

2023年干家装不给钱报警有用吗 销售洁具家装年终工作总结(优质5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

干家装不给钱报警有用吗篇一

我于xx入市场部，并于xx被任命市场部主管，和公司一起度过了两年的岁月，现在我将这期间的工作做个汇报，恳请大家对我的工作多提宝贵的意见和建议。

我市场部主要是以电话业务为主、网络为辅助开展工作。前期就是通过我们打出去的每一个电话，来寻找意向客户。

为建立信任的关系，与每个客户进行交流、沟通。让其从心底感觉到我们无论何时都是在为他们服务，是以帮助他们为主，本着“我们能做到的就一定去做，我们能协调的尽量去做”的原则来开展工作。

这样，在业务工作基本完成的情况下，不仅满足他们的需求，得到我们应得的利益。而且通过我们的产品，我们的服务赢得他们的信任。取得下次合作的机会。

就像春节前后，我部门员工将工作衔接的非常好，丝毫不受外界因素的干扰，就能做到处在某个特殊阶段就能做好这一阶段的事情，不管是客户追踪还是服务，依然能够坚持用心、用品质去做。20xx年的工作及任务已经确定。所有的计划都已经落实，严格按照计划之内的事情去做这是必然的。相信即便是在以后的过程中遇到问题，我们也会选择用最快的速度 and 最好的方式来解决。

20xx年，在懵懂中走过来。我自己也是深感压力重重，无所适从。但是我遇到了好的领导和一个属于我的团队。他们的帮助和包容是我个人现阶段成长的重要因素。也是我在参加工作的这段时间里对于做人和做事的`理解中收获最多的一年。

过去的已经过去。每一年都是一个新的起点，一个新的开始。

在今年的工作中，以“勤于业务，专于专业”为中心，我和我组成员要做到充分利用业余时间，无论是在专业知识方面，还是在营销策略方面，采取多样化形式，多找书籍，多看，多学。开拓视野，丰富知识。让大家把学到的理论与客户交流相结合，多用在实践上，用不同的方式方法，让每个人找到适合自己的工作方式，然后相辅相成，让团队的力量在业绩的体现中发挥最大作用。为团队的合作和发展补充新鲜的血液和能量。同时在必须要提高自己的能力、素质、业绩的过程中。

以“带出优秀的团队”为己任，要站在前年、去年所取得的经验基础之上。创今年业绩的同时，让每个人的能力、素质都有提升，都要锻炼出自己独立、较强的业务工作能力。将来无论是做什么，都能做到让领导放心、满意。

走进这个竞争激烈的社会，我们每个人都要学会如何生存？不论做什么。拥有健康、乐观、积极向上的工作态度最主要。学做人，学做事。学会用自己的头脑去做事，学会用自己的智慧去解决问题。既然选择了这个职业，这份工作，那就要尽心尽力地做好。这也是对自己的一个责任。

通过这两年的工作，我感同身受。我看到了公司所发生的变化。也感觉到了公司必然要向前发展的一种决心。我相信：“公司的战略是清晰的，定位是准确的，决策是正确的”因此，在今后的`工作中，我会带领市场一部全体员工随着公司的发展适时的调整自己，及时正确的找到自己的角色和位置。为公司在蓬勃发展的过程中尽我们个人的微薄之力。

回首过去，我们热情洋溢；展望未来，我们斗志昂扬。新的一年，新的祝福，新的期待：今天，市场一部因为在此工作而骄傲；明天，市场一部会让公司因为我们的工作而自豪！

干家装不给钱报警有用吗篇二

一、实习目的：

大学是一个小社会，我们不再是象牙塔里不能受风吹雨打的小花了，通过社会实践的磨练，我们深深地认识到社会实践是一笔财富。在实践中可以学到在书本中学不到的知识，它让你开阔视野、了解社会、深入生活、回味无穷。

俗话说：一份耕耘，一份收获。社会是一所更能锻炼人的综合性大学，只有正确的引导我们深入社会，了解社会，服务于社会，投身到社会实践中去，才能使我们发现自身的不足，为今后走出校门，踏进社会创造良好的条件；才能使我们学有所用，在实践中成才，在服务中成长，并有效的为社会服务，体现大学生的自身价值。今后的工作中，是在过去社会实践活动经验的基础上，不断拓展社会实践活动范围，挖掘实践活动。

实习是每一个大学毕业生必须拥有的一段经历，它使我们在实践中了解社会、在实践中巩固知识；实习又是对每一位大学毕业生专业知识的一种检验，它让我们学到了很多在课堂上根本就学不到的知识，既开阔了视野，又增长了见识，也是我们走向工作岗位的第一步，因此我积极地参与了进去。

二、实习时间：

11月—3月

三：实习地点：

荆州万达广场

四：实习单位：

荆州万达广场cag品牌男装店

五、实习内容

销售服装的实习内容主要有以下几个方面：

实地销售

只有进行实地实践，才能学到销售服装的经验，表达和应变能力!还有让顾客满意而归!

2. 总结经验

短短的实习中，把每天销售后的经验教训记录下来，从中吸取不足，发扬自己的长处，完善自己!如此来提高自己的销售业绩。

3. 学习管理

到服装店不仅要学习直接的销售产品，也要学习服装店是如何管理员工及安排任务的!从而扩展思维，学习企业的管理系统。

六：实习过程

说实话，在市区找一份工作还是比较困难的，不是因为你能力、人品等方面不行，而是因为大部分商家都不会招收短期工。带着试一试的心理，我和同学还是在市中心商业街，一家一家地问，希望可以得到一份短期工的机会。机会总是偏爱敢于尝试的头脑，果然cag品牌时尚男装专卖店，因春节期

间高促销，急需导购员，由于之前有在超市帮忙促销德芙巧克力的经验，再加上自己以后择业的工作与销售息息相关，于是，我毅然决然的选择了这次实习的店面。

工作是找到了，可接下来就难住我了，这衣服怎么卖才卖的快，毕竟自己的工资是和销售挂钩的，而且店长每天给我五十元的保底工资。刚开始，我总是不敢开口，只是跟在顾客后面，等他们需要试衣服时才和他们交流，要么是声音很小，有时因为店里的音乐声比较大顾客根本没注意到我说什么，还怎么向顾客推荐好看的衣服并让他们买呢？甚至我连自己都说服不了，更别提顾客了。导购工作刚开始很辛苦，不仅要熟悉陈列的货品，还要学习相关的销售技巧，同时还有业绩上的压力，几天下来累坏了，长时间站立脚会很疼。有的时候还会受到各种冷遇。我不断给自己鼓励，我不希望自己放弃。虽然累了些，我想别人能做的我也能做，别人能做好的我也一样能做好。一切从基础做起。

店长看到了我的勤奋和努力，后来店长就给我耐心讲解了导购相关的要点：导购员的形象和专业素质好，销售业绩或服务水平才有更大的提升，更能利于培养团队精神，在导购过程中，要真正尊重顾客和积极的工作态度，要保证商品整齐，摆放合理，有商品标价单。更为重要的是要善于和顾客建立情感联系，给顾客接近，喜欢和信任的感觉。

熟记接近顾客的一些基本技巧：“三米原则”就是说在顾客距离自己还有三米远的时候就可以和顾客打招呼，微笑，目光接触。

主动与顾客打招呼。导购员也应注意：

a.顾客的表情和反应，察言观色□b.提问要谨慎，切忌涉及到个人隐私□c.与顾客交流的距离，不宜过近也不宜过远。

经过店长的耐心指导和讲解，我也开始慢慢的开始熟悉和了

解销售男装的方法和技巧，逐渐地和进店选购的客人愉快的洽谈，和帮他们推荐和挑选适合他们气场和风格的时装。

通过这次经历，我也总结出了一些经验和教训。

首先是服务态度。在当今社会，大家都知道服务态度越来越重要，现在的市场不是以前了，以前是需求大，而现在商品多，现在可以说谁的服务态度好，就买谁的商品了。所以说一个好的商家服务态度必须要好。只有服务的让客人满意了，我们的销量才能真正提高上去。

其次是诚信。在现在的市场上，有很多假冒伪劣商品，很多商家也是这样发了大财，但这种方法是万万不可的，这种只是一时的生意，以后就没有了，用李嘉诚的话说：不是舒心的钱我不赚。我们都知道细水长流的好处，我们一定要有好的诚信，搞好诚信了，自己的生意就像细水长流。同样作为一名合格的导购也需要诚信。

第三是长远的眼光。

cag品牌男装专卖店不会打着打折出售来留住顾客，而是通过消费满多少送购物券，这样使得许多顾客买了衣服后选择在店里继续挑裤子、鞋子，而不是去另一家再看看。这让我终于明白了大家喜欢到cag男装店买衣服的原因，可见长远的眼光对于商品的经营是非常重要的。

其中最重要的是还要有自己销售的技巧：

现在市场上每一样商品品种多的是，差不多的也有一大把，你如何才能把自己的卖出去呢？在这里面一定要有销售技巧。在销售过程中我的感悟是所有的销售都是相通的，只是销售的产品不同而已，所以我们在掌握产品知识的以后，如何让自己的销售技巧提高。我觉得在几天的实习中我总结出如下几条：

1、精神状态的准备。

在销售的过程中，如果销售人员有一个好的精神状态，就会给顾客一种积极的、有活力的、上进的氛围，那么这种积极的上进的情绪总会影响到客户，从而，让顾客感到自己得到一种情绪感染，那么才能顾客在我们的门店里多留些时间，总能让挑选一款合适的衣服。精神状态的表现还从我们的仪容仪表表现出来，具备一定礼仪知识的销售人员，才能让顾客感觉到品牌的价值，因为在看一个品牌的时候，我们的销售人员就是直接体现我们品牌形象的，所以销售人员素质的提升，也是品牌提升的一个重要的标志。精神状态好的好的销售人员，成交的机率大很多。

2、身体的准备。

如果我们有一个好的身体，我们才能保持旺盛的精力，才能更好的工作。这段时间，在卖场里的站立服务，让我感觉到很疲惫，虽然导购的工作与其他行业相比要轻松得多，可是由于在学校运动的时间较少，刚开始感觉特别累。所以我才更能体会到有一个好的身体，才能让我们更好的全力以赴的工作。所以强健的体魄还是一个有活力有朝气的团队所必备的。

3、专业知识的准备。

在接待顾客的时候，由于我对产品的知识的不熟悉，在顾客要一件中号的西服的时候，我把一件中号的类似西服样子的大衣给顾客，因为头几天我不知道这两款款式如此相似的衣服，居然是两个不同类型的产品。在我手忙脚乱的时候，店长自然的把中号的西服拿给顾客，销售结束后，店长告诉我导购人员，一定要对自己销售产品知识了如指掌，只有这样，当我们了解了相关的产品知识的时候，我们就掌握销售的第一步，让自己的销售业绩提升还需要我们对顾客的性格，穿衣风格等的了解，顾客才会放心的让你给他们选择适合他们

的时装。只有我们对顾客掌握的越多，我们就能更能把握顾客的心理，和顾客建立一种和谐的关系，创造一种轻松休闲的购物环境，善于倾听顾客的每一句话，然后分析顾客是否有购买的意向，推荐适合他的衣服。在实习中店长的一次销售，让我感觉到对顾客了解才是轻松销售的关键，一位顾客在试穿一件衣服后，店长为顾客把穿在身上的衣服整理好来，让顾客感觉到他很受尊重，一种亲切的感觉，让顾客对店长产生好感，这就是先作好人，才能做好销售的的销售技巧。然后店长对穿在顾客身上的衣服做出了一个很中肯的评价，然后将这件衣服如何搭配告诉顾客，如果这样穿出来，这件衣服所体现的感觉是什么样的效果告诉顾客，顾客同样会感觉很合适，然后再给顾客一个购买的理由，于是顾客毫不犹豫的就把这件大衣购买了。销售看起来是如此的轻松，其实在这里运用了很多销售技巧。所以销售是有方法有技巧的，只要用心去做，我们的销售业绩一定会有所提高的。

上一篇：计算机顶岗实习总结报告范文下一篇：电厂班组培训总结

干家装不给钱报警有用吗篇三

最近这几天也不知道是咋回事，就是背不进去配置，师傅这几天也不怎么管我，想想自己也是的，干嘛非要别人管才肯学习，我要自力更生，人活着不能靠别人一辈子！看着别人利用专业知识谈客户真棒，心里幻想着自己谈客户的情景……“您好，欢迎光临华硕专卖，两位今天想看看多大尺寸的？对cpu和显存有要求么？主要做什么用？多少价位……。”正想的带劲，不料店长看见了，“干什么呢？走神，快点卖机器”。又挨说了，下次不走不就行了，还用那种语气，但是站在公司的角度想想挺对的，靠着会影响公司形象，形象都不好还怎样去做生意，为了不给店长带来麻烦，为了不给自己母校丢人，以后我不会再靠着了，一定要做一个好榜样，让他们看看秦皇岛人的毅力!!!!

真是个好日子，前两天谈了个客户，本以为给张名片就不会回来了，嘿嘿……好事被我撞见了，回来买了台机器，今天是最开心的日子，自己一个人卖了我工作第一个机器，这样记机器配置想记不住都不行，整个过程让我记忆犹新，应该是我这一个月暑期得到的一次成长经历吧！成就感占据了我幼小的心灵，让我在虚荣心上得到了极大满足，但我不会因此骄傲，这只是我实践生涯的一个小小的开始，不能因为暂时的小成绩影响我的情绪，我是一个不满足现状的人，因为等自己步入社会以后生活唯一的保障就是挑战未来的勇气和能力，所以我要做一个成功者愿意付出常人不愿意付出的努力，我一定行!!!!

只有尝试过，努力过，坚持过，才能有收获。一分耕耘，一分收获，只有努力了，才能绽放出成功的花朵。只要功夫深，铁杵磨成针。我相信，只要我朝着这个理想努力奋斗，坚持不懈，那么，我就一定会成功！

干家装不给钱报警有用吗篇四

乙方：_____

经双方友好协商，现就甲方向乙方购买并委托乙方承担安装厨房设备事宜达成如下协议：

一、设备名称：_____

详见合同附件。

二、安装地址：_____

三、合同总价：_____

含运费、搬运费、安装调试费(不含税费)，最终结算以实际发生的项目和实际使用的设备、材料数量为准。

四、合同工期：

自本合同签订之日起至_____。

五、付款方式：

- 1、自本合同生效后，甲方于3日内向乙方支付50%预付款；
- 2、工程按期完工并验收合格后，甲方根据实际发生的总价与3日内向乙方支付全款。

六、质量验收标准约定：

- 1、乙方须按合同附件规定的标准供货；
- 2、乙方的设计方案合理，能满足甲方要求；
- 3、产品做工精良、结实，安装稳固，无明显影响使用功能和损坏耐久性方面重大缺陷；

七、双方责任：

(一)甲方责任：

- 1、严格按合同规定的付款方式付款；
- 2、协调其他工序配合乙方搞好设备的安装调试工作；
- 3、自身原因延误工期，损失自行承担；

(二)乙方责任：

- 1、严格按合同附件规定的标准供货并如期交付甲方正常使用；

2、免费为甲方提供设备安装、调试；

3、在生产、安装过程中对甲方提出的合理性技术建议应予采纳；

4、设备安装前指导甲方做好前期准备工作；

八、乙方售后承诺：

3、免费为甲方培训技术操作人员，直至能正常使用乙方产品为止。

九、违约责任：

1、甲方不按合同规定付款，每逾期一日，按当期应付款项另加3%支付乙方；逾期一周以上，每逾期一日，按当期应付款项另加10%支付乙方；逾期十五日以上视为违约，按合同法处理(不可抗力因素除外)。

2、乙方须按约定如期提供符合要求的设备交付甲方正常使用，否则给甲方造成损失须承担赔偿责任(甲方原因和不可抗力因素除外)。

十、如合同发生纠纷，双方协商不成，可提交___裁决。

十一、合同附件与本合同具同等法律效力。

十二、本合同一式两份，双方各执一份，法律效力同等。年质保期满后自然失效。

甲方(盖章)： _____ 乙方(盖章)： _____

法人或授权代表人： _____ 法人或授权代表人： _____

联系电话：_____联系电话：_____

签订时间：_____签订时间：_____

干家装不给钱报警有用吗篇五

岗位职责及管理指导（初稿）

市场营销部概述：

市场营销部的主要工作任务分为以下几点：在酒店总经理的领导下，制定酒店销售计划，确立销售目标；建立预订网络，设置销售网点；大力开展市场调查，掌握市场动向、特点和发展趋势，结合酒店实际，提出接待人次、客房出租率、平均房价、宴会推销、销售收入等指标，纳入酒店财务预算之中。同时，组织销售代表做好商务、散客、团队、网络订房、政府机构及航空公司等各种销售工作，完成销售任务。公关代表则配合酒店销售工作，开展对内对外公关活动，树立酒店形象，扩大产品销售、提高酒店知名度和声誉服务。同时，要协助餐饮部开展节日庆典活动，增强企业的特色经营，提高企业的经济效益。

一、文员岗位职责

报告上级：销售经理

职位综述：做好部门文秘性工作，并进行市场调研，信息汇总工作。

岗位职责：

1. 做好部门会议记录。
2. 做好部门内档案文件资料管理、文字、文体处理工作。

3. 进行市场调研，并将信息汇总至经理处。
4. 管理好办公用品领用等工作。
5. 做好部门内考勤管理。
6. 接听电话、留言，处理办公室日常事务。
7. 做好本部门与各部门的协调工作。
8. 学会酒店客房预订系统的掌握和操作

二、销售经理岗位职责

报告上级：市场销售部经理

职位综述：拜访客户，保持与客户联系，开发市场范围，做好工作汇报。

岗位职责：

1. 根据市场需求，分析报告及统计资料确认潜在顾客及其要求，访问并提

交访问报告。

2. 负责团队散客及宴会，会议服务项目和销售工作，并参与一切服务活动。

3. 根据酒店价格策略，与顾客进行谈判以最终达成协议并签署合同。

4. 与酒店其他部门做好协调工作，以确保对重要客人的服务。

5. 根据指导负责搜集整理市场情报及销售信息。

6. 了解酒店对外销售方针，贯彻执行销售部经理安排的工作。
7. 了解市场信息，定期向销售部经理汇报工作情况。
8. 负责与客户之间的联系，外出拜访客户，密切与客户的沟通，建立良好的客户关系。
9. 根据销售部部经理布置的任务，监督执行，并可掌控事态。
10. 定期写出销售计划及执行情况的报告。
11. 协助酒店有关部门做好销售前台的工作。
12. 定期向销售部经理提交销售工作报告、市场情况、存在的问题及今后工作的建议及设想。
13. 学会酒店客房预订系统的掌握和操作并可控房，有能力熟练接待会议团队及旅行社，并做好全局协调工作。

三、销售部经理岗位职责

报告上级：市场销售部经理

职位综述：制定并组织实施销售工作计划（策划、调研、销售），督导开发市场，实现

酒店利益最大化。

岗位职责：

1. 根据市场具体情况，做出市场预测，进行市场细分，开拓

客源，巩固销

售渠道网络。

2. 提出并参与制定对外销售、开发客源的计划，负责本部门全盘业务计划的筹划和方案实施指导落实，全面负责饭店经营产品的销售工作。
3. 依据具体情况与工作重心，制定并及时调整各种销售策略。
4. 按年度计划要求定期检查。
5. 通过电话、表单、面谈等方式积极与其他部门进行交流、协调。
6. 提出全年销售预算，并在年底进行统计。
7. 负责员工业绩考评。
8. 学会酒店客房预订系统的掌握和操作

四、美工岗位职责

报告上级：销售部经理

职位综述：负责为酒店促销活动所需的美术工作及对酒店各部门的需要给予合作和帮

助，并负责美术设计与制作等相关工作。

岗位职责：

1. 具体了解工作，并能高效、有条不紊的完成工作，做好记录。

2. 负责所有的广告画、横幅、指示牌、临时标牌、餐饮部对外促销宣传品、雕塑、印刷、绘画、包装、广告牌、横幅及广告主体创意和基本的摄影。

3. 负责重大宴会会场布置，大型广告设计制作等。

4. 根据各部门的活动申请单，估算费用及制作时间，同时注意所有节目的安排，并提前做好采购工作。

5. 妥善保管，节约使用各种美工工具及颜料等，所有器具应保持洁净和安

全，所有用过或展出过的美工用品应妥善安置。

6. 参观其他酒店并观察其美工手法，学习其他酒店的优势，可适当安排学习活动。

五、销售预订人员岗位职责

报告上级：销售部经理

岗位职责：负责预订，确认房间数量，初步掌控房间数量及预订状态。

1. 根据工作需要，切实落实每个人的排班班次及工作任务。

2. 接受和处理电话、传真和文件以及散客和团队的预定以及变更，按操作

规程做相应更改。

3. 把散客和团队的预订单按日期排列归档。

4. 完成各类报表的打印。

5. 将预定信息资料准确的输入电脑。
6. 每月安排各个分组人员的备用品使用。
7. 负责全面的预订工作，了解每天各类客人、各类房间订房情况，处理有关文件和控制房间预订。
8. 负责整个预订中心的档案存放工作。
9. 每月的第一天做上个月的房间销售分析。
10. 督导、培训本部门新进员工。
11. 完成上级领导的一些特殊安排，如陪同参加会议等。

市场销售部管理制度

一、销售资料管理

与客户往来的电话、传真、合同、协议、销售统计表、销售工作总结等。上述资料按宣传类、经营类、合同类、客户档案四种归类管理。

2. 宣传资料管理：酒店宣传册、餐厅价位表、会议收费表、各类优惠卡等资料，由专人兼

职管理。

3. 经营资料管理：销售任务表、统计表、销售代表每周、每月工作总结等资料，由销售部

设专人兼职管理，按销售代表分类，以时间顺序先后排列，每人一份档案资料，逐期汇总，以考核工作人员工作业绩。

4. 客户档案：按客户名称分类，每一客户建一份档案，每次接待后按实际情况填写，合同、协议作为客户档案的附本，按时间顺序排列，并作为酒店销售分析的重要参考依据。

5. 酒店销售长住、会议团队客房，应事先与客户签订销售合同，明确双方权利和义务，以

预防和减少住房纠纷。

6. 正式签约前，各销售人员必须详细查阅客房出租状况和销售预测表，掌握哪些客房在什

么时间可以留给长住会议或团队客人，防止合同用房和前厅接待发生冲突，影响客房销售的准确性。

7. 客人意欲租用客房，销售人员要积极推销，一旦掌握了客人意向，应主动联系，访问客

户，并带客户前来参观，主动介绍酒店各类客房和餐厅、娱乐设施，争取签订销售合同。

8. 客户一旦同意，销售合同由销售代表与客户协商，在遵守酒店价格政策和自己的权限范

围内，本着互惠互利的原则，起草合同或协议。

9. 销售合同管理采用分级负责管理制度。用房较少的一般合同在销售代表职权范围内直接

与客户签订，自动生效；用房较多、时间较长、价格超越销售权限的合同，报营销部经理审批。特别重要的合同，报总经理审批。

二、销售部电脑使用管理制度

1. 本部人员非工作需要不得乱用电脑、严禁外来人员进入本部使用电脑，特殊情况报部门

经理批准后方可使用。

2. 使用电脑不得用力击打键盘，不准随意移动电脑，必要时请电脑室协助。

3. 不准将外部软件在本部电脑上运行，不准将酒店内部软件拷贝给别人。

4. 电脑出现故障时，要立即通知电脑室维修。

5. 电脑使用完毕退出自己的密码，严禁使用别人密码，关闭电脑之前，需退出正常程序。

6. 本部人员下班或外出，需将电脑关闭。

三、销售部日常管理制度

1. 严格打卡制度，每日销售员必须先到部门报到、签到后方可外出，由于工作不能及时打

卡，需在第二天早上报经理签字，过后不补。

2. 离开部门去酒店内办事，需将所去位置告知其他同事，离开酒店必须经经理同意。

3. 上岗必须穿工服，工服必须整洁，外出销售员可穿便服，回酒店应立即换上工服，不许

穿工服去宿舍、回家。

4. 除工作原因去大堂，不得走酒店正门，只能走员工通道。

5. 不陪客人时，严禁使用客用电梯。

6. 因工作需要陪客户在酒店营业场所用餐，需提前报经理审批，凭书面用餐单用餐，不许

先做后报。

7. 不许在大堂副理台对面和大堂沙发处坐等客人，陪客人谈业务除外。

8. 注意礼貌用语，接电话先说“您好，销售部”。有客人主动倒茶，遇见酒店领导和其他

部门同事要主动问好。

9. 如无紧急事情不许在办公室打私人电话，接听私人电话，时间不许超过三分钟。

10. 因跟办会议等特殊原因加班，需在次日一早报经理确认时间，过后不补。

示病例到医务室开假条。

12. 有事补休要将手上工作交代给指定同事，跟办会议活动期间，不许补休。

13. 禁止电脑、电话、传真等用作私人用途。

14. 会见客人可到大堂或大堂吧，严禁在办公室会见客人，以防泄密。

15. 拜访客户后必须认真填写营业报告，以建立完备的客户档案。

四、销售长住客订房操作管理制度

1. 了解客人的需要（了解客人所需要的房间种类，如办公室、住房、公寓等），并根据入

住期限报价。

（1）办公室：向客人推荐低楼层或依据客人的需要来定，并向客人报价。

（2）住房：向客人推荐高楼层或根据客人的需要来定，并向客人报价。

（3）公寓：向客人介绍公寓价格、计费方法及相关服务。

2. 价格谈判：

（1）谈判前备好客户有关信息，如业务性质、资信程度、预期潜力、公关宣传作用。

（2）根据客户情况请相关领导参与谈判。

（3）谈判时要半步半步的退，一步一步的进，严禁一开始即报出底线价格。

（4）根据市场情况灵活掌握价格，特殊价格报销售部经理或总经理批准。

3. 签订合约前：

（1）了解客户所在公司的性质和信誉之后，同意商定的价格后，签订长住合同。

（2）记录客户的联系地址和联系人，添置客户资料卡，以便调查和联系。

（3）了解客户的付款方式，介绍清楚酒店付款的要求和规定。

(4) 合约要注明时间、序号和预付金额。

4. 签合约

(1) 要通知前台、财务部、和客房部注明客人抵离酒店的日期，所租房间种类、序号

和要求。

(2) 把客户的联系地址、联系人、付款方式通知财务部。

(3) 如客户租用套房或公寓，则要通知客房部送鲜花果篮。

(4) 建立客房长住卡，填写酒店预订表，了解客人的生日并将其输入电脑，同时将

酒店预订表交预定处。

(5) 每日出一份长住户名单给前台部、财务部、客房部、餐饮部，方便在客人生日

时送鲜花、水果及生日蛋糕，并赠送周末礼品。

5. 结账

(1) 长住客推迟付款时要经常与财务部联系，随时掌握客人的费用情况。

(2) 如客人已三个月未交房费，应请财务部与客人联系，向客人说明酒店规定，表

明 酒店将按照合同办理。

(3) 发现客人可疑，应和楼层服务员和保安部联系，随时注意客人的动态，避免酒

店受损失。

(4) 客人合同到期离店，要通知客房部、前厅部、财务部做结账准备，办理客人物

品出门证。

五、接待来访客人制度

1. 接听来访电话，客人打电话询问酒店有关事宜，需严格执行部门接听电话程序，并做好

记录，尽可能满足客人的一切合理要求，如果不清楚的问题，转到相关部门。

小时内主动与客人面谈。否则，按严重违规论处。

小时内主动与客人面谈。表示慰问，征求意见。

4. 无论何种原因，均不得在销售部办公室接待来访客人，可以到大堂吧或大堂及会见室接

待客人。

六、关于接待计划及接待通知的管理规定

酒店的接待工作标准高、工作细，特别是一些重要接待活动涉及的部门多、范围广，要求更加严密有序。为了搞好酒店的接待工作，制定好接待计划及接待通知，特作如下规定：

1. 相关规定

(1) 酒店接待任务的下达，分《综合接待计划》、《接待通知书》及临时口头通知等。

作为酒店综合性计划，原则上由销售部制定。

(2) 销售部在与客户洽谈时，所涉及接待内容应及时与酒店相关部门沟通好，一些

重要接待活动或客户的特殊要求，要请相关部门派人参加，以便有问题可一并

与客户商妥。

(3) 洽谈时，要详细记录接待内容；洽谈结束时，应再与客户核实一遍。

(4) 洽谈结束后，销售人员应根据洽谈记录于4小时内填好《接待通知书》，签字后

由销售总监审核。

(5) 若属需上报的重要接待活动或接待规模大，接待内容所涉及事项多，《接待通知

书》难以囊括的大型接待活动，则要制定《综合接待计划》。

(6) 《综合接待计划》须于洽谈后与各相关部门负责人充分沟通协调，落实可行性，三天内制定好，本人签字后报销售总监审核。

(7) 销售总监对《综合接待计划》或《接待通知书》审核无误后签字，于二小时内

呈总经理审批签发（总经理不在，授权常务副总代签）。总经理签发后，方可视

为有效文件下发执行。发至总监以上人员以及相关部门（行政办、前台、礼宾、收银、餐饮、客房、工程、大堂副理、

保安、车队□□并由接收人签字。

(8) 《综合接待计划》或《接待通知书》应全文下发，让各部门了解接待工作全过

程，以便相互配合、沟通、督促和便于为客人服务。

领导指示办理；若属于营业方面的重要客人，报销售总监，由销售总监直接口

头通知。上述特殊情况无须下计划单（折扣例外，应根据权限办理或背书担保）。

(10) 酒店的《综合接待计划》及《接待通知书》属指令性计划。各部门接到《综合接待计划》或《接待通知书》后应严格按计划要求办理，不得推诿、拖延。

(11) 相关总监要亲自挂帅，具体组织实施，保证质量，按时完成。

(12) 销售部经办人要检查、督促，请客户确认，跟踪服务质量到底。若接待内容有

更改，必须立即通知相关部门，下发会议更改单并落实情况向客户发出变更确

认书。

(13) 销售总监负责《综合接待计划》或《接待通知书》的协调落实。若执行计划受

阻要立即报告总经理予以裁决。

2. 《综合接待计划》的编写要求

制定《综合接待计划》，内容应详细周到，不得漏项，一般情况下应视情况写明以下几项内容：

(1) 写明接待单位、接待负责人、联系方式；

(2) 注明抵店、离店的时间、人数、国籍、接待级别；需酒店领导、管理人员或礼

仪小姐迎送的重要宾客，应注明迎送时间、地点等具体要求。

(3) 注明结算单位、预付押金、结算方式、有效签单人及联系方式。

(4) 注明房间种类、数量、标准、价格。前厅部在宾客入住前一天将房卡做好，注

明团队。若所有场所不得挂账，在欢迎卡上需标明清楚，前厅部还应将全部房

号通知总机。

(5) 注明重要宾客房间及套房是否摆放鲜花、水果等。

(6) 房间的minibar是否撤出或部门撤出。

(7) 长途电话是否开通，若不开通，要注明客人须到收银处交纳押金后方可开通。

(8) 必须注明洗衣是否可以挂帐、签单。

(9) 注明房间一旦有物品遗失或损失现象应及时与会务联系，协商赔偿。

(10) 是否安排接机人员协助乙方接送宾客。

(11) 写明是否需设接待台、指示牌及放置地点和指示牌内容。

(12) 写明会议内容、时间、地点、会标、会务要求、场地要求等具体事项。

(13) 写明需工程部配备专人看管会议的事项，防止因设备原因而导致客人投诉。注

明要在会议举行前一天按照宾客对音响、设备的具体要求布置会场，确保每一

种设备正常使用。并负责横幅、气球及一些悬挂品的布置。

(14) 注明就餐时间、人数、餐种、地点、标准、特殊要求。

(15) 写明会务组人员房号，以便前台、餐饮、财务联系工作。

(16) 写明会议期间的安全工作，维持好参加会议的车辆秩序等。

(17) 注明上述工作的落实部门、完成时间、责任人。

七、接待旅游团队工作程序管理

1. 接到旅行社的电话或传真订房，先与预订部联系，了解要求订房日期是否能安排，如

不能，向领导汇报。请求处理方法，是传真时，要注意检查电文，特别是报价传真，一定要审核价格是否准确，以防止出现错漏，回复传真后，要复印一份交预订部订房处存档。

2. 做合同前，先要了解该年度（旺、淡季）的团体房价、餐价、团陪房价、散客价及回

头率，做好合同后，先呈领导批阅，批复后打印成文，合同认真审核，确信准确无误后，盖上本部印章，呈领导签署，签字后，复印一份存档，把签好的合同寄发（或去旅行社签署）收到签复后，在登记册上分类登记，复印一式三份，一份交预订，二份交财务，并存入联网电脑系统。

3. 团队抵达前（尤其是一些重点团队及一些代理人团队）检查房间是否按要求安排好，落实订餐。

4. 如果是签单、挂账的团队应将团队合同序号附于订房传真后交预订部，以协助信贷部

及时结账。

八、广告策划工作程序管理

1. 自销售部经理处领到任务。

2. 与相关部门确认广告目标、广告内容并提交相应的广告预算。

等）。

4. 准备各种媒体形式的广告方案。

5. 将广告计划与方案交给经理确认、审核。

6. 将文案和计划传达给各媒体、联系落实实施细则。

7. 修改确认报纸等媒体的广告草稿，经销售部经理确认后，请相关部门负责人和总经理

确认。

8. 各方确认后，与广告公司签订合同，预付广告款、发布。

订制作合同，制作。

10. 将确定好的广告信息和制作好的宣传品及时通知或交给相关部门以及销售人员，便于

及时促销宣传。

11. 对广告宣传效果进行跟踪调查，写出策划活动总结。