各方面知识、培养自己的特长，来培养与客户之间的感情，寻找共同兴趣、共同爱好。

5、定期对大客户进行宴请，向客户介绍酒店的变化。

6、综合性会议，根据淡旺季，一会一议，让客户真正感受到酒店与其合作的真诚态度。

7、整理会议客户的资料，将全年会议消费总额达到一定数量的客户，可以采取赠送场地、住房等优惠政策，吸引客户带来更多的消费。

8、重要客人、会议代表、公司总经理、政府领导等VIp客人到店，各岗位实行VIp服务标准，并致欢迎信(卡)等服务，如：大型企业会议，有贵宾(重要领导)参加，酒店相关负责人可在酒店门口迎接贵宾到店。

9、酒店的忠诚客户到店，需要在前台电脑备注中(如酒店系统可以操作)清楚的记录客人的姓名、喜好、习惯等要求，体现细节服务，赢得客户的心，赢得长久支持。

三、提供建议

1、将一些房间设为经济房，以方便接待低端客户所需求，也为酒店补充大量房间空缺。

2、可否在酒店设旅游中巴或金龙旅游车对旅游团队或会议人员短途接送，因为我酒店地处位置在顾客没有车的情况下极为不便。

3、建立短信平台

将我酒店的一些相关信息及政策发布给顾客，因我酒店客源结构较为分散，所以利用短信平台会更直接方便一些，工作计划《酒店营销部工作计划》。利用短信平台，向所有商务客户发送消息，出差住宿入住本酒店“可报销当天在本县来酒店途中的交通费”(打车费等，在入住前出据，仅限当天来酒店路途上的相应车辆票据)

4、零点用餐

开发周边消费者，让更多客户了解到酒店的消费情况。利用广告电子屏，短信平台等手段，向所有的客户发布餐饮的相关优惠政策，并给予用餐客户当天入住七折优惠；或可享受会员折扣。

5、利用资源再生

XX县政府，无论是入住、餐饮、会议方面是给予酒店最大支持的，可以给予他们的职工、子女、亲属在酒店举办婚宴给予最大的优惠。

6、对等消费

针对一些广告媒体，可采用对等消费的办法，进行宣传、发布招聘等相关酒店的信息，如：鹤岗日报、金卖点咨讯宝典等，让这些单位将我们酒店的代金券、代金卡等(对等的)，送给他们的客户，以增加客户流动量，促进客户来消费，扩大人脉，增加人气。

7、全员销售

酒店每位员工都是酒店的义务推销员，从上到下都要树立全员销售意识，一可提高酒店整体收入；二可使员工认识到酒店的兴衰与员工是密不可分的(酒店兴我荣，酒店衰我耻)；三可发现销售人才，给所有员工发挥的空间。只要把员工的积极性、主动性调动起来，建立完善的、健全的激励制度，将会产生意想不到的效果。

四、维护客户：细节决定成败

就目前的市场情况来看，我酒店的地理位置不够优越，交通也不够便利、客户群体比较分散；这些都是我们无法改变的，外在的环境是我们无法改变的，可变的是我们的服务，客户维护不仅仅是打个拜访电话，或者是登门拜访一下，而是要真心诚意的与客户交朋友，把他们当朋友，当家人，想他们之所想，急他们之所急。了解客户所需，让客户真正感受到我们是真心提供其服务的，也就是运用信任营销。所以，我们一定、必须做好客户的维护工作。

这需要从两方面着手，一方面与参观过酒店的客户，保持不间断的沟通、联系，通过每次的沟通了解客户需要、消费心理，认真检查并分析，客户不到酒店入住、召开会议，并且要做好详细的记录，以方便酒店进行合理改进，迎合客户需求。酒店营销部要建立客户资料库(档案)，包括：政府、驻军部队、商务公司、农场、餐饮客人。每位营销人员收纳、整理自己负责的客户资料，统一备份到酒店保存。要求对所接待过的所有客户，都要逐一建立客户档案资料。详细资料：单位名称、地址、电话、联系人，客人的特殊要求、生日等。在酒店领导的支持下，将客户的入住资料整理好，计划在淡季赠房(根据入住率)、调整入住价格、或是在入住时赠送牛奶、果盘等服务。如得到会议信息，及时在会议举办前

一、两个月做好相关工作，联系并拜访客户，同客户进行有效的沟通，以优质的服务赢得客户，使客户举办会议时，首选我酒店。

五、客户的意见反馈

填写客户意见反馈，目的在于发现问题，随时掌握客户对酒店各营业场所的满意程度，只有发现问题，才能及时解决问题。客户有哪些意见或更好的建议为我们所用，被投诉的部门应该针对问题首先深刻认识，然后认真整改，不流于形式化。让客户真正感受到酒店时刻在改变，时刻给客户新鲜感。如果不能正确认识及看待客户提出的问题，将造成某种问题存在的恶性循环，不利于酒店的经营、发展。

意见解决方式：一般情况由本部门负责人对其问题，进行了解、调查，并由营销部经理、大堂副理、房务部经理、餐饮部经理或是相关部门人员出面处理，协调解决；特殊情况由主管副总经理出面处理，本着实事求是、客观公司的态度，不损害客户的利益、不损害酒店的利益为前提的原则，达到客户满意为目的，圆满解决客户提出的相关意见。要使顾客选择我们，我们就必须善于站在顾客的立场去考虑问题、解决问题；理解服务，预测服务，设计服务，提供服务，并且不断改进服务。

六、工作要求：风平浪静，训练不出良好的水手。

1、每人每月都要有外出拜访客户的数量，20-30家，其中必须有10-15家新客户，外出时必须先登记出访时间。返回后上交完整的销售访问报告。

2、每天拨打15-30个客户电话，寻找新客户、与以往老客户取得联系、拜访客户，进行面对面沟通，详述酒店概况及优势。

3、规模大的公司，先电话拜访，沟通预约后，再登门拜访；否则，没有预约，不会被接见，浪费时间；规模小的公司采取陌生拜访，上门直接与其沟通。

4、通过老客户介绍新客户，做延伸销售，挖掘潜在客户。

5、与外埠酒店销售，建立关系，通过资源共享，开发本省市客户来此地旅游带动酒店客户。

6、拜访老客户时，穿着职业正装(配带好酒店店标)、带好酒店宣传资料、营销人员的名片、记录本等，方可出门。出门前再次确认，准备是否充分。

7、拜访新客户时，在与客户约好见面的时间后，需要将新客户资料整理好，将酒店的相关资料、信息准备好，简单制定一个初次见面的销售计划(包括开场白、销售的内容等)，在出行前，再次检查是否有遗漏。提前到达约见地址，必须守时。

8、定期了解鹤岗酒店会议情况(或上门走访、或电话询问)，获取客户名片或详细的资料，方便的发展成本酒店的长期客户。

9、对每天的工作进行总结，将遇到的难题，难解决的客户，难解决事，拿到部门每天的会议上，大家共同进行分析，找到解决的最好办法，以迎合客户的需求，达到客户满意。

10、在每天的会议中，将客户对酒店的意见进行收集。促进酒店的改进，部门间更好的合作，为客户提供最好、最优质的服务。

11、每位营销人员，每周五上交本周工作总结，下周工作计划；休息日要有至少一名营销人员在酒店内值班，对电话咨询、上门参观的意向客户进行营销服务。

12、每位营销人员，接待的所有会议，无论大会、小会，都必须全程跟办，第一时间为客户解决问题，营销人员对客户直接负责，避免出现沟通不顺畅，影响接待。

13、每个月初，部门召开月销售会议，要求汇总的情况：从销售情况、人员情况、客户情况、周边市场情况、成本控制情况等方面进行认真总结与分析。与前期销售进行对比，找出不足，以便日后将销售进行得更好。

14、营销人员对于客户的到店入住，第二天必须要以电话、短信或传真形式表示问候。

15、每位营销人员都是代表酒店的形象外出销售，针对专业知识，部门将定期进行培训。

七、培训方面

1、酒店培训

1)服务质量在酒店工作中的作用

2)人力资源管理

2、部门内训

1)销售工作认识：

2)协调和建立良好的关系：完成自我介绍、表明来意、建立和谐的关系如何建立和谐关系、坚强的意志、重要的销售理念、拜访基本流程

3)了解价值：关注价值、服务价值、人员价值、形象价值

4)了解需求：五个够买需求、发掘需求、扩展需求

5)销售人员与顾客沟通的技巧：

6)电话销售技巧：

3、自身学习

首先，不断学习，不断实践，多学习行业内的实践案例、多了解最新的营销理念，参阅营销的经典书籍，借鉴其典型案例，吸取精华。将自己培养成为优秀的职业经理人。

其次，多接触其他酒店销售能力强的人才，多与酒店的客户沟通，学习他人之所长，多做总结，使自身成长更快。

最后，多与酒店相关部门工作人员沟通，多向身边的老师学习，了解本酒店相关的工作程序，方便营销工作，方便团队发挥。

八、部门配合、密切合作，主动协调

营销部在一个酒店的整体营销中，占有很重要的位置，是企业的龙头部门，担负着为酒店创造更大价值的重担。营销部也是与各个部门沟通、协作最多、最直接的部门。因此对营销部和营销经理的综合素质、专业素养要求很高。这也就意味着，营销部和营销经理不能脱开其他部门的协作与支持而独立工作，因此，需要得到酒店各个部门及部门领导的积极配合与支持。

营销经理要了解酒店相关部门的规章制度和基本运行情况，本着相互理解、相互包容、相互帮助、相互协作的精神，妥善的解决问题，强调团队精神，营造一个和谐、积极的营销团体，为酒店创造更大的价值。

以上为营销部的工作计划。其中将酒店的优势、劣势进行了简单的分析，计划中还存在不足之处，酒店目前在营销工作上遇到了很大的难题，就是如何让更多的客户走进酒店，成为酒店的忠诚客户；如何将商务会议、餐饮、团队等运营工作尽快带上正轨等等。但无论面临什么样的困难、什么样的问题，都要有人去面对，去接受任务，去接受挑战。有问题、有困难不怕，怕的是没有胆量去尝试。《论语》讲：君使臣以礼，臣事君以忠。

营销部将在酒店领导的正确领导下、支持下，克服一切困难，迎难而上，切实地将开发工作落实好，努力完成销售工作，使酒店尽早步入正轨。开拓创新，团结拼搏，创造酒店的新形象、新境界。为酒店的发展献计献策，为酒店在行业内的位置贡献力量，为酒店的整体收入努力工作。

酒店营销策略酒店营销方案酒店管理酒店管理知识酒店管理资料酒店管理制度

**第三篇：酒店营销部工作计划**

《酒店营销部工作计划》

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

《酒店营销部工作计划》

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，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，商人知名人士，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1-2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2024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。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记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、VIP客户，要做到全程跟踪服务，“全天侯”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。

2024年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

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

1、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，并分发酒店各职能经营部门。

五、人员培训

1、依据酒店员工手册工作计划，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。

**第四篇：酒店营销部工作计划**

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，酒店营销部工作计划。

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，工作计划《酒店营销部工作计划》。

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，并分发酒店各职能经营部门。

五、人员培训

1、依据酒店员工手册工作计划，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。

**第五篇：酒店营销部工作计划**

内容简介：2024年的到来，在即将过完的寒冬里我们已闻到春天的清香，酒店营销部工作计划。于此同时，酒店给我们部门制定了新的工作计划，作为市场营销部的我们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。

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，工作计划《酒店营销部工作计划》。

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，并分发酒店各职能经营部门。

五、人员培训

1、依据酒店员工手册工作计划，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

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找