

2023年福利彩票营销计划书(汇总7篇)

当我们有一个明确的目标时，我们可以更好地了解自己想要达到的结果，并为之制定相应的计划。我们该怎么拟定计划呢？下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

福利彩票营销计划书篇一

1、年度销售目标600万元；

2、经销商网点50个；

3、公司在自控产品市场有一定知名度；

1、夏秋炎热，春冬寒冷；

2、近两年湖南房地产业发展迅速，特别是中高档商居楼、别墅群的兴建；

3、湖南纳入西部开发、将增加各种基础工程的建设；

4、长株潭的融城；

5、郴州、岳阳、常德等大量兴建工业园和开发区；

6、人们对自身生活要求的提高；综上所述，空调自控产品特别是高档空调自控产品在湖南的发展潜力很大。

营销方式总体来说，空调自控产品销售的方式不外三种：工程招标、房产团购和私人项目。工程招标渠道占据的份额很大，但是房产团购和私人项目两种渠道发展迅速，已经呈现出多元发展局面。

从各企业的销售渠道来看，大部分公司采用办事处加经销商的模式，国内空调自控产品企业xx年都加大力度进行全国营销网络的部署和传统渠道的巩固，加强与设计院以及管理部门的公关合作。对于进入时间相对较晚的空调自控产品企业来说，由于市场积累时间相对较短，而又急于快速打开市场，因此基本上都采用了办事处加经销制的渠道模式。为了快速对市场进行反应，凡进入湖南市场的自控产品在湖南都有库存。湖南空调自控产品市场容量比较大而且还有很大的潜力，发展趋势普遍看好，因此对还未进入湖南市场的品牌存在很大的市场机会，只要采用比较得当的市场策略，就可以挤进湖南市场。目前上海正一在湖南空调自控产品市场上基础比较薄弱，团队还比较年轻，品牌影响力还需要巩固与拓展。在销售过程中必须要非常清楚我公司的优势，并加以发挥使之达到极致；并要找出我公司的弱项并及时提出，加以克服实现最大的价值；提高服务水平和质量，将服务意识渗透到与客户交流的每个环节中，注重售前售中售后回访等各项服务。

2. 跻身一流的空调自控产品供应商；成为快速成长的成功品牌；
3. 以空调自控产品带动整个空调产品的销售和发展。
4. 市场销售近期目标：在很短的时间内使营销业绩快速成长，到年底使自身产品成为行业内知名品牌，取代省内同水平产品的一部分市场。
5. 致力于发展分销市场，到xx年底发展到50家分销业务合作伙伴；

战略核心型市场---长沙，株洲，湘潭, 岳阳

重点发展型市场---- 郴州，常德，张家界，怀化

培育型市场-----娄底，衡阳，邵阳

等待开发型市场——吉首，永州，益阳，

总的营销策略：全员营销与采用直销和渠道营销相给合的营销策略

1、目标市场：

遍地开花，中心城市和中小城市同时突破，重点发展行业样板工程, 大力发展重点区域和重点代理商，迅速促进产品的销量及销售额的提高。

2、产品策略：

用整体的解决方案带动整体的销售：要求我们的产品能形成完整的解决方案并有成功的案例，由此带动全线产品的销售。大小互动：以空调自控产品的销售带动阀门及其他产品的销售，以阀门及其他产品的项目促进空调自控产品的销售。

3、价格策略：

高品质，高价格，高利润空间为原则；制订较现实的价格表：价格表分为两层，媒体公开报价，市场销售的最底价。制订较高的月返点和季返点政策，以控制营销体系。严格控制价格体系，确保一一级分销商，二级分销商，项目工程商，最终用户之间的价格距离级利润空间。为了适应市场，价格政策又要有一定的能活性。

4、渠道策略：

(1) 分销合作伙伴分为二类：一是分销客户，是我们的重点合作伙伴。二是工程商客户，是我们的基础客户。

(2) 渠道的建立模式□a.采取逐步深入的方式，先草签协议，再做销售预测表，然后正式签定协议，订购第一批货。如不

进货则不能签定代理协议□b.采取寻找重要客户的办法，通过谈判将货压到分销商手中，然后我们的销售和市场支持跟上□c.在代理之间挑取竞争心态，在谈判中因有当地的一个潜在客户而使我们掌握主动和高姿态。不能以低姿态进入市场□d.草签协议后，在我们的广告中就可以出现草签代理商的名字，挑取了分销商和原厂商的矛盾，我们乘机进入市场□e.在当地的区域市场上，随时保证有一个当地的可以成为一级代理的二级代理，以对一级代理成为威胁和起到促进作用。

(3) 市场上有推，拉的力量。要快速的增长，就要采用推动力量。拉需要长时间的培养。为此，我们将主要精力放在开拓渠道分销上，另外，负责大客户的人员和工程师的人员主攻行业市场 and 工程市场，力争在三个月内完成4~5项样板工程，给内部人员和分销商树立信心。到年底为止，完成自己的营销定额。

5、人员策略：

营销团队的基本理念□ a.开放心胸□b. 战胜自我□c.专业精神；

(1) 业务团队的垂直联系，保持高效沟通，才能作出快速反应。团队建设扁平。

(2) 内部人员的报告制度和销售奖励制度

(3) 以专业的精神来销售产品。价值=价格+技术支持+服务+品牌。实际销售的是一个解决方案。

(4) 编制销售手册；其中包括代理的游戏规则，技术支持，市场部的工作范围和职能，所能解决的问题和提供的支持等说明。

1、公司应好好利用上海品牌，走品牌发展战略；

- 2、整合湖南本地各种资源，建立完善的销售网络；
- 3、培养一批好客户，建立良好的社会关系网；
- 4、建设一支好的营销团队；
- 5、选择一套适合公司的市场运作模式；
- 6、抓住公司产品的特点，寻找公司的卖点。

10、湖南的渠道宜采用扁平化模式并作好渠道建设和管理，在渠道建设方面可以不设省级总经销商，而是以地市为基本单位划分，每个地级市设二个一级经销商，并把营销触角一直延伸到具有市场价值的县级市场，改变目前湖南其他空调自控产品品牌在地级市场长期以来的游击战方式，采用阵地战，建立与经销商长期利益关系的品牌化运作模式，对每个地区市场都精耕细作，稳扎稳打。

12、加强销售队伍的管理：实行三a管理制度；采用竞争和激励因子；定期召开销售会议；树立长期发展思想，使用和培养相结合。

13、销售业绩：公司下达的年销任务，根据市场具体情况进行分解。主要手段是：提高团队素质，加强团队管理，开展各种促销活动，制定奖罚制度及激励方案。

14、工程商、代理商管理及关系维护：针对现有的工程商客户、代理商或将拓展的工程商及代理商进行有效管理及关系维护，对各个工程商客户及代理商建立客户档案，了解前期销售情况及实力情况，进行公司的企业文化传播和公司xx年度的新产品传播。此项工作在6月末完成。在旺季结束后和旺季来临前不定时的进行传播。了解各工程商及代理商负责人的基本情况进行定期拜访，进行有效沟通。

15、品牌及产品推广：品牌及产品推广在xx年执行公司的定期品牌宣传及产品推广活动，并策划一些投入成本，较低的公共关系宣传活动，提升品牌形象。有可能的情况下与各个工程商及代理商联合进行推广，不但可以扩大影响力，还可以建立良好的客情关系。产品推广主要进行一些“路演”或户外静态展示进行一些产品推广和正常营业推广。

16、终端布置，渠道拓展：根据公司的xx年度的销售目标，渠道网点普及会大量的增加，根据此种情况随时、随地积极配合业务部门的工作，积极配合经销商的形象建设。

17、促销活动的策划与执行：根据市场情况和竞争对手的销售促进活动，灵活策划一些销售促进活动。主题思路以避其优势，攻其劣势，根据公司的产品优势及资源优势，突出重点进行策划与执行。

18、团队建设、团队管理、团队培训

1、营销队伍：全年合格的营销人员不少于3人；

2、所有工作重心都向提高销售倾斜，要建立长期用人制度，并确保营销人员的各项后勤工作按时按量到位。

3、为适应市场，公司在湖南必须有一定量的库存，保证货源充足及时，比例协调，达到库存最优化，尽量避免断货或缺货现象。（在长沙已谈好一家经销商，由经销商免费提供门面，人员）。

4、时时进行市场调研、市场动态分析及信息反馈做好企业与市场的传递员。全力打造一个快速反应的机制。5、协调好代理商及经销商等各环节的关系。根据技术与人员支持，全力以赴完成终端任务。

6、拓宽公司产品带，增加利润点。

7、必须确立营业预算与经费预算，经费预算的决定通常随营业实绩做上下调节。

8、为加强机构的敏捷、迅速化，本公司将大幅委让权限，使人员得以果断速决，但不得对任何外来人员泄露公司价格等机密，在与客户交流中，如遇价格难以定决定时，须请示公司领导。

福利彩票营销计划书篇二

“夏日新选择，感受0°c”

以两个节日为工作核心，全力做好节日特色销售，推出2期特价商品促销，6月份销售计划。

6月份计划完成万元，力争完成万元。

1、6月1日——儿童节

2、端午节6月11日

3、父亲节6月19日

全力抓好2个节日的营销活动

第一阶段：端午节促销

促销主题：端午特卖情系万家

促销时间：6月11日——12日

具体安排：

1□dm海报商品90种海报印刷3000份

一层食品40—50种

商品谈判范围：端午特色商品，应季商品，（敏感商品要求不少于10种）。

二层百货30—40种

商品谈判范围：夏凉应季用品，清洁防晒（敏感商品要求不少于8种）

三层服装10—20种

要求各采购6月8日（星期三）中午12：00以前将特价商品明细交企划部排版制作海报，按期未完成将以工作失误进行相应考核。

2、促销活动

主题：情浓端午粽香（纵享）快乐

时间：6月11日

促销活动：一次性购物50元以上，凭单张购物小票，可参加本店举办的“情浓端午粽香（纵享）快乐”包粽子活动，在规定时间内包多少送多少。（详情参见店外明示）。

第二阶段：父亲节促销

促销主题：夏日新选择，感受0℃

促销时间：6月18日——27日

具体安排：

1□dm海报商品180种海报印刷5000份

商品谈判范围：父亲节特色商品，应季商品。

二层百货70--80种

商品谈判范围：夏凉应季用品，清洁防晒（敏感商品要求不少于8种）

三层服装30--40种

要求各采购6月13日上午8：00以前将特价商品组织到位拍片制作海报，按期未完成将以工作失误进行相应考核。

2、促销活动

（1）活动主题：健康老爸更潇洒

活动时间：6月18日—6月19日

活动内容：凡在本店一次性消费50元以上，凭当日机打购物小票加5元即可获赠领带一条。

推出节日商品专柜：百种营养品、男士化妆品、剃须刀、领带

（2）活动主题：第一届xxx啤酒节——冰凉到底

活动时间：6月24——26日

活动内容二：6月25日——26日将在店前广场举办第一届xxx啤酒节，届时将有百种夏凉啤酒、饮料现场免费品尝及特价销售。

活动内容三：

主题：

时间：6月26日

具体操作：6月18日由卖场管理部组织举办喝啤酒比赛报名活动，名额不限。

比赛规则：每四人为一组，进行喝啤酒比赛，看水喝的快，每组每人一瓶啤酒喝的最快的一名进入下一轮比赛，最终决出前三名进行奖励。

奖励办法：只要参与本比赛即可或赠听啤5听，决赛

第一名获赠

第二名获赠

第三名获赠

推出一个商品特卖、品尝专区：夏凉啤酒、饮料、矿泉水

推出一个夏凉用品陈列专区：电风扇、清凉洗发水、浴液、花露水、痱子粉、凉席等夏凉商品。

推展形式：大量陈列、端头陈列、关联陈列，并配合特价促销活动。

四、保证措施：

1、规范卖场叫卖，做到促销、叫卖相结合，重点时段叫卖不间断。

2、完善早会，营销、服务中出现的问题及时在早会中通报解决，切实提高早礼内容，保证早会质量。

3、深抓服务用语、落实首问责任制。要求每一位员工全面了解商场各部组经营商品的品种，熟悉商场整体布局，确实做

到顾客提问不说不知道；收银员强化服务用语，确实做到微笑服务，说好最后一句后送走顾客。

4、楼层经理督促各商品部严格执行营销主题，做好阶段性促销、特卖商品的要货和突出陈列。

5、卖场管理部每天专人检查各部组特卖商品得到货情况，特卖商品严格码放在堆头、端架等黄金位置。

福利彩票营销计划书篇三

首先，市场营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高名誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，它对总经理室进行经营决策制订营销方案起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。

通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝愿。今年计划在恰当时期召开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。

今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善20xx年市场营销部销售工作计划完成任务及业绩考核管理施行细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。

营销代表施行工作日志，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志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搜集宾客意见及建议，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。

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天候”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特别和有针对性服务，最大限度满意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。

经常组织部门有关人员搜集，了解旅行业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，把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。

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。

xx年，营销部将在酒店领导的准确领导下，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。

福利彩票营销计划书篇四

我院计划以医疗工作为中心，以提高医疗技术水平、强化医疗服务质量、注重人才开发培养、加强医院科学管理为重点，积极探索新的经营模式，群策群力，团结协作，力建立具有一定的经营规模、功能完善、环境优美、设备齐备、管理规

范、技术精湛的二级甲等医院，建设一支结构合理的稳定的人才梯队，现制定营销工作计划如下。

1、建立医院医技人才培养机制和竞争激励机制，重视继续教育，营造积极向上的学习氛围，鼓励开展各种形式的学术活动，达到人才特长得以充分发挥、学有所用、学以致用为目的，保持医疗技术队伍的相对稳定，建设一支结构合理的人才梯队。根据医院现有的设施设备、人才技术情况、综合分析医疗市场信息，坚持技术建院、科技兴院、以人为本的原则，秉承“诚信、品牌、微创、效益”的办院方针，制定较为完善的重点学科建设规划和实施方案，按计划目标逐步完成重点学科和特色专科建设。

2、走“小综合、大专科”的发展路子，重点专科做大做强，做到人无我有、人有我精，根据医院客观情况，不断加强硬件设施建设，在专科领域形成技术优势，不断加强品牌建设。按照现代医院的经营管理模式进行运营，积极探索新的经营模式，转换经营机制，全面推行成本核算，完善目标管理责任制，认真搞好科室收入的财务分析，认真执行各项财务制度实行计划及预算管理工作。实行院科两级核算。合理配置后勤服务资源，建立一支结构合理、功能齐全、保障有力的后勤保障队伍，以“优质、高效、低耗、快捷”为目标，不断提高后勤保障能力，为临床一线科室做好后勤保障工作。

3、坚持职工培训制度，通过各种形式的学习和交流，统一思想认识，树立核心价值观念，使企业员工不断增强主人翁意识，达到视医院为家的境界，不断增强团队凝聚力。同时进行细节管理和漏洞管理，完善各项规章制度，达到人人自觉遵守规章制度的目的。牢固树立“院兴我荣、院衰我耻”的思想，群策群力，不断提高服务水平和服务质量，使病人的满意度不断提高，创造良好的经济效益和社会效益。

1、医院始终坚持以病人为中心，牢固树立全心全意为病人服务的思想，努力改善服务态度、提高服务质量，满足广大患

者的医疗需求。人才问题是医院竞争的核心问题，医院既要培养一支医德高尚、技术精湛、善于合作的专业技术人才队伍，又要培养一支会经营、善管理的人才队伍，实现人才管理的科学化、制度化和目标责任化。

2、完善院科两级目标管理责任体系，搞活用人机制，通过目标责任书，加强对科室的管理，以达到激励科室、促进医院发展的目标；完善医疗质量管理体系，以医疗质量为核心，以病案管理为中心强化质量意识，加强工作责任心，完善二级质量控制组织和质量评价体系，实施全员全程全面质量管理；完善成本核算体系，强化经营理念、市场意识、坚持质中取胜、量中增收的原则。推行全成本核算，进行成本量化管理，切实降低医疗成本。加强医保费用管理，积极推行单病种费用控制方法，做到合理检查、合理用药、合理收费、降低病人医疗费用，减轻病人负担。

3、进行院体制改革，深化人事、分配制度改革，创新人事、分配、人才激励机制；进行技术创新，通过各种激励机制鼓励和支持开展科研、新技术、新项目；进行管理创新，坚持“以人为本”原则，创造和优化一个宽松和谐、安全稳定的内外部环境，实现医院人、财、物及各种资源科学合理有效整合配置，使其发挥效益。

1、坚持以“制度治院、以德治院”二者相辅相成、相互促进。建立符合医疗法律、法规、规章，符合医院发展要求的规章制度，并在实践中严格遵守，要克服“有章不循、有令不止”的做法，防止工作中的盲目性和随意性。

2、医院的竞争，关键是人才、技术的竞争，因此医院要采取各种形式，加快人才的培养和引进，并积极与集团其它医院开展技术协作交流，提高医院医疗技术，增强医院竞争力。强调从医院领导层做到在医院形成“尊重人才、爱惜人才、使用人才、培养人才”的风气，在工作、生活等方面予以关心和帮助，用“心”留住人。同时加大人才引进工作，创造

条件，引进医院急需的人才，用多种方式形成医院技术专家团队。

3、医疗质量是医院立院之本，是医院的生命线。要不断强化质量意识，建立以医疗质量为核心的管理体系，建立正规的医疗秩序，培养科学严谨的医疗作风，认真落实医疗规章制度，严格按照医疗诊疗常规和操作规范从事医疗活动，减少医疗纠纷，杜绝医疗事故的发生，确保医疗安全。

4、现代医院的发展离不开医院文化的内涵，它形成全院职工积极向上、团结一致、爱院如家的精神风貌。医院文化建设对我院来讲是一个薄弱的环节，在发展医院的同时，应努力协调好方方面面的关系，营造稳定和谐的工作生活环境，关心职工生活，改善职工的福利待遇，稳定职工队伍。医院的各项工作要体现和强调“以人为本”，特别是医院管理层要用“心”对待每一位职工，全院职工用“心”对待每一位病人。

5、民营医院信誉的缺失，公立医院企业化改制及其营销意识的觉醒，将是我院面临的真正威胁。医院的生存与发展空间及前景将取决于市场经营是否出色。考虑我院的社会知名度较低以及市场导入阶段的因素，为尽快被患者和市场接受，价格指数的相对低价是必要的。但关键要把综合门诊科室的营销机制建立健全，把各单项病种的技术及消费层次拉开并形成系列“就医套餐”，这样也可以在不影响医院信誉度的前提下尽可能地提高单病种的价格指数。

民营医院必须不断适应医疗市场环境，才能求得生存和发展。因此，必须有效发挥宣传工作在民营医院发展中的作用。印刷媒体是目前我院宣传的主要形式。我院先后通过报纸、杂志、其他印刷品等介绍医院的人才、设备、技术、服务和医院的发展动态。全方位宣传医院的各个学科、专业的人才、设备和技术，推出医院新开展的技术，新项目，为患者的就医提供科学合理的指导和建议。互联网的迅速发展，为医院

宣传提供了一个新的窗口。医院将开辟新栏目，努力提高广大网民对我院的认识，使医院得到更多的理解和支持。

福利彩票营销计划书篇五

四、加强品牌培育，提高市场占有率。下半年营销人员进一步转变观念，提高认识，在卷烟品牌培育方面，营销人员严格按照国家局关于《国家烟草专卖局关于公布前20名全国性卷烟重点骨干品牌评价结果的通知》的通知的要求开展有效培育。使每个营销人员清楚卷烟品牌的方向和目标。特别是今年“兰州”品牌卷烟视同前20名全国性卷烟重点骨干品牌后的培育工作。

1、在县城所在地：重点将卷烟品牌的培育放在10元左右或10元以上的品牌上；农村乡镇所在地：把5元以上或8元左右的品牌做为培育的重点。农村市场加强5元左右卷烟的培育做为重点，提高市场的占有率。并对新上市的新品牌在销售一个月后写出书面分析材料，分析品牌在市场上的销售走势、消费者的意见、客户的订购情况等。

2、各客户服务部根据每个客户经理所管辖的片区，有针对性的制定卷烟品牌上柜数量、使每个客户清楚今后卷烟品牌销售和发展的方向，提高客户宣传、销售和订购卷烟的目的性。

3、对广大的农村市场进一步宣传四、五类卷烟实行“稍紧平衡”供货政策的原因，提高客户的满意度。杜绝客户的抵触情绪。

五、强化管理，进一步规范经营秩序。今年兰州公司与职工签定《明示承诺书》以后，职工规范经营的自觉意识大大提高，杜绝了客户经理代订、送货员套购、截留卷烟的行为发生。

1、客户经理的规范经营方面：客户经理在每天拜访时对辖区

一些个别无法按时订购卷烟的零售户客户经理必须收集客户自主需求的卷烟品牌、数量，报市场经理核实签字后，次日由支点统一订购，没有订单的客户要一律做无需求处理。遏制客户经理盲目上报需求的情况、杜绝暗箱操作行为的发生。

2、进一步规范客户经理的工作职责。客户经理不得向卷烟零售户分配订单、分配货源；不得与客户商订卷烟品牌和数量，不得要求或暗示客户按照指定的品牌和数量提报订单和需求。要求客户经理从拿订单的具体工作中解脱出来，更好发挥客户经理服务客户、营销品牌的作用。严格执行“六不准”。

3、实行总量浮动控制。客户经理不得规定客户的下限，不得按规格约定销量。客户根据市场的实际需求，与零售户商定供货总量，在次基础上，根据客户的经营规模为大、中、小型，进行按规定进行浮动管理。

福利彩票营销计划书篇六

3、完成赵总下达的各项工作指令。

4、每天电话拜访5家商务客户，接待重要客户的入店及离店。

5、早上大堂值班，交换2张陌生客户卡片，听取客人反应意见。

6、完成每天工作日记，主要记录当天发生的事件及跟进情况。

1、跟进3位大客户[]xx制衣有限公司[]xx布业有限公司[]xx国际。联系感情，了解春交会的消费动向及*近住房安排。

2、跟进有赠送客房的商务公司预约上门拜访。

3、陌生开发客户5家并跟进成为优质商务客户。

- 4、跟进正邦集团公司4月18号以及宸煜服装公司4月17号的住房安排，尽早确定住房名单，做好控房。
 - 5、针对性地拜访与广交会有关的各个公司、
 - 6、完成季度客户答谢会的操作方案。
 - 7、跟进春交会期间的房间价格是否作调整，及宣传工作、
- 1、12月14号设立春交会期间用车宣传水牌。
 - 2、12月14号之前确定宸煜服装公司订房的确定数量
 - 3、12月17号作好宸煜服装公司的服务接待工作。提前与客人确定用餐人数及住房准确名单或数量。
 - 5、跟进青松布业公司广交会期间的订房。
 - 6、新开发商务公司20家，十二月份住房650间、
 - 7、另强客户拜访，发觉客户的需求，统计客户类型。

福利彩票营销计划书篇七

对于酒店的经营来说经验的积累与计划的制定往往都是十分重要的，至少对于接下来10月份的营销工作需要提前制定好计划，虽然本月营销工作通过自己和同事们的努力取得了不错的成效却也要及时总结工作中的得失，毕竟面对未知的挑战应当明白以往的成就并不值得自己一直自傲下去，现对10月份的酒店营销工作制定工作计划如下。

利用现有的渠道做好酒店业务的宣传工作以便于吸引更多的客户，由于10月份有国庆长假的缘故完全不用担心酒店没有客户，但如何最大化利用酒店本身的资源来吸引客户是作为

营销人员的自己需要思考的问题，针对这点应该要策划好国庆假期的活动并推出折扣力度较大的新业务，这样的话无疑会让酒店的活动变得更有吸引力从而让更多的客户前来入住，而我也应该要加大宣传力度并和部门的同事进行这方面的探讨，一方面要对酒店官网进行更新与维护从而让更多人了解这方面的信息，通过网络平台的宣传并结合本地的旅游特色从而产生更好的效果，另一方面则是通过传单或者横幅的方式让附近的居民了解到酒店活动的消息。

做好酒店老客户的维护工作并询问对方是否有入住的打算，针对这点主要是利用10月份假期的优势给老客户送去节日的问候，让他们了解到酒店活动的相关信息并从而起到良好的营销效果，除此之外也要积极联络新的客户并做好这方面的开发工作，既要通过电话通话的方式起到良好的宣传效果又要在对方咨询的时候积极应对，须知酒店效益的提升也能够促进营销部门的整体发展自然要引起重视，在宣传的过程中也要注重客户信息的收集与整理并积极联络有意向的客户。

加强对营销人员的培训以便于更好地完成酒店领导安排的任务，通过培训提升营销人员的业务能力是10月份需要认真对待的事情，由于营销部门员工数量较少的缘故自然需要具备较高的综合素质才能够完成领导安排的任务，再加上10月份计划招聘新的营销人员自然得要做好前期的培训工作，既要营销工作的性质有着足够的了解又要明白如何为酒店的发展吸引更多的客户，包括对酒店老客户的维护都是营销人员需要掌握的工作技巧。

无论是宣传工作的展开还是对新老客户的开发都是为了酒店的效益着想，所以作为营销部门员工的我也应该认真做好10月份的各项任务，至少要通过自身的努力创造更多的效益才不会辜负酒店领导的栽培。