

# 最新房产销售部工作总结计划书 酒店销售部工作总结及计划(实用8篇)

光阴的迅速，一眨眼就过去了，很快就要开展新的工作了，来为今后的学习制定一份计划。写计划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计划书范文，希望对大家能够有所帮助。

## 房产销售部工作总结计划书 酒店销售部工作总结及计划篇一

酒店销售部协调各项业务细节，使各部门的服务工作达到客户的要求，这一工作的总结是很重要的。今天本站小编给大家为您整理了酒店销售部工作总结及计划，希望对大家有所帮助。

### 酒店销售部工作总结及计划范文篇一

不知不觉我在xx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，达到使酒店最大限度盈利的目的，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全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，我可以这样说，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。

## 酒店销售部工作总结及计划范文篇二

1、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。

2、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。

3、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 %。

4、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。

5、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 %。

## 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。半年来，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。

## 酒店销售部工作总结及计划范文篇三

### 一、营销部主要完成工作

#### 1、会议接待方面

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

#### 2、客户的开发与维护

a□客户开发：2020年营销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5家网络订房公司艺龙网、移动12580、电信118114中国航信、亿客栈等(网络订房这一块，主要的客源还是来自三大巨头即携程、艺龙、同程。2020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。2020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，今年营销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中青旅、景湘国旅、湘西国旅合作。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，2020年营销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，陆续接待了诸如阳光人寿、采煤技术研讨、萧氏宗亲会、中公教育、舍得酒业等先后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)

## 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2020年长沙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

2020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，营销部在这方面投入的精力是不够的。

## 三、2020年工作计划

### 1、努力使散客的入住率上一个台阶

2020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



2020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(张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山等)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

2020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

### 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□由营销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。

## 房产销售部工作总结计划书 酒店销售部工作总结及

## 计划篇二

### 一、销售方面的情况

截止到\_年12月31日，店专柜实现销售额，于\_年同期相比，上升(下降) $x\%$ 。本柜台共计促销次，完成促销任务达%。

### 二、会员拓展

#### (一)新会员拓展

截止到\_年12月31日，本专柜新发展会员人。与\_年相比，递增了 $x\%$ 。

#### (二)老会员和散客的维护

本专柜严格执行公司会员制度，耐心、细心、热诚的和会员交流，更加增强了老会员对品牌的忠实度和的情感。老会员的返店率达到\_%。在散客方面，本柜台柜员同样是本着热忱服务、顾客至上的宗旨，以可能提高回头率。

### 三、竞品分析

面对欧莱雅、雅诗兰黛、宝洁等对手，本柜台在注重本产品的优雅、高贵、经典的品牌形象的基础上，突出个性化、优质服务优势。使我们品牌在市场的竞争占有率大幅度提高。如面膜(占有情况)，洗面奶(占有情况)，由于本人不了解具体市场，自己稍加分析即可。大概对比下咱们产品的优势和不足。

### 四、柜台日常工作情况

本专柜严格遵守公司柜台管理细则。在人员管理方面，严格注意公司形象，热诚、耐心的为顾客服务。在库存管理方面，

严格短缺货登记、库存登记，认真做好盘点工作。货品的管理、注意干燥清洁、防火防潮，并做好货物的清洁。（可结合公司管理细则添加）。

## 五、\_年工作的展望和\_年工作如何开展

\_年即将过去，在未来的\_年工作中，本柜台力争在保证\_年的销售计划前提下，实现新的销售业绩突破。在会员方面，做到吸引新会员，然后抓住老会员，保正市场持续发展。在散客的方面一如既往的保持我们的优质服务，让消费者加入到我们资生堂的会员队伍中来。在柜台日常工作方面，要更加严格的遵守公司的管理细则，让消费者放心认购我们资生堂的优质产品。在\_年我们的重心是：认真做好顾客和产品的纽带工作，将资生堂的优质产品推向顾客，把顾客对产品的热爱之情带回企业。为实现资生堂“源于日本、亚洲的全球化企业”的战略目标的目标而努力。

## 房产销售部工作总结计划书 酒店销售部工作总结及计划篇三

3、年底的代理费拖欠状况严重；

4、销售人员培训(专业知识、销售技巧和现场应变)不够到位；

5、销售人员调动、更换过于频繁，对公司和销售人员双方都不利；在与开发商的沟通中存在不足，出现问题没能及时找开发商协商解决，尤其是与李总沟通较少，以致造成一度关系紧张□xx年工作计划新年的确有新的气象，公司在莲塘的商业项目——星云娱乐城，正在紧锣密鼓进行进场前的准备工作，我也在岁末年初之际接到了这个新的任务。\*因为前期一向是策划先行，而开发商也在先入为主的观点下更为信任策划师杨华；这在我介入该项目时遇到了些许的麻烦，但是我相信透

过我的真诚沟通将会改善这种状况。

## 房产销售部工作总结计划书 酒店销售部工作总结及计划篇四

酒店销售部协调各项业务细节，使各部门的服务工作达到客户的要求，这一工作的总结是很重要的。今天本站小编给大家为您整理了酒店销售部工作总结及计划，希望对大家有所帮助。

不知不觉我在xx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，达到使酒店最大限度盈利的目的，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全总在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，我可以这样说，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 and 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。

1、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。

2、渠道拓宽。销售部原来分解指标因人而异，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。

3、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 %。

4、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。

5、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 %。

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。半年来，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。

## 一、营销部主要完成工作

### 1、会议接待方面

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



## 2、客户的开发与维护

a□客户开发□20xx年营销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5家网络订房公司艺龙网、移动12580、电信118114中国航信、亿客栈等(网络订房这一块，主要的客源还是来自三大巨头即携程、艺龙、同程□20xx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□20xx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，今年营销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中青旅、景湘国旅、湘西国旅合作。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□20xx年营销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，陆续接待了诸如阳光人寿、采煤技术研讨、萧氏宗亲会、中公教育、舍得酒业等先后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)

## 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20xx年长沙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

20xx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，还应该有很大的上升空间，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，营销部在这方面投入的精力是不够的。

### 三、20xx年工作计划

#### 1、努力使散客的入住率上一个台阶

20xx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

20xx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(张家界、吉首、衡阳、岳阳、韶山等)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

20xx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

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□由营销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。

## 房产销售部工作总结计划书 酒店销售部工作总结及计划篇五

销售部利润主要来源有：计算机销售；电脑耗材；打印机耗材；打字复印；计算机网校等和计算机产业相关的业务。今年主要目标：家庭用户市场的开发、办公耗材市场的抢占。针对家庭用户加大宣传力度，办公耗材市场用价格去竞争、薄利多销。建立完善的销售档案，定期进行售后跟踪，抢占办公耗材市场，争取获得更大的利润。这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

能够完成的利润指标，\*万元，纯利润\*万元。其中：打字复印\*万元，网校\*万元，计算机\*万元，电脑耗材及配件\*万元，其他：\*万元，人员工资\*万元。

## 二、客户服务部获得的利润途径和措施

客服部利润主要来源：七喜电脑维修站；打印机维修；计算机维修；电脑会员制。xx年我们被授权为七喜电脑授权维修站；实创润邦打印机连锁维修站，所以说今年主要目标是客户服务部的统一化、规范化、标准化，实现自给自足，为来年服务市场打下坚实的基础。

能够完成的利润指标，利润\*万元。

## 三、工程部获得的利润途径和措施

工程部利润主要来源：计算机网络工程；无线网络工程。由于本地网络实施基本建成，无线网络一旦推广开来可以带来更多的利润点，便于计算机网络工程的顺利开展，还能为其他部门创造出一个切入点，便于开展相应的业务工作。今年主要目标也是利润的增长点——无线网，和一部分的上网费预计利润在\*万元；单机多用户系统、集团电话、售饭系统这部分的利润\*万元；多功能电子教室、多媒体会议室\*万元；其余网络工程部分\*万元；新业务部分\*万元；电脑部分\*万元，人员工资—\*万元，能够完成的利润指标，利润\*万元。

在追求利润完成的同时必须保证工程质量，建立完善的工程验收制度，由客户服务部监督、验收，这样可以激励工程部提高工程质量，从而更好的树立公司形象。

## 四、在管理上下大力度、严格执行公司的各项规章制度、在工作效率、服务意识上上一个层次，树立公司在社会上的形象。

对那些不遵守公司规章制度、懒散的员工决不手软，损坏公司形象的一定严肃处理。

## 五、要建立一个比较完善、健全的管理运行体系。

1、从方案的设计、施工、验收、到工程的培训这一流程必须严格、坚决地贯彻执行，客户服务部要坚持不验收合格不进行维修的原则。

2、尽量创造出一些固定收入群体，如计算机维修会员制、和比较完备的设备维修收费制度，把一些比较有实力、有经济基础的企事业单位、委办\*变成我们长期客户。

3、对大型客户要进行定期回访，进行免费技术支持，建立一个比较友好的客户关系。要利用各种手段、媒体，如利用我们自己的主页把公司的收费标准公布出去、从领导到每位员工要贯彻执行。

4、服务、维修也能创造利润。近几年工程越来越少、电脑利润越做越薄、竞争越来越激烈，我们可以从服务、维修创造利润，比较看好的有保修期以外的计算机维修市场、打印机维修市场等。

## 六、创造学习的机会

不断为员工提供或创造学习和培训的机会，内部互相学习，互相提高，努力把\*公司建成平谷地\*计算机的机构。

## 房产销售部工作总结计划书 酒店销售部工作总结及计划篇六

### 一、加强学习、转变观念、建设高素质的营销队伍。

目前，市场经理、客户经理素质参差不齐，部分人员对行业政策、工作流程、分析卷烟销售走势、客户指导等方面把握能力和水平相对较低，很难适应目前烟草行业发展的要求。为适应新的形式，客观上必然要求有一支业务过硬的营销队伍。

1、加强行业及涉外知识的学习、着力提高营销人员的综合能力。针对目前营销人员素质参差不齐的现状，营销部将进一步加强人员的培训学习。培训方式多样化：集体培训、知识竞赛、演讲比赛、自学等。内容广泛化：除行业政策、营销知识、法律法规之外，重点要求营销人员学习其他方面的营销知识，社交礼仪、语言沟通等；时间上提供较为充足的空间，充分发挥早晚例会、业余时间，保证每个工作人员有一个较为宽余的学习时间。使每个营销人员的才智在市场、工作中得到较好的发挥。

2、狠抓业务素质的提高，保证各项工作的顺利开展。随着网建功能的进一步推进，营销人员的工作质量的高低、服务水平的优劣、经营指导的有效性直接影响着工作的顺利开展。营销部将每月组织1-2次的营销人员培训和考试，重点以日常业务□v3系统的熟练操作、法律法规、行业政策、供货政策为重点。

二、深入市场，把握市场真实需求，提报第一手市场真实需求。

一是自4月份总量浮动管理实施以来，客户经理与客户总量商定核定后，客户对自主提报需求的意识大大降低，客户对市场的真实需求和总量浮动管理的认识产生了误区，导致在市场调研的过程中，发现客户对总量浮动和自主提报需求认识出现偏差。既有客户认识方面的问题、也有客户经理宣传和引导方面的问题。使市场的真实需求没有在订单预报中充分发挥作用。二是客户经理对总量浮动管理和自主提报需求工作没有很好的领会，导致在日常的宣传和引导出现问题。针对存在的问题将从以下方面进行着手整改。

1、营销人员、客户对总量浮动管理和自主提报需求要有个正确的、清醒的认识并加以区别开来。在今年的下半年里，将该项工作做为客户经理考核的一项重要指标。主要调查客户的知晓率、检查客户订单的自主提报数据为主要检查依据。

2、稳步推进“按客户订单组织货源”工作。客户经理预测准确率的考核，重点以市场真实需求，前20个全国卷烟重点骨干品牌评价结果，新品牌的投放、销售、分析和预测等做为重点进行考核，提高客户经理把握市场的能力。由原来的总量预测准确率考核逐步放在单品牌的预测准确率上面来，特别是前20个全国卷烟重点骨干品牌。在保证去年同期销售量的前提下，力争单条价较去年的元/条，增长元/条，增长个百分点。

3、从“总量浮动管理”工作总体运行情况来看，客户经理与客户在总量商定工作中，客户经理对客户的历史销售数据和目前的供货政策没有很好的把握，产生了少数客户总量商定过大或过小，在实际订购卷烟过程中出现月初、月末销售大起、大落，甚至个别客户不能及时订购到实际销售的卷烟状况。针对目前的这种状况，客户经理在总量保持不变的情况下，进一步调整商定不合理客户的供货量。杜绝月末部分客户无量无法订货，月初供货量增幅过大的状况。落实“市场需求基本满足，零售客户有所选择”的订单供货基本要求，不断提高适应市场的能力。按照兰州公司货源供应、紧俏卷烟供应管理办法，对零售户订货实行总量浮动管理，可合理控制销量上限，但不得规定销量下限，也不得按规格约定销量；细分零售户对不同品牌(品类)的需求数，形成对每一类零售户科学的合理定量并根据市场变化情况及时维护调整。通过合理定量，促进科学投放水平的提高，体现以市场为导向的投放原则。

4、“按客户订单组织货源”与“总量浮动管理”工作有效衔接并能顺利开展。县营销部要求客户经理对管辖客户的商圈类型、客户类别、销售状况等基本情况为重点去了解，为很好的把握客户的真实需求掌握第一手资料。做为日常考核客户经理的一项日常工作。错误地将以上两项工作有效开展对立起来。实行“总量浮动管理”是落实“按客户订单组织货源”的有效途径。



渠道管理：由原来的散货向专卖升级，这也是这次改革的主要目的，充分利用现有的客户资料，优化经销商的构成，从夫妻店、个体户向集体单位、集团单位升级，慢慢向地区、省、市总经销发展。这并不遥远，只要我们的产品品质和服务经得起客户的检验，做深层次的沟通，自然会有大客户感兴趣。有赚钱的机会，就会有发现它的人，问题是我们要把机会准备好。

三、提高服务、强化管理、进一步完善客户关系管理。

为进一步建立良好的客我之间关系，如何提高客户服务质量、信息传递、赢利水平、情亲化服务、及时有效的货源等；如何加强客户的守法意识、配合程度、忠诚度等；需要我们营销人员用心去呵护、去营造。

本月回款比前期有不良现象出现，如：金鸿商行和宏州酒业，一定要杜绝此现象再次发生，以现款合作为主，特殊客户确定好时间应及时收款，每月底外欠款不得高于五万元。

十、关于生产：从来公司一年多的时间里，就存在的欠货问题，到目前，销售的总量没增加，还发生了开完展会专卖店意向客户无法跟踪落实的窘迫状况，因为我们做不出来，那么参加展会的目的是什么呢？现在领导已经制定了解决的方案，希望能有效。我要说的是oem□由于管理方面等原因，这一能有效提升生产力的办法一直没能好好的利用。建议请这方面的人才，建立一套完整的oem管理体制。宜家自己没有一个厂，能做到世界第一，这方面可以学习。

## 房产销售部工作总结计划书 酒店销售部工作总结及计划篇七

在繁忙的工作中不知不觉又迎来了新的一年，回顾这一年的工作历程，作为\_服装超市的一名员工我深切感到\_服装超市的蓬勃发展的态势，\_服装超市人的拼搏向上的精神。\_年，

我柜组在公司党委的统一领导和部署下，在兄弟柜组的支持下，经过全体会员的共同努力，顺利地完成了服装销售任务。

努力做到无论顾客货比多少家，我们\_服装超市也能为顾客提供质优价廉的商品。在销售过程中贯穿微笑服务，多和顾客交流，她们通过服装销售，与别人谈话的时候变多了，增强了自信心，也进一步懂得了如何与顾客沟通，推销服装的款式、颜色、价格与顾客的需要适应，使顾客接受你的意见和建议。

我们柜组努力树立企业良好形象，笑脸迎顾客，真诚待嘉宾，为顾客量身推销产品，赢得了顾客的认可。顾客满意率、回头客呈良好势头。\_年我柜组完成销售任务……我们作为服装超市的一个销售部门，部分员工，刚到超市时，包括我，对服装方面的知识不是很精通，对于新环境、新事物比较陌生。在公司领导的帮助下，我们很快了解到公司的性质及其服装市场，以及消费对象和潜在的顾客。我组员工队伍整齐，认识统一，努力做好自己的本职工作。

她们行为约束能力强，深刻认识到作为销售部中的一员身肩重任。作为企业的门面，企业的窗口，自己的一言一行也同时代表了\_的形象。因此我柜组姐妹不断拓展专业知识，提高自身的素质，高标准的要求自己，在销售实践中积累一些工作经验，较好了解整个服装市场的动态，走在销售市场的前沿。

经过这段时间的磨练，我柜组的同志个个成长为合格的销售人员，有的成为销售骨干，为完成\_年销售计划立下了汗马功劳。

\_年在公司领导的关心下，我从一个普通员工成长为柜的柜长，我觉得力不从心。一方面是我的专业知识贫乏，业务能力不强，另一方面是我觉得困难很多，社会经验缺乏，学历不足等种种原因使自己觉得很渺小，缺乏担当重任的勇气。

在7月份开始做柜长的时候，经理给我布置任务，由于胆怯的心理，害怕不能胜任，和经理争执起来。通过过工作实践和学习，我了解到经理的良苦用心，她是为了给我们每一个人一个恰当的位置，给每个人一个发展空间。

在工作中我也认识到人不是一生下来就什么都会的，当你克服心理的障碍，那一切都变得容易解决了。因此领导给我布置任务，是为了锻炼我，而工作中姐妹的支持，销售业绩的顺利完成又增强了我的自信心。因为只有充满强烈的自信，服装销售人员才会认为自己一定会成功。

在工作中，我更加认真敬业，真诚为顾客服务，团结柜组一班人，努力学习服装销售技巧。我深知优秀的服装销售人员对产品的专业知识比一般的业务人员强得多。针对相同的问题，一般的业务人员可能需要查阅资料后才能回答，而成功的服装销售人员则能立刻对答如流，言简意赅，准确地提供客户想知道的信息，在最短的时间内给出满意的答复。

因此我和柜组姐妹多方了解产品特点，在销售工作中忙而不乱，能迅速、精确地找出不同顾客的购买需求，从而赢得顾客的信赖。我把明确的目标、健康的身心、极强的开发顾客的能力、自信、专业知识、找出顾客的需求、好的解说技巧、善于处理反对意见、跟踪顾客和收款作为常规业务去学习。

鼓励柜组姐妹充满自信去赢得顾客的信赖，去热情为顾客服务，去充分了解柜组服饰所需要的顾客属于哪一个阶层，充分了解顾客喜好，有的放矢搞销售。

\_年这一年是有意义的、有价值的、有收获的。公司在每一名员工的努力下，在新的一年中将会有新的突破，新的气象，能够在日益激烈的市场竞争中，占有一席之地。

20\_年我们柜组将继续本着“以人为本”的工作态度及“顾客的高度满意是我们的最终目标”的经营理念，全体姐妹将进一步

凝聚我们的战斗力，以饱满的热情，真诚的微笑投入到新的工作中去。

根据顾客的需要去进货，根据季节的变化去调整产品，根据天气的变化去组织热销品种，根据面料的特点去组织货源。如我们十堰的购物习惯仍然有着明显的天气效应：气温一降，冬令商品的销售就直线上升。

我们还要努力学习转化顾客反对意见的技巧，克服服装销售市场竞争非常激烈的困难，抓住顾客的购买信号，让顾客精神上获得很高的满意度，努力开创销售新业绩，为顾客服务，为顾客省钱，为公司盈利，让满意在\_的理念进一步得到拓展，让\_美名誉满十堰，让更多的顾客再来\_！

## 房产销售部工作总结计划书 酒店销售部工作总结及计划篇八

自从本人20\_年加入\_x珠宝以来也有1年的时间了。

在这一年的工作中，我不断的挑战自我，对工作兢兢业业，严格遵守商场的规章制度，在实践中磨练了工作能力，使我的业务水平有了较大的提高。

### 一、品德素质修养及职业道德

通过报纸，书籍，杂志的不断学习使自己爱岗敬业，具有强烈的责任感和事业心，工作态度端正，认真负责，加强专业知识的学习，使自己不断的充电，这是销售珠宝信心的源泉。

### 二、工作质量成绩，效益和贡献

保质保量的完成工作，工作效率高，同时在工作中学习了很多东西，也锻炼了自己，经过不懈的努力，是自己的工作业

绩有了长足的提高。

### 三、工作中的经验，销售是一门艺术

1. 认真的接待顾客做到3米问好，1米询问，微笑服务是关键，人为的制造一个轻松愉快的购物环境。
2. 充分展示珠宝饰品，由于多数顾客对珠宝知识缺乏了解，因此对珠宝首饰的展示十分重要，顾客对珠宝首饰的了解越多购买后的满足感越强烈，常言道：“满意”是顾客的广告。
3. 促进成交，由于珠宝首饰价值相对较高，因此，顾客在最后成交前压力重重，所以要营业员采取分心的方法减轻顾客的压力。
4. 熟悉珠宝的佩戴，保养，使用，产地，质量。
5. 售后服务，当顾客购买后营业员的工作并没有结束，应该详细介绍佩戴与保养知识，最后说一些祝福的话是顾客的心情愉悦。增进与顾客的感情，期待二次消费的发生。
6. 抓住每一次销售的机会，以的精神状态等待顾客的到来，注重自己的外表，衣着要干净得体，每天坚持化妆。

### 四、工作中的不足和努力方向

总结一年来的工作，尽管有不小的进步，但还是有很多改进与不足的地方。比如，对珠宝首饰的了解还不够，还要加强学习，自己的销售技巧还应该提高，也需要学习这方面的知识，借鉴他人成功的经验很重要。有时候销售不好思想就消极，这是要不得地，消极思想是销售的敌人。对销售失败后的总结不够，每一次销售失败都有它的原因，比如对顾客推荐的珠宝是否符合顾客的需要，对顾客的态度是否生硬造成顾客的不满意。对顾客是否充分的展示了珠宝首饰?等等这些

都需要想一想。作为一个柜长，就像一个带兵打仗的班长，冲在第一线影响，感染成员很重要，作为柜长首先要起到表率，模范带头作用，一个柜台就是一个集体，充分的团结才能释放能量。互相学习，互相进步。

总之，在这一年里我工作并快乐着!自从走出学校这座象牙塔，犹如温室里的花朵般的我便在选会上义无反顾的选中了现下我所在的公司：\_珠宝。从x月份报道加入这个行业到现在，不知不觉中一年光景一晃而过。本来是被看好做茶叶销售的我，在我的坚持下最终被分配到珠宝销售部门并开始了人生当中全新的完全与专业无关的“历程”。

认真回顾这一年的时光，从一无所知到现在的游刃有余，无不载满了我的酸甜苦辣，不过，深深感谢正是因为这一切的历练才指引着我一步步慢慢走向成熟和稳重。