# 2024年最新酒店营销工作总结范文

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2024-09-11

*总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下我给大家整理了一些优...*

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它有助于我们寻找工作和事物发展的规律，从而掌握并运用这些规律，是时候写一份总结了。写总结的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下我给大家整理了一些优质的总结范文，希望对大家能够有所帮助。

**2024年最新酒店营销工作总结范文一**

20\_\_年的工作可以提炼出三个关键词即探索、忙碌与遗憾。营销部成立至今，我们一直在学习，在摸索。在寻找符合酒店自身条件的营销模式。然而又由于整年我们接待了大量的会议，使得我们整年都很忙碌。由于人力不足，精力有限，我们在顾及会议接待的同时，没有做到真正的营销。这是我们遗憾的地方。转眼又到了年底，是该停下来总结一下了。现在将20\_\_年的工作总结如下

一、营销部主要完成工作

1、会议接待方面

营销部至成立之初，酒店领导就将会议接待的完成情况确立为考核营销部工作的重要指标，为此营销部力求重点突破，全力以赴以确保全年经营目标的完成。营销部克服了人员不足，工作量大，会议场地局限及相关设施设备老化等诸多困难，圆满完成年初制定的x万的经营目标。截止到x月x日，会议的总收入达到x元(会议场租x元、横幅及水牌x元、其它x元)x月会议收入参照x月估算，全年会议收入有望突破x万(在会议接待量上升的情况下，\_\_银行全年的会议量相较上年却有较大幅度的减少，共计消费x万左右)。这一成绩的取得除了营销部两位成员之间的精诚团结与密切合作之外，离不开酒店所有领导的正确领导与关心，更离不开其他部门同事的大力支持与帮助。20\_\_年围绕更好地吸引顾客，引导顾客消费，在征得酒店领导同意的情况下，营销部在会议接待的硬件配置方面做了如下努力

A、由于会议室的桌椅大部分已经破顺，加之原有的桌椅数量也无法满足大型会议的需求，为改变现状添置了x把新的会议椅、x条会议桌、x块新台布。

B、电器方面添置了一组无线话筒、一个投影仪、两个无线路由器

C、教育的培训会议期间，由于需要多个分组教室，我们将闲置的办公室(包括自己的办公室)及时清理出来，以保障会议的成功举行

2、客户的开发与维护

A、客户开发：20\_\_年营销部新开发个人和商务公司协议客户x个，与x个协议到期客户续签了协议。重新签订了x家单位的资信协议。新签订x家网络订房\_\_、\_\_、\_\_。

B、客户的维护：

首先将原有的客户资料进行分类存档，对处于休眠状态的协议客户一一进行电话拜访。通过拜访了解到顾客不来消费的原因大概有以下几个方面的原因

一是由于公司办公地点搬迁于是就近选择合作的酒店、

二是公司更换了负责外联的负责人、

三是主观觉得酒店设施设备过于陈旧而放弃合作、四是只为某一次合作的优惠价格而临时签订协议，之后并无继续合作的机会。

其次我们将积分兑房的面延伸到棋牌，使得长期在棋牌消费的宾客也能通过积分兑换的方式获得实惠。截止x月x日，客房棋牌发放积分卡x张，积分兑换的客房为x间。给宾客办理积分卡在吸引回头客，稳定客源方面取得一定的效果。

第三个方面就是在符合条件的宾客中，选取部分忠实客户发展成金卡客户。20\_\_年共计发放金卡x张。

3、旅游市场的整体开发

一直以来，酒店与旅行社几乎不存在合作，今年营销部在这一方面可谓取得重大突破。

x月份开始酒店陆续开始与\_\_、\_\_合作。

截止x月x日，酒店共接待旅行社用房x间，共计为酒店客房带来的收入为x元。

除旅行社外，20\_\_年营销部与普通商务公司间的合作也取得了一定的成绩。

x月份起，陆续接待了诸如\_\_、\_\_等先后x批次的团队，共计使用酒店客房x间。实现房费收入x元。

20\_\_年x月至x月期间，通过营销部预订的各类宴席，团队用餐共计在餐饮消费的金额为x余元。

全年必将超过x万。这一成绩为酒店整体经营目标的完成做出了相应的贡献。

二、营销部在工作中存在的不足

1、在把握市场动向，应对市场变化方面的能力有所欠缺

营销部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，树立良好形象的一个重要窗口。它对经营决策，制定营销方案起到参谋和助手的作用。然而由于不善于扑捉市场动向，加之获取信息的渠道单一或者是对市场信息的关注度不够，所以在应对整个旅游市场的变化方面显得比较生涩。最突出的例子是失去20\_\_年\_\_市政府采购会议定点单位的资格。主要就是由于没有关注到相关信息的发布而直接错失投标的机会。在此，我们要作深刻的检讨。另一个方面的不足表现在无法根据目标市场、季节的变化制定出相应的营销策略。

2、与宾客间的互动不足

营销部在日常的工作中，除了会议接待的过程中有较少的与顾客面对面交流的时间，其它几乎没有机会与宾客交流。或者说存在这样的机会我们在无意间就放过了。我们无法知道顾客需要什么，无法获得宾客在酒店消费的直观感受，甚至有投诉或建议宾客都有可能找不到表达的对象。这样就很难给宾客创造宾至如归，温馨如家的消费体验。这一方面恰恰被我们在日常工作中忽略掉了。

3、新兴市场与新客户的开发力度不够

20\_\_年营销部虽然在旅行社团队与会议团队的接待量上相较以往有了长足的进步，但总体而言力度不够，还应该有较大的上升空间，旅行团的房费收入占全年房费收入的比例还不到x%，会议团队与旅行团共同的房费收入占酒店房费收入的比例也不到x%，全年开发新协议客户的数量更是屈指可数。在\_\_酒店业竞争白热化的情况下，原有的目标消费群体几乎被瓜分殆尽，这种情况下就要求我们要不遗余力开发新的客户，寻找新兴的消费市场。很显然，营销部在这方面投入的精力是不够的。

三、20\_\_年工作计划

1、努力使散客的入住率上一个台阶

20\_\_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

20\_\_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，到省内几大著名的旅游城市进行走访，与\_\_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

20\_\_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，以最大限度的吸引顾客，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，创造最佳效益

5、具体的目标明确

A、会议计划收入为x万，理想目标是完成x万。

B、会议团队、旅行团队的总收入力争达到x万。

C、由营销部带来的餐饮收入突破x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。

**2024年最新酒店营销工作总结范文二**

过去的半年，是酒店全年营收及利润指标完成得较为差强人意的半年，有必要回顾总过去半年的工作、成绩、经验及不足，以利于扬长避短，奋发进取，在下半年里努力再创佳绩。现对上半年营销工作进行总结。

一、以效益为目标，抓好营销工作

1、人员调整。酒店将营销部人员进行调整，不断扩充销售队伍，增强了在岗人员竞争上岗意识和主动销售的工作责任心。营销部领导班子分析，提升销售业绩主要是管理好销售人员，下达科学、合理的销售指标，激励大家的工作责任心和主动性。

2、客源构扩展。酒店在原有协议单位、上门散客、国际卡等自然销售渠道的基础上，拓展增加了团队房、网络订房等渠道，并按各渠道客源应占酒店总客源的比例，相应地按比例分解指标。这样，下达给销售员的指标才有据可依，分解指标合理，能促进销售业绩的提升，进而能使酒店下达的经营指标如期完成。

3、餐、房提成奖励。根据本酒店市场定位的特色，以接待协议单位商务客人、上门散客和国际卡客人为主，以网络订房、团队房等为辅的营销策略，制定了对营销部人员按高出每月销售指标后给予以一定比例提成的奖励。这一奖励政策，极大地调动了销售人员的工作热情和增强了服务意识。

4、投诉处理。营销部直接服务客人，也是客人咨询问题、反映情况、提出建议、投诉不满等较为集中的地方。本着\"宾客至上、服务第一\"的宗旨，营销部接待并妥善处理宾客的大大小小的投诉，为酒店减少了经济损失，争取了较多的酒店回头客。此外，营销部按酒店领导的要求，开始从被动销售到主动销售、从无序工作到有序工作，直接赢得了销售业绩的显著回升。

二、酒店仍存在的问题

半年的工作，经过全体员工的共同努力，成绩是明显的。但不可忽略所存在的问题。这些问题，有些来自于客人投诉等反馈意见，有些是酒店质检或部门自查所发现的。设施设备不尽完善。尤其是客房的桌椅棱角破损、墙纸发霉、浴帘发霉、地毯污浊、地砖裂缝等情况较为严重。服务技能有待提升。服务技能人员文化修养、专业知识、外语水平和服务能力等综合素质高低不一、参差不齐。酒店尚未制订一整套规范的系统的切实可行的\"激励模\"。服务技能随意性等个体行为较严重。

服务质量尚需优化。从多次检查和客人投诉中发现，酒店各部门各岗位员工的服务质量，横向比较有高有低，纵向比较有优有劣。反复出现的问题是，有些部门或岗位的部分员工，仪容仪表不整洁，礼节礼貌不主动，接待服务不周到，处理应变不灵活。此外，清洁卫生不仔细，设备维修不及时等，也影响着酒店整体的服务质量。

通过对酒店半年工作进行回顾，激励鞭策着全店上下增强自信，振奋精神，发扬成绩，整改问题。并将制订下半年的治理目标、经营指标和工作计划，在下半年里，希望各部门在工作中合作愉快，携手为酒店创造佳绩。

**2024年最新酒店营销工作总结范文三**

5月份忙碌的工作已经过去，现根据营销部门5月份的工作情况将部门工作作如下总结：

首先在经营收入方面：

5月份共完成营收元，其中客房完成营收元，占计划的%，平均出租率%，平均房价元;另外，餐饮完成营收收入元，占计划的%;5月份客房任务超额完成，与去年同期相比，有所提高;但是较四月份的营收下降幅度也是比较大的;另外，在5月份餐饮收入也超额完成计划目标，主要是体现在宴会包桌收入的提高方面，占据了当月餐饮营收的很大比例;从以上经营收入汇总来年，与去年相比，今年同期都有所提高，尤其是客房收入方面，虽然较去年相比提高不大，但是在客源结构方面，散客所占的比重得到了很大的提高，也是符合酒店的市场定位的;另外，餐饮方面，此月份在营收方面虽然超额完成任务，但是在内部客源方面散客消费是呈下降趋势的，如何提高此类客源的消费应是下期工作的重点。

在部门工作方面：

营销部在5月份累计完成会议接待13批次，其中主要完成了医疗器械会议期间在店会议的接待工作，通过此次接待活动宣传了酒店品牌，同时也获得了客户的认同;另外，接待了中化轮胎和金莱克、郑州市公路局和深圳富士康集团等一系统会议团队;在部门销售方面，本月按照年度工作计划并结合酒店指导思想，主要对周边市场客户进行了走访工作，加强了政务类客源的回访并形成了有效的意见;同时，本月根据6月份市场情况提前对周边会议客源市场进行主动的走访，保证了淡季期间酒店客源的稳定;另外，本月完成了对许昌地区客户的走访，通过此宣传了酒店产品，开拓了部分新客户;同时，本月结合酒店评星要求，对酒店各区域所有宣传品进行了重新设计，使酒店公共标识符合评星标准要求;另外，本月部门开展了团队建设月活动，通过日常的团队意识培训和组织部门人员处出集体活动加强了团队凝聚力和协同能力;

公关营销方面：

5月份主要是策划了母亲节活动;制定出了短信营销流程和标准，使短信营销模式成为日常营销的一种;同时，部门结合餐饮重点加强婚宴产品的情况，对餐饮婚宴产品进行重新的包装和设计，现已完成宣传手册的统一制作，将于下月投入使用;另外，本月将酒店积分活动礼品进行了重新的设计和推广，丰富了礼品种类，吸引客户的进一步消费;

5月份的工作已经过去，在5月份的工作中存在着诸多不足之处，结合市场情况和09年度全年营销计划，现将09年6月份的工作从以下几个方面开展：

部门工作方面：

本月部门的主题活动确定为优质服务月，将如何提高对客服务水平作为本月的日常工作，通过培训和要求来提高部门整体的对客服务水平，并在活动中评选出服务标兵;另外，本月部门结合市场情况和任务目标制定第三季度部让销售任务目标分解，通过合理的激励机制来调动部让员工的积极性;

市场销售方面：

本月将酒店的客源结构所占比例调整为以散客为主，会议为辅，团队为补;从去年数据分析结合今年酒店客源走势来看，在散客客源和团队客源因市场情况下降的同时，为确保酒店营收不出现大幅下降，适当提高会议客源的比重，来提高并稳定此月客房营收和餐饮营收;

会议市场，加强鞋城、洗化类、服装类公司的走访，搜集行业信息，把握各种会议信息，把握该季节会议，确保酒店收入的稳步提高团队市场方面，销售经理积极了解市场动态，与各主要旅行社达成合作意项，关注郑州市内各主要酒店竞争酒店的团队价格政策，与韩国团社积极达成进一步合作的协议，确保该客源的稳定性，同时也积极的去开发新的团队客源;散客市场方面，扩大市场开发范围，将销售工作的重点放在对主要客源市场的重点开发和维护，多走访周边单位，深入客户中回访客户真实意见并及时反馈与酒店;进一步加强与各客房来源渠道的合作和沟通;同时，本月仍将继续加强对外地市场客户的走访，重点对禹州市、长葛市、以及平顶山地区进行开发和回访;

营销活动方面：

本月主要对今年中秋节月饼市场进行考察，确定今年酒店销售方式;

以上是对营销部5月份工作的总结和对6月份工作的计划;

5月份周边主要酒店客房情况统计：

1、\_\_酒店\_\_×本月主要是以会议为主，同时也接待了部分医疗器械会议，会议以鞋城会议为主;散客客源走势下半月较差;

2、\_\_宾馆\_\_×本月主要是以中石油会议为主;本月团队价格定的较高，未接旅游团队;

3、大酒店\_\_×散客出租率不高，因现有房间老化严重所以竞争力不断下降，主要接待内部电力会议和客人;

4、酒店\_\_×本月主要承接了市政府安排的医疗器械会议，房间均按门市价销售;

5、\_\_×此月前半月的出租率较高;下半月一直下降;

综合以上各酒店并结合5月份整体情况，此月份整体市场客源走势受医疗器械会议影响都是前半月情况较好，散客客源较充足，下半月呈下降趋势;团队市场方面，团队客源较四月份大幅下降，各酒店对于价格的竞争也较激烈;

进入6月份以后，整体酒店市场进入到全年中仅次于春节之后的淡季，内宾团队客源和散客市场客户下降较为明显;会议市场方面根据情况不同，主要是产品发布会和订货会为主;

**2024年最新酒店营销工作总结范文四**

x月份忙碌的工作已经过去，现根据营销部门x月份的工作情况将部门工作作如下总结：

首先在经营收入方面：

x月份共完成营收元,其中客房完成营收元，占计划的%，平均出租率%，平均房价元;另外，餐饮完成营收收入元，占计划的%;x月份客房任务超额完成，与去年同期相比，有所提高;但是较x月份的营收下降幅度也是比较大的;另外，在x月份餐饮收入也超额完成计划目标，主要是体现在宴会包桌收入的提高方面，占据了当月餐饮营收的很大比例;从以上经营收入汇总来年，与去年相比，今年同期都有所提高，尤其是客房收入方面，虽然较去年相比提高不大，但是在客源结构方面，散客所占的比重得到了很大的提高，也是符合酒店的市场定位的;另外，餐饮方面，此月份在营收方面虽然超额完成任务，但是在内部客源方面散客消费是呈下降趋势的，如何提高此类客源的消费应是下期工作的重点。

在部门工作方面：营销部在x月份累计完成会议接待13批次，其中主要完成了医疗器械会议期间在店会议的接待工作，通过此次接待活动宣传了酒店品牌，同时也获得了客户的认同;另外，接待了中化轮胎和金莱克、郑州市公路局和深圳富士康集团等一系统会议团队;在部门销售方面，本月按照年度工作计划并结合酒店指导思想，主要对周边市场客户进行了走访工作，加强了政务类客源的回访并形成了有效的意见;同时，本月根据6月份市场情况提前对周边会议客源市场进行主动的走访，保证了淡季期间酒店客源的稳定;另外，本月完成了对许昌地区客户的走访，通过此宣传了酒店产品，开拓了部分新客户;同时，本月结合酒店评星要求，对酒店各区域所有宣传品进行了重新设计，使酒店公共标识符合评星标准要求;另外，本月部门开展了团队建设月活动，通过日常的团队意识培训和组织部门人员处出集体活动加强了团队凝聚力和协同能力;

公关营销方面：5月份主要是策划了母亲节活动;制定出了短信营销流程和标准，使短信营销模式成为日常营销的一种;同时，部门结合餐饮重点加强婚宴产品的情况，对餐饮婚宴产品进行重新的包装和设计，现已完成宣传手册的统一制作，将于下月投入使用;另外，本月将酒店积分活动礼品进行了重新的设计和推广，丰富了礼品种类，吸引客户的进一步消费;

x月份的工作已经过去，在5月份的工作中存在着诸多不足之处，结合市场情况和\_\_年度全年营销计划，现将\_\_年x月份的工作从以下几个方面开展：

部门工作方面：

本月部门的主题活动确定为优质服务月，将如何提高对客服务水平作为本月的日常工作，通过培训和要求来提高部门整体的对客服务水平，并在活动中评选出服务标兵;另外，本月部门结合市场情况和任务目标制定第三季度部让销售任务目标分解，通过合理的激励机制来调动部让员工的积极性;

市场销售方面：

本月将酒店的客源结构所占比例调整为以散客为主，会议为辅，团队为补;从去年数据分析结合今年酒店客源走势来看，在散客客源和团队客源因市场情况下降的同时，为确保酒店营收不出现大幅下降，适当提高会议客源的比重，来提高并稳定此月客房营收和餐饮营收;

会议市场，加强鞋城、洗化类、服装类公司的走访，搜集行业信息，把握各种会议信息，把握该季节会议，确保酒店收入的稳步提高团队市场方面，销售经理积极了解市场动态，与各主要旅行社达成合作意项，关注郑州市内各主要酒店竞争酒店的团队价格政策，与韩国团社积极达成进一步合作的协议，确保该客源的稳定性，同时也积极的去开发新的团队客源;散客市场方面，扩大市场开发范围，将销售工作的重点放在对主要客源市场的重点开发和维护，多走访周边单位，深入客户中回访客户真实意见并及时反馈与酒店;进一步加强与各客房来源渠道的`合作和沟通;同时，本月仍将继续加强对外地市场客户的走访，重点对禹州市、长葛市、以及平顶山地区进行开发和回访;

营销活动方面:

本月主要对今年中秋节月饼市场进行考察，确定今年酒店销售方式;

以上是对营销部x月份工作的总结和对x月份工作的计划;

市场竞争对手报告

x月份周边主要酒店客房情况统计：

1.酒店\_\_×本月主要是以会议为主，同时也接待了部分医疗器械会议，会议以鞋城会议为主;散客客源走势下半月较差;

2.宾馆\_\_×本月主要是以中石油会议为主;本月团队价格定的较高，未接旅游团队;

3.&;大酒店\_\_×散客出租率不高，因现有房间老化严重所以竞争力不断下降，主要接待内部电力会议和客人;

4.&;酒店\_\_×本月主要承接了市政府安排的医疗器械会议，房间均按门市价销售;

5. \_\_×此月前半月的出租率较高;下半月一直下降;

综合以上各酒店并结合5月份整体情况，此月份整体市场客源走势受医疗疗器械会议影响都是前半月情况较好，散客客源较充足，下半月呈下降趋势;团队市场方面，团队客源较四月份大幅下降，各酒店对于价格的竞争也较激烈;

进入x月份以后，整体酒店市场进入到全年中仅次于春节之后的淡季，内宾团队客源和散客市场客户下降较为明显;会议市场方面根据情况不同，主要是产品发布会和订货会为主;

**2024年最新酒店营销工作总结范文五**

一.组织部门内审，使客房部工作逐步向iso-9001质量管理体系靠近

自从酒店推行iso-9001质量管理体系以来，我部坚决贯彻执行，要求各分部依据酒店和部门的“质量目标”制定出各分部的“年质量目标”，并根据每月服务情况汇总和工作记录，制作出《每月质量目标分析报告》，为部门和酒店的服务质量分析提供了数据，为服务质量的改进提供了有利的帮助。我部分别在4月、6月开展了两次内审，主要目的是检验各分部的工作是否按照iso质量管理体系的要求认真执行，也为酒店认证工作做好准备。审核通过召开首次会议，确定审核目的、依据、范围，将内审员分成两组，进行交叉审核，对审核不合格的出具不合格报告，限期整改。两次内审共查出63项不合格项，均已整改。通过组织实施这样的活动，对我部内审员是一种锻炼，同时更是对客房部工作的开展是否按《运行手册》程序操作的一种检验。在理论与实践结合过程中，让我们感到有些运行程序存在漏洞和不规范，不适用于现行工作，如不加以修正，会造成不良后果，在今年6月，管家部对《钥匙管理规定》做出了重新修订。同时，也有一些工作程序我们未考虑到的，鉴于此，前厅部根据自身业务的开展，新增了《参观房管理规定》、《排房的注意事项》、《空房管理制度》、《扫描服务工作程序》、《房间办理延住的工作程序》，配送中心新增了《客衣核对程序》、《客衣服务中的特殊事项处理》、《客衣核对程序》、《客衣打码程序》、《送还客衣程序》、《客房、餐厅布草收发程序》。以上工作程序的修订、出台，会使客房部iso-9001质量管

二.规范留言服务，使客人感到我们专业的管理水平和酒店服务档次。

服务体现于细节，小小的一封留言信，写的恰当、写的温馨会给人留下难忘的美好感觉。我部以前的留言存在格式不统一、礼称不统一、同样的一件事不同人留言却是千差万别，为了规范我们的留言服务，今年，前厅、服务中心集中人员讨论如何将“留言服务”做的更好，最后形成了统一的写作模式，同类型的事，再给不同客人留言时，能保持一致，也许客人察觉不到这一点，但是只有我们自己知道自己的进步。

三.改变以往的开夜床方法，使我们的服务更具个性化、人性化。

在以往开夜床的基础上，我们又将自做的天气预报卡片和一些温馨提示卡片放置在客人的床上，如在欧洲、奥运会、欢乐节期间给客人送上一些当日的节目预告片，为在店客人的起居生活和出行提供了方便，多次受到客人的表扬。总之，为客人提供超出客人期望值的服务一直是我们努力的目标。为此，号召员工做一个有心人，注意留心观察客人的生活习惯，掌握客人更为详实的资料，包括哪里人、来的目的、民族等等，才能提供针对性、有特点的服务。同时服务创新需要发散思维，并懂得什么样的服务才能打动客人。\_\_年我们这项工作做的虽然比往年有起色，但离创新服务还有距离。

四.提高散客房价，增加客房销售收入，前台实施up sall方案。

为拓展散客市场，带动商务客房的销售，前厅部出台了散客增销方案，得到了店领导的支持，并于今年9月份正式开始实施，由于这钟销售方式将接待员的销售业绩直接与奖金挂钩，员工的积极性很高，截止目前，顺利为酒店在散客上额外增销人民币18000元。

【2024年最新酒店营销工作总结范文】相关推荐文章:

最新酒店营销工作总结报告 最新酒店营销工作总结范文

酒店营销个人年终工作总结范文

2024年最新酒店总经理工作总结范文

2024年最新酒店培训工作总结范文

2024年营销工作总结个人范文

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