# 最新酒店销售年终个人工作总结(五篇)

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-06-15

*酒店销售年终个人工作总结一一，以效益为目标，抓好销售工作1、人员调整。酒店将销售部人员进行调整，不断扩充销售队伍，增强了在岗人员竞争上岗意识和主动销售的工作责任心。销售部领导班子分析，提升销售业绩主要是管理好销售人员，下达科学、合理的销售指...*

**酒店销售年终个人工作总结一**

一，以效益为目标，抓好销售工作

1、人员调整。酒店将销售部人员进行调整，不断扩充销售队伍，增强了在岗人员竞争上岗意识和主动销售的工作责任心。销售部领导班子分析，提升销售业绩主要是管理好销售人员，下达科学、合理的销售指标，激励大家的工作责任心和主动性。

2、客源构扩展。酒店在原有协议单位、上门散客、国际卡等自然销售渠道的基础上，拓展增加了团队房、网络订房等渠道，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，下达给销售员的指标才有据可依，分解指标合理，能促进销售业绩的提升，进而能使酒店下达的经营指标如期完成。

3、餐、房提成奖励。根据本酒店市场定位的特色，以接待协议单位商务客人、上门散客和国际卡客人为主，以网络订房、团队房等为辅的营销策略，制定了对销售部人员按高出每月销售指标后给予以一定比例提成的奖励。这一奖励政策，极大地调动了销售人员的工作热情和增强了服务意识。

4、投诉处理。销售部直接服务客人，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\"的宗旨，销售部接待并妥善处理宾客的大大小小的投诉，为酒店减少了经济损失，争取了较多的酒店回头客。此外，销售部按酒店领导的要求，开始从被动销售到主动销售、从无序工作到有序工作，直接赢得了销售业绩的显著回升。

二，根据客户反馈，酒店仍存三类问题

一年的工作，经过全体员工的共同努力，成绩是明显的。但不可忽略所存在的问题。这些问题，有些来自于客人投诉等反馈意见，有些是酒店质检或部门自查所发现的。

1、设施设备不尽完善。尤其是客房的桌椅棱角破损、墙纸发霉、浴帘发霉、地毯污浊、地砖裂缝等情况较为严重。

2、服务技能有待提升。一表现在服务技能人员文化修养、专业知识、外语水平和服务能力等综合素质高低不一、参差不齐;二表现在酒店尚未制订一整套规范的系统的切实可行的\"激励模式\";三服务技能随意性等个体行为较严重。

3、服务质量尚需优化。从多次检查和客人投诉中发现，酒店各部门各岗位员工的服务质量，横向比较有高有低，纵向比较有优有劣。反复出现的问题是，有些部门或岗位的部分员工，仪容仪表不整洁，礼节礼貌不主动，接待服务不周到，处理应变不灵活。此外，清洁卫生不仔细，设备维修不及时等，也影响着酒店整体的服务质量。

通过对酒店全年工作进行回顾总，激励鞭策着全店上下增强自信，振奋精神，发扬成绩，整改问题。并将制订新一年度的治理目标、经营指标和工作计划，以指导20\_\_年酒店及部门各项工作的全面开展和具体实施。根据目前酒店情况，首先树立\"以市场为先导，以销售为龙头\"的思想;为了更好的开展销售工作，我们销售部制定了20\_\_年的工作计划，并在工作中逐步实施。

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，是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，制订营销方案起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。在新的一年里，希望各部门在工作中合作愉快，携手为酒店创造佳绩。

**酒店销售年终个人工作总结二**

在过去的一年里，销售部在总经理的正确领导及其它部门的密切配合下，基本完成了年的工作任务。部门的工作也逐渐步入成熟。在这一年里我们具体工作内容如下：

一、对外销售与接待工作

首先销售部经过了这一年的磨合与发展，已经逐步的成熟了自己的销售工作，拓展了自己的市场。把商大酒店全面的推向旅游市场，提高了酒店的知名度，争取做到限度为酒店创造经济效益。根据年初的工作计划认真的落实每一项，\_\_\_\_年销售部的工作重点放在商务散客和会议的销售上，由于酒店所处的地理位置所限，散客的入住率偏低，全年的销售部散客入住率为，我们加大商务客人的销售力度，拜访重要公司签署商务协议，同时根据季节的不同制定不同的销售方案，有针对性的走访客户，比如旅游旺季，我们把地接团队较好旅行社认真的回访与沟通，12月份至1月份大部分摩托车会议召开，我们及时的与经销商联系。为旺季的酒店整体销售量做好铺垫。平时在整理客户档案时，分类定期的回访，同时不断的开发新客户，截止年底共签署协议454份。

\_\_年9月份我到酒店担任销售部经理，

\_\_年10份酒店正式挂牌三星，这对销售部提供对外宣传筹码，同时也把我们酒店整体水平提高一个档次，有利于酒店的销售工作。

随着网络的高速发展，网络的宣传不仅仅提高了酒店的知名度，而且通过网络公司提高酒店整体的入住率。截止年底共与54家网络订房公司签定了网络合作协议。我们对重要的网络公司提高佣金比例，利用其宣传能够让更多客人通过网络详细了解商大酒店，比如携程、艺龙、恒中伟业等几家网络公司;

同时在这一年里我们接待了长江宗申蛟龙恒运多家摩托车公司，科龙电器，伟俊公司蒙牛乳业中医药大学，铁道与环球国旅等三十多个大中小型会议，对于每个会议的接待，所有部门都能够认真的配合销售部，圆满完成会议的接待工作，客人对我们的工作给予了肯定。在这里由衷的感谢各个部门的领导及员工对我们销售部工作的支持。

二、对内管理

酒店拥有自己的网站，由销售部负责网站的维护和网页内容的更新，通过网络进行宣传扩大影响力，并及时准确的把酒店的动态、新闻发布出去，让更多的人了解酒店，同时我们提出新的酒店网站建设方案，这为今后酒店网站的发展奠定了基础。

三、不足之处

1、对外销售需加强，现在我们散客相对比较少;

2、对会议信息得不到及时的了解

3、在接待工作中有时不够仔细，在一些细节上不太注意，考虑的问题也不够全面。

4、有时由于沟通的不及时信息掌握的不够准确;影响了酒店整体的销售与接待，在今后的工作要认真细致，尽量避免，能够做到及时的沟通，从而减少工作失误。

**酒店销售年终个人工作总结三**

在\_\_担任网站编辑工作三年里，我得到站长的提拔，从一名普通网站兼职推广人员，提升到兼职编辑管理岗位。在此期间，我工作遇到很多疑难问题，也顺利解决了各种问题。同事和领导的帮助是我能顺利完成工作的重要因素之一，从这些人身上，问题能够很快解决，而且学到不少东西。只要每天按照要求，认真地完成本职工作，其实也是一件很轻松愉快的事情!

网站内容编辑工作者也许在大家的眼里是一个简单无聊的工作，实际上，网站编辑的工作要遵循三点原则：一是编辑工作的规范性：严格按照规定的标题字数，标题内容，文章格式等软文写作编辑规范;二是编辑工作的突破性：网站内容不求多，但求精，增强内容的可读性，关注性;三是编辑工作的创造性：能过对新闻高进进行扩展及增加内容，撰写新闻通稿。工作上要达到以上三点，工作也是蛮有难度的，但是我没有怕过。

我会利用业余的时间去了解同行网站内容编辑得如何，对照自己工作的程度，知道自己会不会被人家超越。看清自己的优势，和别人的优势，理清自己的思路，按照自己的计划做好自己的编辑工作。作为网编，每天都要和搜索引擎打交道的，没有它，将会寸步难行，还要知道如何在最短的时间里找到自己最需要的东西。刚开始的工作基本上是文章采集，因为是刚开始接触医疗集团，对于很多知识不懂，当然对于文章的原创性也有一定的难度。不过不能只是一味的采集，照搬别人网站上的，要多总结经验，把经验写在本子上。要学会如何把网络上采集下来的文章经过整合修改后变成属于自己的东西。如果你把别人的东西只是复制粘贴，然后修改医院名字的话，那么你站的收录量是不会上来的，我们知道这样的采集文章是没有阅读价值的，还有最重要的一点就是搜索引擎可以通过简单的方法够判断文章是否采集的，一个网站文章采集的越多，这个网站无效文章的比例就越高，也就是说这个网站的价值就越低，于是排名开始下滑，最后被降权，辛苦了那么长时间，最后就这样白搭了。所有采集文章是一个非常大的弊端!

我是网站编辑，虽然我不是负责网站数据分析工作和推广工作，而我也尽我的努力，让自己的文章被百度收录，那么如何让百度快速收录自己的文章而且有排名呢?其实，文章的质量和原创度起到很大的影响，其中包括：文章的标题多少字为宜，怎么样的标题更加引人注意，文章关键字应该如何确定，文章内容要怎么安排，标点符号应该注意哪些，图片大小以及格式怎样等等。这些对文章是否被收录有很大的影响!

我希望通过自己写的文章，把自己的网站推广出去，让我们网站的曝光率更高，提高知名度，从而打响我们网站的品牌!

在新的20\_\_年里，我会依照网站编辑工作计划做好自己的本份工作，还要根据实际情情况的要求及时调整自己的计划，我相信自己的工作水平会有很大的提升。不过作为网站编辑和推广，不能安于现状，不思进取。一定要不断地接触新知识，努力提升自身的技能。现在我们要学的东西是非常之多的，单单从自己工作中学到的知识是很难参透各个技能之间的。所以，对于我的20\_年度计划如下：

1、认真做好本职工作，争取提高文章的原创性程度，提高文章点击率;

2、做好网站编辑之余，努力学习网络推广、关键字排名、新闻发布技巧、专题制作等知识。如何把自己的文章推出去，这也是网站编辑的一项基本技能。博客、论坛、搜索引擎、qq群、行业网等都是推广的途径。seo知识、软文、广告联盟等方法，都是作为编辑需要学习的;

3、努力自学photoshop、dreamweaver、fireworks、flash、html、css、js、网站策划，网站运营、网站后台管理等，往技术层面发展。最后我想说，网站能因为一名普通的网编工作而得到提升，我是很骄傲的!

**酒店销售年终个人工作总结四**

从我到\_\_大酒店工作以来，是\_\_大酒店培养了我，我和\_\_大酒店在风雨中一路走来，感谢领导对我的信任和关怀，使我能在\_\_大酒店营销部这个重要的岗位上工作。在营销部工作的这段时间，使我感受很多收获也很多，逐渐成长了起来，特别是\_\_总经理找我谈话后，使我深刻体会到我还有很多不足之处。因为营销部掌握的是一个企业的经济命脉，他向领导者提供第一手资料，帮助决策者管理和经营企业。

以下是我对本酒店的市场作出的一些分析：

一、目标顾客定位不太标准，过于狭窄。总的看我们酒店的经营状况不是太好，没有自己的特色，定位偏高，消费者有点接受不了。我们一贯以高中档酒店定位于市场，对本区域的居民不构成消费吸引力。

二、宣传力度不够，未能在市场上引起较大的轰动。可以在平面媒体上制作一整套的广告宣传计划，它投资小，而且高效灵活。也可以充分利用多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取些公众单位对酒店工作的支持与合作。

三、服务细节要加强，在回访客人的同时，把征询到的客人的意见和建议及时与各部门领导沟通交流，逐步进行完善提高，根据营销目标，制定本年度的营销计划。

针对以上情况，我部将在20\_\_年进行以下的工作部署：

1、全面了解掌握我酒店的市场态势，对本酒店及周边进行一系列的调查，了解酒店的经营状况，锁定目标客户，便于对酒店的经营管理提供参考，也为我部更好的开展工作提供了详细的第一手资料;

2、进行客户的友好拜访，结合目前客户来酒店的消费情况，进行调查，分析客户的消费档次，建立abc客户，要做到全程跟踪服务，注意服务形象和仪表，热情周到，进行特殊和针对性的服务，最大限度的满足客户的要求。对以前经常来，现在很少了的客户加强联络，进行回访，建立与客户之间的良好关系，网而与客户成为朋友，达到使其消费的目的。通过各种方式争取团队和散客客户，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办;

3、制定节假日个性化营销方案，特别是像中秋节，元旦和春节这样的传统节日;

4、加强储值卡客户的办理，增加现金流。

20＿＿年，营销部将在酒店领导的正确领导和我们的努力工作下，逐步解决上年存在的一些问题。根据顾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，相互配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造最佳效益，开拓创新，团结拼搏，努力完成全年销售任务。

**酒店销售年终个人工作总结五**

今年\_\_地区又新开了\_度假村及\_别墅群。这使得整个地区的整体接待能力加强不少，同时彼此的竞争也加强了。同时在销售上注意路边宾馆环境吵杂的劣势，随时调整销售策略。

从年的市场竞争份额排名第四，整体的知名度也较上年有大幅度的增加。同时固定客源增加到多个;20＿＿年的销售以单个的主体为主，销售的模式单一。今年我们建立了业务分类整体直销、旅行社及会议公司分销、网络统售的多重销售模式。

我们已将两项工作在概念上分开，并着手进行市场的培植：今年我们建立有效客户档案个，其中企事业单位户，特殊宴会客户个，分销单位户。今年的销售终端形态形成漏斗型(即：市场广泛开拓客源、销售做好服务归口)，并向社会上的销售双轨制方向发展。

仅仅为客人提供住房服务、餐饮服务、娱乐服务已不能满足会议市场需求。今年开始征对消费者需求的变化我们将团队客户分为一般商务团队与特殊旅游团队。有征对性的开发周边旅游线路条。

\"知彼知己，百战不殆\"这句话教会了我们很多的东西。寻找标杆企业的优秀营销模式，挖掘自身与标杆企业的差距和不足也是我们今年的主要工作。在全年的销售工作中，梦天湖的连锁信息管理，极具亲和力的社会关系网销售、汤孙湖山庄的多重销售、荷田的定项纵深客户管理等，都值得我们学习与借鉴。

上半年部门人员充足，市场体系完整。下半年人员不足，市场体系失效。市场部现有人员名。经过大半年的打磨，他们已基本掌握市场销售运作。但业务技能及专业精神方面仍需加强。由于部门人员少、任务重，故专业技能培训不够。与并宾馆其他部门的配合比较好，在群策群力方面还应加强。

\"运筹于帷幄之中，决胜在千里之外\"。新年度营销工作规划我觉得要强调谋事在先，系统全面地为宾馆新年度整体营销工作进行策略性规划部署。但是我们还要明白年度营销工作规划并不是行销计划，只是基于年度分析总结的策略性工作思路，具体详细的行销计划还需要分解到季度或月度来制定，只有这样才具有现实意义。

营销目标的拟定是来年营销工作的关键。在新年度营销工作规划中，首先做的就是，全年总体的销售目标、费用目标、利润目标、渠道开发目标、终端建设目标、人员配置目标的拟定，其中：销售目标为万年，费用目标为万年，渠道开发目标为条年，终端建设目标为个人年，人员配置为人。

根据消费者需求分析的新产品开发计划、产品改良计划有：扩充宾馆产品大类，变不畅销主打产品为副属产品(如将大使套变四人间，提供团队会务组消费并加强日常销售)、将民族文化村与宾馆搭配、将教工俱乐部与宾馆搭配、将旅游线路与宾馆搭配等。

为了保障来年营销工作顺利高效地实施，宾馆还需要通过苦练\"内功\"来强化关键工作流程、关键制度来培养组织执行力，以更好的发展客户、保留客户!

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！