# 酒吧营销总监工作总结

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2024-07-31

*工作总结(JobSummary/WorkSummary)，以年终总结、半年总结和季度总结最为常见和多用。就其内容而言，工作总结就是把一个时间段的工作进行一次全面系统的总检查、总评价、总分析、总研究，并分析成绩的不足，从而得出引以为戒的经验。...*

工作总结(JobSummary/WorkSummary)，以年终总结、半年总结和季度总结最为常见和多用。就其内容而言，工作总结就是把一个时间段的工作进行一次全面系统的总检查、总评价、总分析、总研究，并分析成绩的不足，从而得出引以为戒的经验。下面是本站为大家带来的酒吧营销总监工作总结，希望能帮助到大家!

**酒吧营销总监工作总结**

　　营销部是英格缪斯俱乐部的核心部门，作为营销总监也深知责任重大，也非常感谢公司领导给予我的信任与工作支持，作为营销总监在公司里的价值就是努力的提高营业收入，加强场内人气、气氛，加大二次消费，把营销部门部长、经理能力、积极性放到最大，对于每天的客流量要有控制的能力。

　　1、 每天15点对市场部经理的跟踪及工作安排，督促营销经理定台、电话维护老客户及前一天晚上认识的新客户做好慰问，及时收集客人反馈的信息(如有恶劣天气及时对营销部门部长、经理下达当晚订桌任务，保证当晚的人气);

　　2、 每天16点跟踪接待部经理跑市场路线及落实任务;

　　3、 班前会19点30分准时给营销部开会，检查营销经理仪容仪表及必备物品，分析各区域的接待及促销情况，总结前一天营业情况，根据当天的订台情况下达当晚工作要求及任务

　　4、 开场前督促营销经理给客户打电话、定台;

　　5、 20点准时给接待部开会，检查检查接待部经理仪容仪表及必备物品，分析下午市场的接待及促销情况，总结前一天营业情况，根据当天的订台情况下达当晚工作要求及任务

　　6、 20点15分至21点分时督促营销部员工作好催客，加快客人到场时间，保证当晚早场的运营状况，协调与其他部门之间的工作;

　　7、 21点看场内情况给营销部全体开会，加大积极性打电话订台、催客，如场内人气差第二次下达当晚的定台任务;

　　8、 21点至22点到前台协助前台安排座位，接待重要客户;

　　9、 22点到场内巡场，查看场内定台消费情况，检查营销经理与客互动气氛、配合舞台气氛、散客维护，解决客人投诉，对于老客户做好维护工作;

　　11、23点督促营销经理冲酒，刺激客人消费，促进二次消费，延长客户留场时间;12、23点30分给营销部开会，安排后场定台任务保证后场人气，安排营销上舞台引导客户到舞台互动，延长散场时间;

　　13、会后进场维护客户，收集客户资料，多了解客人的意见，收集客人的建议，;14、1点30分给接待部开会晚班会议主要议题为晚上工作中的问题的提出及改进，接待部长反映接待经理工作情况及问题和定台任务的完成给予奖罚，签写奖罚单及下达第二天的定台任务，检查工作作业，(工作作业为：每天新收的客户，写在客户资料本上)

　　15、2点30分给营销部开会晚班会议主要议题为晚上工作中的问题的提出及改进，营销部长反映营销经理工作情况及问题和定台任务的完成给予奖罚，签写奖罚单及下达第二天的定台任务，检查工作作业，(工作作业为：每天新收的客户，写在客户资料本上)

　　16、每月1号做好上个月营销部员工考勤及奖罚单报给人事部，要做到考勤清晰、无虚报、不得假公济私;

　　17、每周日管理层会议做好一周的工作总结报告，重要分析一周营销部的工作情况、下周的重要工作安排、与各部门的工作协调及客户的投诉建议;

　　18、每月20号、25号、28号、29号、30号到财务把营销经理业绩拉出来，给营销经理开会激励员工提高销售业绩;

　　对于在酒吧的个人价值我也不知道怎样去讲怎样去写，但是我深知身为一名管理人员一定要以身作则，作为缪斯酒吧的营销总监就是要有酒吧营销团队的带头作用做好责任、权利、利益的平衡，把每天的工作落实到实处，有始有终。

　　1.协助总经理日常工作及每一步计划，努力提高营业收入。

　　2. 做好本部门员工的招聘、培训、考核工作。

　　3. 建立本部门的各项规章制度、定台制度，不断地健全所属部门的各项规章制度，并带头遵守。

　　4.认真落实执行公司决策和指示精神，并以身作则，并严格落实公司的各项规章制度。

　　5.组织班前例会，有效带动部门发展，培养部门的凝聚力。

　　6、加强员工思想教育和督导，不断培训业务人员应酬的技能技巧。

　　7、配合做好成本控制、开源节流工作。

　　8、分析每日营业情况，多汇集商业信息向总经理汇报。

　　9、做好本部门日常管理工作、协调好跨部门的协调工作。

　　10、及时处理客人投诉和抱怨，提高公司的服务质量。

　　11、每日跟踪主管、员工工作落实情况，

　　12、总结部门每日(月)工作，并合理制定部门工作目标和工作计划。

　　13、提出合理化建议并以书面形式呈报总经理。

　　14、建立良好的企业文化，营造恪守制度、和谐相处、争先进步的良好气氛。

**酒吧营销总监工作总结**

刚才听了各位省级经理的述职报告，很高兴在大家的一致努力下，各销售部的工作都取得了很大的进展，但同时也暴露了不少问题。在我谈问题之前，我想首先强调的是，我们第一批销售部承担着公司管理模型和市场模型的建立任务，而公司下一步规划的前提就建立在一支过硬的销售队伍和市场网络上，目前的实际情况是大家都各有优势和劣势，我们只有集中大家的优势，发挥团队的力量，群策群力，充分的尊重市场和事实，才能够取得成功。因此，希望大家重视这次学习和交流的机会，毫无保留地、开诚布公地来相互学习和总结。下面，我将从三个方面谈一点自己的看法，与大家共同交流和探讨。

　　1、关于态度

　　在大家的述职和相互交流的过程中，反映出了工作中很多的困难和问题，比如市场网络、招标、药事会的召开时间......，问题和困难自然不可避免，但我觉得，导致这些问题和困难不能解决的主要原因还是态度问题。有这样一个故事：一个公司在招聘人员的过程中，经过重重面试最后还剩下三个人，该公司是生产梳子的，最后一道考试题便是谁能把梳子卖给和尚。半个月后，三个人都回来了，结果分别如下：

　　甲：经过努力，最终卖出了一把梳子。(在跑了无数的寺院、推销了无数的和尚之后，碰到一个小和尚，因为头痒难耐，说服他把梳子当作一个挠痒的工具卖了出去。) 乙：卖出了十把梳子。(也跑了很多寺院，但都没有推销出去，正在绝望之时，忽然发现烧香的信徒中有个女客头发有点散乱，于是对寺院的主持说，这是一种对菩萨的不敬，终于说服了两家寺院每家买了五把梳子。)

　　丙：卖了1500把，并且可能会卖出更多。(在跑了几个寺院之后，没有卖出一把，感到很困难，便分析怎样才能卖出去?想到寺院一方面传道布经，但一方面也需要增加经济效益，前来烧香的信徒有的不远万里，应该有一种带回点什么的愿望。于是和寺院的主持商量，在梳子上刻上各种字，如虔诚梳、发财梳......，并且分成不同档次，在香客求签后分发。结果寺院在应用之后反响很好，越来越多的寺院要求购买此类梳子。) 态度决定一切。大家知道，在处方药的市场管理当中，常见的管理方式有预算制和承包制两种。我们公司采用预算制的形式，即由公司承担着整个市场的风险，以此为基点，公司要建设好队伍，并达成目标，就需要运用管理工具对大家进行管理，并且也有权利管理到大家的每一个工作日。

　　在前阶段的工作中，销售部或多或少地体现出一种等靠要的心态，遇到难题就消极地等待，或是想靠朋友、靠公司来解决，或是千方百计向公司要政策、要钱。不错，我们在市场运作的初期有不少的问题，但如果什么问题都没有，还需要我们大家来干什么?如果作为一个省级经理，成天在自己的队伍和客户面前怨天尤人，怎能带领好队伍?大家的表现牵涉到每个人，不要因此耽误了公司、上级、下级以及自己将来的发展。 拿破仑·希尔曾经说过，\"人与人之间没有太多区别，只有积极的心态与消极的心态这一细微的区别，但正是这一点点区别决定了二十年后两个人生活的巨大差异。\"因为你没有网络，所以你要比别人更勤奋，才可能赶超别人。经常有人会这样说——\"如果当初我怎样怎样，那么现在我肯定会......\"，人们常常只停留在这样的说上，而不真正付诸行动，怎么会有好结果?

　　市场竞争日趋激烈，市场机制会愈趋规范，每个公司、每个人都会面临不断的变化，并不断会有新的挑战摆在你面前，你以一种什么样的态度去对待它，你就会得到一种什么样的结果。

　　2、关于目标

　　任何公司都有公司发展的目标，每一个在公司工作的员工也有自己的个人发展目标，在这个问题上，我认为有两点值得大家思考：

　　一是要将个人目标与公司目标统一起来。每个人都会有压力、有需求，但怎样使之与公司的长期和短期发展目标有机统一，使得在实现公司发展目标的同时，实现自己的个人目标。这就需要将自己的个人职业生涯规划融入到公司的发展当中，公司会不断的发展，要上新产品、要购并药厂、要上市......，只有上下统一起来，步调一致，才能往前走。这就需要大家加强相互沟通，达到构建一支优秀的团队和网络的目标。

　　xx

　　二是实现目标要有一种正确的观念、方法，并将目标切实分解落实。只有可分解的、能实现的目标，才是可行的目标。毛泽东说过，政策和策略是党的生命，其重要性不言而喻。在目标确定和实现的过程中，不能仅依靠经验值，要与科学的方法相结合。另外，保持一种好的心态将会帮助你渡过很多困难。

　　3、关于学习

　　有一位经济学家讲过这样一句话\"不学习是一种罪恶，学习是有经济性的，用经济的方法去学习，用学习来创造经济。\"我们应该从理论上、实践中和相互的交流中学习，不仅要注意学习的方法，更要有正确的学习态度。大家或多或少都有一种批判的吸收心态，也就是说在接受别人的观点或意见之前，带着一种质疑的态度，这是我们应该改正的。我们要以吸收的批判的态度来对待他人的观点和意见，即先以一种宽容、包容的心态听取别人的观点，然后经过自己的深思熟虑，对其观点加以批判性的接收。

　　就像我们组织开会和培训，公司花费金钱，同时让大家在繁忙的工作中挤出时间聚到一起交流和总结，如果不以一种学习的心态、以一种空杯的心态来对待，肯定学不进去。每个人都有优点，都值得大家相互学习，如果你无法改变自己的心态，也就不会进步。

　　我也经常对大家说，只有不断地学习、思考、总结，我们才能不断地提高和把事做好。

　　这个过程就像下围棋一样，起初从零开始，水平都差不多，慢慢知道了布局，有了进展之后，对水平低的就不屑一顾，自以为是，进入一个平台期;然后慢慢也就有了对更高水平的向往，如果继续学习和总结，就逐渐有了大局观，也知道了何以舍小保大，就这样在不断的学习当中进步，其实，工作中也是一样，你需要不断地学习、充实，销售部要尽力塑造一种学习的氛围，来培养一支优秀的团队，但也不要形成教条主义和经验主义，要切记与实践相结合，学以致用，相得益彰。

　　4、关于团队

　　每个企业都要做大做强，但江山不是一个人打出来的，而要依靠群体的力量。大家来自不同的企业，不同的企业有不同的文化、习惯和管理模式，要把原来企业中好的东西融入到公司来，不好的东西要摒弃掉。

　　每一个销售部经理在面对销售部员工时，首先是长者，有义务有责任让下属开心的工作，要理解人性;不要把那些江湖作风、老爷作风带到队伍中来，要让自己的队伍有安全感，能获得收益，能够不断成长;要努力培养下属，将自己的知识和技能毫无保留的传给他们，要抱着一种水涨船高而不是水落石出的心态来对待它;要切实加强团队意识，加强培训，建设一支真正优秀的属于公司的团队。

　　有句话说得好，\"不参加培训的人不能当经理，不会培训人的人当不了大经理。\" 随着公司的发展，会有更多的岗位和机会摆在每个人的面前，在团队建设的过程中，面临着一个信任与控制的问题，我们现在运用各种表格加强过程管理，其实只是管理的手段之一，大家不要有一种排斥、对抗的心理，任何事物都有一个不断完善和发展的过xx

　　程，最终的目的都是一样的。

　　5、关于管理

　　在公司里，我们每个人都处在一种角色的转换中，在下级面前是管理者，在上级面前是被管理者。而从另外一个角度，大家都是社会人、企业人，管理具有科学性和艺术性，要真正达到有效管理，在队伍出现问题的时候，在医院开发的临床跟进上，沟通是一种非常重要且有效的途径。所以有的管理学家甚至说，管理就是沟通。其重要性不容置疑。

　　我们许多经理常常过份依靠自己的经验值，而不注重市场调研和来自市场一线的材料，这是一种错误的观念，必须改正。有没有管理一支团队的意识，在下属遇到困难的时候，有没有与他们一道进行协同拜访和辅导性拜访?

　　没有规矩不成方圆。管理是一种投入，我们要向管理要效益，不断完善各种管理制度和方法，并真正贯彻到行动中去。

　　1、财务意识有待加强

　　需要强调的是一定要严格按比例控制整个营运成本，同时，开发费用属于个人借支，涉及到摊销问题，需要绷住弦，树立财务控制的态度。

　　首先要学会算帐，加强财务分析。各销售部财务主管要主动承担工作，帮助经理算帐、分析，对不同费用间的相互关系加强分析，做到有效的财务管理。既要算好市场的帐，要考虑怎样去进行摊销，又要算好投资的帐，把工作看成是自己的事，从自己的角度出发，什么事情该做，什么事情不该做。

　　其次，对于医药代表存在的价值，要与他(她)所辖区域的销量相关联，他们的工资可以根据具体的市场情况进行调整，在基本工资和奖金提成上灵活变动，是增加还是减少激励成分，不同销售部可以有不同的处理方式，但任何人不得克扣他们的工资。 所有的结果最终都落在财务指标上，要抛打紧用，先紧后松，加强费用分析与市场策略的结合。特别是财务主管，要尽量以各种简明扼要的形式如柱状图、饼状图、曲线图等加强分析，帮助经理做好财务控制。

　　2、严格规范、有效管理

　　前面说过，我们公司管理的大前提是预算制管理，而制度仍处在不断的完善和修改之中，需要大家共同努力，有了制度就一定要执行，不要流于形式，否则还不如不要制度。管理制度对公司大系统需要、对销售部小系统也同样需要，对规范个人的行为、了解员工动向非常有用。如医药代表日报表、周报表的填写，经理通过其规范的报表很容易就能发现问题，并及时加以追踪解决。

　　对于年度计划，要将目标计划分解到每个季度、每个月、每一天、每个医药代表、每个医院、每个科室、每个医生，并认真思考要通过哪些通路、方法来达到目标。目标分解了就成了任务，任务是必须要完成的。

　　要加强目标管理和时间管理，同时经理们要严格要求对自己的管理，要以身作则，才能带好团队。比如，如果经理自己睡懒觉，有怎能要求员工按时上班和勤奋工作?管理是要付出成本的，是成本就一定要出效益。下一步我们正在考虑上ERP系统，来简化管理的程序和提高管理的效率和质量。

　　3、人力资源管理

　　首先有一个用人标准的事情，我们一直倡导合适的就是最好的，不一定最优秀的就是最好的，在选人用人上，还要注重员工的忠诚度和专业性。

　　其次在形式表现上，员工的工作能力如开发医院情况，工作效率和工作饱和度也是需要着重考虑的方面。

　　最后要通过培训，采取不同策略，把医药代表个人资源与公司资源进行有效组合，达到整合资源，发挥团队优势的目的。

　　在市场人员运用策略上，对于枪手的运用在现在特定的阶段，可以予以考虑，但必须事先向公司声明。

　　在对医药代表的培训上，主要从三个方面来进行，一是培养大家一个良好的工作习惯，通过经理的榜样作用，加强管理;二是通过召开会议如周会、系统的培训会议来全面对他们进行知识和技能的培训;三是通过市场运营过程中的传帮带，利用辅助性和协同性拜访，带好团队。只有让所有员工的长期目标和短期目标与公司的目标统一起来，涉及到现实的收益、成长的空间、实际能力的提高等诸多方面，只有在过程中不断地兑现和满足大家，才能团结稳定队伍并不断地吸引更多的人才加盟我们的事业。

　　4、市场策略

　　各省经理对市场都有不同的感觉，经验固然重要，但它并不是成功的必然。只有将感性和理性结合起来，理论与实践相统一，在市场直觉的基础上，加上科学的分析和研究，这样得到的成功才是一种必然。

　　不妨看一则关于肯德基的故事：在准备进入中国市场的时候，肯德基针对北京王府井的情况先后派了两位职员进行开店前的调研，第一位职员在到达王府井后，看见熙熙攘攘的人流，凭直觉马上判断值得在王府井开店，于是回去后告诉公司说可以在王府井开店;另一位职员到达王府井后，在主要的路口开始计时统计通过的人流情况，按层次、按年龄加以分类，同时还对北京周围的鸡的来源以及养鸡的饲料等环境进行综合调查，最终通过数据分析，得出可以在王府井开店的结论。事实证明最终开店的结果是成功的，但两位职员得出结论的方法和过程并不一样，其差别大家可以很容易看到，所以第一位职员回去之后就被降职了。如果我们在市场操作的过程当中，能够把丰富的市场经验和准确科学的市场调查结合起来，则成功将会属于我们。

　　要学会分析市场，分清主要矛盾与次要矛盾，主要矛盾的主要方面与次要方面，抓住重点，才能有效地开展工作。比如湖北市场，由于网络很熟，开发进医院可能相对比较容易，但临床跟进比较缺乏，所以，下一步的重点就要适当向临床上倾斜，包括招聘临床工作人员等;而湖南市场相对来说，医院开发力量较弱，所以在招聘人员的时候，必须考虑到开发能力和临床维护能力都很强的人。不同的市场，不同的环境，需要采取不同的策略。

　　在市场推广方面一定要抓住一个中心，结合主要与次要矛盾，有效避免东一榔头，西一棒槌的事情发生。

　　带金销售是目前市场上普遍应用的主要手段，但绝对不是唯一的手段。从医药行业发展的趋势来看，只有能为医生全方位提供解决方案，专业化、学术化才是未来的方向。我们只有综合运用这些手段，抢占先机，才能走在别人的前面。所以，现阶段首先必须从意识上上升到一种高度，体现出我们专业化、规范化的形象，有效整合各种资源和方法，有系统、有计划地去做市场推广，通过正确的市场策略的运用，来达到我们建设队伍、营建网络的目的。

　　5、物流管理

　　一是货物风险的问题，各省级销售部必须注意政策性风险和窜货的风险，加强风险管理的意识，做到预先统筹，以避免临时抓瞎。

　　再一个就是货物周转率，必须时刻与经销商、医院进行沟通，随时了解它们的存货状况，发现问题，找到问题产生的原因，及时采取办法加以解决。

　　各省级销售部在进行目标分解的过程中，既不要保守，也不要画饼充饥，要本着实

　　事求是、务实的态度，用经验值和科学相结合的方法，确定每个区域合理的、可实现的目标。xx

　　在目标确定之后，分解到人，到医院，到每季度、每月、每天。在这里，我要强调贯彻\"事事落实，事事督导\"这八个字，事事落实就是要既事事落实到人，也要事事落实到时间;事事督导就是要实行财务督导、层层督导和相互督导。通过加强过程的管理和监控，来确保目标的达成。

**酒吧营销总监工作总结**

结尊敬的酒店领导：

　　从我到××\*大酒店工作以来，是××\*大酒店培养了我，我和××\*大酒店在风雨中一路走来，感谢领导对我的信任和关怀，使我能在××\*大酒店营销部这个重要的岗位上工作。在营销部工作的这段时间，使我感受很多收获也很多，逐渐成长了起来，特别是××\*总找我谈话后，使我深刻体会到我还有很多不足之处。因为营销

　　部掌握的是一个企业的经济命脉，他向领导者提供第一手资料，帮助决策者管理和经营企业。

　　以下是我对本酒店的市场作出的一些分析：

　　一、目标 顾客定位不太标准，过于狭窄。总的看我们酒店的经营状况不是太好，没有自己的特色，定位偏高，消费者有点接受不了。我们一贯以高中档酒店定位于市场，对本区域的居民不构成消费吸引力。

　　二、宣传力度不够，未能在(来源： \*\*\*)市场上引起较大的轰动。可以在平面媒体上制作一整套的广告宣传计划，它投资小，而且高效灵活。也可以充分利用多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取些公众单位对酒店工作的支持与合作。

　　三、服务细节要加强，在回访客人的同时，把征询到的客人的意见和建议及时与各部门领导沟通交流，逐步进行完善提高，根据营销目标，制定本年度的营销计划。

　　针对以上情况，我部将在XX年进行以下的工作部署：

　　1、全面了解掌握我酒店的市场态势，对本酒店及周边进行一系列的调查，了解酒店的经营状况，锁定目标客户，便于对酒店的经营管理提供参考，也为我部更好的开展工作提供了详细的第一手资料;

　　2、进行客户的友好拜访，结合目前客户来酒店的消费情况，进行调查，分析客户的消费档次，建立abc客户，要做到全程跟踪服务，注意服务形象和仪表，热情周到，进行特殊和针对性的服务，最大限度的满足客户的要求。对以前经常来，现在很少了的客户加强联络，进行回访，建立与客户之间的良好关系，网而与客户成为朋友，达到使其消费的目的。通过各种方式争取团队和散客客户，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办;

　　3、制定节假日个性化营销方案，特别是像中秋节，元旦和春节这样的传统节日;

　　4、加强储值卡客户的办理，增加现金流。

　　20xx年，营销部将在酒店领导的正确领导和我们的努力工作下，逐步解决上年存在的一些问题。根据顾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，相互配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益，开拓创新，团结拼搏，努力完成全年销售任务。创造营销部的新形象、新境界!迎来我们××\*大酒店真正的春天!

　　最后祝愿各位家人在新的一年里工作顺利，心想事成!谢谢

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