

餐饮营销工作报告总结

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，报告书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇报告呢？以下是我为大家搜集的报告范文，仅供参考，一起来看看吧

餐饮营销工作报告总结篇一

1、将西餐部转租出去，摒弃了多年来“内外双修”、“两手抓，两手都不硬”的分散管理模式，握起拳头来，集中精力发展内餐经营。2009年全年实现营业收入170万元，比去年内餐全年150万元的营业收入超额20万元。

2、确定合理的减亏经营目标及利润指标，餐饮部管理层紧紧围绕目标任务和指标落实狠下管理功夫，想方设法，力求降低成本、节约费用。2009年餐饮部在超额完成年度任务、员工工资普遍增加的情况下，成本率及亏损额度均比2008年下降。

3、配合宾馆下达的管理层销售任务，积极调协餐饮部员工的全员销售意识，扩大内需促外销。在2009年度餐厅接待的起红白宴服务中，就有起是由宾馆员工推荐和介绍的，占了全部红白宴席的%，实现了客人满意、员工受益、餐厅得利的三赢目标。

4、找准定位，避开与宾馆外围餐厅激烈的散点争夺，把婚宴、会议、培训等团体客源定为主攻方向，调配了一名负责外联的副经理，加大团客销售。在会议、同学聚会的数量均比去年减少的情况下，大力做好培训班的挖掘和接待工作，很大程度弥补了前者所造成的缺损，为超额完成经营任务打下了坚实的基础。

1、严抓服务员的个性化培训。着重培训服务员的礼貌礼仪、肢体语言运用，提高对客人推菜以及投诉的应对、处理能力，使每个服务员均能独挡一面，在人员少、工作重的情况下均能保持服务技能和水平的正常发挥。

2、努力保持厨师技术水平的稳定和创新能力的提高。在年初针对技术状况对厨师人员进行了调换，并且在力量弱、台数多的时候合理配置人员分工，加强相互合作，保证菜肴的品质要求，保持一定的菜品出新率，满足一定时期客人的求新需要。

3、加强餐饮部全体成员的食品卫生意识和水平的培训。多次聘请卫生监督管理部门有目的、有重点的对餐厅食品的采购、验收、清洗、加工等环节进行现场督导及培训，强化食品卫生工作的常抓不泄，强调食品卫生的严重性。

4、加强管理层的业务培训。分期、分批参加各种本行业的业务培训，不断提高管理意识、管理水平，学以致用、现学现用。

1、厨房布局的调整及装修。严格按照卫监部门的要求合理规划厨房布局，几十载黑厨房一朝换新颜，改善了工作环境，提高了卫生质量，为“东博会”的成功接待提供了先决条件。

2、南门灯箱的修饰和安装。为偏僻、幽静的餐厅就餐环境平添了几分喜庆和人气。

3、添置了一批配套婚宴及传统宴席的餐具、餐巾及喜庆龙凤台布，为完成各项婚庆接待奠定了良好的物质基础，也为本年度婚礼零投诉创造了条件。

4、重新修葺了宴会厅及几个包厢，并装点了字画布置，增加了餐厅的文化气息和就餐氛围，提高了包厢利用率。

餐饮部全体成员时刻牢记宾馆是一家的全局观念，坚决服从宾馆安排，多次配合和协助客房部、办公室进行搬运俱、粉刷油漆、种花除草、清运垃圾等活动，以人人为我，我为人人的服务信念，服务宾馆，服务员工。

“东博会”对我宾馆、我餐厅既是一次机遇，更是一次挑战。面对着首次接待大型国际性团队的艰巨任务，餐饮部认真做好各项准备工作，充分调动员工的积极性和发挥群策群力的团队精神，克服了人员少、技术力量弱的不利因素，排除一切困难，以饱满的工作热情及忘我的敬业精神，顺利、圆满地完成了接待任务。

1、管理方法落后，造成管理不到位，细节抓不到，重点没管好。

2、散客销售力度不足。

3、菜肴创新能力欠缺。

4、包厢电器设备老化、破损严重。

5、正式员工年龄偏大，缺乏一线服务人员。

6、服务员的规范化、个性化服务不能始终坚持。

1、继续完善厨房的装修，以分级量化管理的标准做好厨房的规范管理。

2、继续扩大销售力度，加强和销售部门的通力配合，找准切入点，完善团客接待需求。

3、加强管理，掌握好的管理办法，管理制度化，科学化。

餐饮营销工作报告总结篇二

一，人员方面

本部员工大多都来自下面乡镇城市，大部分都是外出打工回来的人，年龄普遍较小，稳定性不强，大部分最多工作半年，流动性大!在年初的团年宴接待中就出现一些问题，有部门的员工因为想回家过年，因而工作积极性不高，工作效率低下，投诉事件时常出现等，还有者向部门提出辞职的申请。这样对工作带来了极大的影响，为此部门一方面积极蓄备人员，另一方面开展活动加强凝聚力，让他们觉得酒店是他们的家!通到这几方面的工作，人员流失得到了一定的控制。

二，培训方面

本部员工大多来至农村，文化素质较低，再加上大多数来至东北打而来，纪律约束性较差，在仪容仪表，个人语言方面都挺随便，这些离一个合格的酒店员工有所差距，因此部门制定了相关的入职培训计划和每月培训重点，从易到难，从简入深，循序渐进。

三，环境卫生和设施设备方面

环境卫生一直以来就是传菜部头疼问题，因为厨部卫生区域与本部区域相连，不可避免存在污水横流，杂物烂丢，苍蝇滋生等问题，为此下大力气改变这些脏，烂，差问题，制定了每周卫生日志和每天值班日志，明确卫生工作人人有责，并定期集中人力对本区域的卫生死角进行清理，经过以上的一些措施，卫生情况得到了一些的好转。

设施设备方面，传菜电梯井因使用年限过长，不可避免存在一些老化问题，在运行过程中出现了一些问题，影响了正常的工作，为此一方面积极与工程部协调和沟通，定期和不定期对电梯井进行维护和检修，另一方面对新老员工讲解和培

训在使用过程中注意事项和安全使用方法。

四，菜品方面

菜肴品质质量是餐饮的生命，在年初时由于厨部人员不足和宴席较多的情况下，菜品出品质量有所下降，出现投诉率有所上升，为此积极与厨部沟通和分析原因找出问题，并找出解决问题的方法。

在零点方面，坚持零点上菜原则，不新鲜不上，有异物不上，变质变味不上，器皿破损不上等。

在宴席方面，坚持宴席上菜原则，先冷后热，先菜后点，先咸后甜，先炒后烧，先清淡后肥厚，先优质后一般等。

虽然取得了一些成绩，但也存在一些不足：

- 1，在部门的低质用品方面的监管做的不是很好，餐具，用具的流失比较大。
- 2，在纪律方面，自身约束力不强，没有做到应有的表率；对员工过于宽仁，处罚力度不足。
- 3，在菜品出品质量控制方面做的还远不够好，菜品出现的投诉时有发生。
- 4，在员工培训的力度方面还是不是很完善，员工整体能力相差太大。

二零__年任重而道远，机遇与困难并存，目标与现实之差距，都要我们去面对，去迎接挑战，在这个市场经济高度发展的今天，原地踏步，就意味着后退，后退就意味着被淘汰，在新的一年里，我应该加强学习，加深个人内涵，提高个人能力，拓展个人空间，努力成为一个复合型人才；并带领本部人

团结拼搏，努力工作，将餐饮工作更上层楼。

餐饮营销工作报告总结篇三

20__年，频道经营创收达万元，超额%完成目标任务。20__年伊始，根据总台下达给频道的年度目标任务，我们对全年的经营工作思路进行了梳理。

一、确定年度新编排。

节目的编排是否科学也直接关系到营销的成功与否。我们以提高收视率为中心，进行详细的收视情况调查，根据观众的需求及收视习惯以及市场需求，细致分众、科学编排，确保节目的精品化；并对广告经营进行严格的管理，内容到形式对广告进行仔细的把控，推行广告节目化。目前频道还处于转型期间，在编排上我们考虑既要有特色，但同时也保留了原有的一些收视不错和品质高客户，比如剧场类和健康服务类的节目。因此确立20__年的新版面主要是生活服务。重点是晚间时段的编排，从20__年开始19:00-22:30的晚间黄金时段将全部被新节目覆盖。

二、制定新刊例，严守价格政策

短为主的折扣政策，并实行了“统一报价，严守折扣策略”的报价政策。

三、新年度广告客户合同签订

年度初始，根据总台下达的创收指标，对新年度继续合作的代理公司和直客进行了最终的合同额度的确立。

四、延伸产业和拓展产业的营销

1、大型类活动营销。利用节目的权威性、贴近性和灵活性的

特点，推出有频道特色的活动，利用这样的活动作为载体来扩张和“制造”市场空间，吸引增量广告，并从活动本身获得提升媒体价值的升值空间和影响力。

2、节目营销。

3、演唱会的合作营销。

五、强化服务意识，做好重点客户维护工作。

做好重点客户的维护工作，是营销部年度工作的重点所在。以专业服务和创新精神，进一步提升媒体品牌影响力，同时为客户提供增值服务作为工作目标，树立起工作就是“服务”的观念，把“专业服务”作为承揽客户、留住客户的法宝。我们时刻提醒自己以客户的立场看问题，关注客户的成长和发展，关心客户的品牌，为他们的生存、发展、壮大，竭尽所能。在做好广告经营的同时，协助客户做好市场开发，群策群力，为其出谋划策。

餐饮营销工作报告总结篇四

转眼间□20xx年就要挥手告别了，在这新年来临之际，回想自己半年多所走过的路，所经历的事，没有太多的感慨，没有太多的惊喜，没有太多的业绩，多了一份镇定，从容的心态。

进入一个新的行业，每个人都要熟悉该行业产品的知识，熟悉公司的操作模式和建立客户关系群。在市场开发和实际工作中，如何定位市场方向和产品方向，抓重点客户和跟踪客户，如何在淡旺季里的时间安排以及产品有那些，当然这点是远远不够的，应该不断的学习，积累，与时俱进。

在工作中，我虽有过虚度，有过浪费上班时间，但对工作我是认真负责的。经过时间的洗礼，我相信我会更好，俗话说：只有经历才能成长。世界没有完美的事情，每个人都有其优

缺点，一旦遇到工作比较多的时候，容易急躁，或者不会花时间去检查，也会粗心。工作多的时候，想得更多的是自己把他搞定，每个环节都自己去跑，我要改正这种心态，再发挥自身的优势：贸易知识，学习接受。不断总结和改进，提高素质。

自我剖析：以目前的行为状况来看，我还不是一个合格业务员，或者只是一个刚入门的业务员，本身谈吐，口才还不行，表达能力不够突出。根源：没有突破自身的缺点，脸皮还不够厚，心理素质不过关，这根本不象是我自己，还远没有发掘自身的潜力，个性的飞跃。在我的内心中，我一直相信自己能成为一个优秀的业务员，这股动力；这份信念一直储藏在胸中，随时准备着爆发，内心一直渴望成功。“我要像个真正的男人一样去战斗，超越自己。”“我对自己说。

20xx年工作设想

依据10年销售情况和市场变化，自己计划将工作重点划分区域，一是；对于老客户，和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。二；在拥有老客户的同时还要不断从老客户获得更多的客户信息。三；要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把学业务与交流技能相结合。

- 1、每月要增加1个以上的新客户，还要有几个潜在客户。
- 2、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备才有可能不会丢失这个客户。
- 3、要不断加强业务方面的学习，多看书，上网查阅相关资料，与同行们交流，向他们学习更好的方式方法。
- 4、对所有客户的工作态度都要一样，但不能太低三下气。给客户一好印象，为公司树立更好的形象。
- 5、客户遇到问题，不能置之不理一定要尽全力帮助他们解决。要先做人再做生意，让客户相信我们的工作实力，才能更好的完成任务。
- 6、自信是非常重要的。要经常对自己说你是的，你是独一无二的。拥有健康乐观积极向上的工作态度才能更

好的完成任务。

工作中出现的问题及解决办法：

1、不能正确的处理市场信息，具体表现在：

缺乏信息交流，使很多有效信息白白流失。在今后的工作中，应采取有效措施，发挥信息的作用，加强处理信息的能力，加强沟通交流，能够正确判断信息的准确性。

3、缺乏计划，缺少保障措施。

4、对客户的任何信息要及时响应并回复；对客户的回复不能简单的一问一答，要尽可能全面、周到，但不可啰嗦。语言尽显专业性与针对性，否则失去继续交谈的机会。

5、报价表，报价应报得恰如其分，不能过低，也不能过高；好东西不能贱卖，普通的产品不能报高。因为客户往往会从你的报价来判断你的诚实性，并同时判断你对产品的熟悉程度；如果一个非常简单普通的产品你报一个远离市场的价位，甚至几天都报不出来，这说明诚实性不够，根本不懂这一行，自然而然客人不会再理会。

以上是个人一年以来的工作总结，如有不足之处，望批评指正。

感谢公司的培养，感谢我的老板和关心我的跟人对我言传身教的悉心指导，我一定会以积极主动，自信，充满激情的心态去工作。

餐饮营销工作报告总结篇五

一、圆满完成年度经营指标

按酒店餐饮部的全年经营收入指标为1000万元。全年实际完成营业收入12845854元，其中职工餐厅收入为20xx51元，客餐厅收入为9102836元，酒饮类收入为3181185元，香烟收入为251288元，其他收入为109194元，完成全年计划1000万的129%。

从今年的经营情况来看，今年比上年增加了6882041元。增长幅度为53%。其中客餐厅增加33220xx元，增长幅度为36%。职工餐厅增加18369元，增长幅度为9%。

二、顺利作好日常各项接待

全年共接待客人14786桌（134577人），其中高档宴席2789桌（26884人），会议3573桌（34532人），宴席14506桌（146573人），零客7610桌（76001人），综合台面利用率为31%。与上年相比全年进餐量增加18741桌（192742人）。

三、严格落实各项管理制度

2. 完善部门会议制度，按照酒店要求，部门坚持召开每日班前班后会、每周管理人员例会、每月经营分析及菜品研讨会等，及时地沟通部门工作，发现问题及时分析，合理处理，总结经验。

把当天服务中发现的案例进行分析，讲评。通过培训部门部分员工的服务技能得到很大的提高。

4、强化酒店的意识，自酒店开始创“四星”以来，部门就要求所有员工，提高认识，以自己是一名高酒店的一员而自豪，在工作中努力在对客服务的技巧和意识上下功夫，以为客人提供优质服务，实现自我价值为服务宗旨。

四、发动大众实现全员营销

在部门内部，鼓励员工全员营销，个个都做营销员，通过清收帐款，会议接待等机会，随时与客人保持联系，加强联络，增加客源，部门部分员工拥有了自己的常客，可直接为客人订房间消费。对老客户给他们以宾至如归的感觉，给他们更多的个性化服务，部门对来店过生日的客人及时赠送了鲜花或蛋糕，合理推销餐饮以外的酒店项目。比如，客人用餐完毕后，介绍客人在康乐场所消费，帮客人预定客房等。扩大了酒店的收入渠道。发挥部门的窗口作用，利用宴席接待量大的优势，通过发放联系卡片，主动介绍和朋友推荐等方式，推销部门的包房接待以及客房、会议室服务。很多员工已具备宣传酒店的能力。

部门全年还做了很多的工作，比如经常的组织员工活动，活跃员工业余生活；关心部门困难员工，集体捐助有难同事；员工拾金不昧等，但在很多方面还存在不足，更需要总结和分析，促进下步工作。

一、内部管理有待加强

1、本年度部门发生多起员工纠纷，上半年职工餐厅厨师与前厅员工发生了打斗事件，下半年管理人员与员工发生打架事件，员工与厨师发生矛盾等，这些给部门及酒店带来了极大的负面影响，严重影响了部门的有序管理，事件发生后，酒店、部门并已做了相应的处理，并在部门针对以上事件进行了讨论和分析，要求员工相互尊重，相互宽容，避免类似问题发生，做到前车之鉴，后事之师。

2、部门物质管理需优化，比如餐厅的餐具、杯具器皿都出现破损仍然使用；部分设施设备使用不当，维护及时导致损坏无法使用；部分用品配备不齐将就使用；规格型号不一凑合使用；新旧物资混合使用等问题，使部门在服务接待中出现众多质量问题。针对此项问题，部门将在近期进行全面清查，及时补充、修复、完善。

3、部门内部衔接不清晰，在接待中，经常出现工作失误，特别是吧台的服务员，在联系客户、收银接待、上传下达方面出现误差，影响整体的餐饮接待。针对此项，部门严格要求，准备采用末尾淘汰，用合适的人来做适合事。

被动局面。此问题要从小事开始，严格要求，循序渐进，逐步提高。

二、菜品开发不及时

酒店后厨没有自己的特色菜，或者说是拿手菜、“看家菜”，菜品更新及时，不能适应外界客人的需求，厨师工艺不全面，协调配合不默契。导致部分宾客对酒店的菜品不满意。针对此项，要求厨师集思广意，用心钻研，通过品尝、考察、挖掘来推出新菜、特色菜、当家菜。并做到及时更新。以优质服务和美味的食品来吸引更多的宾客。

三、员工素质参差不齐

部分员工业务素质不精，服务技能不熟，灵活性不强都直接影响了酒店的服务质量，特别是在客人多，标准高的接待中，更显部门员工能力的薄弱。这是制约我们提供优质服务的瓶颈。“员工素质不高不是我们的责任，但提高员工素质是我们的责任”，在下工作中，只有通过培训逐步提高员工的整体素质。

四、酒店意识要加强

虽然酒店现在已经是挂了“四星”的高酒店，但是，员工没有达到“四星”级的员工，整体意识、服务意识、质量意识、团队意识、主人翁意识等未得到体现和发挥。正如有些客人的评价那样，酒店的硬件是一流的，但服务是要提高的。在下步工作中从招聘入手，从入职培训开始，从部门情况介绍到正式上岗全过程上，来培养员工的酒店意识，让员工了解

酒店行业，熟悉自己工作的酒店，在自己喜欢的酒店中工作。

以上是对部门全年的一个总结，在很多方面分析的不透，总结的深刻，但就上述的问题，部门将以合理的安排，有力的措施去改进，为下一年的更大丰收而准备。