# 2024酒店销售部年终工作总结多篇

来源：网络 作者：紫陌红颜 更新时间：2024-06-24

*【概述】2024酒店销售部年终工作总结多篇为的会员投稿推荐，但愿对你的学习工作带来帮助。　　我们在年终时都会写上工作总结，这样就可以找出其中获得的成绩，同时也有做的不足的地方。那你知道2024酒店销售部年终工作总结都有那些吗?下面是小编...*

　　【概述】2024酒店销售部年终工作总结多篇为的会员投稿推荐，但愿对你的学习工作带来帮助。

　　我们在年终时都会写上工作总结，这样就可以找出其中获得的成绩，同时也有做的不足的地方。那你知道2024酒店销售部年终工作总结都有那些吗?下面是小编为大家收集的关于2024酒店销售部年终工作总结五篇最新。希望可以帮助大家。

**2024酒店销售部年终工作总结1**

　　在过去的一年里，销售部在总经理的正确领导及其它部门的密切配合下，基本完成了酒店20\_\_年的工作任务。部门的工作也逐渐步入成熟。在这一年里我们具体工作内容如下：

　　一、对外销售与接待工作

　　首先销售部经过了这一年的磨合与发展，已经逐步的成熟了自己的销售工作，拓展了自己的市场。把\_\_大酒店全面的推向旅游市场，提高了酒店的知名度，争取做到最大限度为酒店创造经济效益。

　　根据年初的工作计划认真的落实每一项，20\_\_年销售部的工作重点放在商务散客和会议的销售上，由于酒店所处的地理位置所限，散客的入住率偏低，全年的销售部散客入住率为\_\_%，我们加大商务客人的销售力度，拜访重要公司签署商务协议，同时根据季节的不同制定不同的销售方案，有针对\_\_的走访客户，比如旅游旺季，我们把地接团队较好旅行社认真的回访与沟通，\_\_月份至\_月份大部分摩托车会议召开，我们及时的与经销商联系。为旺季的酒店整体销售量做好铺垫。平时在整理客户档案时，分类定期的回访，同时不断的开发新客户，截止年底共签署协议\_\_份。

　　\_\_年\_月份我到酒店担任销售部经理，\_\_年\_月份酒店正式挂牌三星，这对销售部提供对外宣传筹码，同时也把我们酒店整体水平提高一个档次，有利于酒店的销售工作。

　　随着网络的高速发展，网络的宣传不仅仅提高了酒店的知名度，而且通过网络公司提高酒店整体的入住率。截止年底共与\_\_家网络订房公司签定了网络合作协议。我们对重要的网络公司提高佣金比例，利用其宣传能够让更多客人通过网络详细了解商大酒店，比如\_\_、\_\_、\_\_等几家网络公司;

　　同时在这一年里我们接待了\_\_、\_\_、\_\_等多家摩托车公司，\_\_电器，\_\_公司、\_\_乳业、\_\_大学，\_\_等三十多个大中小型会议，对于每个会议的接待，所有部门都能够认真的配合销售部，圆满完成会议的接待工作，客人对我们的工作给予了肯定。在这里由衷的感谢各个部门的领导及员工对我们销售部工作的支持。

　　二、对内管理

　　酒店拥有自己的网站，由销售部负责网站的维护和网页内容的更新，通过网络进行宣传扩大影响力，并及时准确的把酒店的动态、新闻发布出去，让更多的人了解酒店，同时我们提出新的酒店网站建设方案，这为今后酒店网站的发展奠定了基础。

　　三、不足之处

　　1、对外销售需加强，现在我们散客相对比较少;

　　2、对会议信息得不到及时的了解

　　3、在接待工作中有时不够仔细，在一些细节上不太注意，考虑的问题也不够全面。

　　4、有时由于沟通的不及时信息掌握的不够准确;影响了酒店整体的销售与接待，在今后的工作要认真细致，尽量避免，能够做到及时的沟通，从而减少工作失误。

**2024酒店销售部年终工作总结2**

　　岁末年初，又到收获盘点之时。在过去的一年里，销售部在酒店总经理班子的正确领导及其它部门的密切配合下，基本完成了20\_\_年的销售任务。部门的工作也由最初的成长期逐渐步入成熟。

　　今年年初根据酒店营销的需要，在原有的人员编制上，新增了一位销售主任，负责指导各销售人员开展销售工作，并予以检查及跟踪，确保销售目标按期完成。在全体销售人员的共同努力下，销售业绩相比去年也有了显著上升。业绩的取得，与这一年里实质性的扎实工作是分不开的。

　　在这一年里我们的具体工作如下：

　　一、对外销售与接待

　　1、旅行社和大型团队的销售

　　\_\_素有“鄂中绿宝石”之美誉，地处\_\_南麓，江汉平原北端。是\_\_国家级风景名胜区的核心景区之一。优越的地理环境和迷人秀丽的自然风光，吸引着全国各地不同的游客。我们与\_\_各旅行社、绿林鸳鸯溪景区和汤池温泉建立了长期友好的合作关系，以保证酒店的团体客源。

　　在此其间，共接待大型团队家，例如：，为酒店创收元。每一个团队的到来，我们都有销售经理全程跟踪，并协调酒店各部门，以保证为旅行社客源提供优质的服务，提升客户满意度。如今有很多旅行社已经成为了我们的忠实客户，如：。优质、人性化的服务，也让他们介绍了更多的新团队开始入住我们酒店，无形之间也提高了我们酒店的知名度和美誉度。

　　\_\_除被誉为桥米之乡以外，还是全省的网球之乡。去年11月份的全省网球公开赛在\_\_圆满举行，去年在酒店连续入住四天，入住房间间。今年全省少年组、群体职工类、成人组的网球赛仍在\_\_举行，前后三次比赛，为期天，入住房间数间，共为酒店创收万元。

　　2、商务型客户、政府机关、企事业单位的销售

　　\_\_除了是一座旅游城市之外，也是轻工机械之城，国宝桥米之乡。加上最近几年政府的大力支持和招商引资，\_\_的经济也在飞速发展。南来北往的客商、政府机关、各企事业单位成了酒店最重要的客源之一。我们针对不同的消费对象，采取不同的销售模式，运用灵活多变的销售方式，吸引着酒店的新、老客户。

　　例如：办理有充有送的vip卡，为客户入住消费提供快速便利的服务，共办理vip卡张，共充值元。与此同时，我们还分别与一些客户和单位签署了现金消费协议和挂帐消费协议，截止年底共签署现金协议份，挂帐协议份。并在此基础上，新增了签单卡业务，以便更方便更快捷高效率的为各签单单位服务。同时，我们也制定了销售员拜访记录卡，以便及时跟进客户，反馈客户信息，并及时整理归档，维护与客户之间的关系，不断发掘新客源。

　　销售员也开始从去年的被动销售到今年的主动销售，从无序工作到有序工作，从无市场调研分析到市场调研分析和同行业分析，并根据客户的实际消费给予适当的送房优惠，直接赢得了销售业绩的显著回升。

　　3、会议销售

　　酒店拥有大中小型会议室共8间，可同时承接不同规模的大中小型会议。得天独厚的硬件优势和优质的星级服务，使我们在同行业的会议销售中一直处于遥遥领先的地位。在这一年里，我们共接待了大中小型会议共场。其中大型会议场。中型会议场。小型会议场。大型会议有：轻机招商会议、政协会议、全省组织部会议、全省财政预算会议等，仅这几次会议为酒店创收万元。

　　在这些大型会议中，部门经理带领着主管、领班及员工全程跟踪服务，加班加点，任劳任怨，工作经常性的延长，即使很疲惫却始终对保持着振作的精神状态，为酒店的窗口形象增添了光彩，使每一个会议都能圆满完成，客人对我们的工作也给予了充分的肯定和赞扬，形成了经济效益与社会效益双赢的局面。

　　4、宴席销售

　　酒店的餐饮部相比去年而言，整体都有了质的飞越，听到客户的投诉少了，赞美多了。从今年年初餐饮部就开始全面严抓服务规范、出品质量，并勇于不断创新，接待能力也大大提高。在做好各类宴席、会议餐接待的同时，还做好了不同规格的自助餐。这次全省财政局预算会议的自助餐就获得了上级领导的一致好评。

　　宴席菜品的出品也在不断的改进和完善，截止到今天，共接待宴席多桌。其中，9月12日，\_\_轻机孙总的寿宴创开业以来宴席的最高规格，我们以一流的服务，可口的味道，优美的环境，无论从软件服务还是到硬件设施都让客人深深折服，使所有宾客高兴而来，满意而归。

　　二、对内管理与考核

　　1、对内管理

　　销售部在去年人员编制的基础上，除增加了一名销售主任以外几乎没有什么人员变动。销售人员各自延续去年的分管单位，并在原有基础上拓展新客户。全面协助部门经理完成酒店的经营指标，做好所有协议客户和vip客人的跟踪回访，每周利用周五填写客户拜访卡，及时反馈客户信息，确保服务质量和宾客的满意度，保证酒店预算指标的完成。

　　2、回款与绩效考核

　　为了加强销售部的管理，提高员工的工作积极性和主动性，今年特制定了对销售人员的考核方案，实施按劳计酬。销售人员根据淡旺季的不同，要求完成不同的销售任务及回款任务。销售部文员每周及时更新应收账款明细，部门经理和主任督促销售人员及时对大笔账单进行催款及跟踪，确保酒店的流动资金。

　　三、适时促销，全员营销

　　销售部经过了这一年的磨合与发展，已经逐步的成熟了自己的销售工作。在淡季时，我们推出了一系列的优惠促销活动，答谢新老客户，推出了周一特价房等，还利用淡季之际，深入周边各旅游景点，做团队市场。如：与汤池温泉签定了七月-八月的订房优惠活动协议，实施淡季旺做的营销方案。

　　七八月相比而言是客房的淡季，却是餐饮的旺季。这个时候，我们实施全员营销、绩效提成的方案，大力调动了全体员工的积极性和主动性。仅在七八月份我们共接待升学宴桌，为酒店创收元，占\_\_升学宴市场份额的%。

　　四、同行合作，互利互惠

　　今年七月份我们和\_\_旅游局、\_\_各旅游景区宾馆合作，以宣传\_\_风光一行，应约参加在武广的宣传展示，在会展中心递出了我们\_\_玉丰国际大酒店这张名片。会展结束后，有些团队拿着我们酒店的名片慕名而来，如，此次武汉之行，为酒店取得了一定的外围客源，实现了同行间互利的新销售局面。

　　五、存在的不足之处

　　一年的工作，经过酒店全体员工的共同努力，成绩是主要的，但仍不可忽略所存在的问题。这些问题，有些来自于客人投诉过来的反馈意见，有些是各部门自查所发现的。分别如下：

　　1、对外销售需要继续加强;

　　2、在接待工作中有时不够仔细，在一些细节上不太注意，考虑的问题也不够全面。

　　3、有时由于沟通的不及时，信息掌握的不够准确，影响了酒店整体的销售与接待，在今后的工作中要认真细致，尽量避免，能够做到及时的沟通，从而减少工作失误。

**2024酒店销售部年终工作总结3**

　　过去的一年，是酒店全年营收及利润指标完成得较为差强人意的一年。值此辞旧迎新之际，有必要回顾总结过去一年的工作、成绩、经验及不足，以利于扬长避短，奋发进取，在新一年里努力再创佳绩。

　　现将个人工作汇报如下：

　　一、20\_年主要完成工作

　　1.客房营业收入：酒店全年完成营收入为\_\_\_元，全年客房入住\_\_\_间，全年客房平均出租率为\_\_%，年均房价\_\_\_元/间夜。

　　2.锦园私房菜餐厅全年营业收入\_\_\_\_元，其中折扣金额为\_\_\_\_元，代金卷\_\_\_\_元，菜品赠送\_\_\_\_元，免零金额\_\_\_元，酒店赠送午餐代金券金额\_\_\_元，免单金额\_\_\_元，宴请金额\_\_\_元，实收金额为\_\_\_元，实收金额包括：

　　(1)\_\_\_有限公司职工餐票\_\_单合计\_\_\_\_元。

　　(2)会员卡消费\_\_\_单合计\_\_\_元。

　　(3)挂账\_\_单合计\_\_元。

　　(4)现金\_\_\_单合计\_\_\_元。

　　(5)定金挂账\_单\_\_\_元。

　　(6)银行卡\_\_\_单合计\_\_\_元。

　　(7)宴请\_单合计\_\_元。

　　(8)\_\_网\_\_\_单\_\_元。

　　(9)\_\_网\_\_单\_\_\_元。

　　(10)\_\_网\_\_单\_\_\_元。锦园私房菜餐厅全年消费单数\_\_\_单，全年总用餐人数\_\_\_人，全年月平均消费\_\_\_元，全年单均消费\_\_\_元，全年人均消费\_\_\_元。

　　有限公司\_月份至\_\_月份收款合计\_\_\_元。

　　4.全年酒店驻店公司电费统计收款工作。

　　5.酒店全年优惠活动、节日促销客房等策划、宣传广告制作。场地布置工作。

　　6.锦园私房菜餐厅全年优惠活动、节日促销活动策划、宣传广告制作、场地布置工作。

　　7.酒店微信公众服务号平台对燎原商贸中心，昆明锦都大酒店，昆明锦园私房菜餐厅进行活动宣传。

　　8.与各部门协力，加强酒店网络销售，于携程、艺龙、去哪等大型主流订房网站负责人联系对接，提高酒店网络订房量，提高酒店入住率。

　　9.与各部门协力，到昆明各大旅行社进行走访联系，在酒店淡季入住率低时增加团队房，提高酒店入住率。

　　10.与\_\_网、\_\_\_网、\_\_\_网合作对\_\_\_私房菜团购网络销售。

　　二、不足之处和改进办法

　　1.主要的工作以提高协议客户、散客入住、网络入住率为主，增加协议客户，散客、网络客人的销售工作，虽然现在受因大环境政策的影响，周边新开酒店数量多，但我们存在我们自身的优势，在维系好老客户的同时，要不断的新增协议客户，增加网络入住!

　　2.因全国经济大环境影响，酒店协议客户入住量相比前几年大量下滑，现网络销售必定是以后时代的主要销售渠道之一，网络订房的客人不容忽视，多与网络订房网站人员进行沟通联系，多参加了解拓宽网络销售渠道，使网络订房数量有一个新的提高。

　　3.锦园私房菜餐厅和酒店客户资源相互共同整合，提高客户质量，加深客户对我们酒店和餐厅的了解，提高销售水平，提高酒店和餐厅整体销售营业额。

　　4.\_x\_房菜餐厅在团购网络上加强销售，提高团购销售利润，不断推出新菜品，多想吸引顾客的新活动，把团购客户资源变为餐厅自己的客户，增加餐厅的知名度和营业额。

　　5.\_x\_房菜餐厅上年度菜品折扣金额为x\_x\_元，在客源积累到一定程度时要控制好折扣力度，促销活动时不但要保障营销活动的吸引力，还要同时提高餐厅利润。

　　6.锦园私房菜要钻研推出特色菜品，特价菜品。提高服务质量、菜品质量，只有不断创新才能赢得商机。

　　7.客房的价格也应随行就市，根据淡、旺季，与不同的客源市场的特点，制定较为灵活的价格策略首先对周边同档次酒店进行市场调查，准确的掌握旅游市场的信息和动态，以及周边酒店入住率分析竞争形势，给酒店提供准确的参考数据，调整酒店销售策略，提出酒店价格政策实施方案。适应市场竞争需要。同时根据旅游市场淡旺季提前做出相应的销售计划，提出自己的促销方案，与老客户加强联系与沟通同时建立新的客户。

　　8.20\_\_年要根据不同的节日、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、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。

　　9.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。在销售团队中要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。

　　我们不奢望尽善尽美，但希望销售部在新的一年里，酒店、餐厅的各项工作都有起色，有突破，有创新，最终要有不错的业绩。我会努力的!我相信，只要努力了，一定就会有丰硕的成果和收获!总结一年的工作，尽管有了一定的进步和成绩，但在一些方面还存在着不足。比如有创造性的工作思路还不是很多，个别工作做的还不够完善，这有待于在今后的工作中加以改进。

**2024酒店销售部年终工作总结4**

　　20\_年的工作可以提炼出三个关键词即探索、忙碌与遗憾。销售部成立至今，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、销售部主要完成工作

　　1、会议接待方面

　　销售部至成立之初，酒店领导就将会议接待的完成情况确立为考核销售部工作的重要指标，为此销售部力求重点突破，全力以赴以确保全年经营目标的完成。销售部克服了人员不足，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11万的经营目标。

　　截止到11月30日，会议的总收入达到167469元(会议场租164100元、横幅及水牌1370元、其它1999元)12月会议收入参照11月估算，全年会议收入有望突破18万(在会议接待量上升的情况下，工商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1.5万左右)。

　　这一成绩的取得除了销售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，销售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80把新的会议椅、10条会议桌、18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、中公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\_年销售部新开发个人和商务公司协议客户30个，与13个协议到期客户续签了协议。重新签订了3家单位的资信协议。新签订\_\_。20\_\_年1至10月份，酒店通过订房网预订入住的各类房间总数为249间)。

　　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11月30日，客房棋牌发放积分卡240张，积分兑换的客房为129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17张(工行王俊、陈艾云、北科公司陈洪伟等)

　　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，今年销售部在这一方面可谓取得重大突破。四月份开始酒店陆续开始与\_\_合作。截止11月30日，酒店共接待旅行社用房383.5间(旅行社一直实行的16免1，全陪半价，所以旅行社实际使用酒店客房400间左右)，共计为酒店客房带来的收入为57929元(平均房价约为145元/间)

　　除旅行社外，20\_\_年销售部与普通商务公司间的合作也取得了一定的成绩。四月份起，陆续接待了诸如\_\_等先后19批次的团队，共计使用酒店客房1034间。实现房费收入206655元(平均房价为199元/间)

　　20\_年1月至11月期间，通过销售部预订的各类宴席，团队用餐共计在餐饮消费的金额为286000余元(其中由会议所带来的餐饮收入为131484元)。全年必将超过30万。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、销售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

　　销售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

　　销售部在日常的工作中，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\_年销售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1%，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3.5%，全年开发新协议客户的数量更是屈指可数。在长沙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，销售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，销售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\_年销售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(\_\_等)进行走访，与地州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\_年销售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。因此销售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13万，理想目标是完成15万。

　　B、会议团队、旅行团队的总收入力争达到45万。

　　C、由销售部带来的餐饮收入突破40万

　　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，但希望销售部在新的一年里，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酒店销售部年终工作总结5**

　　了让酒店更好的发展，让我们能够更好为客户服务，酒店销售部做了如下的工作总结：

　　一、人员调整

　　酒店销售部划开前台等岗位，仅销售人员上半年就有\_\_名，是同规模星级酒店的2倍多。酒店总经理班子分析原因，关键是人，是主要管理人员的责任。因此，酒店果断地调整了销售部经理，并将人员减至\_\_名，增强了留下人员竞争上岗意识和主动促销的工作责任心。

　　二、渠道拓宽

　　销售部原来分解指标因人而定，缺少科学(教学案例，试卷，课件，教案)依据。酒店下达的经营指标却难如期完成。针对上半年出现的缺少市场调研、合理定位、渠道划分种种问题，总经理班子在调整了部门经理后，研究通过了下半年度的“销售方案”。其中在原有协议公司、网络订房、上门散客仅三条自然销售渠道的基础上，拓展增加了会展、团队、同行、会员卡等渠道，设渠道主管专人负责，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，一是划分渠道科学(教学案例，试卷，课件，教案)，二为分解指标合理，三能激励大家的工作责任心和促销的主动性，四可逐步再次减员增效，五则明显促进了销售业绩的提升。

　　三、房提奖励

　　根据本酒店市场定位为商务型特色酒店，以接待协议公司商务客人和上门散客为主，以网络订房、会展团队等为辅的营销策略，总经理班子参照同行酒店“房提”的一些成功经验，制定了对销售部前台接待人员按高出协议公司价售房后予以一定比例提成的奖励。这一房提奖励政策，极大地调动了前台接待员促销热情和服务态度，使酒店上门散客收入由上半年万元升至下半年 万元，升幅约为\_\_%。

　　四、窗口形象

　　销售部前厅除充分利用酒店给予的房提政策，加大促销力度外，还特别重视塑造酒店的窗口形象。其一，合理销控房间，保证酒店利益最大化。例如，在今年的车展、房展期间，合理的运作，保证客人的满意，也保证了酒店的最大利益，连续多天出租率超过100%，而平均房价也有明显的提高。其二，完善工作流程，确立各种检查制度。加强对前厅在接待结帐、交接班等工作流程上的修订完善，尤其是结帐时采用了“宾客结算帐单”，减少了客人等待结帐的时间，改变了结帐的繁琐易错。加强主管的现场督导。通过增加主管去前台的站台时间，及时解决了客人的各种疑难问题，并对员工的微笑服务方面起到了检查督导作用。加强主管和领班的双检查工作。要求主管和领班对每天每班的户籍登记等检查并签字，增强主管、领班的责任心。今年户籍登记、会客登记、上网发送等无发生一起错登漏登现象。总之，前厅部在总经理的带领下，层层把关，狠抓落实，把握契机，高效推销，为酒店创下了一个又一个记录，上门散客由原来占客房总收入的\_\_%提高到\_\_%，最高日创收为\_\_元，最高日平均房价为\_\_元;全年接待宾客\_\_万人次，接待外宾\_\_\_万人次。

　　五、投诉处理

　　销售部尤其前厅岗位，是酒店的门面岗位，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”和“让客人完全满意”的宗旨，从部门经理到主管、领班，直至前台接待人员，除了能做到礼貌待客、热情服务外，还能化解矛盾，妥善处理大大小小的客人投诉。一年来，销售部共接待并处理宾客投诉约起，为酒店减少经济损失约 元，争取了较多的酒店回头客。

　　此外，销售部按酒店总经理班子的要求，开始从被动销售到主动销售、从无序工作到有序工作、从低效谈判到中效谈判、从无市场调研分析等无基础管理到每月一次市场调研分析和客户送房排名等等，直接赢得了销售业绩的显著回升。下半年共创收\_\_万元，比上半年增额\_\_万元，增幅约为\_\_%。

　　六、以改革为动力，抓好餐饮工作

　　1、绩效挂钩。餐厅虽然是酒店的一个部门岗位，但在管理体制上率先进入市场轨道，绩效挂钩的改革举措在该餐厅正式推行，即将餐厅的经营收入指标核定为\_\_万元/月，工资总额控制为\_\_万元/月。在一定的费用和毛利率标准下，若超额完成或未完成营收指标，则按完成或未完成的比例扣除工资总额的相应比例名额。这种绩效挂钩的做法，一方面给餐厅厨房的管理者、服务员、厨师等人员以无形的压力，思想工作欠缺或管理不得法等还会带来一些负面的影响;另一方面，却使大家变压力为动力，促进餐厅、厨房为多创效益而自觉主动地做好经营促销工作。如餐厅增开夏季夜市、增加早餐品种等等。

　　2、竞聘上岗。餐厅除了分配政策作了改革，用人、用工机制也较灵活。管理者能上能下，员工能进能出，依据工作表现竞聘上岗等等，这些皆利于酒店及部门岗位的政令畅通，令行禁止。当然，主要管理者若素质欠佳或管理不力，也自然会产生一些逆反后果。但总体看来，餐厅将表现和能力较优秀的主管安排到负责岗位，将认真工作的员工提为领班，将不称职的主管、领班及员工予以劝退等，多多少少推动了餐厅各项工作的开展，为力争完成营收指标提供了管理机制等方面的保证。

　　3、试菜考核。酒店要求餐厅的厨师每周或至少隔周创出几款新菜，由店级领导及相关部门经理试菜打分，考核厨师的业务水平，同时对基本满意的新菜建议推销。一年来，餐厅共推出新菜\_\_余种，其中，铁板排骨饺、香辣牛筋、汉味醉鸡、野味鲜、兰豆拌金菇等受到食客的普遍认可。此外，对考核优秀的厨师给予表彰鼓励，对业务技术较差的厨师要求及时调换等。

　　你也可以在搜索更多本站小编为你整理的其他2024酒店销售部年终工作总结多篇范文。

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