

最新酒店营销个人年终总结(汇总6篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。那么，我们该怎么写总结呢？以下是小编为大家收集的总结范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

酒店营销个人年终总结篇一

为了做好酒店营销工作，我们应该提前制定好计划，通过计划的落实做好营销工作。以下是东星资源网小编为大家整理的酒店营销年度工作计划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

酒店营销年度工作计划一

xx酒店始终坚持以开拓经营、提升企业服务质量为重点，狠抓经营管理。随着市场竞争的加剧，不断有新酒店的开业，我们也将及时的调整经营思路，为今后的经营和管理打好坚实的基础。现制定营销工作计划如下。

1、加强教育培训，强化员工队伍素质。为了更好地努力打造服务品牌，酒店以文明规范活动为突破口，狠抓酒店员工的培训教育，强化员工队伍素质，不断提高服务水准，根据酒店实际情况，结合有关火灾、治安事件、食品安全等案例，落实酒店、部门、班组三级安全生产培训教育。使员工真正掌握安全工作的“三懂三会”和应急预案的处置方法。

做好均衡价格、调整客源结构的文章，致力对新客户的开发，保持客源群体的稳定和扩大。

安排好旺季的合理预定，最大限度地提高销售额。落实协议单位的回访制度。酒店根据每月销售报表的排行，设计了客

户回访表，有针对性地选择协议单位进行回访。通过回访拉近了与客户之间的情感距离，有效地推动了销售业绩的提升。认真做好上门散客的销售工作。实践证明，随着市场竞争的加剧，客人选择酒店余地增多，要提高酒店“营销竞争力”，首先应革新观念，及时调整经营策略和政策，优化和设计自身产品，使策略求新多变，经营政策按不同季节，不断灵活推陈出新，才能在严峻形势下继续保持较高水平。

3、细化服务措施，提高宾客满意度。服务质量的好坏，直接关系到酒店的声誉和经济效益。为此，我们提出了服务工作要向细化、优化方向发展，不断强化服务意识，进一步提高宾客的满意度。为了更好地引导服务人员，正确树立酒店意识、服务理念，以客人的满意作为衡量我们工作的标准。我们从树立窗口形象入手，提高商务接待水平。在抓好标准化管理和规范化服务的同时，进一步体现服务的细微、细节之处。要求员工在客人开口之前，善于通过观察把握最佳服务时机，了解客人喜好，为客人提供超前卓越的个性化服务。

4、规范管理，促进企业健康有序发展。通过客史档案，加强对客人的特征和历史消费情况进行量化分析，挖掘客人消费潜力，提高销售额和销售利润，为管理层提供有利的决策依据。与各部门签订了《安全防范责任书》，相继调整了防火委员会和义务消防队组织，成立消防宣传教育领导小组和消防宣传队，建立了“分级管理，按级负责，权责一致，各负其责”的治安、消防、安全生产责任体系，促使安全、检查、宣传、教育工作，职责更明确，责任更到位。

5、干部的素质好坏是决定企业发展的关键。重视干部队伍建设：加强酒店领导班子自身素质，从抓学习、抓团结、抓廉洁等方面增强班子的工作活力。严格按照“集体领导、民主集中、个别酝酿、会议决定”的原则，以企务公开、源头治理为重点，充分发挥职工的监督作用，促进集体领导规范化。做到廉洁自律，规范行事，确保企业各项工作有序开展。

我们还有非常多的不足，希望在以后的工作中能够做的更好！

酒店营销年度工作计划二

为促进酒店效益的提升，我们制定了以下营销工作计划。

1、建立酒店营销公关通讯联络网。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。

2、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。开拓市场，争取客源，配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善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志志，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。

3、热情接待，服务周到。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殊和有针对服务，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。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。

相信通过营销工作计划的落实，酒店的未来将会发展得更好。

酒店营销年度工作计划三

在本酒店站稳脚跟、营造知名品牌、保持在本市的地位进行攻关战的关键一年，本酒店的营销计划就显得至关重要，现从酒店的实际出发，制定营销计划。

1、全年酒店目标。我店的主要目标市场应确立为商务市场为主导，旅游市场为辅。商务市场的开发，我们必须着力拓展商务会议团队，不但只是附近地区的，而且要把触角发展到其他县、区，提高酒店的知名度和美誉度，把酒店打造成为本市知名商务品牌。保证顾客的忠诚度，为今后的竞争打下基础。根据淡旺季不同月份、各黄金周制定不同的促销方案，做为各月份工作重点和目标。

2、价格策略。在观念认识上，将顾客占有率和忠诚度放在首位；

进而通过控制有力、行之有效的电话营销系统，帮助酒店挖掘一批具备高消费能力的忠诚客户群体，也就是为酒店创造80%利润的20%的忠诚客户。

3、销售策略。教导员工要做任何他们能做的事情，全体员工无论谁接到投诉都必须对此投诉负责，直到完满解决为止。员工有当场解决问题的权力而不需要请示上级，为了让客人高兴，员工可以离开自己的岗位而不需要请假。在表彰杰出员工方面，按效率优先、兼顾公平的原则，根据员工职效进行细分奖项，给各方面有贡献的员工颁发各种相应奖励。细

分市场体验营销策略，通过重新定位，把目标转向稳定和满足客户各类会的需要上，巩固现有市场占有率和顾客忠诚度，坚决不做多而全的没有重点的抢客工作。

4、营销危机补救。对销售目标和任务要及时进行评估，做到每天一汇报，每周一小结，每月一总结，分析原因，总结经验教训，及时找出原因和研究好对策。建立应急机制，有不可抗拒的事件如禽流感、非典等发生时可以从容应对，加强安全卫生检查，树立“安全第一，预防为主”的安全观，在实际操作中，对送来酒店的瓜果、菜蔬禽类进行检疫测试。建立一套稳健、公平的管理机制，明确任务，赏罚分明。使营销目标不理想时可以稳定员工，努力创造一流的工作平台环境。

5、评估控制。总经理负责是检查计划指标是否实现，通过进行销售分析、市场占有率分析、费用百分比分析、客户态度分析及其他比率的分析来衡量计划实现的质量。营销控制员负责通过对产品、销售区、目标市场、销售渠道及预定数等分析以加以控制，检查饭店赢利或亏损情况。营销主管及酒店特派员负责通过核对营销清单来检查酒店是否抓住最佳营销机会，检查产品、市场、销售总体情况及整体营销活动情况。

论据充分，文字运用娴熟！

酒店营销工作计划

酒店营销年度工作计划, 酒店营销全年工作计划

酒店营销策划书

酒店营销工作总结

酒店营销个人年终总结篇二

x月x日——x月x日

xx酒店

- 1、让顾客了解锦江大酒店，打消顾客对消费档次的各种顾虑。
- 2、丰富传统节日的庆祝氛围，刺激亲情消费；
- 3、开发现有场地资源，调动清淡时段的营业潜力；
- 4、凝聚宾馆销售合力，调动全员积极性，捆绑式营业。

端午节期间的散客、家庭、亲朋好友。

“融融端午情团圆家万兴”在xx酒店消费水平日益提高成为一个高档次的状况下，首先在广告攻势上独树一帜，活动标新立异，令人耳目一新，营造节日上热烈温馨的气氛。

- 1)美食城的菜价10元，燕京纯啤买一送一。
- 2)贵宾厅菜金八折。消费300元以上送消费卷20元，并送ktv下午场(不含海鲜、鲍翅燕、煲汤、烟酒)。
- 3)以端午节文化为内容推出多款适合家庭聚会的精美实惠端午团圆宴，预定团圆宴送ktv下午场。并推出几款特价端午菜品。
- 4)在这一系列的活动过程中，一定要把握“地道”、“原汁原味”的原则。家庭用餐、亲朋好友聚会是这一阶段的主要客源构成。那么酒店的产品就应以满足这类客人的需求为主，菜品方面要求口味清淡，老少皆宜，菜量偏多，价格适中，并适时地推出各档次宴会用餐，此间穿插特色菜、招牌菜、

新派菜等，使消费者能全面地了解酒店的厨师水平，促进酒店形象品牌的树立和推广。这是此次营销的主要目的，也是此次活动中的主题项目。

1、这次策划体现锦江大酒店“先谋势再谋利”的营销总体思想（也就是先做人气），让顾客敢进酒店来消费，让酒店的服务设施能够获得广大顾客的认知，对端午节期间的家庭，亲朋好友的优惠能体现酒店对顾客的诚意。

2、酒店所有营运部门的销售目标向餐饮部倾斜，以部门联动拉升餐饮人气。

3、此活动会让顾客留下许多美好、甜密的回忆，加深顾客对锦江大酒店的认识。

酒店营销个人年终总结篇三

时光如梭，过去一年的工作转瞬间又将成为历史，展望20xx□新的一年，新的起点，新的开始，我会再接再厉，积极进取，努力打开工作的新局面。现计划如下：

（1）根据店内实际情况营业额结合公司方针，合理配置前厅和厨房人员，节约人员成本，实现一人多岗；一岗多责。

（2）根据历史营业额进行分析，合理预估采购定单，保证菜肴的新鲜，当天采购的蔬菜、豆制品、肉类、海鲜，努力争取做到零库存，节约成本。

（3）加强和培养全体员工节约水、电、煤等安全意的意识；

（1）每天晚上把回收的菜肴做记录，做合理充分的利用。

（2）菜肴的验收、菜肴的加工、制作、半成品、成品、促销，成为一个连接线严格控制每一个环节落实到位。

(3) 加强菜肴的培训，菜肴创新，菜肴的促销，菜肴的口味，做到同样的原材料做出多种的烹饪方法。

(4) 上菜的量要适中，以保证菜肴的色香味俱全；根据店内的实际客流量及时跟踪，在不同时间段出相应的菜肴，让顾客有多种菜肴的选择机会，便于增加营业额。

(1) 每天早晨履行晨会；晨会时间培训礼貌用语及促销技巧。

(2) 每周开管理组会议；总结门店经营情况，及培训结果和培训的进展程度，及时地调整培训计划；便于更好的门店经营管理。

(5) 每月主持一次员工大会；传达公司的会议精神，及时效的和员工沟通增加员工与管理组的距离。

(1) 不定时的抽查，加强值班巡视及时处理问题，把问题消灭在萌芽状态；

(2) 设备的维护：对使用的工具轻拿轻放，不得野蛮操作，用后及时归位，机器的及时清洗与保养，保证正常运营。

(3) 卫生管理：

a□店面卫生：桌椅、玻璃、门窗、死角卫生及时清理保证干净清洁。

b□餐具整洁：用过的餐具及时清洗不能出现有污垢油渍的现象，定期对餐具进行消毒处理。

c□个人卫生：勤剪指甲、勤洗澡、勤换衣服，衣装整洁，不能出现有异味现象。

(4) 服务：加强培训员工礼貌用语、促销用语、服务用语。

(5) 人员管理：执行公司制度、遵守上下班时间，不得串岗，私自离岗。

“革命尚未成功，同志还需努力”我相信只有不断的学习，不断的发现，不断的改进，通过坚持不懈地努力，在未来的xx年，一定能在工作中取得更好的成绩。

酒店营销个人年终总结篇四

__年郡琳酒店在集团公司的正确领导下，围绕年初提出的工作思路和目标，坚持以开拓经营、提升企业服务质量为重点，狠抓经营管理。在全体员工的共同努力下，实现营业收入：. __万元(含1-9月份物业收入__万);经营利润：。万元(含物业公司1-9月份。万，全年酒店大型投资。万);全面实现了年初集团公司下达的各项目标任务。随着市场竞争的加剧，不断有新酒店的开业，我们也将及时的调整经营思路，力争做“宣汉服务最好、最宾至如归的酒店”我们将不断总结__工作的成败，为__年经营和管理打好坚实的基础。

一、加强教育培训，强化员工队伍素质

经过三年多的运作，郡琳酒店已基本步入了成熟的发展道路。为了更好地努力打造服务品牌，进一步树立“一切以宾客为中心”的服务理念。全年酒店以文明规范活动为突破口，以“培训是酒店永垣的主题”、“质量是酒店产品的生命”“安全才是酒店的最终效益”为切入口，先后采取“请进来，走出去”的方法，狠抓酒店员工的培训教育，强化员工队伍素质，不断提高服务水准，根据酒店实际情况，结合有关火灾、治安事件、食品安全等案例，落实酒店、部门、班组三级安全生产培训教育。参加培训人次占酒店总人数95%以上，使员工真正掌握安全工作的“三懂三会”和应急预案的处置方法。为提高企业的管理水平，提高队伍的整体素质起到了积极的作用。

二、加强市场营销，不断调整客源结构

为从长远出发，酒店认真做好在经营销售中谱好经济增长和持续发展的平衡乐章；做好均衡价格、调整客源结构的文章，致力对新客户的开发，保持客源群体的稳定和扩大。并做好以下几方面工作：

1、做好旺季的合理预定，最大限度地提高销售额。

2、落实协议单位的回访制度。

酒店根据每月销售报表的排行，设计了客户回访表，有针对性地选择协议单位进行回访。通过回访拉近了与客户之间的情感距离，有效地推动了销售业绩的提升。

3、认真做好上门散客的销售工作。

实践证明，随着市场竞争的加剧，客人选择酒店余地增多，要提高酒店“营销竞争力”，首先应革新观念，及时调整经营策略和政策，优化和设计自身产品，使策略求新多变，经营政策按不同季节，不断灵活推陈出新，才能在严峻形势下继续保持较高水平。

三、细化服务措施，提高宾客满意度

服务质量的好坏，直接关系到酒店的声誉和经济效益。为此，我们提出了服务工作要向细化、优化方向发展，不断强化服务意识，进一步提高宾客的满意度。为了更好地引导服务人员，正确树立酒店意识、服务理念，以客人的满意作为衡量我们工作的标准。我们从树立窗口形象入手，提高商务接待水平。例如：总台员工以“工作在我手中，服务在我心中”为宗旨；以特有的甜美微笑，问候、接待每一位客人；以“首问责任制”，解决客人提出的所有问题；以“关心、爱心、放心、细心、诚心”的优质服務，贏得“回头客”。呈现出争

先创优，爱岗敬业的行业新风；为提升酒店的服务和管理水平，我们在抓好标准化管理和规范化服务的同时，进一步体现服务的细微、细节之处。要求员工在客人开口之前，善于通过观察把握最佳服务时机，了解客人喜好，为客人提供超前卓越的个性化服务。例如：每当客人到店时，我们的服务员主动热情地与客人交流，以掌握更为详细的资料，便于向客人提供有针对性的服务。当有怀抱婴儿的客人入住时，无论总台还是楼层服务员看见都会主动询问是否需增加婴儿床。入住客人过生日时，服务员就会主动送上一份水果，一份衷心祝福。有的长住客人每次入住后，服务员都会记住他的生活习惯，及时为他提供服务。正是有了这些细致而又充满人性化、个性化的服务，却让客人感受到酒店提供的硬件与软件服务自然得体，使身处外地的客人感受到“家”的温暖。

四、规范管理，促进企业健康有序发展

__年酒店根据实际情况，制定出台了《酒店管理实务》，充分利用内部信息管理系统，建立了客史档案。通过客史档案，加强了对客人的特征和历史消费情况进行量化分析，挖掘客人消费潜力，提高销售额和销售利润，为管理层提供有利的决策依据。为弘扬企业文化，凝聚人心合力，全年酒店开展了一系列丰富多彩的员工精神文化生活的活动，如：开展辞旧迎春登山活动、新春文艺联欢会、三八妇女节户外拔河比赛、清明节纪念烈士扫墓活动、各部门春季野炊活动，以“练内功，创品牌”为主题的“酒店技能”比武、以“与企业共命运”为主题的全员营销从我做起签名活动，上半年酒店总结表彰大会、酒店全员户外自助烧烤和__年酒店全员职工大会等。通过这些活动，激发员工全身心投入到工作中，在竞争中提高自我，用努力的精神和智慧实现自身价值。安全是确保服务过程的重要措施。年初在酒店工作会议上，酒店与各部门签订了《安全防范责任书》，相继调整了防火委员会和义务消防队组织，成立了消防宣传教育领导小组和消防宣传队，建立了“分级管理，按级负责，权责一致，各负其责”的治安、消防、安全生产责任体系，促使安全、检查、

宣传、教育工作，职责更明确，责任更到位。同时，严格履行“四实登记”制度，做到实名、实时、实数、实情，多次受到公安分局、消防大队的表彰。上半年，经县消防大队考评，酒店被评为__年度消防先进单位，治安先进单位。实现了刑事案件、火灾、工伤死亡事故为“零”的目标。

五、干部的素质好坏是决定企业发展的关键。

我们在抓好员工素质的同时，十分重视干部队伍建设：加强酒店领导班子自身素质，从抓学习、抓团结、抓廉洁等方面增强班子的工作活力。严格按照“集体领导、民主集中、个别酝酿、会议决定”的原则，以企务公开、源头治理为重点，充分发挥职工的监督作用，促进集体领导规范化。做到廉洁自律，规范行事，确保企业各项工作有序开展。

回顾酒店__年的工作，我们还有非常多的不足，在以前的工作中对总公司和各兄弟分公司没有做好后勤服务和相关配合的地方，我代表酒店全体员工给大家说声对不起。希望在来年的工作中能够做的更好！

酒店营销个人年终总结篇五

- 1、充分了解酒店各种经营设施、经营项目。
 - 2、销售部提出酒店市场定位建议，以报告形式上呈总经理。
 - 3、参与酒店各部门价格制定，提出合理建议，以报告形式上呈总经理。
-
- 1、酒店周边经营环境分析。
 - 2、竞争对手情况摸底分析。
 - 3、酒店优劣式分析。

4、销售目标分析。

5、召开市场分析会议，以报表形式将销售部分析的情况告之酒店各经营部门。

6、提出合理改进意见，以报告形式上呈总经理。

制定好销售部岗位职责、规章制度，以报告形式上呈总经理批示。

1、制定酒店销售策略，以报告形式上呈总经理批示。

2、制定销售部政策与程序，以报告形式上呈总经理批示，并分发酒店各职能经营部门。

1、依据酒店员工手册工作计划，酒店及部门的规章制度对员工进行综合素质培训。

2、依据总经理批示的销售部政策与程序对员工进行专业技能培训。

3、依据酒店的现有情况对员工进行爱岗敬业、团队意识培训。

1、确立酒店标识。

2、制作酒店企业简介。

3、制作酒店各种客用印刷品以及客用问询表格。

4、参与酒店各部门经营环境的布置。

5、参与酒店各部门经营项目的确立，并提出合理建议。

酒店营销个人年终总结篇六

某某年酒店全年营业任务1670万元，市场营销部全年任务890万元，占到总任务的53%多，市场营销部完成营业额的多少直接影响酒店经营的好坏，同时它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，树立良好公众形象的一个重要窗口，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。综上所述，某某年的市场营销部工作计划显得任重道远，承载了众多希望，开年之际做出符合酒店实际切实可行并且科学化、系统化的工作计划就尤为重要。

在某某年我计划从两方面入手展开工作，一方面抓好管理工作，建全部门各项管理制度，建立一支熟悉业务，而相对稳定的销售团队，并制定有奖罚措施的薪酬福利。人才是企业最宝贵的资源，好的销售业绩都起源于有一个好的销售人员，建立一支具有凝聚力，合作精神的销售团队是企业的根本，在某某年的工作中建立一个有活力和战斗力的团队作为一项主要的工作来抓。

另一方面把好业务关，将酒店客户维护好稳定现有客源，积极开拓新市场，将业务做大做强。为了将全年营销任务认真完成，免于流于形式，需将全年销售工作具体量化，把全年营销任务根据具体情况分解到每月，每周；以每月，每周的销售目标分解到各个销售人员身上，完成各个时间段的销售任务，并在完成销售任务的基础上提高销售业绩。