

# 最新景区营销员工作总结(实用7篇)

总结是对过去一定时期的工作、学习或思想情况进行回顾、分析，并做出客观评价的书面材料，它可使零星的、肤浅的、表面的感性认知上升到全面的、系统的、本质的理性认识上来，让我们一起认真地写一份总结吧。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？那么下面我就给大家讲一讲总结怎么写才比较好，我们一起来看看吧。

## 景区营销员工作总结篇一

\_\_是丰收和喜悦的一年，在公司领导的正确指导下，公司已经超额完成全年度门票收入计划，而我们部门也在11月底就已经圆满完成300万团队考核指标。这都离不开部门全体同仁的共同付出和努力，虽然到目前为止团队数据已经超额完成十多万，我们没有骄傲，而是把“没有最好，只有更好”做为我们营销工作的座右铭来鞭策自己，时刻让我们保持清醒的头脑，现在我对一年以来的我们的市场营销工作情况的等进行多方面的总结和分析，发现工作中的不足之处，挖掘潜力市场，为来年再工作中更能有的放矢做准备。我主要对今年的市场环境分析、营销模式及现状分析、团体类型分析等三个方面来进行总结和分析。

### 一、市场环境分析

1、总体旅游环境来说：随着全球经济的复苏与增长，旅游消费的刚性需求得到了充分的释放。我国人均gdp已经达到\_\_\_\_美元，也正是旅游业爆发性增长阶段，各地的旅游行业均呈整体上升的趋势，有车一族的自驾游出游方式在短线旅游中占了很大比例，当然这也可以从周末停车场的调查统计数据以及的车展火爆情形中可以得出结论。

2、\_\_高铁旅游效应：正处于\_\_高铁的中心位置，得天独厚的

位置优势也带动了不少省内以及周边省份的游客前来游玩，有数据显示：在“十?一”黄金周期间的动车乘客60%都是旅游观光的团体，平日乘\_\_动车的客人主要集中在周末的时间前来。\_\_高铁拉拢了、\_\_、\_\_的距离，成为2--3小时生活圈，也打造三地新的旅游方式，为我们带来了新的客源市场。

3、政府亲民政策：今年市政府“六?一”推出的九大公园免费开放以及“十?一”正式营业的野生生态动物园的开放都对我们的景区产生了一定的影响，特别是市政府的重点扶持项目生态动物园，他的媒体炒作的曝光率是特别高的，吸引了许多的游客慕名前往。这些景区因政府亲民政策和大量宣传报道短时间来说对我们还是有一定的影响，我们的景区和动物园都是以观赏动物为主，参与性的东西都不是很多，但又各有特色，长期来看，园林系统公园的免费政策对我们来说，应该也算是一件好事，特别是在中小學生团体参观方面。

4、新型旅游项目的开放：建立在\_\_体育场的\_\_，他的定位就是中国青少年体验教育基地，吸引了很多家庭以及学校前往该处游玩，火爆的时候都需要提前一周以上预约，根本买不到票。从客户群体定位来分析，\_\_的服务对象是3到15岁的青少年儿童，该类群体其实也是我们的重点客源市场，所以我把他列为我们一个新竞争对手。当然，以后还会有更多的竞争对手的出现，像在\_\_的\_\_旅游城项目——方特世界主题公园，也会在近2-3年开放等，都需要我们随时做好应对竞争对手挑战的准备。虽然大的旅游环境是利多的因素，但是我们也还是不可以掉以轻心，我们团队工作在总体门票收入中所占的比例还很低，一直在8%左右上下浮动，如果要质的突破，就一定要重视营销工作，特别是营销务实和营销细节上。

## 二、营销模式及现状

1、公司新馆开放：今年我们的二期工程极地馆项目正式对外开放，是我们景点新增的亮点，因为前期也通过媒体进行了多次报道和炒作，也吸引了大量游客，黄金周期间的游客量

都创下了同期的新高。

2、价格体系：我们目前执行的是\_\_元门票价格，在以及周边的景点门票来说应该是最有分量的。我们景区是市所有景区中门票最高的，但对外给与合作商的利益空间政策方面却是还停留在3年前的水平，价格的坚挺以及产品的单一性也限制了我们的发展。主要一点我觉得还是价格产品比较单一，我们对外营销应该针对不同的市场类型以及根据地域性采取不同的营销策略，也需要制定不同的价格政策措施。

3、营销管理：总体来说我们对市场的把握度还不是很深入，这要求我们需要不断的提高自身的理论学习水平和务实的工作态度。目前我们的营销管理还做得很不够完善，部门虽然也曾尝试过用拜访表的形式来对业务员进行奖惩管理，但是实效性和发挥的作用不是很大。虽然一直在探讨和摸索适合的营销管理模式，需要真正找到合适自己的一套工作方法和方式。营销管理以及策略都不能够简单的去生搬硬套，只有真正适合的才是最好的，所以有时候纯粹的简单的和世界之窗进行数据攀比，也让我们的工作也很被动，反而偏离了原来是正确的合理的模式，也制约了我们的创新的机会和局面。营销需要创新，营销需要针对不同的市场采取不同的营销方式，不可能一揽子都概括了，像是一味药包治百病一样，那样注定会失败的。

4、销售队伍：虽然今年营销队伍的流动性不大，下半年增加了2名新业务员，但是在营销队伍的管理、指导、执行和监督等几个方面没有核心的管理人员。虽然业务人员的稳定性对公司乃至部门人力资源成本方面来说是一种很好的成本控制，但是管理和机制激励都没有发挥出最大大的能效，极少数业务人员的工作没有方向，工作态度不端正，在滥竽充数，没有危机感和紧迫感，其实这也是拉了整个业务团队的后腿，无形之中在让这个团队没有核心和凝聚力，腐败了团队协作精神。

## 5、销售工作方面：

a:目前业务员的工作平日主要是进行上门拜访、电话拜访和网络宣传三种方式相结合来进行营销的，缺少相应的专人指导和监督工作，基本上都是根据个人对工作的热爱程度来做的，积极主动外出促销的业务员也不多，所以这些工作方式就像一盘散沙，在团体 开发的过程中还没有发挥团体协作的巨大效能。

b□我们下半年也尝试对高校市场进行重新定位和开发，由于以前从来没有对高校市场进行过宣传和促销等市场培育等工作，很多高校大学生对海底世界的了解程度不是很高，当然成团人数以及价格过高等因素也对这类市场的前景产生了很大的阻力，但是高校市场要真正做好的话的确需要一些特别的政策和措施来启动它，特殊市场需要特别对待。

c□我们需要根据二?八定律来找准工作重点和工作方向，认真分析我们目前的市场情况，并制定出相应的管理模式，有专人指导和监督、管理和落实执行情况，并随时纠正到正确的工作方向上来，发挥集体团队的力量，让1+12。

## 三、团体类型分析

根据今年的团体数据以及往年的团体数据来看，成人团队的门票收入占了团体门票收入的一半以上，若加上中小学生市场将占据了80%。通过这些数据来分析，我认为我们的主要目标应该市场还是应该分为四大块：

a□成人市场(含老年人市场)：这还是也一直是我们的重点工作内容，他完全和公司的散客市场没有冲突，反而团队市场应该是和散客市场呈正比例的、同时增长的。我们要做的应该是大力开发大型企事业(200-500人左右)的团队市场以及农村市场(村级或镇级)，制定出一些有时效性的特殊政策，给予相应的市场或团队一定的优惠，这些方面我们一直做得

不够。

b□高校学生市场：目前所产生的团体门票在总体门票收入中几乎可以忽略不计，通过对高校的调查了解，我认为他在团体门票收入中占有至少20%的位置。先看每年各高校招的新生都是招收40多万，全大学生应该在80万以上，特别是高校扩招以来，每年的人数还在增加。所以我相信只要认真把这块市场做好，可能产生的门票收益可能会是现在的n倍吧。

c□中、小学生市场：我们的主要工作应该是通过公司的活动策划以及宣传来拉动学生市场，虽然目前大多数学校的学生出游工作都有教育局指定相关的旅行社来进行接待，我们需要三管齐下，但是参观线路的决定权还是在学校，所以，我觉得做好教育局的线路纳入工作，并在学生春秋游前策划相应的活动方案，这类市场给我们景区带来的门票收入应该还是比较稳定的，也不至于全部被旅行社掌握主动，这样我们还可以适当的给予相应的激励或其他特殊手段来掌握主动权，让各方都得到双赢。

d□幼儿市场：该类市场的对外价格管理和其他市场想不一直比较乱，旅行社绝大多数一般都会放弃该类市场或者是做高品质的团队的，但是仍有一些极个别不负责任的旅行社恶意扰乱市场价格体系，做低价团，他们主要是靠牺牲我们幼儿市场的价格利益，为日后做长线客源市场拉拢客户，而我们对这方面又没有办法进行监督以及管理，让我们很被动。就目前的市场情况来看，基本上都是业务员在做维护工作，所以对该类市场我认为可以完全交给业务员来管理，并且大力培养宣传亲子游园活动内容，做好活动推广，也利于公司进行管理。

#### 四、营销建议

1、期望公司领导能够多参加部门营销会议，了解实际的工作情况，也能够体现公司领导对我部门乃至业务团队的重视，

对业务人员也有一个鞭策和激励的作用。

2、希望部门能够营造相应的学习氛围，可以征订一些营销相关的书籍资料，让业务人员边实战边提高；打造学习型组织团队。

3、针对不同的市场给予相应的激励政策或特殊政策，建议提高成人团队和高校学生团队的提成标准(建议提高到5%左右)，学生团队按照现有的提成标准(1-2%)不变。因为我觉得我们以后的工作重点应该放在成人团队以及高校学生市场开发上，因为他们的难度和需要的精力都比较大，提高相应的标准可以更加好的激励和引导业务员在该类市场做工作。学生市场工作，主要也就是学生的春秋游工作，它具有时间组织的特殊性和特定性，根据上面的分析的来看，业务员在这方面的定位在维护和辅助市场的作用上，所以建议提成标准不动。

4、打造有核心的营销队伍，并对业务员的营销有相应的管理、考核、指导、安排、任务分解等，让营销队伍有凝聚力。

5、提高策划活动的的能力，最好能够成立相应的对外宣传队伍，让队伍走出去，像可以策划一些活动进入高校，也可以配合拉动高校市场，小学也可以多策划一些有意义的活动主题，还可以以的名义或主题有的放矢的下乡进行宣传促销，配以相应的特殊政策或手段，也可以检验我们工作的效果。当然这些工作是长期的、系统的坚持和纠正才能看得到效果。

6建议公司给予车辆燃油补助(500元/月)或者提供交通车辆(10天/月的调动权)，便于对外营销提高工作效率，给予部门一定额度的费用用作补贴业务营销，专款专用，而不需要由业务员来埋单。

8、针对大型企业(200-500人)我们还是要特别对待，这也是我们在成人团队开发过程中的一个重点市场，并辅以相应的政策倾斜，制定出特殊的优惠体系以及有效地监督管理办法，

配合以相应的活动等支持，这些工作我觉得只要认真去做，还是大有作为的。

9、对待价格体系应该要严格保护，特别是那些触犯了价格政策底线的，因为毕竟业务员是靠业务来拿工资的，假设如果业务员前提是已经和某集团单位做了联系工作的，其他任何人员应该是不允许再去接洽该团队的。这也是对业务员的一个保护政策，不至于每次都是以业务员的妥协而告终。

俗话说：火车跑得快，全靠车头带。我上面对我们的一些营销工作所涉及到的方面做了一些简要的分析，虽然有些意见不一定和领导的想法一致，但是我相信如果能够上下一心，我想我们以后的工作也会做的有活力的。当然我也希望我所写的东西能够给领导有一定的参考作用，希望我们能够拥有一套适合自己的组合拳。

## 景区营销员工作总结篇二

时光荏苒，白驹过隙，转眼间时光的车轮就走完了20xx[]这一年对我来说是极其重要的一年，来到新单位，结识新同事，接受新工作，一切都是从头开始，一切又都井然有序。回顾这一年来的工作，我在单位领导和各位同事的支持及帮助下，快速熟悉公司业务，掌握基本操作业务流程，思想上积极要求进步，工作中努力学习提高，纪律上严格要求自己，业务能力和各方面的技能也得到了相应的锻炼。现将今年以来的工作情况总结如下：

在来公司的初期，我主要围绕公司业务展开学习，尽快熟悉和掌握公司主要业务流程，遇到难题及时向领导和同事虚心请教，使我快速进入角色，融入到公司的大家庭中来。年初我被调至会展小基地餐厅负责管理工作，期间我尽职尽责，积极主动完成各项任务，得到了领导和同事的一致好评。年中我又被派往湖区负责船上的接待工作，这是一个随叫随到的工作，无论任务多晚完成，身心如何疲惫，我都没有丝毫

怨言，努力做到领导满意同事放心。入冬以来，船上的接待工作停止，我回到办公室后，始终坚持旅游理论知识学习，时刻关心旅游实时动态，掌握前沿性信息，不断提高个人综合业务能力，始终严格要求自己，努力工作，争做表率，不断提高思想政治素质。

旅游工作是一项脑体高度结合的服务工作，态度决定行动，拥有强烈的责任心，学会换位思考，从客户的角度出发，急游客之所急，想游客之所需，在实际工作中投入满腔的工作热情，为客人提供高品质、高质量的服务。用实际行动切实践行热情服务的理念。

一支有活力、有激情的工作团队，在工作上往往能取得事半功倍的效果，在工作上，我认真向领导和同事虚心请教学习，把每一次会议、每一次交流都当作学习的好机会，注意在工作中总结学习，在学习中转提升，使我快速融入了单位的环境，适应了新的工作岗位。在业务中，我们紧密配合，互帮互助，共同追求业绩的快速提升，并在实践中不断交流工作心得体会，在加深业务知识的同时，更好的和同事们一起成长。在生活里，我积极与领导同事打成一片，使之成为领导和同事们的好帮手，好伙伴。

的问题，希望领导和各位同事多帮助我，指出我的缺点和不足。我会虚心听取，及时改正。

### **景区营销员工作总结篇三**

近年来我国旅游业发展迅猛，每逢黄金周国内主要景区就会出现游客爆满的现象，与此同时旅行社与旅游者纠纷不断，旅游人身安全问题也受到社会各界的广泛关注。今天本站小编给大家整理了旅游销售年度工作总结，希望对大家有所帮助。

一年来，旅行社在上级主管部门的关心支持下，在我公司全体员工的共同努力下，在业务开展，公司形象等方面取得了长足的进步。具体来说，有以下几个方面的工作：

## 一、树立品牌，努力塑造企业文化和企业形象

20xx年是旅行社成立两周年，我们从高起点打造“旅游”企业形象。首先，投入资金对旅行社的办公场所进行装修，并巩固有利的地理位置，更换大形象广告牌，利用报纸等作宣传，倡导“旅行走遍神州”的主题。在公司管理上，建立健全一整套的规章制度、业务操作流程、服务细微标准，让客户和员工耳目一新，充分了解旅行，从而接受旅行社，最后选择旅行社，这样人气和业绩随之而来。

## 二、以人为本，努力培养团队精神

企业竞争最后是人才的竞争，要想培养人才，留住人才，就必须以人为本，形成自己的企业文化。我们坚持培训自己的人才队伍，面对大部分毕业生的员工队伍，花大力气进行企业文化的宣导，业务知识的培训以及业务能力的考核，并与收入紧密挂钩，只要在业务水平和服务素质上通过系统正规培训，使之得到提高，就是一名优秀的员工，就对企业有归属感。同时努力培养团队精神，形成凝聚力，我们在平时的工作中营造一种和谐相处的氛围、互相学习、互相帮助。有困难大家一齐来克服，经常组织一些集体活动，形成一种非常难得的团队精神。今年我们专门组织了导游、计调及安全方面的培训。今年总经理组织了5次外出考察踩线。对我培养我公司员工的工作氛围和团结互助精神起到积极的作用。

## 三、努力拓展业务，树立优质服务。

旅游业作为一个中间产业，对经济有很强的推动作用。旅行社的业务分为：地接、组团两大主业。地接业务对旅行社来说利润很低，经济效益差，很多旅行社不愿做，甚至放弃，

都往组团业务上发展，但我公司以宣传我县旅游为己任，投入人力、物力努力做好地接业务，争取做大做强，一是可以扩大品牌知名度以带动组团业务；一是可以实实在在为我县旅游做贡献。一年来接待地接人数近千人。

#### 四、树行业新风，引领旅游新潮流。

目前我县旅行社共有十几家之多。大家都靠组团业务来支撑，竞争异常残酷。出现了许多采取不正当手段竞争的情况。送礼、拉关系、低质低价抢业务。造成了极坏的影响，面对这种局面，我公司加强内部管理，狠抓质量，从导游培训，到计调出去踩线，到业务员职业道德培训，把好关口，不做低质低价团，不靠请客、送礼、拉关系做业务，转变成靠品牌、靠服务、靠创新来吸引客户，推出新的线路，都受到了客户的欢迎，取得了较好的经济效益和社会效益。推出高品保产品来吸引客户，加强与客户的沟通、回访。

但我公司毕竟还年轻，有些方面还不尽完美。面对未来，我们充满了信心和激情；我们的目标是一流的旅游品牌，我们的目的是真正让消费者享受到满意的旅行服务。

转眼间一年就这样过去了，在过去的一年中，我们旅行社的业绩有了质的飞跃，业绩比去年同比增长的一倍多，这是我们全体员工的集体努力换来的，这是需要我们继续按照这个方针工作下去的根本。

虽然今年在全球金融危机的影响下，我们国家的经济受到了巨大的影响，可是我们旅行社却在这种经济困难的情况下实现了旅游业绩大大发展，逆势而行，这不能不说是一种奇迹。而这种奇迹就是建立在我们全体员工辛勤努力的情况下实现的，这是十分值得我们总结的地方。

我们的旅行社是xx年10月成立的，真正的做业务是从xx年4月15日开始至今已有三年半有余，在各位领导的关怀鼓励下，

不断学习，自己加压，业务从无到有，从小到大，开拓出一条属于自己的旅游发展新路。

旅行社成立之初，我们便确立了一切从游客利益出发，“无投诉、零缺陷，打造旅游绿色通道”的理念。起点高、严要求，要做到让游客全程满意，树立旅游形象，需要从房、餐、门、车、导服各个环节入手，首先我们做了以下工作：

一. 敢于承担责任，取得组团社及来承游客的信任，更好的开展旅游业务。

在旅游业务过程中，最让人怵头的事就是游客对旅游过程中某个环节的投诉，“一票否决”，从不在责任问题上推诿，互相指责，而是敢于承担责任，不给组团社找麻烦，深刻的认识到组团社与地接社间“责任”与“利益”的一致性，用诚信架起了友谊的桥梁，巩固了业务合作成果，人脉，人气不断上升！

我们注意到旅行社企业需要赢利，但忽略过程中的某一环节，甚至于急功近利“一槌子买卖”势必是搬起石头砸自己的脚，只注重结果，而不注重过程的办法是不可取的。

二. 立足长远，把工作落到实处，从细节上做文章。

保证高标准严要求，从根本上做到让游客满意为宗旨的服务理念，“无投诉，零缺陷，打造旅游绿色通道”不是空洞的，是每一个游客都能感受到的，不把“游客是上帝”作为口号，而是真正的让游客找到做上帝的感觉，进而树立品牌，树形象，扩大影响。回顾一年半的历程，截至目前接待游客23247人，组团700人次，达到了无投诉，零缺陷，收到游客表扬信500多封，锦旗四面，固定客源及友好协作单位不断增加，发展趋势良好，达到了社会效益、经济效益双丰收。

目前，我社有业务人员8名。计调2名，固定团队导游员14名，

散客导游10名，职责分工明细，全体人员牢固树立不给旅游摸黑，不给丢脸的思想，各尽其责，各司其职每人上岗之初先交质量保证金—5000元不等，保证其为游客提供优质服务，为避免各部门利用职务方便，做出损害游客利益的事件发生，游览过程分段负责，互相监督，引入竞争机制，鼓励开展外联活动，参加全国大中小旅游促销会议10余次，发放各类旅游宣传品xx0余份。业务的良性开展为形成合力，巩固公司产品效应，起到了很好的保障作用。

### 三. 充分利用网络媒体，积极开展电子商务。

随着通讯和计算机技术的发展，因特网的不断普及，使旅游信息的流转不再受时间、空间的限制，旅游资源的经营者和最终的旅游消费者之间能够建立起更直接的关系。

我国网民人数的增加为计算机网络信息交流的普及和广泛应用奠定了基础。作为旅游业三大支柱之一的旅行社担负着组合旅游产品、并直接向旅游消费者推介和销售的职能，同时又担负着向旅游产品供应企业及时反馈旅游市场需求的功能。旅行社的这一中介地位决定其收集信息、传递信息、综合利用信息的重要性。因特网将旅行社推向变革的大潮之中。因特网所引发的学习革命必将会对旅行社产生巨大的冲击：一方面，旅行社可以从网上轻而易举地获得超大量的信息，可加强旅行社与旅游供应商和旅游者之间的联系，也可使旅行社的传统经营运作方式信息化、简单化、科学化，促进旅行社经营管理现代化；另一方面，因特网也会把旅游供应商和旅游消费者聚集在一起，互通信息，以致抛开旅行社中介机构，不必依靠旅行社所提供的信息，就可以直接进行买卖活动，旅行社传统的市场将被其他类型的竞争者分割。

### 四. 抓思想教育，业务培训经常化。

导游是旅游的灵魂。导游在整个旅游过程中的作用不可低估。经过培训考核确立自己的固定导游队伍。从思想上业务上严

格要求，使大家意识到自己的责任重大，谁也不愿成为第一个被投诉的导游员，设立委屈奖，鼓励优质服务标兵，奖罚分明，例如：凡我社导游员获得客人表扬信者，免除此导游员所带旅游团的全部人头费，以此作为奖励，让导游和旅行社利益双收、风险共担。每年抓淡季组织导游员进行政策法规，景点的讲解的培训，在培训的过程中大量的引用我社导游员旺季带团中所遇到的大大小小问题，深入剖析问题根源，并本着合理合法的原则，结合客人当时的心理变化分析出最周到有效的解决办法，以供大家分享，从而使得每个导游员可以在别人实战带团中，汲取工作经验，为今后更好的为客人服务、巩固与组团社间互信的关系，都奠定了良好的基础。在导游业务培训过程中，不光要突出讲解内容精彩，更要强调对《旅游心理学》、《市场营销》、《旅行社管理概论》、《公关礼仪》相关知识的培训，因为做为一名合格导游员在带领好客人进行观光游览的同时，还要合理的适当的激发客人的消费动机，从而促进我市经济的发展，拉动我市绿色gdp增长。针对组团社，导游员更是代表着地接社的形象与接待能力，强化导游员对《旅行社管理概论》的学习其意义在于使导游员了解旅行社经营过程中各部门工作内容，充分认清地接社、宾馆、酒店、以及组团社之间的利害关系及利益分配，使得导游员在工作过程中，在满足对客人服务同时，能够配合好所在旅行社各部门的工作，更能照顾到组团社的利益，全陪的利益，从而使自身的工作能够顺利展开，从根本上避免了因导游员不了解旅行社业务原因，造成客人投诉或为我社砸掉老客户等事情的发生。每次培训时间不少于20天，使所掌握的知识能够更好的应用于实际工作中，同时也激发了我社导游员的学习热情，更为来年工作的展开，提供了思想上的保障。年终组织优秀导游员外出旅游，既作为奖励，又作为一次与异地同仁学习交流的好机会。

五. 建立长期有效的合作机制，保证通道畅通无阻。

与我社合作的宾馆、酒店、都经过我们实地考察，听取游客的意见和建议保质保量的为游客提供服务。旅行社总经理和

各协作部门经理经常往来了解情况，我社通过举办“旅游联谊会”的形式，一方面可以巩固加强与相关单位的合作关系，对旺季的工作做出总结，另一方面也可以使我社各部门外联过程中的工作透明化，从根本上杜绝了计调吃房差，导游用餐差现象的发生。让游客真正感受到通道的舒适、温暖与畅通。落实财物制度，不过分给宾馆，餐厅压价，不欠合作单位一分钱。树立了在协作单位中的良好形象，使协作单位领会文化，融入绿色通道，为游客提供绿色优质服务。

在即将迎来的一年里，我们还是要继续发扬我们的精神，虽然金融危机的影响还在继续，我们的业绩提高有难度，可是旅游对扩大内需有巨大的帮助，多愿意国家会在政策方面给我们优惠，我们会实现来年业绩的再发展的。

只要我们认真学习科学发展观，认真的将我们之前制定的工作计划实行，认真的学习今年是如何使我们的业绩出现大发展的，我们公司的更大发展还在以后，希望全体员工都要做好准备，迎接我们公司来年业务的繁忙，有业务我们才能发展，我期待着我们旅行社的来年大发展！

今年整个旅游行业面临着“创优”迎检、旅游行风评议和举办中西部旅游交易会等三件大事的考验。在市委、市政府的正确领导下，一年来，我们始终坚持发展才是硬道理的指导思想，按照“统筹兼顾、突出重点、促进发展”总结思路，把三件大事的完成与加强景区建设、强化宣传促销、规范行业管理、优化产业结构和加强队伍建设有机结合，较好实现了“创优”“高分入围”，“行评”顺利过关和交易会硕果空前的目标，有力地推动了##旅游业的全面发展。据预测□20xx年全市接待游客总量将达到550万人次，实现旅游总收入将达到22.5亿元，分别比上年实际接待人数和实现总收入增长5.16%和12.5%。其中，接待海外旅游者将首次突破1万人次大关，实现旅游外汇收入将达到万美元，创历史新高。预计旅游经济发展水平综合排序将由原来实际的第五位上升到全省第三位，实现了旅游经济发展的新突破。

一是完成了创建“中国优秀旅游城市”工作。市旅游局在人手少、时间紧、任务重的情况下，创新思路，团结拼搏，充分发挥主观能动性。经过多方努力，在全国集中精力整顿市场暂停“创优”验收的情况下，把原定九月份的验收提前到五月份，成为全国唯一一家通过国家验收的城市，旅游并且以全国同类城市名列前茅的高分887分入围（“优秀城市”的总分为1000分，地级市入围底线为750分，市政府要求我市以850分的高分入围。经过艰苦努力，我市实现超高分入围，受到了市委、市政府及国家旅游局的好评）。

二是出色地完成了旅游交易会。主要从两个途径来完成市政府交办的任务：一是邀请北京、上海、广东等远程大市的20多家旅行社在来樊踏线考察，对外推介##旅游产品，签订意向合同50多份，约定来樊游客万余人次，预期旅游收入20xx多万元；二是在诸葛亮广场举办旅游会展区，组织全市景区景点、宾馆饭店和旅行社共46个单位制作高档次的展板，在广场搭建规模宏大、新颖壮观的展区，并搭建高规格的舞台向观众展示旅游行业的服装表演及地方特色的文艺演出。“节会”期间，旅游展区共接待参观人数达数十万人次，成为最受群众青睐的展区。在“节会”闭幕式上赵成霖市长给予“最大亮点”的评价。整个“节会”实现旅游收入5028万元，出色地完成了政府下达的任务。

三是旅游开发整体推进。市县两级通过采取政府主导、民营参股等办法，多渠道集中资金用于景点的设施配套和开发建设，使旅游开发纵深推进。一年来，除隆中、米公祠、鹿门寺、以及保康五道峡、南漳水镜庄、谷城薤山、枣阳熊河等传统景点继续加大了景区配套建设力度外，市、县两级还分别结合各自实际建成、开放了龙王峡、九路寨、黄家湾、锦绣园等一批新的景区景点，壮大了旅游业发展的基础环节。

四是宣传促销高潮迭起。全市两级高度统一思想，纷纷把宣传促销作为招徕客源的重要手段，大胆创新促销方式，使旅游促销呈现出了百花齐放的局面。据不完全统计，一年来，

全市先后举办中西部旅游交易会、“荆山紫薇红保康生态之旅”等各类节会促销活动6个，邀请新闻记者、作家、艺术家举办采风活动5次，摄制各类旅游宣传专题片5部，参加国内外旅游促销活动20余次，散发、刊登旅游宣传广告过百万份，使市、县两级的旅游整体形象得到较大提升，较好打开了广东、北京等中远程市场，促进了我市旅游的升温。仅今年“十一”黄金周期间，我市就接待游客42.58万人次，实现旅游收入10819.5万元，分别比上年同期增长61.04%和102.92%，创历史新高。

五是旅游市场日趋规范。市、县两级以创优为契机，不断加大行业管理的力度。一年来，结合创优迎检和迎接“黄金周”，市县两级旅游部门共出动人员100余人次，车辆20台次，先后5次会同公安、工商、城建、交通等多个部门开展了以安全、质量等为内容的旅游市场专项整治，较好消除了旅游市场上存在的不良因素。同时，结合受理旅游投诉，个人工作总结市旅游管理部门还严厉处罚了1家违规经营的旅行社，维护了旅游者的合法权益。在市、县两级的共同努力下，我市旅游市场治理工作得到了国家和省旅游局的好评，在全国开展旅游市场检查治理整顿中，我市被列为免检单位。

一年来，我市旅游工作虽然取得了一些成绩，但也还存在一些亟待解决的问题。主要表现为：一是市、县之间、县与县之间以及旅游各企业之间协作不够，制约了全市旅游发展经济水平的提高。二是景区景点的开发建设缺乏统一规划，整个旅游旅游协作需要加强平衡。

## 景区营销员工作总结篇四

销售员个人工作总结

销售年终工作总结

销售实习个人工作总结

销售个人年度工作总结

销售每天工作总结

旅游销售年终工作总结(一)

## 一、完成营销工作

全年在旅游营销推广工作收入总额亿元接待旅游人数万人次，创造门票收入万元，接待旅行社组团人数，创旅游总收入亿元；今年我在旅游营销工作上开动脑筋找市场，兢兢业业的工作；大步向前为客户，优质服务赢市场；在思想上加强学习，学习旅游业的各项法律及知识，营销的方法和技巧等专业知识，同时还学习公司各项管理制度，不断提高自身的政治觉悟和专业水平。经过一年勤奋学习和辛勤工作，圆满的完成的下达的任务指标。

## 二、做好本职工作，成绩显著

## 三、我的工作做法

1、首先是省公司对\_\_区旅游开发区的大力支持，为我在开展营销工作提供了有很多的有利条件；其次是我旅游区所处的地理位置极佳，区内的旅游景点旺盛，旅游资源丰富，游人如织，这些都为我开展营销工作奠定了坚实的基础。为了使\_\_区旅游区能够更好的向世人展现，吸引更多的人观光，我积极的开展各种宣传活动，通过广播、电视、发送传单，制作宣传册等各种手段加大宣传我区旅游项目的优越性，树立我区的旅游品牌。

2. 通过旅游交易会、商品博览会、推介会等活动的开展为契

机，大力推广我区的旅游事业，今年我协助华夏旅行社组织好第四届之春旅游风情展，宣传效果显著；组织了\_\_各旅游企业参加\_\_“20\_\_中国国内旅游交易会”，通过发放资料、会上交流沟通、协作等形式进一步宣传\_\_旅游形象。大力的推动了旅游区的品牌效应，吸引了更多的旅客到\_\_旅游。

3. 做好各地旅游景区来我区进行的旅游推介会的接待工作。通过接待会向来我区参加旅游推介会的客商进行推广\_\_旅游，充分把握每一次的宣传机会，通过与来会客商相互合作，到达实现利益双赢。组织旅游企业参加“走进山\_\_岛大观园—\_\_亲水之旅推介会”。

4. 做好简报编排工作和信息的编写与发布，拓展了我区旅游影响力；全年我共编辑制作\_\_风景旅游简报共12期，并有多篇文章在日报、商报(今日\_\_)及区机关服务基层干部服务群众活动简报上发表。做好世博会宣传、报道工作和做好“双服务”宣传、报道工作。及时报送各类信息共100余条，有效地推动了\_\_旅游的发展。

5、做好与旅行社之间的互动工作；我还经常联系很多的旅行社对\_\_旅游的开发和协助工作，以共同发展、利益双赢的方式吸引旅行社对我旅游区的宣传，组团来我区参观推广，通过各种措施完成\_\_旅游业的营销推广工作。

第一周，我们接受了为期四天的专业知识培训，复印了大量的北京2日游宣传单，到一些小区、公园进行宣传。大家克服了心理障碍，勇敢地迈出了第一步。而且，在宣传和接受咨询的过程中，对旅游市场和公众的产品需求，有了初步了解。但本周由于对市场了解不充分，产品单一，加上销售技巧欠完善，没有发展出意向客户，一次性复印资料较多，开支显得有些浪费。

第二周，在接受石经理的业务技巧培训的同时，我们回顾了上周工作，总结了经验教训。为克服旅游线路单一的缺陷，

开发石家庄周边一日游产品。和经理去平山进行景区踩点，查找网络资料，借鉴其他旅行社的做法，和大家一起设计了石家庄多条周边一日游路线。

周六、周日，我利用休息时间，造访了两个小区(清馨苑、青园小区)的居委会，和清馨苑居委会达成了合作关系;青园小区也在收费的前提下，被允许在小区内宣传;与\_\_\_村领导达成了合作协议;与多所高校的多名教师、学生建立了联系。

第三周，根据不同消费群体如大学生、城市居民、农村村民的以及不同年龄段人群的特定需求，进一步完善了旅游产品设计。对上周开拓的几个市场，进行了市场跟踪：和一名大学生联合，组织一批佛教信仰者，参加了苍岩山庙会之旅。

苍岩山庙会之旅的出团情况：虽然未带正式导游，游客表示遗憾，但我尽心竭力为游客服务，帮助大家拎包，搀扶老人，与几个领袖人物进行深入交流，以热情的言语和周到的服务弥补了经验的不足，得到游客的认同和好评，大家平安出行，顺利返回，并表示愿意继续与我们合作，参加6月份的五台山庙会。这次出团的不足之处是，由于过于信赖该学生工作能力，自己在出行之前，没有与这批游客进行直接沟通，导致30多个报名者只有14人成行。

第四周，和前期联络的\_\_\_村干部，组织了40多名村民，报名北京2日游，几经商讨，已经确定产品内容。和部分村民进行了沟通后，初步建立了信任关系，大家表示如第一次出团旅程顺利，服务到位，还愿意参加平山温泉、驼梁等多条线路的旅游。

根据村民的心理，制订了针对老顾客的真情回馈计划：第一次出团者，馈赠帽子一顶，免费拍照3-5张;在本公司三次出团者，馈赠质量可靠的布鞋一双，以回报老顾客的支持。

之后，与几个同行进行了联络、洽谈;与一名保险公司的会计

建立了联系，得到她提供的信息：在5、6月份，她单位将组织员工赴山东泰山旅游。我们将尽力争取这次机会。

公司开业一个月来，我作为一名旅游行业的新兵，认真参加各项专业培训，自己也阅读了不少旅游的相关资料，进行了深入思考，了解了旅游工作的特点和程序，初步掌握并亲身体会了旅游产品销售和导游技能。也意识到自己专业功底的欠缺；各个地区的旅游专线信息掌握不够熟练。

## 工作建议

- 1、开发更多的线路，开拓旅游大市场。进行国际路线(如朝鲜)的宣传和组织。
- 2、开拓更大的游客群。把比较成熟的旅游路线如北京2日游，尽快在同类型市场上大范围推广、占领。
- 3、鉴于目前正处旅游旺季，时机宝贵，建议公司的工作时间适当调整：是否可在旺季时减少周末休息时间一天，待淡季时补休。
- 4、出团的服务细节要更加细致、到位。如领队带照相机、常备药品、队旗、扩音器等。
- 5、争取赞助商或购物点商家的支持，为游客提供小礼品，如笔、包、口杯、牙签盒、雨伞、购物袋、扑克牌等。
- 6、加大力度招聘员工。采取多种措施，调动所有员工的主动性、积极性。进一步提升和改善员工的个人形象、工作技巧。

## 旅游销售年终工作总结(二)

20\_\_年，在区委、区政府的正确领导和市旅游局的直接指导下，我区旅游战线全体干部职工继续发扬求真务实的精神，

真践行科学发展观，旅游工作特别是旅游营销工作较往年取得了较好成绩。全年共实现旅游总收入2260万元，同比增长526%，旅游接待总人数达到769647人，同比增长169%。现将全年旅游营销工作的主要情况总结如下：

## 一、20\_\_年旅游营销主要工作

### (一)加大营销宣传力度，为发展旅游产业造势

#### 1、充分利用区内外媒体宣传我区旅游资源。

五一、国庆、中秋等重大节假日前，我局都要在区级报纸、电视、大渡口区公众信息网发布区内旅游企业举办的相关活动，发放电子优惠券、代金券。20\_\_年共向广大市民推荐了依托我区国家aaa级旅游景区“重庆华生园金色蛋糕梦幻王国”的工业观光游；依托国家aaa级旅游景区“南海温泉娱乐园”的养生度假游；依托遍布全区的42个主题公园和148个小游园的都市公园游3条都市旅游线路，大力宣传我区旅游环境，促进区旅游事业的发展。

#### 2、借在市内举办的大型活动之机进行宣传。

国内旅游交易会上，组织重庆旅游学校、重庆华生园，九萱麦杆1画，堰兴剪纸等参加旅游产业及旅游商品展示，组织区内社会各界人士到现场参观，我局荣获优秀组织奖，实现了我区旅游获奖零的突破；组织大渡口区旅游学校参加市旅游局举行的全市旅游系统唱读讲传文艺汇演，160名中小學生以唱歌、舞蹈的表演形式演绎了《太阳出来喜洋洋》《红梅赞》和《长江之歌》，获得很高的评价一开场就掀起了整台晚会的高潮，并荣获三等奖。

#### 3、积极挖掘和打推介旅游产品。

经过区内相关部门的精心培育，通过区旅游局的大力推广，

堰兴剪纸、九萱麦草画、乱针绣和华生园“杂包儿”等特色旅游产品已逐渐进入全市人民的视野。其中，九萱麦草画被我区四大班子作为馈赠重要客人的指定礼品；堰兴剪纸更是被列入世界非物质文化遗产名录。

## (二) 加快景区开发和酒店建设，提升旅游硬件水平

### 1、 打造南海温泉旅游景区。

按照市政府“一圈百泉”项目打造南海温泉旅游景区。建设要求，今年将南海温泉创建国家aaa级旅游景区作为我局的重点工作，高起点、高标准进行规划、打造。针对企业实际情况，局领导亲自参与景区的创建工作，旅游发展科安排专人全程参与指导创建工作。目前南海温泉已经被重庆市景区质量等级评定委员会批准为国家aaa级旅游景区。

### 2、 建设高星级旅游酒店。

通过招商引资，我区第一个按五星建设高级旅游酒店。星级标准建设的旅游饭店—国港(国际)大酒店项目于20\_\_年\_\_月正式落户我区，标志着我区无高档酒店的历史即将结束。为确保该项目的顺利推进，明确了1名副处级领导全程跟踪服务，特事特办，目前各项工作进展顺利，外部改造、装饰工程已基本完成，按照进度安排，能够保证20\_\_年\_\_月前开业。

### 3、 发展特色都市休闲游。

按照“五个重庆”发展特色都市休闲游的总体要求，依托我区已建和在建的42个主题公园和148个小游园”，发展以“公园游”为主的特色都市休闲游。目前中华美德公园、大渡口公园、思源公园、义渡公园、双山公园等均已建成并免费向游人开放，其中中华美德公园以其“礼仪诚信、仁义孝悌、大智博爱、爱国敬业、自强不息”的中华美德内容”被评为重庆市爱国主义教育基地、首批廉政教育示范基地、公民道

德建设基地和未成年人思想道德建设基地。

区商业中心与大渡口公园连成一片，宽敞的步行街、舒适的购物环境得到了多个市领导的肯定。积极发展农家乐，提升现有农家乐的品质，发展高端农家乐以满足更多游人特别是市民的短期休闲的需要。

### (三) 落实扶持政策促使旅游业快速发展

为加快我区现代服务业的发展步伐，区委、区政府20\_\_年出台了《关于加快现代服务业发展的意见》和《重庆市大渡口区扶持现代服务业发展暂行办法》确定区财政每年拿出1000万元作为发展专项资金支持a级旅游景区、星级农家乐、星级酒店打造。

### 旅游销售年终工作总结(三)

通过20\_年的学习，我个人最大的收获是，在领导的正确领导和同事们的团结合作关心帮助下，完成了各项工作任务，在业务素质和思想政治方面都有了进一步的提高，对新时期我党的路线、方针、政策有了进一步的认识，“与时俱进”理念更加强化，对自己也有了更加深刻的了解，进一步发现了自己存在的问题和不足，具体表现如下：

#### 一、20\_年工作总结

##### 1. 提高素质与思想认识。

在领导的正确领导及同事们的关心帮助下，了解到想要干好工作，就要有良好的工作作风，做到学习与实践相结合，努力从头干起，坚持不懈搞好服务。通过领导的指导教育和系统的学习，我在业务素质和思想等方面都有了进一步的提高。

##### 2. 加强学习，提高专业水平。

领导告诉我们要勤学习、精本质、乐奉献、诚待人、实处事、严于律己，要有吃苦耐劳精神，所以我努力学习基本知识、各项法律、法规、条例，及时了解、掌握旅游发展的新动向、新经验，努力向领导同志学习，树立高度的服务意识，服务态度和蔼、热情、耐心、细致。

一是我们积极为《乡村旅游手册》进行了各景区、旅游线路、农家乐及重点村的深度考察，在月底拿出了初步成果。

二是在质监所积极做好各项工作，与旅游经营者签订“旅游安全目标责任书”；积极参加“安全生产月”宣传咨询日活动并设置咨询台；做到认真及时受理投诉案件，做好记录；做好了各季节的安全工作，及时下发安全文件；旅游项目方面，做到了每月及时与项目负责人进行沟通。

## 二、存在的问题和不足

1. 在日常生活中，在保持和发挥先进性方面，时时处处保持先进性这根“弦”绷得还不够紧，降低了对自己的要求和标准。

2. 在学与做、知与行的关系上处理得不好。有时忙于工作而忽略了学习，有时忙于学习而忽略了工作，虽想全面协调，但无行之有效的计划，虽想平衡兼顾，却常顾此失彼。工作任务重后，新知识长进不大，已学知识却在滑坡。

3. 在20\_年的学习工作中，虽然有了一点进步，但仍然还有很多的不足之处，专业知识和自身的综合素质有待提高。

4. 工作统筹计划和科学安排不够全面，工作程序不够规范。

## 三、今后努力的方向

1. 牢固树立“与时俱进”思想，不断提高学习和工作的自觉

性，用先进的理念和方法引导具体的工作，努力做到“做则有效、效且从优”。

2、牢固树立共产党人的人生观、价值观，努力做到办实事、办好事。

3、努力学习专业知识，提高自身的综合素质，科学安排工作计划，规范工作程序。

在今后的工作中，在领导的正确领导下，我要进一步明确“为什么做、怎么做”这一根本性问题，提高认识、修正错误、检讨不足，在今后的工作中，我会积极努力做好各项工作，努力学习，锻炼自己，扩大自己的知识面，加大工作力度，克服不足，努力学习专业知识，提高自身综合素质，规范工作程序，取得更加优异的工作业绩。

#### 旅游销售年终工作总结(四)

20\_即将过去，在这一年里在公司领导的正确领导下，在各部门和各位同事的配合和帮助下，经过个人的不懈努力和辛勤工作，旅游市场营销工作得以顺利进行，取得了一定的成绩，下面结合我今年的工作，将全年工作情况作如下总结：

##### 一、完成营销工作

全年在旅游营销推广工作收入总额亿元接待旅游人数万人次，创造门票收入万元，接待旅行社组团人数，创旅游总收入亿元；今年我在旅游营销工作上开动脑筋找市场，兢兢业业的工作；大步向前为客户，优质服务赢市场；在思想上加强学习，学习旅游业的各项法律及知识，营销的方法和技巧等专业知识，同时还学习公司各项管理制度，不断提高自身的政治觉悟和专业水平。经过一年勤奋学习和辛勤工作，圆满的完成的下达的任务指标。

## 二、做好本职工作，成绩显著

## 三、我的工作做法

1、首先是省公司对椒江区旅游开发区的大力支持，为我在开展营销工作提供了有很多的有利条件；其次是我旅游区所处的地理位置极佳，区内的旅游景点旺盛，旅游资源丰富，游人如织，这些都为我开展营销工作奠定了坚实的基础。为了使椒江区旅游区能够更好的向世人展现，吸引更多的人观光，我积极的开展各种宣传活动，通过广播、电视、发送传单，制作宣传册等各种手段加大宣传我区旅游项目的优越性，树立我区的旅游品牌。

2. 通过旅游交易会、商品博览会、推介会等活动的开展为契机，大力推广我区的旅游事业，今年我协助华夏旅行社组织好第四届之春旅游风情展，宣传效果显著；组织了椒江各旅游企业参加重庆“20\_中国国内旅游交易会”，通过发放资料、会上交流沟通、协作等形式进一步宣传椒江旅游形象。大力的推动了旅游区的品牌效应，吸引了更多的旅客到椒江旅游。

3. 做好各地旅游景区来我区进行的旅游推介会的接待工作。通过接待会向来我区参加旅游推介会的客商进行推广椒江旅游，充分把握每一次的宣传机会，通过与来会客商相互合作，到达实现利益双赢。组织旅游企业参加“走进山海川岛大观园—宁德亲水之旅推介会”。

4. 做好简报编排工作和信息的编写与发布，拓展了我区旅游影响力；全年我共编辑制作椒江风景旅游简报共12期，并有多篇文章在日报、商报(今日椒江)及区机关服务基层干部服务群众活动简报上发表。做好世博会宣传、报道工作和做好“双服务”宣传、报道工作。及时报送各类信息共100余条，有效地推动了椒江旅游的发展。

5、做好与旅行社之间的互动工作；我还经常联系很多的旅行

社对椒江旅游的开发和协助工作，以共同发展、利益双赢的方式吸引旅行社对我旅游区的宣传，组团来我区参观推广，通过各种措施完成椒江旅游业的营销推广工作。

在20\_年的工作中，我勤勤恳恳，努力上进，尽心尽力地完成各项工作，为公司的发展尽了自己的一份薄力。在新的一年里，我将不断加强自己的工作能力，揽括更多的工作任务，承担更多的工作职责，以提升自己的业务能力。

### 旅游销售年终工作总结(五)

第一周，我们接受了为期四天的专业知识培训，复印了大量的北京2日游宣传单，到一些小区、公园进行宣传。大家克服了心理障碍，勇敢地迈出了第一步。而且，在宣传和接受咨询的过程中，对旅游市场和公众的产品需求，有了初步了解。但本周由于对市场了解不充分，产品单一，加上销售技巧欠完善，没有发展出意向客户，一次性复印资料较多，开支显得有些浪费。

第二周，在接受石经理的业务技巧培训的同时，我们回顾了上周工作，总结了经验教训。为克服旅游线路单一的缺陷，开发石家庄周边一日游产品。和经理去平山进行景区踩点，查找网络资料，借鉴其他旅行社的做法，和大家一起设计了石家庄多条周边一日游路线。

周六、周日，我利用休息时间，造访了两个小区(清馨苑、青园小区)的居委会，和清馨苑居委会达成了合作关系;青园小区也在收费的前提下，被允许在小区内宣传;与\_\_\_村领导达成了合作协议;与多所高校的多名教师、学生建立了联系。

第三周，根据不同消费群体如大学生、城市居民、农村村民的以及不同年龄段人群的特定需求，进一步完善了旅游产品设计。对上周开拓的几个市场，进行了市场跟踪：和一名大学生联合，组织一批佛教信仰者，参加了苍岩山庙会之旅。

苍岩山庙会之旅的出团情况：虽然未带正式导游，游客表示遗憾，但我尽心竭力为游客服务，帮助大家拎包，搀扶老人，与几个领袖人物进行深入交流，以热情的言语和周到的服务弥补了经验的不足，得到游客的认同和好评，大家平安出行，顺利返回，并表示愿意继续与我们合作，参加6月份的五台山庙会。这次出团的不足之处是，由于过于信赖该学生工作能力，自己在出行之前，没有与这批游客进行直接沟通，导致30多个报名者只有14人成行。

第四周，和前期联络的\_\_村干部，组织了40多名村民，报名北京2日游，几经商讨，已经确定产品内容。和部分村民进行了沟通后，初步建立了信任关系，大家表示如第一次出团旅程顺利，服务到位，还愿意参加平山温泉、驼梁等多条线路的旅游。

根据村民的心理，制订了针对老顾客的真情回馈计划：第一次出团者，馈赠帽子一顶，免费拍照3-5张；在本公司三次出团者，馈赠质量可靠的布鞋一双，以回报老顾客的支持。

之后，与几个同行进行了联络、洽谈；与一名保险公司的会计建立了联系，得到她提供的信息：在5、6月份，她单位将组织员工赴山东泰山旅游。我们将尽力争取这次机会。

公司开业一个月来，我作为一名旅游行业的新兵，认真参加各项专业培训，自己也阅读了不少旅游的相关资料，进行了深入思考，了解了旅游工作的特点和程序，初步掌握并亲身体会了旅游产品销售和导游技能。也意识到自己专业功底欠缺；各个地区的旅游专线信息掌握不够熟练。

## 工作建议

- 1、开发更多的线路，开拓旅游大市场。进行国际路线(如朝鲜)的宣传和组织。

2、开拓更大的游客群。把比较成熟的旅游路线如北京2日游，尽快在同类型市场上大范围推广、占领。

3、鉴于目前正处旅游旺季，时机宝贵，建议公司的工作时间适当调整：是否可在旺季时减少周末休息时间一天，待淡季时补休。

4、出团的服务细节要更加细致、到位。如领队带照相机、常备药品、队旗、扩音器等。

5、争取赞助商或购物点商家的支持，为游客提供小礼品，如笔、包、口杯、牙签盒、雨伞、购物袋、扑克牌等。

6、加大力度招聘员工。采取多种措施，调动所有员工的主动性、积极性。进一步提升和改善员工的个人形象、工作技巧。

旅游销售年终工作总结

## 景区营销员工作总结篇五

20\_即将过去，在这一年里在公司领导的正确领导下，在各部门和各位同事的配合和帮助下，经过个人的不懈努力和辛勤工作，旅游市场营销工作得以顺利进行，取得了一定的成绩，下面结合我今年的工作，将全年工作情况作如下总结：

### 一、完成营销工作

全年在旅游营销推广工作收入总额亿元接待旅游人数万人次，创造门票收入万元，接待旅行社组团人数，创旅游总收入亿元；今年我在旅游营销工作上开动脑筋找市场，兢兢业业的工作；大步向前为客户，优质服务赢市场；在思想上加强学习，学习旅游业的各项法律及知识，营销的方法和技巧等专业知识，同时还学习公司各项管理制度，不断提高自身的政治觉

悟和专业水平。经过一年勤奋学习和辛勤工作，圆满的完成的下达的任务指标。

## 二、做好本职工作，成绩显著

## 三、我的工作做法

1、首先是省公司对椒江区旅游开发区的大力支持，为我在开展营销工作提供了有很多的有利条件；其次是我旅游区所处的地理位置极佳，区内的旅游景点旺盛，旅游资源丰富，游人如织，这些都为我开展营销工作奠定了坚实的基础。为了使椒江区旅游区能够更好的向世人展现，吸引更多的人观光，我积极的开展各种宣传活动，通过广播、电视、发送传单，制作宣传册等各种手段加大宣传我区旅游项目的优越性，树立我区的旅游品牌。

2. 通过旅游交易会、商品博览会、推介会等活动的开展为契机，大力推广我区的旅游事业，今年我协助华夏旅行社组织好第四届之春旅游风情展，宣传效果显著；组织了椒江各旅游企业参加重庆“20\_中国国内旅游交易会”，通过发放资料、会上交流沟通、协作等形式进一步宣传椒江旅游形象。大力的推动了旅游区的品牌效应，吸引了更多的旅客到椒江旅游。

3. 做好各地旅游景区来我区进行的旅游推介会的接待工作。通过接待会向来我区参加旅游推介会的客商进行推广椒江旅游，充分把握每一次的宣传机会，通过与来会客商相互合作，到达实现利益双赢。组织旅游企业参加“走进山海川岛大观园—宁德亲水之旅推介会”。

4. 做好简报编排工作和信息的编写与发布，拓展了我区旅游影响力；全年我共编辑制作椒江风景旅游简报共12期，并有多篇文章在日报、商报(今日椒江)及区机关服务基层干部服务群众活动简报上发表。做好世博会宣传、报道工作和做好“双服务”宣传、报道工作。及时报送各类信息共100余条，

有效地推动了椒江旅游的发展。

5、做好与旅行社之间的互动工作;我还经常联系很多的旅行社对椒江旅游的开发和协助工作，以共同发展、利益双赢的方式吸引旅行社对我旅游区的宣传，组团来我区参观推广，通过各种措施完成椒江旅游业的营销推广工作。

在20\_年的工作中，我勤勤恳恳，努力上进，尽心尽力地完成各项工作，为公司的发展尽了自己的一份薄力。在新的一年里，我将不断加强自己的工作能力，揽括更多的工作任务，承担更多的工作职责，以提升自己的业务能力。

## 景区营销员工作总结篇六

在现代社会经济高速发展的浪潮中,旅游业也得到的飞速的发展,各个地区已经把发展旅游经济作为重中之重。今天本站小编给大家整理了旅游销售工作总结,希望对大家有所帮助。

通过20xx年的学习,我个人最大的收获是,在领导的正确领导和同事们的团结合作关心帮助下,完成了各项工作任务,在业务素质和思想政治方面都有了进一步的提高,对新时期我党的路线、方针、政策有了进一步的认识,“与时俱进”理念更加强化,对自己也有了更加深刻的了解,进一步发现了自己存在的问题和不足,具体表现如下:

### 一、20xx年工作总结

#### 1. 提高素质与思想认识。

在领导的正确领导及同事们的关心帮助下,了解到想要干好工作,就要有良好的工作作风,做到学习与实践相结合,努力从头干起,坚持不懈搞好服务。通过领导的指导教育和系

统的学习，我在业务素质 and 思想等方面都有了进一步的提高。

## 2. 加强学习，提高专业水平。

领导告诉我们要勤学习、精本质、乐奉献、诚待人、实处事、严于律己，要有吃苦耐劳精神，所以我努力学习基本知识、各项法律、法规、条例，及时了解、掌握旅游发展的新动向、新经验，努力向领导同志学习，树立高度的服务意识，服务态度和蔼、热情、耐心、细致。

一是我们积极为《乡村旅游手册》进行了各景区、旅游线路、农家乐及重点村的深度考察，在月底拿出了初步成果。

二是在质监所积极做好各项工作，与旅游经营者签订“旅游安全目标责任书”；积极参加“安全生产月”宣传咨询日活动并设置咨询台；做到认真及时受理投诉案件，做好记录；做好了各季节的安全工作，及时下发安全文件；旅游项目方面，做到了每月及时与项目负责人进行沟通。

## 二、存在的问题和不足

1. 在日常生活中，在保持和发挥先进性方面，时时处处保持先进性这根“弦”绷得还不够紧，降低了对自己的要求和标准。

2、在学与做、知与行的关系上处理得不好。有时忙于工作而忽略了学习，有时忙于学习而忽略了工作，虽想全面协调，但无行之有效的计划，虽想平衡兼顾，却常顾此失彼。工作任务重后，新知识长进不大，已学知识却在滑坡。

3. 在20xx年的学习工作中，虽然有了一点进步，但仍然还有很多的不足之处，专业知识和自身的综合素质有待提高。

4. 工作统筹计划和科学安排不够全面，工作程序不够规范。

### 三、今后努力的方向

- 1、牢固树立“与时俱进”思想，不断提高学习和工作的自觉性，用先进的理念和方法引导具体的工作，努力做到“做则有效、效且从优”。
- 2、牢固树立共产党人的人生观、价值观，努力做到办实事、办好事。
- 3、努力学习专业知识，提高自身的综合素质，科学安排工作计划，规范工作程序。

在今后的工作中，在领导的正确领导下，我要进一步明确“为什么做、怎么做”这一根本性问题，提高认识、修正错误、检讨不足，在今后的工作中，我会积极努力做好各项工作，努力学习，锻炼自己，扩大自己的知识面，加大工作力度，克服不足，努力学习专业知识，提高自身综合素质，规范工作程序，取得更加优异的工作业绩。

20xx即将过去，在这一年里在公司领导的正确领导下，在各部门和各位同事的配合和帮助下，经过个人的不懈努力和辛勤工作，旅游市场营销工作得以顺利进行，取得了一定的成绩，下面结合我今年的工作，将全年工作情况作如下总结：

#### 一、完成营销工作

全年在旅游营销推广工作收入总额亿元接待旅游人数万人次，创造门票收入万元，接待旅行社组团人数，创旅游总收入亿元；今年我在旅游营销工作上开动脑筋找市场，兢兢业业的工作；大步向前为客户，优质服务赢市场；在思想上加强学习，学习旅游业的各项法律及知识，营销的方法和技巧等专业知识，同时还学习公司各项管理制度，不断提高自身的政治觉悟和专业水平。经过一年勤奋学习和辛勤工作，圆满的完成的下达的任务指标。

## 二、做好本职工作，成绩显著

## 三、我的工作做法

1、首先是省公司对椒江区旅游开发区的大力支持，为我在开展营销工作提供了有很多的有利条件；其次是我旅游区所处的地理位置极佳，区内的旅游景点旺盛，旅游资源丰富，游人如织，这些都为我开展营销工作奠定了坚实的基础。为了使椒江区旅游区能够更好的向世人展现，吸引更多的人观光，我积极的开展各种宣传活动，通过广播、电视、发送传单，制作宣传册等各种手段加大宣传我区旅游项目的优越性，树立我区的旅游品牌。

2. 通过旅游交易会、商品博览会、推介会等活动的开展为契机，大力推广我区的旅游事业，今年我协助华夏旅行社组织好第四届之春旅游风情展，宣传效果显著；组织了椒江各旅游企业参加重庆“20xx中国国内旅游交易会”，通过发放资料、会上交流沟通、协作等形式进一步宣传椒江旅游形象。大力的推动了旅游区的品牌效应，吸引了更多的旅客到椒江旅游。

3. 做好各地旅游景区来我区进行的旅游推介会的接待工作。通过接待会向来我区参加旅游推介会的客商进行推广椒江旅游，充分把握每一次的宣传机会，通过与来会客商相互合作，到达实现利益双赢。组织旅游企业参加“走进山海川岛大观园—宁德亲水之旅推介会”。

4. 做好简报编排工作和信息的编写与发布，拓展了我区旅游影响力；全年我共编辑制作椒江风景旅游简报共12期，并有多篇文章在日报、商报(今日椒江)及区机关服务基层干部服务群众活动简报上发表。做好世博会宣传、报道工作和做好“双服务”宣传、报道工作。及时报送各类信息共100余条，有效地推动了椒江旅游的发展。

5、做好与旅行社之间的互动工作；我还经常联系很多的旅行

社对椒江旅游的开发和协助工作，以共同发展、利益双赢的方式吸引旅行社对我旅游区的宣传，组团来我区参观推广，通过各种措施完成椒江旅游业的营销推广工作。

在20xx年的工作中，我勤勤恳恳，努力上进，尽心尽力地完成各项工作，为公司的发展尽了自己的一份薄力。在新的一年里，我将不断加强自己的工作能力，揽括更多的工作任务，承担更多的工作职责，以提升自己的业务能力。

回顾这一年的工作，在景区领导的指引和关心下，我和同事们共同努力，本着一切为游客服务的宗旨，围绕客户的利益角度服务游客、拓展市场、提高景区的知名度美誉度和利益最大化，通过扎扎实实的努力，圆满地完成了20xx年的工作。在取得成绩的同时，我们也找到了工作中的不足和问题。

景区领导考虑到我们营销部人员配置较少，年初特从景区全体员工中，挑选了几位拔尖者，加入到我们营销队伍中来，并为每位新人员配置了专业工具，以此扩充我景区营销的战斗力。为了让他们更快更好的掌握旅游营销流程和相关事宜，多次召开营销技巧等基础知识会议，带领着他们熟悉周边的酒店、宾馆、景区等了解相关行业价格并和酒店宾馆签订合作协议，为我们20xx年度接待做好基础工作。

借助以往发展大客户的经念，本着共同发展，互惠共赢的原则通过很长一段时间的谈判与协商，一步步把分歧减小求同存异于20xx年度末至20xx年初成功和江苏阳光联盟，南京环亚大通，浙江品质联盟，安徽黄淮海联盟等旅游巨签订重点合作客户协议。

在我部门全体同事的共同努力下，通过一年时间的学习和实践，我们圆满完成了景区交给我们的任务，并在10月底开始超额。

当然我部门在20xx年有很多工作准备不到位，如与农家乐联

合、与兄弟景区景区的营销整合、新市场的开发等方面尚没有完全建立，景区宣传资料不齐和人员不足等等。

年度接待统计与分析 20xx年景区客源份额分析景区从1月至12月总接待人数 人，其中团队人数约 人，约占总接待人数 %;散客人数：约 人，约占总接待人数 %。

## 20xx年度客源市场分析

由于20xx年景区建设对市场的影响，宣传和营销推广起动较平缓，各大市场的旅行社在年初也没有做较大的营销推广活动，至目前各市场与我景区签订合作协议的旅行社 家，输送的游客 人。我景区与同程网和驴妈妈合作，游客通过网络了解到我景区，从而实现网络预订功能，和在网上开展互助游和自驾游活动。

## 20xx年度旅游市场分析

高速公路节假日免费通行，刺激旅游消费增长□ 20xx年公共假期方案出炉后，我们尽快制定相应准备计划，继续保持20xx年小假期的思路原则，小假期制度的坚持将进一步促进短途游的升温。从20xx年共7个小假期的出游情况来看，估计短途游还是大行其道，旅游企业纷纷设计大批特色短途线路供市民选择，而市民的旅游状态也逐步向经常化转变，旅游渐渐成为市民的日常休闲项目。从20xx年的情况来看，十一黄金周期间的国内和海外长线游出现井喷，国庆七天甚至可以顶上前面所有的小假期之和，预计20xx年五一，国庆假期这个状况将继续并可能更火爆。安徽及苏北等三级市场需要把握长假机遇，多与周边景区合作开拓三日以上线路。

## 景区营销员工作总结篇七

20xx年是旅游分公司的成立、起步之年，在集团公司各领导的关怀和引领下，在吴总和王执总的正确领导下，我们旅游分公司外勤组、生态餐厅、办公室各版块员工精诚团结、扎实肯干、克服困难，以“提升企业形象、宣传公司文化，促进公司的经营和发展”为工作方针，顺利地完成了各项旅游工作，较好的实现了20xx年集团公司下达的各项指标计划，为集团公司的长远发展奠定了坚实的基础，现将今年以来旅游分公司的工作情况总结如下：

### 一、经营指标完成情况及财务状况：

(一)、开拓西安、咸阳、渭南地区市场。截止20xx年12月15日，旅游分公司共完成接待游客36286人，715车次，汇集了西安、咸阳、渭南地区的大量客源，从服务到接待，全方位的做好了我们的服务工作，旅游分公司零距离面对的是客户，打造了终端的消费群体，西安、咸阳旗舰店已开设，渭南地区还在大力开拓当中。

(二)、截止20xx年12月初“一日游外勤组”支出、收入费用明细。大巴车过路过桥费195870元；车辆加油费用464312.27元；大巴车辆保养维修费用11532元；导游司机出差住宿费156754.8元；导游司机餐补费用13130元；广告宣传费用(送出礼品)23736.6元；车载移动手机及固定电话支出费用988元；4-11月份面粉厂返点为6299元；4-11月份旗舰店返点为50436.9元；4-11月份粮食银行返点为6210元。

(三)、截止20xx年12月初“生态餐厅”支出、收入费用明细。

1、产品、酒水、卤制品类本年累计销售收入970363.1元，累计销售成本737541.34元，本年实现的产品毛利为232821.76元，具体明细如下：

(5)其他类(扑克):收入55元、成本25.98元、毛利29.02元;

3、游客免费就餐 3602 桌,后厨原材料支出每十日基本平均18000元左右,销售部、卤房包装费用累计16680元,餐厅其他支出累计37628元。

(四)、旅游分公司各项费用汇总。管理费用为:171252.91元,销售费用为:1813427.92元(其中包括游客免费就餐),财务费用为:38162.45元;整体亏损20xx845□07元。

## 二、回顾20xx年旅游分公司工作亮点

旅游分公司在集团总部的指导下,在各个分公司的大力支持下,在我们旅游分公司的全体员工的辛勤努力下,取得了很大的社会效应。在大荔周边、渭南、西安和咸阳地区取得了社会口碑宣传效应,基本完成了旅游分公司发展方向第一阶段:撒网式宣传,进行第二阶段:重点集结阶段。

“重点集结阶段”分为两方面进行:

第一方面,为各个片区开设分店展开一对一的服务,做好开店及开店后的宣传工作。做出游客的档案建设,从中找出重点优质顾客,与各自的片区领导沟通,重点客户重点培养,为开设分店做好铺垫和宣传工作。

第二方面,在槐林餐厅建立销售点,即卤房卤制品和香肠的销售工作及销售部产品的销售工作。此时,可以将我们的第二项业务,也就是自驾游b线,在a线的基础上大力的宣传。自驾游的游客在享受活动的同时,可以自费购物。销售部和餐厅对外开放,为开展b线业务提供了优越的内部环境。餐厅为了对自驾游游客的接待工作更细致,也已经根据游客人数制定出不同的套餐,来提供游客的就餐问题。

20xx年旅游分公司做到了二赢：一赢做好了公司形象，提升了产品知名度，得到了口碑宣传；二赢是节省了在各大媒体上做宣传的广告费用，并且又为公司增加了另一项产业，即服务旅游产业。

20xx年旅游分公司取得的成果：

(一)“免费一日游”活动成功的开展。自20xx年4月中旬开始，为了扩大企业影响，宣传公司绿色、生态、营养、健康的各种产品，在吴总和王执总的正确引导下，集团公司各兄弟单位的配合和支持下，举办了“免费一日游”观光旅游活动，吸引了来自西安、咸阳、渭南各地区的人士来参与；作为活动的举办方，我们不负众望，积极策划组织安排活动的相关事宜，从联系到组织、从安排到布署、从后勤到接待，做好了我们各方面的服务工作，也为后期开设西安、咸阳旗舰店做了良好的铺垫，在“一日游”活动成功的背后承载的是我们集团公司全体员工的心血与汗水。

(二)“粮食银行”业务的开展及大力宣传。根据集团总部的要求，我们在做好旅游工作的基础上，着重开展了“粮食银行”的宣传工作。201x年7月，集团公司响应20xx年5月份党中央一号文件多次强调的深化粮食流通改革体制，开展了“粮食银行”业务。我们旅游公司一接到上级通知，立即响应，为了能在第一时间做好宣传，让更多地方的客户加入投资，旅游公司针对“粮食银行业务”召开了专题会议，组织导游积极学习，专请粮食银行姚行长及吴总对导游进行了有关专业知识的培训，借助旅游公司的优势在大巴车上进行大力宣传，8至12月份在“外勤组”的大力宣传下吸引了很多客户对粮食银行的投入。

(三)生态餐厅的业务开拓及基础设施建设。为了使餐厅进一步走入规范化轨道，在市场竞争激烈情况下，8月中旬顺利完成了卤肉坊、销售合作社的扩建和改造，9月份又进行了灌肠车间的改建，连续施工，工程部同志在服从分配，听从调度

付出了艰辛的劳动，顺利的完成了合作社、卤肉坊、灌肠车间的建设工作。杨经理和陈厨师以及所有槐林餐厅的工作人员，用辛勤和汗水铸就了我们生态餐厅的稳固发展。

(四)实施绩效考核管理模式，推进了岗位标准化服务□20xx年集团公司全面启动了“绩效管理”模式，旅游分公司从9月份开始对各版块员工进行绩效考核管理，首先建立了生态餐厅、外勤组规范服务标准化体系，其次强化落实了《员工素质培训考核激励机制》，把服务提升工作日常化、具体化，进行日考核月总结，并把考核结果与员工的绩效工资挂钩；我们在坚持常规素质考核的基础上，将各版块员工的自身学习、作风纪律、工作成效、服务意识等各项工作都纳入到考核范畴，进行逐级考核，严格奖惩，用机制督促员工不断地自我学习、自我控制、自我完善，其中外勤组及生态餐厅《服务人员综合业务技能考核》的实施取得较好成效：一是员工的业务能力、服务水平、礼节礼貌有了提高；二是员工的遵规守律意识得到了加强；三是激活了骨干级主讲导游的创新动力和工作热情，提高了骨干的独立思考能力和独挡一面处理突发事件的能力，从而使各版块服务管理得到了有效地提升。

(五)积极开拓“一日游”业务新领域。自20xx年9月份开始，旅游分公司“外勤组”接待的团队分成2个部分，一个部分是“团体游”，另一个部分是“自驾游”，团体游和自驾游总体来讲从服务到接待，各带团主讲导游能够做到创新，在实际工作中投入满腔的工作热情，为游客提供高品质、高质量的服务，得到了较多游客的认可及称赞，从而体现了我们团队用实际行动切实践行了热情服务的理念；并通过多次“团体游”与“自驾游”导游之间的相互学习实践，让大家更新了观念、看到了差距、同时也明确了目标，激发了大家的凝心聚力、争创一流的工作干劲，不断地加强了旅游分公司在集团公司中的纽带、宣传和带头作用，增进了集团公司先锋模范作用。

(六)员工培训与内部管理相结合□20xx年8、9、10月为了提高

员工的服务意识，提升员工的服务技能，我们与集团公司培训部配合从仪容仪表、接待礼仪、岗位职责、规范化服务方面开展了服务规范化的培训，提高了导游业务技能综合素质，为提高导游职业形象，特别定制了导游员夏、秋韩版气质工服，导游员工作服的统一、规范给游客留下了深刻的良好印象，也是我们做好旅游接待工作的基础。针对在办公室学习的导游进行严格的系统培训，还同步进行了“礼貌服务用语”实践培训，通过周期训练培训，导游精神面貌显著改观，外勤组导游、司机形象焕然一新。张主席向我们导游、司机提出了时刻都要“脸笑起来、礼敬起来、精神扬起来、垃圾拾起来”的要求，让游客倍感热情、温馨、周到的服务。

(七)加强了节庆活动“拳头产品”的宣传及推介。生态餐厅“合作社”利用不同的节庆节日组织具有特色的销售活动，外勤组导游与司机配合大力宣传，内部进行了导游司机组“玉米油销售竞赛活动”及“谷朊粉销售竞赛活动”，同时配合组织游客进行拔河比赛、脑筋急转弯活动、购物抽奖活动等，达到“小活动、大宣传”的目的，极力打响公司产品的知名度。

(八)与各企事业单位相结合，提高一日游活动的针对性和实效性。通过与大荔旅游局相结合，一是参加了渭南地区大型展销会、西安地区大型展销会，共发放宣传资料23000余份，充分利用参展商高度集中的有利时机，突出重点，灵活宣传，力求达到宣传公司产品的目的，扩大企业影响力；二是解决了外勤组开展的“自驾游”活动，参观“八鱼石墓群”及其它景点门票优惠事宜；通过与西安、咸阳各单位相结合，共回访西安、咸阳企事业单位共9家发放各类宣传资料1000余份，有力地拉动了市场，在做好宣传及促销活动的同时，先后对西安、咸阳部分重点客户进行了回访及市场调查，为今后旗舰店与便民店市场开发提供了依据。实践证明，采取政府与企业相结合的宣传方式，提高了宣传活动的实效性和针对性。这些所有的宣传取得的成绩，都离不开安助理，李主管，雷主管，贾组长，以及所有为旅游服务事业辛勤付出的伙伴们。

### 三、20xx年工作不足及改进方法

回顾一年的工作，在总结成绩的同时，我们也清醒地意识到从内部管理及业务开拓方面还存在很多不足：

1、留岗职工老龄化问题，存在安全隐患。目前旅游分公司司机组有两名员工年龄在55岁以上(、)，为了杜绝不安全事故的发生，将对这两名员工视其情况给出结果。

总之□20xx年在吴总，王执总的正确领导下，经过一年的风雨兼程，在集团公司各兄弟单位的指导和帮助下，通过我们旅游分公司全体同仁的团结奋斗、共同努力，圆满完成了各项工作目标，同时，伴随着公司知名度和美誉度的不断提升□20xx年，我们将以更加高昂的斗志、更加饱满的热情，振奋精神，鼓足干劲，抓住机遇，迎接挑战，为xx集团旅游分公司的经营发展再攀新高做出应有的贡献！