# 酒店销售婚宴工作总结（精选5篇）

来源：网络 作者：空谷幽兰 更新时间：2024-06-28

*小编为大家整理了酒店销售婚宴工作总结(精选5篇)，仅供大家参考学习，希望对大家有所帮助!!!为大家提供工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文等等范文学习平台，使学员可以在获取广泛信息的基础上做出更好的写作决定，帮助大家在学习上榜上有...*

小编为大家整理了酒店销售婚宴工作总结(精选5篇)，仅供大家参考学习，希望对大家有所帮助!!!为大家提供工作总结范文，工作计划范文，优秀作文，合同范文等等范文学习平台，使学员可以在获取广泛信息的基础上做出更好的写作决定，帮助大家在学习上榜上有名!!!

酒店销售婚宴工作总结(精选5篇)由整理。

第1篇：酒店销售婚宴工作总结

篇一：某酒店婚宴销售实施计划 xxxxxxxxxxx酒店婚宴销售实施计划 篇二：酒店营销工作总结与计划

2024年上半年，酒店营销部在全体员工共同努力，大家心往一处想，劲往一处使，积极拓展业务，宣传走访，公关营销闯出了一方新天地，酒店生意越做越红火，各项经济指标均超同期，实现时间过半，任务过半，为圆满完成全年营销目标打下坚实的基础。现将上半年工作情况作如下总结：

首先在经营收入方面：

上半年共完成营收 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;

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。篇三：酒店销售部半年工作总结

日月国际大酒店

销售部2024年上半年工作总结

2024年上半年，在酒店各位领导的正确领导下，营销部全体员工本着 “以完成任务指标为中心，追求经济效益最大化为第一，以提高服务质量、开拓创新销售渠道和经营模式为主题。”的宗旨，锐意改革，勇于创新，齐心协力，为完成酒店下达的经济任务作出了不懈的努力，在经营管理、销售收入和市场开拓等方面均取得了一定的成绩。现将主要实际完成的主要工作、经验体会及下半年工作汇报如下：

一、实际营销分析：

1、各类型会议83次，大型会议3次，分别是全省经济工作会议、枫润企业2024年优秀员工表彰大会、县招商引资会议。总人数约为：5620人次。会议用房约为3219个间夜;其中新增加的会议客户24家。

2、本地行政、事业、企业协议单位间夜为4077个间夜，平均每天间22.65间，其中新签协议客户32家。

3、网络订房约为：479个间夜，平均每天间夜为2.66个间夜，网络订房包括，携程、艺龙、同程、号码百事通等6家网络销售平台。

4、旅行社、团队间夜约为：4120间，酒店以贵州旅游海外总公司、贵州国旅、青旅为旅行团队大客户

5、总的散客开房间夜约为4049个间夜，也包括了网络订房其中上门散客开房间夜.平均每天间22.5个间夜。

6、餐饮预订：

1月份：5322人次、共计：510桌、2月份：3200人次、共计305桌。 3月份：3405人次、共计：340桌、4月份：5319人次、共计496桌。 5月份：4865人次、共计: 463桌、6月份：5219人次、共计497桌。配合餐饮部餐饮销售人员展开全面的酒店餐饮销售

7、收款任务，上半年在酒店领导每月制定的任务基础上回收欠款共计： 2608632元(贰佰陆拾万零捌仟陆佰叁拾贰元)其中：1月 805494元 、2月 364177元、3月233731元、4月517346元、5月270147元、6月417737元。

8、年度重大接待9个，如：省委书记、委员、常委栗战书、全国人大常委会副委员长，民建中央主席陈昌智、省政协副主席王富玉、全国政协财经工作会议会议团等国家二级、三级重大接待。在接待的过程中得到了县领导的赞扬和对我酒店接待水平的肯定。

二、主要完成工作：

1、会议接待市场：首先销售部认真贯彻酒店领导关于维护好本县行政、事业等单位市场销售的思想，同时注重加大县外单位会议的促销和开发，在每月初及时了解会议信息，注重加强与各单位的联系，定期拜访，对会议的各项要求进行一一落实，与相关部门进行及时沟通、协调，认真接待好每一次大中小型会议，精心细致地做好每次会议的接待工作，得到了领导的一致好评。在县外单位会议市场的开发上，加大信息捕捉，量身度势，加大会议接待的宣传力度，半年来，我们逐步的开拓了一批新的县外会议客源，如：省工信局，省交通厅，湖南省石油总公司、中国网络优酷网培训公司等，同时注意加强了去年会议客户：省财政厅，省劳动和社会保障厅，中铁十三局，省电信，省工商行政管理局等的密切联系，并与旅行社会议接待中心等的合作，充分利用他们的会议接待平台和业务销售，进行宣传自己，同时争取了一定的会议客源。

三、旅行社市场及网络市场：

3、同时加强了与网络订房中心的合作，在互联网上做宣传。网络订房现在已经成为各类型宾客公务出差、旅游、商务活动的选择方式之一。为于网络订房中心实现资源共享、市场共拓，酒店采取返佣的方式，选择了6家左右的订房中心，进行合作，如携程、艺龙、114号码百事通、同程旅游网、12580中国移动订房在线等知名订房中心。

4、加强内部管理和培训工作。

我们有针对性地对新任销售人员加强了培训工作，使他们能最快的速度进入角色，同时也加强了内部员工的学习与交流，使团队的战斗力得到了一定的提升

四、工作中出现的问题及不足

1、销售队伍不稳定，特别是缺少有销售经验的人员，而且对销售人员的培训力度也亟待加强。

2、信息的捕捉和处理能力有所欠缺，具体表现在：缺乏把握市场信息的能力，在信息高度发达的现代社会，信息一纵而过，有一些有效的信息在我们身边流过，但是我们没有抓住。缺乏信息的交流，使很多有效的信息白白流失和工作的被动。在今后的工作中，应采取有效的措施，发挥信息的作用，加大信息的交流，加强信息的处理能力，加强内部的沟通交流。

3、宣传力度不够大，特别是餐饮促销方法有待提高，下半年会大力配合餐饮部餐饮销售人员展开全面的酒店餐饮销售，突破瓶颈，开创新局面。

4、市场营销策划活动较少，特别是针对性的节假日、重大活动等期间的策划。

五、下半年的工作计划和打算

市场营销部将及时调整营销计划策略，勇于开拓创新，加强学习，团结奋进、敢挑担子，发挥营销的开源创收龙头作用，加大行政、商务、协议和散客市场的促销与开发，继续收集信息争取一定的会议客源，适量的开发一定的旅游团队市场，走可持续发展的路线现制定如下工作计划：

1、继续做好会议的接待工作同时，加强会议促销，打造日月的会议接待品牌。积极寻求组织省内外会务客源，重点放在一些企业经济类的行政会议、商务会议、培训班会议和事业单位的会议。

2、加强婚宴、各种宴会等促销，增加高档旅行社指定用餐，增加团队自点餐消费。

3、加强商务促销和协议签订散客市场客源的开发，提高酒店的知名度，增加系统外散客的市场份额。这是我们酒店客房追求的另一个最主要的客源市场，要在有限的房数实现客房利润的最大化。在开拓散客市场，重点是周边市场，为此：营销部下半年的工作中：(1)通过对销售人员实行拜访量的考核及每月有效客户量的考核，促使其加大对老客户的拜访和新客户的拓展，增加酒店的客源量。定酒店的散客销售比例;(2)通过与前厅的配合，对酒店的各类散客实行促销政策，像网络公司一样吸引客人成为我店的客户，对其可实行活动用房的方式，稳定其长期入住我店，从而增加酒店的销售。

4、通过近期对网络公司及旅行社的调查和沟通，目前在我市做得较好的订房中心还是携程和艺龙两家，网络公司对酒店的要求均集中在：在旺季时酒店能无条件保证其订房需求。对此，(1)我部将在今后的工作中加强与前厅的配合和协调，通过调整客源构成全力满足网络公司的订房需求，并根据市场需求及时调整价格，配合网络公司做好预订工作，增加酒店的客源;(2)对网络公司进行定期的回访，征求其对酒店的建议和意见，及时更新酒店在网上的宣传资料及新的促销政策，进行适时的销售调整;(3)对网络公司根据其每月的佣金进行快速返佣，调动他们的销售积极性，增加我店在网上的预订量，从而增加酒店的销售额。另外，对旅行社而言，由于其对价格敏感度最强，故在下半年的销售中，除了在价格上做到灵活的掌控、适当的进行调整外，我部将安排专职销售人员加强与旅行社计调人员的密切联系，增加其在酒店的团队预订量，提高酒店出租率;合理并适量的开发旅游团队市场，尽量做好调剂，在会议淡季加大团队销售，并定位于一些档次较高的团队市场开发。

5、加大内部和外部宣传和促销工作。通过人员促销、通过旅行社宣传，短信平台宣传，网络营销，其它媒体等等方式，来吸引更多客人的关注，并最终带来经济效益。

6、密切合作，主动协调与酒店其他部门接好业务结合工作，密切合作，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。

7、进一步强化销售员工培训、提高员工素质、业务水平。同时为营造一个和谐、积极的工作团体，多组织一些有意义的部门活动，来提高团队的凝聚力：规范销售人员的工作计划性;培养销售人员的工作独立性;量化工作目标，实行目标考核;统一管理表格，完善各类协议;坚持每天的部门的班前会和班后会，定期进行各类培训。

市场纵有千变万化，销售独有一墨之规。百舸争游，非进必退。在充满挑战的下半年，营销部全体员工在酒店领导的正确领导下立志以前瞻的视野，超前的营销，勇于创新，迎难而上，勤勉工作，全身心投入酒店的经营发展中去，为酒店奉献自我，争取完成酒店下达的经济任务指标，创造营销部的新形象、新境界!

日月国际大酒店销售部

二零一二年六月二十七日

第2篇：酒店销售工作总结

“锲而舍之，朽木不折，锲而不舍，金石可镂。”销售人员就需要这种意志，要有不达目的绝不罢休的信念，才有机会走向成功。以下是小编整理的关于酒店销售工作总结范文四篇，仅供参考，希望能帮助到大家!

酒店销售工作总结范文1

在过去的半年里，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2024年的工作任务。部门的工作也逐渐步入成熟。在这半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半年的磨合与发展，已经逐步的成熟了自己的销售工作，拓展了自己的市场。把商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，2024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 x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，12月份至1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454份。

年x月份我到酒店担任销售部经理， 年酒店正式挂牌三星，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。现共与54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，比如携程、艺龙、恒中伟业等几家网络公司;同时在这半年里我们接待了 多家摩托车公司， 电器， 公司 乳业中医药大学，铁道与环球国旅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。

酒店销售工作总结范文2

不知不觉我在 酒店做营销工作已经有半年时间了，可能很多人会觉得这个时间过于短暂，但是我认为经验的累积首先靠时间的累计，最主要在于自身的努力学习!

营销部：营销是酒店经营重要部门，它主要承担酒店客房、会议、餐饮等各项业务的联系工作，达到使酒店限度盈利的目的，保障酒店长久发展并且不断壮大。是酒店业务活动和对客服务的一个综合性部门，作为客户与各部门之间的纽带，协调各项业务细节，使各部门的服务工作达到客户的要求。

对于这份工作，开始的时候有许多无奈。记得刚来的时候常被调到餐厅帮忙，有一次在传菜时碰到了一位旧友，当时的我手中还端着菜，顿时觉得自己很没有面子，便匆匆走过，没有上前打招呼，此后几天，心里还一直不舒服，认为自己丢了面子，甚至后悔从事酒店工作。看到其他经理及后勤工作人员都和我一样，在餐厅忙不开时有的当起服务员、有的传菜，精神饱满的为大厦的经营工作奉献自己的一份力量时，我才想通了，既然我选择了酒店行业的工作，那么我就要热爱这份工作，尽自己全力去做好本职工作的同时，做为新航的一员，还要以大局为重，服从领导安排，保障大厦各项经营任务的完成。

在工作中，与领导、同事意见不统一是不可避免的，有时还会发生争执，但也正是通过这些事情使我一步步成长。我很庆幸自己在新航工作，能够认识现在的领导，工作遇到难办的事情，是董经理帮我出谋划策，因为工作的事情心烦意乱时，是赵经理陪在我的身边耐心开导，最令我感动的是总经理仝总在工作中对我的悉心教导、和鼓励、方式方法，使我懂得做人要有自己的标准、底限、少走了许多弯路，在工作中有所提高。

在这半年的工作期间，我学到了很多的东西，不仅仅是业务上的知识，更重要的是为人处世的道理。这个社会本来就很复杂，很多时候所需要面对的不单单是工作，还有与人相处的微妙关系，很多事情的处理都是需要与人很好的沟通才可以做起来得心应手，而这一切，都是从书本和学校所学不到的。同时我也发现了自己的一些不足之处，比如，作为酒店的员工，我说话比较直接偶尔会和客户或单位同事发生一误解，但我始终都让自己保持一种宽容，平和的心态去化解一切的不愉快，我相信只要用一颗真诚的心去对待别人，别人也会同样对待你。同时也善于发现别人的优点，尤其是别人在处理问题时的优点，借鉴的同时也在学习，以弥补自己的不足。半年的工作，品尝了酸涩和挫折，忍受过委屈和误解，甘苦自知，冷暖自明，但都坚持了下来，我想，我可以说，我是一个心灵的强者，我不允许自己保存哪怕一丁点的骄傲和傲慢，不允许自己犯任何不可原谅的错误，认认真真，脚踏实地，用自己的素质来成就自己，以更高的要求和目标鞭策自己。

我踏上了工作岗位，但这只是刚刚的起点，今后的还有更长的路需要自己去走，更多的坎坷需要自己去踏平，还有更高的台阶需要自己去迈。在今后的路上，我会保持清醒的认识，在已有的经历和经验的基础上，持之以恒，巾帼不让须眉，我有这份勇气和信心。

酒店销售工作总结范文3

事情都是两面性的一点都每次没错，虽然做导购有时候会碰到很难缠的顾客，但很多时候当销售出一件衣服的时候，是多么的开心、笑得是多么的灿烂，这种成就感就是再多钱都买不到的财富。。有句话说得十分对：“人生最精彩的不是成功的瞬间，而是坚持成功的过程”要想做一个优秀的导购员不光是如何想着怎样做销售，更重要的是必须要有爱心，和抱有一颗感恩的心。例如说：顾客在我们专柜东张西望找收银台的时候，这时我们主动热情的为顾客指引收银台的方向、比如说：客人找不到出口的时候，这时我们主动为客人指引出口的方向、等、、或许就因你一个小小的举动，那个顾客很有可能成为你的老顾客，服务的事有很多很多、、关键是看你有没有用心去做。我永远相信这点、、

有付出就会有回报

以往有人问我一个问题说：在你的一生当中你会把“爱”“财富”“成功”怎样排列。当时我回答她说：我会把“爱”排第一“成功”排第二“财富”排第三，至于什么意思大家慢慢体会吧!

酒店销售工作总结范文4

销售工作是一项很辛苦的工作，有许多困难和挫折需要克服，有许多冷酷的回绝需要应对，这就要求销售人员必须具有强烈的事业心和高度的职责感，有一股勇于进取，进取向上的劲头，把自我看成是“贩卖幸福”的人，勤跑腿，多张嘴，销售人员必须要具备很强的创新本事，才能在激烈的市场竞争中出奇制胜。首先要唤醒自我的创造天赋，要有一种“别出心裁”的创新精神;其次要突破传统思路，善于采用新方法走新路子，这样我们的销售活动才能引起客户的注意，俗话说“处处留心皆学问”，用销售界的话来讲就是“处处留心有商机”。销售人员要能突出问题的重点，抓住问题的本质，看问题有步骤，主次分明，同时注意多积累知识和技能，知识越丰富，技能越熟练，对事物的洞察性也就越强。

建立起与客户的信任是十分重要的，每个人都有两种方向的人际网络，一个是你自然得来的，一个是你创造的。自然得来的人际网络包括你的亲属、好朋友及其他一些熟人。如果你具有良好的个人魅力，主动开拓自我的人际关系，你就能够经过这些人获得更大的人际网络。

能够利用一些时间，选出重要的客户，把他们组织起来，举办一些活动，例如听戏、举办讲座等，借此机会，能够和客户联络感情，客户受到特殊礼遇，就会产生感恩回报的心理，从而更忠实于你，甚至帮你去开发新客户。

与客户成为知心朋友。我们都明白“朋友间是无话不说的”。如果我们与客户成了知心朋友，那么他将会对你敞开心胸，从而打动客户、感染客户，与客户坚持长久的关系，充分发挥人格和个人魅力，在销售的过程中释放自我，充分发挥自我的特长和优势，同时不掩饰自我的缺点，让客户感受到你真实的一面，这样客户才会对你产生信任，推进销售进程，才会在日后长久坚持这份信任和默契。

“锲而舍之，朽木不折，锲而不舍，金石可镂。”销售人员就需要这种意志，要有不达目的绝不罢休的信念，才有机会走向成功。销售是条漫长又艰辛的路，不但要坚持冲劲十足的职业精神，更需秉持一贯的信念，自我激励，自我启发，才能渡过重重难关，走向最终的胜利。

第3篇：酒店销售工作总结

酒店销售工作总结

一、认真作好各项准备工作，切实保障酒店的按时开业。

从20xx年2月21日市局党组确定筹建酒店至4月16日正式开业，其间只有短短的40多天时间，在酒店一无所有的情况下,员工需要招聘,物品需要采购,各项规章制度及工作流程需要建立。面对这些方方面面的大量准备工作,加之筹建人员又缺乏经验，可以说是时间紧，任务重,人员少。能否按时开业，像一块石头压在酒店领导的心上，但又毫不犹豫的达成了共识，市局党组的决定就是命令，时间再紧，任务再重，一定要坚决按时完成。为此饭店领导一班人积极动脑筋想办法，认真研究领会筹备方案，

并带领临时招聘来的几个人员加班加点，夜以继日的开展工作。

首先成立了筹建领导小组，先后四次召开小组会议，研究制定了筹建工作方案;研究制定了采购物品计划;研究制定了临时用工人员招聘和培训方案;制定了临时用工人员的工资标准;制定了当前一个时期的工作重点和工作思路。并将这些工作分阶段制定出时间进度表,逐日抓落实,保障酒店的按时开业,得到了省市局领导的好评。

二是成立了物品采购领导小组，具体负责物品采购方案的落实。在董事会的支持帮助下,在短短的十多天时间里,会同机关监察、计财等有关科室同志一起对十三大类两千多个品种的筹建物品进行了外出集体采购，按照廉政规定的要求,对需要政府采购和控办批办的大宗商品,严格按照规定实行招标采购，并组织人员及时组织到位。

二、制订各项规章制度，逐步健全内部管理。

规章制度是加强酒店管理的重要保证。为此,酒店非常重视这项工作，及时制定了各部门的岗位职责、工作服务流程等一系列规章制度。开业之初由于酒店专业素质管理人员缺乏，个别部门的规章制度不很切合实际，有工作漏洞，还有的部门规章制度一直不健全，酒店就在工作运行中结合实际情况，不断的进行调整，并与“省开来大酒店”、“航天大酒店”“景福大酒店”等同行互相交流学习，借鉴经验，取长补短，弥补漏洞，使酒店的规章制度不断得以健全和完善。酒店财务部门最先制定出了一套切实可行的财务制度，健全并完善了酒店财务部门各岗位人员的岗位工作职责，使整个酒店的财务、供应、保管、领用等各项工作开展的有条不紊、井然有序。他们还根据酒店会计核算的实际需要，经过不断的讨论、修改和反复的实际应用，建立了一套完整的适合本酒店财务核算和管理需要的电算化财务记帐系统。为了便于酒店的每一位员工都

能详细了解酒店的规章制度，酒店又编制了《\*\*\*\*大酒店员工手册》，发放到每一位入店员工的手中，使其能够照章办事，时刻用规章制度来约束自己的行为，明确自己所拥有的权利和义务。为了使酒店的的管理水平更上一个新的台阶，在12月份酒店还特意高薪聘请了专业的管理人员，对酒店进行了全面的改革，推出了早例会制度、质量检查考核办法、经理考勤签到制度、部门工作日志等一系列新的规章制度，这些制度的制定加强了对各级人员的管理，起到了“以制度管人”的良好效果。使酒店全体员工的精神面貌、举止言行、环境卫生等很多方面都提高了一个层次。

目前,酒店已制定下发了各类职责、规定、办法、流程等规章制度40余个,对每一个人的岗、责、目标都提出了明确的标准,对超越和违反的都做出了相应的处罚规定。做到了对每项工作、每个工作环节都有章可循,有规可依。

三、加强人员的素质培训，努力

提高服务质量。

培训是提高员工素质的有效手段，是提高服务质量的基础性工作。酒店刚成立时,首批进入的工作人员绝大部分没有从事酒店工作的经验,高层次的管理人员就更加缺乏,加之酒店又是一个人员流动性较强的行业，尤其是餐饮服务员,素质高的人才难以找到,素质低的人员又难以满足酒店上层次的需要,在实践中酒店领导意识到,加强人员的培养与教育是酒店提高服务质量关键,也是促进酒店生存与发展的根本。为此，在酒店开业之初就对所招聘员工进行军事化、规范化的培训和系统的理论授课，并到四星级酒店进行了全方位的培训和实习，取得了培训合格证书。这对酒店开业以后能够迅速获得三星涉外酒店起了一定的作用。平时工作中各部门也根据各自工作特点经常组织内部培训、考核和技术比武，例如：英语培训、普通话培训、微笑服务培训、餐饮客房业务培训等。新老员工之间还注意搞好传帮带，实行

“一对一”的培训，这对新进员工快速熟练掌握工作业务起了很好的作用。酒店还采取走出去请进来的办法，派酒店管理人员赴\*\*\*学习，邀请省开来的专业管理人员来酒店进行指导培训，这些措施不仅极大地调动了员工的工作积极性，而且进一步全面提高了酒店的管理水平和服务质量。

第4篇：酒店销售总结

酒店销售工作总结

2024年是特殊的一年，忙碌的一年，在这一年里，我们酒店发生了翻天覆地的变化，是开创我们酒店未来宏伟蓝图的一年。

我们酒店在开业伊始就制定了三步走战略规划：第一步，按四星级酒店的标准完善硬软件设备的投资;第二步，进行员工队伍的素质教育和培训，从根本上提高各级员工的素质，以五星级的管理和服务创建真正的四星级酒店;第三步，从管理中要效益，立足xx，向外辐射，推出xxx品牌。在过去的一年，为了实现我们既定的第二步发展战略目标，我们实施了“奔马—爱拼才能赢”的奔马计划，我们全体员工充分发扬敬岗爱业、团结奉献的xxx精神，在竞争激烈的xx酒店市场，勇于创新，敢为人先，凑响着动人的奔马交响曲，在同行中独放异彩，与日争辉!在奔马计划年中，我们全体员工思想统

一、目标明确、工作扎实，以“平等、竞争、学习、进取”、顽强拼搏、永不言败的xxx精神，勇于创新，积极开拓进取，在海燕计划年的基础，各项工作都再上一个新台阶：

第一、在酒店全体员工的共同努力下，我们酒店超额完成奔马划年的各项指标，同时全体员工的收入、福利待遇和整体素质得到大幅度的提高，实现酒店和员工的双赢。

第

二、“三个为本”的指导思想真正落实到各项工作中，改善了员工的工作和生活环境，使员工的服务质量和服务技能得到保障。

第三、在9月份，酒店举行第三届技能大赛，实行蒙眼摆台、蒙眼铺床，使我们的服务技能从简单的层面记忆走进了用心、用情的科学记忆中来，充分展示了我们xxx大酒店员工技能和技艺的高超，在全国是首创，从而为创造xxx品牌打下了基础;

第四、在11月份，酒店成功地与明园×××酒店联合举办首届中国饭店金钥匙服务xx研讨会，对xx金钥匙理念的推广起了很大的促进作用;

第五、12月份，酒店在浙江宁波如开的中国金钥匙组织年会上获得最高荣誉奖。说明自从酒店加入金钥匙组织以来，我们金钥匙服务的工作及其个性化服务理念推动了酒店的发展。

第六、酒店刊物《员工之声》被评为2024年度xx旅游饭店协会饭店优秀刊物;

第

七、经过大量的准备工作，酒店管理手册和员工守则已出版，这是我们开业三年来工作经验的总结，是全体员工智慧的结晶。

第八、经过在奔马年的一系列培训，酒店员工得到很好的发展，一批专业知识过硬、综合素质高的优秀员工脱颖而出。

以上优异成绩的取得来之不易，是与我们每一位员工勤勤恳恳地工作分不开的，其中凝聚着我们全体员工无数的心血和汗水。回顾开业的三年，我们走过的路很不平坦，从开业初的“不落的太阳工程”到“海燕计划”和“奔马计划”，从开业时的打基础到第二年的起步走和奔马年的大发展，我们一步一个脚印，一年上一个新台阶。虽然是短短的三个春秋，却满载着我们xxx人风雨同舟共同的奋斗史，涌现出一批爱岗敬业、团结奉献的劳动模范、优秀管理人员和优秀员工。今天我们向其中的4xxxx优秀员工。但是我们不会忘记其他默默无闻地奋斗在各个工作岗位上的xxx人，正因为有了你们，xxx才有今天的好成绩;正因为有了你们，xxx这株幼苗才能有今日的茁壮成长!

诚然，成绩是属于过去的，属于昨天所取得的成绩沾沾自喜，我们更不应被昨日的辉煌冲昏头脑。当新的一年来临，历史又翻开了崭新的一页，我们又站在了新的起点，开始新的征程，明天，我们还要面临更加残酷的市场竟争，迎接各种困难和挑战。在前进的道路上，我们xxx人永不言失败，也永不言成功，对于xxx人而言，成功，永远存在于明天!

今天，我们在此召开总结大会，更应反思我们自己工作上的不足和缺点，居安思危，未雨绸缪，为新的一年做好准备。总结过去的一年，在我们的工作中还存在以下有待加强和改进的几个方面：

1、加强部门之间以及部门内部之间的沟通与协调

这个问题已经是个顽疾，是个老问题，去年开总结会的时候，曾经强调过，但是到时目前为止，并没有多大的改善，现在酒店往往存在这样一种现象：一个部门发生的事，与其相关的部门却不知道;部门内领班、主管知道的事，部门经理却不清楚。整个酒店是一具相互联系的有机整体，各个部门的运作构成了整个酒店的运行机制，在工用上，任何一信息环节的不通畅，都会导致工作上的脱节，都有会影响到酒店的其它部门的正常运转，我们前段时间出现的结帐漏单现象，引起客人的不满，客观上就是由于工作人员工作时不细心， 检查力度不够造成的。在个别部门内，有些管理人员没有坚持走“从员工中来，到员工中去”的群众路线，没有深入到员工当中，出现下级员工有情况也不愿向上级汇报，能应付就应付，不能应付就推脱的现象，从而引起客人的不满，损害了酒店的形象。部门之间以及部门内部缺少有效的沟通与协调，在工作上没有延续性，一但出现问题追究责任却都是不关已，高高挂起。个别部门之间相互扯皮、推卸责任，甚至召开部门协调会也解决不了问题，要总经理亲自出面协调、沟通。这种现象是很不正常的，严重地影响了工作的质量和效益，最终必将损害酒店的利益，从而导致损害全体员工的利益。

2、加强和改进各级管理人员的工作作风和领导作风

我们某些管理人员在工作作风和领导作风上存在严重的官主义倾向，眼睛长在头顶上，眼睛向上看，不好学、不好问、不好研究，单凭一点工作经验吃老本，在工作上喜欢做表面文章，摆官老爷架子，凡事发号施令，吩咐下面员工去完成，过后也没有认真去检查、监督和落实，我们的实际工作中还存在着好人主义、好好先生，纪律不严明，该管的不管，该处理的不处理，在工作上过于感情用事。对本部门的人员和物资配备情况也是满足于一知半解，没有做到心中有数，了如指掌，没有一套在工作上如何调动，支配本部门的人力和物资，从而实现利益最大化的有效可行方案。管理人员中个别经理责任心不强，敬业精神欠缺，工作未做完就提前下班，对员工的培训太过于草率，未有很好的把握培训的方向和解决问题的培训方法，也有个别管理人员在工作时间与私人聊天及蒙骗上级的行为，对工作监督不力，走过场，乱批评，推卸责任，在管理上强调过的事情是犯重复错误，这种现象归根到底是管理人员工作太过于轻率，对工作事业不忠诚，有机会就瞒天过海，这种行为既不忠诚于自己的事业，又是对自己的不负责;前厅人员整体素质未有很好的提高，尤其是前厅收银服务态度差，没有笑容，处理问题的方法不当。大堂茶吧工作人员纪律松散，服务不主动。餐厅工作人员上菜、结帐的速度太慢，客房卫生不及时清理，这都给客人留下不好的印象，影响了酒店的整体形象。某些管理人员的脾气急躁，领导方法欠缺艺术性，执行的是“大棒政策”，热衷于发官威，乱批评，没有真正地去关心我们的员工，体会我们员工的感受。其结果往往是管理人员逞一时之快，而员工心里受委屈，滋生不满情绪，从而导致工作难以开展。各级管理人员应形成这种意识：每一位员工都是酒店的宝贵财富，没有满意的员工，就没有满意的服务。各级管理人员更应该认识到自己是为属下员工服务的，只有管理人员为员工提供好的服务，员工才能为客人提供优质的服务。

3、进一步解放思想，提高创新能力

各级管理人员的思维普遍存在一种惰性，思路不灵活，创新活力严重欠缺，大多是凭经验办事，小到一件装饰品的摆设，某些管理人员都没有去思考如何才完美。现在市场竞争日益激烈，一本皇历念到底的方法是行不通了。面对新形势新任务的要求，各级管理人员要不断学习新知识，积累新经验、增长新本领。jzm同志在十六大报告说得好：创新没有止境，我坐冷板凳突破前人，后人也必然突破我们。这是社会前进的规律。我们必须从目前市场竞争的现状和未来着眼，进一步增强生存危机感，加强市场竞争意识，这样，我们的事业才能不断从胜利走向胜利。

二、2024年的工作思路和指导思想

经过前三年的大发展，我们已经胜利地实现了当初制定的第一次部署三年分三步走的战略目标，第一年，打基础;第二年，起步走;第三年，大发展。这为我们实施第二次部署战略计划打下了很好的基础。2024年是我们实施第二次部署战略目标的第一年，是抓管理，树品牌的一年，也是关键的一年，在这一年，如何加强、完善我们的管理，突破我们在服务工作中的盲点，如何打造我们的品牌，对能否实现我们的第二次部署战略目标有着非常重要的意义。所以在面对新形势、新任务的要求，xxx人要坚持与时俱进，坚持创新，时刻保持清醒的市场头脑，既要继承、发扬xxx人的优良传统，又要在服务上有创新，有突破，从而建立自己的服务品牌。全体员工务必立足本职工作，注重每个服务环节，在管理工作上要做到“三个加强”，在服务工作中要做到“三逐步形成突破”，在投资方向上要做到“三个有利于”。

2024年的工作指导方针

(一)加强管理

管理是任何一个企业的关键问题，酒店运行机制如何，能否在激烈的市场竞争中站稳脚跟，归根到底是管理是否有招。酒店正常经营工作的开展，要求各部门各岗位的员工团结协作，严肃纪律，管理者更要抓住严格管理、严格纪律环节，开展全面分析制约管理工作中的各种不利因素，扫除服务工作中的盲点，向管理要效益。结合各部门的实际，加强管理关键是处理好三个关系：

①处理好管理与服务、服务与销售的关系，增强对客的服务意识。

在管理年，我们酒店各个部门都要加强自身的管理，找出工作上漏的环节，堵塞好效益流失的黑洞。酒店人事培训部在管理年要做好以下几个方面的工作：一是制定酒店纪律考核标准，对故意或非故意违纪人员划分不同的处罚标准，做到有案可，有章可循，进一步完善酒店的考核制度。二是制定好在新的一年员工的培训计划，对提高员工的业务素质有一套切实可行的方案。三是围绕酒店的发展，密切留意市场的动态，注意为酒店的长远规划储备人才，同时严格规范相关文件档案，做好档案，做好档案的分类存档，熟悉酒店政策及相关法律条文，财务部是酒店的管家，在管理年要监督好物资流通环节，明确各岗位的责任，建立及保存财务相关档案和单据，做到每货有数可查，有单可核，同时强化收银人员的业务训练，注意服务态度和服务精神，餐饮部是酒店的一大支柱，餐饮经营得如何在我们酒店有着举足轻重的作用，因此我们不能满足于过去的成绩，餐饮经营是一个动态的经营，是随着市场的变化而变化，在管理年要把餐饮服务提升到一门艺术性服务，研究和把握顾客服务的心态，创造出充满魅力的服务产品，严格把关，做好餐具的卫生和保存工作，在工作中形成严谨、学习、改善、创新的良性循环，最终在xx餐饮市场形成“满园春色关不住，一枝红杏出墙来”一枝独秀的局面。客房部是酒店的另一大支柱，自从加入金钥匙组织，客房部就成立了金钥匙班组，服务工作的效率和质量得到很大程度的提高。管理年，我们在服务质量方面要百尺竿头，更进一步，注意服务的每一个细节，尤其是客人入住后房间的后续卫生工作的服务过程，要做到严谨、细心、勤快和警惕几个环节。目前，我们酒店各部门还有不少管理人员和员工认为，只要按部门还有不少管理人员和员工认为，只要按部就班地完成工作任务就问心无愧，至于自己的工作在多大程度上满足客人的需求，适应市场形势的变化，留住新老顾客，似乎不是自己考虑的问题，对顾客提出的问题，能应付就应付，不能应付就想尽一切办法推脱，一些习惯生的错误反复出现，员工认为自己做得不好，只要主管领导认可就行。

上述问题的存在说明我们的管理、服务工作同销售工作之间存在着严重的脱节现象。我们的管理和服务工作都应该着眼于满足客人需求这一中心开展工作，管理人员要服务好员工，解决员工在对客服务中出现的各种困难和问题，无论是管理工作还是服务工作，都要为销售工作创造良好的条件。同时在我们的各项工作创造良好的条件。同时在我们的各项工作中要加大管理力度，加强理顺内部管理关系，明确职责范围，提倡相互配合、相互支持的工作作风，人人都是多面手，不做表面派，形成良好的工作合作关系，努力把工作提高警惕到一个新的服务水平。严格管理，狠抓各项工作任务的落实，彻底杜绝推委扯皮，不负责任现象。各级员工及干部应该有一种责任前卫精神，在工作中，领导看不到的、想不到的、做不到的，应替领导看到、想到、做到的工作情操。

②处理好工作效率与经济效益的关系，增强市场竞争意识。

我们民营酒店的优势之一就是体制活，决策程序没有国营酒店那么复杂，信息的反馈速度快，对市场竞争的灵敏度高，能够根据市场的需求迅速调整我们的战略。综观酒店业的诸多变化，归根到底是餐饮市场发生了根本的变化，是消费者的需求发生了变化。就我们酒店而言，餐饮的消费主体主要是本地的客源，因此，我们必须对xx市的餐馆市场有充分的认识和充分的了解，要经常研究市场的变化，对市场的变化做出快速反应，找准市场定位，这样我们才能有的放矢，采取针对性措施，以顺应市场变化，满足市场需足，只有这样我们的工作效率和经济效益才能得到提高，才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。

③处理好经营成本与经济效益的关系，增强成本意识。

在酒店业市场竞争非常激烈的形势下，加强成本控制，实施低成本发展战略是酒店经营成功的战略性选项。我们在实施每一次部署战略计划中，坚持“一手抓硬件，一手抓软件，两手都要抓”的方针，在硬软件的建设上都加大投资力度，我们酒店的装备在xx酒店业中是超前的，甚至在整个xx也是领先的，先进的设备，快捷的服务，高品味的享受，给酒店带来了很好的经济效益和社会效益。在竞争激烈的xx酒店市场，我们在发展的初期阶段的高投入是必需的，也是必要的，这是由市场竞争的大环境决定的。我们在实施第二次部署战略计划过程中，在保证服务质量的前提下，减少没必要的消耗，在大力开源的基础上合理节流，加强计划管理，该节约的地方要严格把关，堵塞好效益流失的黑洞。

(二)加强品牌建设

经过三年的大发展，我们胜利地实现第一次部署战略目标，xxx在同行中已具有较高的知名度，在客人当中也具有很好的口碑。在未来的三年，是我们为第二次部署战略目标奋斗的三年，是我们xxx品牌塑造的三年，面对新的任务要求，我们将启动两项工程，即酒店形象工程和酒店品牌工程，通过两大工程来营造xxx品牌。

1、酒店形象工程

①形象工程的启动

启动形象工程，这是金钥匙服务对我们提出来的新要求，金钥匙服务理念倡导是服务个性化和亲情他，我们启动形象工程就是让顾客来到我们酒店消费就如回到自己温馨的家中一样，作为为顾客提供吃住行购娱乐于一体的酒店，最重要的一点就是关注客人，让客人感觉到相当的亲和力，这样的酒店才是一家极具有竞争力的酒店，让客人想用餐的时候，第一个想到的还是xxx，因此，从酒店形象工程的角度讲，我们员工的责任心在于提高酒店的亲和力，真正地把顾客当作自己的亲人看待。形象工程的启动首先要求我们酒店员工要认真学习酒店的管理手册和员工守则，熟悉酒店的各项规章制度，这是员工的基础，也是我们酒店的基石，有了标准化、规范化的管理，再创造出个性化、亲情化的服务、才能做好形象工程

②形象工程的组成

形象工程由酒店员工的仪容仪表、员工的形象等可视部分和酒店的卫生质量以及酒店消费环境等共同组成。这首先要求我们的员工注意自己的仪容仪表，注意自己的形象，在思想上充分认识到我们的对外代表着酒店，我们的一举一动，一言一行代表着酒店的整体形象。其次，在酒店的整体布局上，酒店从ci/bi/vi/mi几个环节进行设计，形成整套工程式方案，比如在客房和餐厅的设计上，要求尽量接近“家”的标准员工的行为也要求亲切随和，与客人自然和谐地相处，视觉上让客人有一种美的感觉，在感官上给客人一种美的享受。在色调的选择上，以鹅黄色为主色调同时体现文化口味，烘托出温馨的消费环境氛围。酒店的卫生质量是形象工程的一部分，干净、卫生和舒适是客人入住酒店的第一要义，因此，无论是我们员工的着装还是酒店内外周边环境都要时刻保持干净和整洁，给客人一种我们酒店值得依赖的信念。

③形象工程的核心

我们酒店形象工程在内涵设计上，以“洁、优、品”为核心。“洁”即整洁卫生，做到酒店的每一个角落都是干净清洁、第一件饮食餐具都严格按操作规程操作，经过消毒卫生处理。在我们酒店曾有过这样一件案例：客人发现我们服务员用龙头水清洗口杯，然后没用没有消毒的抹布擦干口坏就套上消毒杯套，客人见后被吓得以后再也不敢来我们酒店消费。这是一件典型的缩减服务程序，没有严格按操作堆积操作的案例，这行为导致的后果是严重的，我们失去的不是一个顾客而是一群顾客，因此，我们提出“人人都是pa员”的口号，人人练就一双发现问题的金睛火眼。“优”即优质的服务意识，做到服务的个性化和亲情化，让客人在消费中享受到满意加惊喜的超值服务。这种人性化、亲情化的服务意识不是用条文或哪条规章制度规定出来的，而是服务人员服务意识的体现。“品”即品味，是指酒店的硬件设施、消费的环境和气氛要给客人一种文化品味，达到一种很高的艺术境界，这也是我们一直努力追求的目标，我们酒店设备设施的设计，色彩色调的选择无不体现出一种文化品味，使客人来到我们酒店消费的不仅仅是一种饮食，更重要的是享受一种文化、一种品味。

2、酒店品牌工程

品牌是一笔无形资产，可以提升酒店和知名度和美誉度，造就一批忠诚的顾客，我们在开业时，目标就定位在高品味、大品牌，使客人来到xxx享受的是一种高品味，一种文化氛围。在现代，品牌是一种庄严的承诺，是一种标志，也是消费者身价的体现，品牌已成为一种战略性资源。把xxx建成一个品牌酒店，这是一个长期性和系统性和工程，酒店品牌工程建设包含以下几个方面：

①硬件的高品味

我们在开业时给酒店的定位就是高品味的酒店，所以我们一直都注重酒店硬件设施的高品味，我们酒店和设备在xx同行中是超前的，当然硬件的高品味不是指硬件越豪华越好，而是突出一种文化气息，一种艺术上的享受，无论是硬件设施的设计或摆设都体现出一种文化氛围和人文关怀，给顾客一种艺术上的审美和高品味感。

②酒店的文化品味

一个酒店形成它自己的品牌，不是一日两日就形成，而是经过长期的文化积累，在酒店品牌的背后，是一种文化和和沉淀，没有文化沉淀和品牌不是品牌。我们酒店经过三年的大发展，已形成有自己特色的xxx文化，关注顾客、关怀顾客是我们xxx文化的根本定位。

③酒店的服务产品

酒店的服务产品就是我们的服务工作人员，酒店品牌的最终形成，有赖于我们全体员工的共同努力，因此我们每一位员工的心中都要有xxx大品牌和意识，要有永创一流的意识，抓好内部管理，抓好软件的建设，抓好品牌和塑造，这要求我们必须做好两方面和工作：一是全员参与。一个品牌的塑造，首先要得到内部的认可，品牌才有凝聚力和创造力，从酒店内部抓起，培育全体员工的大品牌意识，从服务质量、敬岗爱业、行为准则、酒店形象等方方面面力求达到尽善尽美，员工要热心服务，埋头苦干，树立严谨的务实的工作风格，勤于思考学习，不断创新。二是联络和协调好外部关系。尤其是与业务客户、文化传播等方面的关系，作好对外的宣传工作的销售工作，使xxx品牌在不同的客人中广为传诵。

④酒店的美誉度

酒店的美誉度即客人对酒店满意口碑的程度，一个酒店品牌的知名度与酒店的美誉度成正比，美誉度高的酒店，它的品牌含金量就高，为什么国际知名品牌酒店的口碑那么好，就是因为它们在顾客中有很高的美誉度，如杭州的香格里拉酒店，它是间无星级酒店，五星级它评不上，四星级它又不想要，但它的生意却是最好的，这靠的变是香格里拉酒店品牌的美誉度，靠的是它在人们中广为传诵的口碑。可口可乐公司是世界品牌，其总部一夜之间化为灰烬，但用不了一年，可口可乐公司依然再现辉煌，因为可口可乐的品牌依然在，管理、服务的模式是烧不掉的，这充分说明了现代企业的价值观以及品牌的巨大力价值。

酒店品牌工程的建设涉及到方方面面，是一项长期、复杂的工程，需要将以上五个方面综合起来创造出一流的硬件设施(企业品牌)、一流的服务产品(产品品牌)、一流的服务素质(服务品牌)，只有溶入三个一流，才能达到一流品牌的完成，具备成熟的管理技术、明确的战略目标、完美的品牌形象才能达到我们完整的市场发展战略。我们的市场发展战略一是积极发扬创新精神，让顾客在我们酒店消费常感服务的新鲜和气氛的亲和;二是巩固市场份额，不断发展，拓展新客户和采取积极的投资政策。只有这两个市场发展战略计划才能保证我伞兵品牌战略取胜，才能在市场中很好的发展。

(三)加强精神文化建设

精神文化是一个企业的价值取向，是全体员工认可的价值观，是企业赖以生存发展的精神支柱，xxx能有今天的大发展，三年来靠的是全体员工以“平等、竞争、学习、进取”的xxx精神为动力，努力创新，顽强拼搏。在新的一年，我们要继续加强精神文化建设，进一步深化、提炼xxx的精神，既要继承和发扬我们敬岗爱业、团结奉献的优良传统，又要大胆创新，突破自己使我们xxx精神的内涵随着时代的变化、所面监的形势和任务的不同而不断丰富和发展，在实施酒店的第二次部署战略计划过程中，我们xxx人必须紧紧围绕：三个一“展开各项工作。

一个主体：即xxx大酒店

人类所进行的任何实践活动，都是主体参与的实践活动，而人是生产力中最活跃的因素，人类所进行的一切实践活动，都直接或间接的与人的因素有关，我们xxx所有员工构成了xxx大酒店这一主体，每一位员工都是酒店的一分子，形成一个集体，每个员工都与酒店休戚相关，荣辱与共，每一位员工都应做到用同一个声音说话，用同一种思维思考，心存“xxx大酒店“这一主体，热心服务，勤恳工作，勤于钻研业务，忠于自己的事业，对事业的追求执着、沉迷，充分表现我们xxx员工的服务情操和服务情怀。我们要实现第二次部署战略规划目标，全体员工必须紧紧地依靠xxx大酒店这一主体，心往一处想，劲往一处使，充分发挥我们全体员工的主观能动性和工作积极性，离开了这一主体，我们所有的目标和理想都是海市蜃楼，都是虚幻的，所以坚持”一个主体“是实施我们第二次部署战略计划的前提。

一个思想：即xxx精神

总结我们开业三年以来的宝贵经验，大量的数据和事实证明，xxx啊宝贵的财富是xxx精神，三年来，“平等、竞争、学习、进取“的xxx精神不断增强了我伞兵凝聚力，激励着一批又一批酒店人在xxx这片热土上艰苦奋斗，创造出辉煌的业绩，涌现出许许多多的勇于创新、敬岗爱业、团结奉献的xxx人，精神是一种无穷的力量，给人以源源不断的动力，我们必须紧紧地抓住这：一个思想”不动摇，抓住了这“一个思想”就抓住了我们xxx前进的动力源泉。所以坚持“一个思相”是实施我们第二次部署战略计划的精神动力。

一个目标：即xxx品牌

我们实施第二次部署战略计划第一步就是加强管理，推出跨品牌，这就决定了“一个主体”和“一个思想”的工作出发点和归宿点必须是营造我们xxx品牌，我们的各项工作都必须围绕xxx品牌展开，我们所有的服务工作，所有的一切一切都是为xxx这个品牌服务，离开了这“一个目标”，则“一个主体”和“一个思想”就会丧失方向性，我们也会在激烈的的市场竞争中迷失了自己。所以坚持“一个目标”是我们第二次部署战略目标得以实现的根本保证。

酒店作为一个服务行业，在任何情况下，服务质量都是酒店的生存之本，是酒店的生命，因而，在管理年，我们在加强各方面管理工作的同时，在服务工作中要做到“三个突破”，切实提高我们服务工作的质量

(一)突破服务盲点

经过三年的大发展，现在酒店各方面的工作都相当完善，要想再上一个新台阶，必须要有新突破，强抓管理，健全酒店各项服务规范和管理制度，扫除我们各项工作中的盲点，以进一步完善我们各方面的工作，目前，在我们的客理工作中还存在管而不理，理而不管的现象，该管的不管，或是管的力度不够，往往造成管理上工作上的漏洞和服务工作上的脱节，等到问题出现才去补救，从而影响了工作的质量和效率。我们不能忽视这种问题，的存在，酒店和各个部门是一个相互联系的整体，一个工作环节上的疏漏，会影响到整个部门甚至整个酒店，工作在一线的员工，因为直接面对面地为客人提供服务，因而善于发现工作呕的不足和盲点就更加具有重要的意义，酒店工作是一种细致活，无论是管理人员还是服务员，在工作中都要求具有四心：即细心、热心、耐心、专心。用“细心“去发现我们管理和服务工作的不足，做到每一位员工都是发现问题和解决问题的专家;用”热心“主动去帮助有困难的客人，把来到我们酒店消费的客人不仅仅视为上帝，最重要的是把客人当作我们的亲人，为客人提供个性化、亲情化服务;用”耐心“去倾听客人的投诉，积极换位思考，把客人的不满视为自己的不满，把客人的投诉转化为工作的动力，扫除我们在管理和服务工作中的盲点;用”专心“去对待我伞兵一切工作，每一位员工的心中都要有”抓管理、树品牌“的意识，都要把新一年的工作目标作为我们各项服务工作的出发点和归宿点。

(二)突破缩水服务

通过三年的发展，酒店总结了一套适合自己发展特色的服务规范，服务规范是指导各项工作的纲领，制定服务纲领是提高服务质量的基础，没有服务规范，酒店的服务和管理就没有统一的标准，更谈不上提高服务的质量。但是，客人的需求又并非千篇1律，要进一步提高服务质量满足每一位客人的需求就不能刻板地执行服务规范，而应具有灵活性，根据时间，地点场合以及服务项目对象的不同，为客人提供“个性化服务“和超常服务”这是服务的最高境界，也是服务工作的灵魂。目前在我们的服务工作中不存在“缩水”服务的现象，片面讲求工作效率而忽略工作质量，认为某些服务环节可有无对大局影响不大，这是我们工作人员在认识上的一个误。我们讲求灵活的执行服务规范，对客服务讲究大气度，大风格、大胸怀同样体现酒店的实力，但是灵活性并不代表在工作中可以投机取巧，可以在服务工作中缩减服务程序，缩减服务程序，工作效率是提高了，但实质上服务质量却降低了，这与我们的管理年目标背道而驰。完善我们的工作，提高我们的服务质量，要求我们突破缩水服务，要做到既有原则性又有灵活性，在原则性中把握灵活性，在灵活性中不丧失原则性。

(三)突破低效服务

服务效率的高低直接体现一个酒店的服务质量的员工的精神状态，目前我们的服务工作还存在这种矛盾：服务效率高的，服务质量差强人意，服务工作质量高的，服务工作效率低下。这两种现象的存在都不利于我们工作的开展，更不利于我们酒店品牌的塑造，酒店作为一个服务行业，它的产品就是服务，要做到突破低效服务，要求酒店每一位员工都要受到良好的培训，都具有对服务质量负责的意识，都做到服务的快捷高效，无差错。管理人员亦须做好服务前的准备、服务中的监督控制、服务善后三个阶段的工作，高质、高效地完成对客服务，实现对客服务的满意加惊喜。

2024年是管理年，我们将继续加大在硬件、软件建设上的投资力度。在投资方向上，以“坚持三个有利于”作为我们投资的路线方针。

(一)坚持是否有利于酒店的品牌建设

在管理年，我们的各项工作都要紧紧围绕“抓管理，树品牌”作为我们新的一年投资工作的出发点和归宿点，是“以酒店为本”对我们提出的根本要求，我们在硬件建设上，将引进一批先进的设备设施，全面打造品牌酒店，在软件建设上，以金钥匙服务理念为指导，继续加大对全体员工的培训力度，强化服务意识，同时坚持对酒店品牌的建设和公关销售工作两手都要抓的思想，以品牌建设来推动我们的销售工作，以销售工作来促进我们的品牌建设。

(二)坚持是否有得于员工进一步发展和福利待遇的提高

为员工谋取福利是我们酒店发展的一个根本宗旨的目标，员工是酒店最宝贵的财富，我们的工作是由只员工直接去完成的，所以在投资方向上，坚持“是否有利于员工进一步发展和福利待遇和提高”，是进一步贯彻“以员工为本”的指导思想，提高员工的福利待遇既能调动员工工作的主动性和积极性，又是员工价值的体现，因而在抓管理，树品牌和同时，我们将全面提高员工的福利待遇，给员工们买意外保险，改善员工宿舍，改善员工的伙食，确保员工宿舍和卫生和安全，丰富员工的精神文化生活，让员工住得舒心，工作得安心。针对酒店员工在工作上的薄弱环节，酒店将聘请专业的英语老师和有关专家，给员工们上培训课，切实提高员工的综合素质，同时酒店实行“能者上，庸者下，平者让”的灵活用人机制，给各级员工一个充分施展才华的环境和空间，我们酒店不乏的才能的只见员工，关键是我们能不能给他们一个合适的职位，给他们一个表现的机会，这是“以员工为本”指导思想题中应有之义，也是我们对员工最大的尊重。

(三)坚持是否有利于宾客对我们服务的满意

对于服务行业，客人就是上帝，就是我们的衣食父母，宾客对我们的服务满意与否关系到我们的工作是否取得成效，关系到我们酒店品牌建设的成败和酒店的发展前途，因而坚持了“是否有利于宾客对我们服务的满意”就是坚持了“以客人为本”这一出发点。我们在硬件软件上的投资策略，在坚持“是否有利于酒店的品牌建设”、“是否有利于员工进一步发展和福利待遇的提高”变两个基本点的同时，结合酒店实际情况，只有宾客的满意和我们酒店的盈利，我们的各项投资建设工作才有意义。

以上是我们2024年的工作指导方针，以“三个一”作为我们各项工作的座标，以“抓管理、树品牌”作为我们的各项工作目标，我们的第二次部署战略目标能否实现，关键看我们今年的工作是否开了个好头，我们的管理工作是否取得卓著成效和我们的品牌是否树立起来，在实现第二次部署战略过程中，我们要做到既要快又要慢，快，是指我们要比别人先一步抢占天时、地利、人和的先机，树立xxx品牌;慢，是指我们对树立品牌要有正确的认识和理解，切忌急功近利，追求短期经济效益，导致昙花一现的结局，这是许多企业的品牌战略过程给我们的启示。只有快慢结合，稳步扎实地推进我们的品牌战略，才能很好地实现我们的第二次部署战略目标。

第5篇：酒店销售经理试用期工作总结与酒店销售部工作总结

酒店销售经理试用期工作总结与酒店销售部工作总结合

集

酒店销售经理试用期工作总结

1、经营创收。酒店通过调整销售人员、拓宽销售渠道、推出房提奖励、餐饮绩效挂钩等相关经营措施，增加了营业收入。酒店全年完成营收为 万元，比去年超额 万元，超幅为 %;其中客房收入为 万元，写字间收入为 万元，餐厅收入 万元，其它收入共 万元。全年客房平均出租率为 %，年均房价 元/间夜。酒店客房出租率和平均房价，皆高于全市四星级酒店的平均值。

2、管理创利。酒店通过狠抓管理，深挖潜力，节流节支，合理用工等，在人工成本能源费用、物料消耗、采购库管等方面，倡导节约，从严控制。酒店全年经营利润了 万元，经营利润率为 %，比去年分别增加 万元和 %。其中，人工成本为 万元，能源费用为 万元，物料消耗为 万元，分别占酒店总收入的 %、%、%。比年初预定指标分别降低了 %、%、%。

3、服务创优。酒店通过引进品牌管理，强化《员工待客基本行为准则》关于“仪表、微笑、问候”等20字内容的培训，加强管理人员的现场督导和质量检查，逐步完善前台待客部门及岗位的窗口形象，不断提高员工的优质服务水准。因而，今年5月份由市旅游局每年一次组织对星级饭店明查暗访的打分评比，我店仅扣2分，获得优质服务较高分值，在本地区同星级饭店中名列前茅。此外，在大型活动的接待服务中，我店销售、前厅、客房、物业、餐厅等部门或岗位，分别收到了来自活动组委的表扬信，信中皆赞扬道：“酒店员工热情周到的服务，给我们的日常生活提供了必要的后勤保障，使我们能够

圆满地完成此次活动。”4、安全创稳定。酒店通过制定“大型活动安保方案”等项安全预案，做到了日常的防火、防盗等“六防”，全年几乎未发生一件意外安全事故。在酒店总经理的关心指导下，店级领导每天召开部门经理反馈会，通报情况提出要求。保安部安排干部员工加岗加时，勤于巡逻，严密防控。在相关部门的配合下，群防群控，确保了各项活动万无一失和酒店忙而不乱的安全稳定。酒店保安部警卫班也因此而被评为先进班组。

酒店销售部工作总结

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 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。把商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， 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，有针对性的走访客户，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， 12月份至1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454份。xx年9月份我到酒店担任销售部经理，xx年10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54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，比如携程、艺龙、恒中伟业等几家网络公司;同时在这一年里我们接待了 长江 宗申 蛟龙 恒运多家摩托车公司，科龙电器，伟俊公司 蒙牛乳业中医药大学，铁道与环球国旅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。

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