# 最新酒店营销年度工作计划\_酒店营销个人工作计划(精)(5篇)

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2025-03-16

*最新酒店营销年度工作计划\_酒店营销个人工作计划(精)一针对前一年的工作总结，我们根据实际情况做出以下酒店销售部工作计划：一、建立酒店营销公关通讯联络网今年重点工作之一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...*

**最新酒店营销年度工作计划\_酒店营销个人工作计划(精)一**

针对前一年的工作总结，我们根据实际情况做出以下酒店销售部工作计划：

一、建立酒店营销公关通讯联络网今年重点工作之一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，建立与保持同政府机关团体，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。

二、开拓创新，建立灵活的激励营销机制。开拓市场，争取客源今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善××年市场营销部销售任务计划及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记志，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记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。

三、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，“全天侯”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性服务，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。

四、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，酒店及其相应行业的信息，掌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。

五、密切合作，主动协调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。20xx年，营销部将在酒店领导的正确领导下，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。

20xx年工作计划报告完毕，我们部门会尽最大的能力使服务做到更好，利润收入更高。

针对销售部的工作职能，我们制订了市场营销部20xx年工作思路，现在向大家作一个汇报：

一、建立酒店销售公关通讯联络网今年重点工作之一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，建立与保持同政府机关团体，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。

二、开拓创新，建立灵活的激励销售机制。开拓市场，争取客源今年营销部将配合酒店整体新的销售体制，重新制订完善20xx年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，销售代表实行工作日记志，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，以月度销售任务完成情况及工作日记志综合考核销售代表。督促销售代表，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，强调互相合作，互相帮助，营造一个和谐、积极的工作团体。

三、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，“全天侯”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性服务，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。

四、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，酒店及其相应行业的信息，掌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。

五、密切合作，主动协调与酒店其他部门密切配合，根据宾客的需求，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。

20xx年，销售部将在酒店领导的正确领导下，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。

**最新酒店营销年度工作计划\_酒店营销个人工作计划(精)二**

xx酒店是一家多元化迅速启动并且发展的企业，是目前为止的“xx第一酒店”，在众多竞争对手当中可算是脱颖而出，势头迅猛，业务范围甚广，是各大酒店无法与之媲美的。借助我酒店的多元化，在业务上更可以互补互助，彼此带动，弥补不足，这也是其他酒店无法比拟的。对外宣传可以大造声势，对内培训可把我酒店的实力及发展前景进行灌输，从而无论是社会效应还是内部员工的认可都会起到很好的宣传效果。

我县整体环境消费水平并不高，尤其我县是一个以农业为主体的城市，群众基本消费水平也几乎趋于大众化，如果单纯的走高端消费路线也不太现实。我酒店所处的地理位置在南永线上，是攀楚高速的必经之路，这个位置的周围也没有成熟的集中居民区和商场。我们可以以民族特色，比如原生态左脚舞队每日在酒店表演，以吸引沿路经过的外埠周边城市经过的潜在消费群体，而我们周围有很多正在开发的小区，比如核桃产业文化园等，这样的条件就给我们带来了很大一批的潜在客户。

我酒店周围没有与我类似档次的酒店，只有不少的中小型酒店，虽然经营能力与规模上不具备与我们竞争的实力，但其以大众化的消费，也吸引了不少附近的居民和散客。

我酒店是xx实业有限公司投资新建的第一大酒店，本酒店标准为四大酒店，设施齐全，功能齐备，因此在做细致规划时也应该充分利用我们的品牌效应，充分发挥我们的巨大内蕴，让消费者对我们的产品不产生怀疑，充分相信我们提供的是质高的产品。另外，我酒店硬件设施良好，而且有自己的大规模停车场以及大面积的可用场地，可以吸引更多的潜在顾客以及用来开发中大型活动来吸引消费者。

机会点：1、便利的交通和巨大的潜在客户群;

2、一流的硬件设施及已有的高素质工作人员为我们的发展提供了广阔的空间。

中高端酒店。中端为主高端为辅。

1、“xx店”

独特的文化是吸引消费者的法宝，先在文化理念上进行定位。虽然是中高端酒店，但是高端为辅，中端为主，但并不意味着我酒店降质降价，我们所提供给顾客价廉的优质产品和高品位的服务，决不用低质换低价，这也是我酒店对顾客的尊重。

2、立体化宣传。

突出本酒店的特性，让消费者从感性上对咪依噜大酒店有一个认识，让消费者认识到我们提供给他们是一个让他有能力享受生活的地方。

3、采用强势广告宣传。

以期引起“轰动效应”作为强势销售，从而引起大量的消费者注意，建立知名度。宣传途径：报纸、广播电台、市场大屏幕、宣传彩页、出租车led顶灯广告。

1、首先通过黄页或适当的方式整理齐全的客户资料，然后通过短信平台在节日、休息日、特别的节日向所有的客户送去祝福问候。

2、了解客户公司及个人的相关资料，在亲情上给客户以关心，如：在生日时，邮寄生日卡。

3、经常走动拜访，使销售员在客户心中的地位逐渐清晰化，客户对销售员及酒店的能力、环境得以认可。

4、投其所好，学习各方面知识、培养自己的特长，来培养与客户之间的感情，寻找共同兴趣、共同爱好。

5、定期对大客户进行宴请，向客户介绍酒店的变化。

6、综合性会议，根据淡旺季，一会一议，让客户真正感受到酒店与其合作的真诚态度。

7、整理会议客户的资料，将全年会议消费总额达到一定数量的客户，可以采取赠送场地、住房等优惠政策，吸引客户带来更多的消费。

8、重要客人、会议代表、公司总经理、政府领导等vip客人到店，各岗位实行vip服务标准，并致欢迎信(卡)等服务，如：大型企业会议，有贵宾(重要领导)参加，酒店相关负责人可在酒店门口迎接贵宾到店。

9、酒店的忠诚客户到店，需要在前台电脑备注中(如酒店系统可以操作)清楚的记录客人的姓名、喜好、习惯等要求，体现细节服务，赢得客户的心，赢得长久支持。

1、将一些房间设为特价房，以方便接待低端客户所需求，也为酒店补充大量房间空缺。

2、可否在酒店设旅游中巴或xx旅游车对旅游团队或会议人员短途接送，因为我酒店地处位置在顾客没有车的情况下极为不便，基本上打不到出租车。

3、建立短信平台，将我酒店的一些相关信息及政策发布给顾客，因我酒店客源结构相对比较分散，所以利用短信平台会更直接方便一些。利用短信平台，向所有商务客户发送消息，出差住宿入住本酒店“可报销当天在本县来酒店途中的交通费”(打车费等，在入住前出据，仅限当天来酒店路途上的相应车辆票据)

4、零点用餐

开发周边消费者，让更多客户了解到酒店的消费情况。利用广告电子屏，短信平台等手段，向所有的客户发布餐饮的相关优惠政策，并给予用餐客户当天入住七折优惠;或可享受会员折扣。

5、利用资源再生

各大政府部门，机关单位等，无论是入住、餐饮、会议方面是给予酒店支持的，可以给予他们的职工、子女、亲属在酒店消费给予尽可能的优惠。

6、对等消费

针对一些广告媒体，可采用对等消费的办法，进行宣传、发布招聘等相关酒店的信息，如：xx电视报楚雄版、xx点子广告等，让这些单位将我们酒店的代金券、代金卡等(对等的)，送给他们的客户，以增加客户流动量，促进客户来消费，扩大人脉，增加人气。

酒店每位员工都是酒店的义务推销员，从上到下都要树立全员销售意识，一可提高酒店整体收入;二可使员工认识到酒店的兴衰与员工是密不可分的(酒店兴我荣，酒店衰我耻);三可发现销售人才，给所有员工发挥的空间。只要把员工的积极性、主动性调动起来，建立完善的、健全的激励制度，将会产生意想不到的效果。

就目前的市场情况来看，我酒店的地理位置虽然在南永沿线，也是攀楚高速的必经之路，可是这个位置的周围没有成熟的集中居民区和商场，交通也不够便利、客户群体比较分散，大姚又没有什么的景点，几乎没有什么旅游团队，除非有什么政府组织的大型盛会，比如“孔子文化节”，“核桃美食节”等，所以，这些外在的环境是我们无法改变的，可变的是我们的服务，我们只能尽量的维护好准客户，并想办法挖掘新客户，可维护客户不仅仅是打个拜访电话，或者是登门拜访一下，而是要真心诚意的与客户交朋友，把他们当朋友，当家人，想他们之所想，急他们之所急。了解客户所需，让客户真正感受到我们是真心提供其服务的，也就是运用信任营销。所以，我们一定、必须做好客户的维护工作。

这需要从两方面着手，一方面与参观或入住过酒店的客户，保持不间断的沟通、联系，通过每次的沟通了解客户需要、消费心理，认真检查并分析，客户不到酒店入住、召开会议的原因，并且要做好详细的记录，以确定是我们硬件还是软件的问题，以方便酒店进行合理改进，迎合客户需求。酒店营销部要建立客户资料库(档案)，包括：政府、驻军部队、商务公司、散客、餐饮客人等。每位营销人员收纳、整理自己负责的客户资料，统一备份到酒店保存。要求对所接待过的所有客户，都要逐一建立客户档案资料。详细资料：单位名称、地址、电话、联系人，客人的特殊要求、生日等。在酒店领导的支持下，将客户的入住资料整理好，计划在淡季赠房(根据入住率)、调整入住价格、或是在入住时赠送牛奶、果盘等服务。如得到会议信息，及时在会议举办前一、两个月做好相关工作，联系并拜访客户，同客户进行有效的沟通，以优质的服务赢得客户，使客户举办会议时，首选我酒店。

**最新酒店营销年度工作计划\_酒店营销个人工作计划(精)三**

商品销售都有淡旺季之分，酒店产品也不例外。对于不一样的企业来讲，淡季的时光分配自然也不相同。我们酒店在经历农历春季的火爆之后，整体销量均有下滑，这也是饭店经营业始终存在的淡旺季之间的矛盾。其实，淡与不淡，也只是相对而言，在市场整体销量下降的状况下，只要努力和付出，挤兑竞争对手，仍然能够让自我的销售分额有较大的提升空间。针对淡季的到来，特做出此次营销方案。

一、活动目的

1、透过和各旅行社、各旅游景点和出租车公司的合作，拓展客源市场。

2、对于酒店内部的或是外部的潜在客户进行直接的或是间接的推销，拉动二次消费，争取更多的回头客，促使客户最终成为本酒店的老客户及vip客人，最终提高酒店的销售额。

二、活动时光

20\_\_年4月1日至20\_\_年8月1日

三、涉及的部门

销售部、餐饮部、前厅部、客房部

四、活动主题

暖春狂欢季，有礼相迎。

五、活动方案

(1)多种方式推广，让淡季不淡

方式一：与本地旅行社提前联系，以佣金形式吸引其为我酒店引进客户。

具体操作如下：为我酒店引进团队客户的旅行社负责人，每间房付佣金5元钱，当天现金结算。

方式二：与各旅游景点做好结盟工作，互惠互利。

具体操作如下：与各旅游景点协商达成协议后，凡持我酒店代金券的客人入住我酒店消费时，均可当现金使用。(代金券在活动期间有效，过期作废，代金券均不可折现，用于冲抵酒店客房、餐饮的消费金额。)或持我酒店的代金券到各结盟旅游景点消费时即可享受门票及消费优惠(视各景点协议不一样而定)。

方式三：与出租车公司联系，长期为送往我酒店入住客户的出租车司机现金回扣。

具体操作如下：为司机发放签有其车牌号的我酒店的优惠卡，若有客人登记时持该卡享受打折优惠，即可为该车主10元现金提成，月底结帐或立即兑现。

(2)优惠顾客，拓展奖励计划

优惠一：凡当月按当时门市价连续入住8次的外地散客，均可免费赠送普单或普标1间。或连续入住3晚的社会散客，赠送2瓶矿泉水。

优惠二：凡提前2个月预定20\_\_年6月、7月的豪华房间或景观房时，并及时确认并付相应的押金，可享受门市价的6折疯狂优惠。(具体操作方法待定)

优惠三：与银行合作，凡持指定银行信用卡的客人在酒店刷卡消费时，可赠送本酒店的代金券1张。

优惠四：每周用一天来拿几间房来做特价房。(用店前的pop牌来做宣传)

六、广告宣传

1、制作印有酒店简介及地理位置的代金券和优惠卡，并付有消费须知，突出特有的企业文化。

2、在附近的旅游景点及火车站做路牌路标广告，针对过境或来访的商务、政务人士。

3、活动期间，全天侯的用电子屏滚动播出优惠政策。

4、酒店前的喷绘或pop宣传。

七、广告费用预算

广告预算的分配如下：

1、代金券的制作费用控制为：元。

2、优惠卡的制作费用控制为：元。

3、景点区的宣传广告费用控制为：元。

4、店前的喷绘制作费用控制为：元。

合计：

八、综述

此次活动方案旨在淡季从某些方面提高酒店的知名度，客户的忠诚度及酒店的销售额，期望相关部门能给予配合，如有不足，能用心给予指证和补充。

**最新酒店营销年度工作计划\_酒店营销个人工作计划(精)四**

xx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，xx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xx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xx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。

今年营销部将配合酒店整体新的营销任务，重新制订完善的销售任务计划及业绩考核管理条例，提高销售经理的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，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记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。

1、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，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性服务，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。

2、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，酒店及其相应行业的信息，掌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。

3、密切合作，主动协调。

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。

4、随时关注行业的动向、调研同行价格等发展趋势，争取在市场中取得主动和先机，在行业市场中牢牢把握住产品优势。

**最新酒店营销年度工作计划\_酒店营销个人工作计划(精)五**

20xx年上半年餐饮部在酒店领导的正确领导下、餐饮部员工的全体努力下，20xx年上半年比往年经营收入提高了近十三个百分点，整体服务水平，出品质量逐步提高，现将内容汇报如下：

①．20xx年上半年餐饮部共完成营业指标：3466026元，其中中餐厅：2062635元，西餐厅：1403391元。

②．20xx年上半年餐饮部共完成营业目标3072953元，其中中餐厅：1912158元，西餐厅：1160795元。与同期相比20xx年上半年有了明显的提高，效益提升率为12.8%，这跟酒店领导的正确指导，部门员工的辛勤努力以及部门之间的相互配合是分不开的。

宴会接待：上半年共接待大型宴会59次，其中包含婚宴22次，监局会议及用餐20次，自助餐团队9次，会议用餐8次。

婚宴中在领导的亲身指导下，餐饮部按照接待计划，各项工作专人负责，厨房由厨师长诸汝云负责提前备菜，列菜单，做到菜品精细，卫生。前台全员到位，婚宴服务中定员定位，要求服务规范，保证接待圆满完成。

下半年截止11月份，现预定婚宴26次，会议18次，宴会9次，餐饮部将在此基础上继续营销宣传，做好服务的同时增加预定。

餐饮部是酒店人员较多的部门，管理复杂。在领导的指导下，部门针对员工纪律、岗位制度等，提出一切按程序，凡事须提前申请的原则进行严格的管理，同时积极与员工沟通，了解每一名员工的工作动态，根据上级指示制定员工归寝条例，杜绝晚归寝现象，同时与请假制度相结合，实现了寝室管理的改善。自四月中旬接受餐饮部工作以来，把“提高员工服务、增加客人满意度”作为工作重点，从近三个月来的实际考评来看，员工无论从礼节礼貌、服务意识还是沟通理解都有了极大的提高。

①．员工培训

“培训是基础，实践要提高”，自接手餐饮部工作以来，部门进行培训几十次，前厅从员工的走姿、站姿、端托、摆台现场演练、礼仪礼貌、酒水、菜品知识等各个方面进行细致化培训，同时把“餐饮六大技能”进行细化，拆分到每一个细节对员工进行教授，同时邀请厨师长对员工进行从菜品的选料、烹调到成品的专业化讲解。

厨房每天一次整体例会，针对上一天的工作进行总结，厨师长针对客人反馈及投诉实地讲解菜品的出品程序及要求，严把质量关，并组织厨师不定期外出考察学习，在保证酒店原有杭帮菜特色的情况下做到推陈出新。

从这几个月的实际情况来看员工整体水平有了很大提高，但是还有很多不足，此项任务也将作为下半年的重点工作之一来抓。

②．统一思想、端正作风

部门每一次培训前都将进行宣传教育，把“酒店是我家，发展靠大家”从一句口号变成一种精神，要求每一名员工“品才兼优”提高集体荣誉感和思想道德水平。并按照酒店“能者上、平者让、劣者下”的用人原则，与人力资源部配合对每一名员工进行考核，对于热爱酒店、积极工作的员工给予表扬，并在员工包房轮换中给予一定的优先考虑；对于缺乏工作态度、纪律散漫的员工加强沟通，强化培训，转变其思想，端正态度以期缩小与优秀员工之间的差距；对于工作态度消极，不服从领导的给予严肃处理，并树立典型给予所有人以警示。

③．资产的管理

20xx年总结以往经验，施行区域物品定位，落实到个人，严格要求员工爱护酒店资源，并与财务部门配合每月进行彻底清点，严把出库和破损，避免出现资产的流失。

④．客户档案制度

针对于来消费的常客、老客以及协议单位和vip客人，餐饮部建立宾客档案，详细记录客人姓名、单位、联系电话、饮食喜好、风俗禁忌以及消费标准和结算方式等，并要求每一名服务员对这些重要客人做到“识人知名”即：牢记客人的相貌，当客人第二次来店时能第一时间喊出客人的姓氏和职位，以增加客人的亲切感和自豪感。

⑤．营业记录分析

每日由当值领班协助迎宾员做好当日的餐饮营业记录，并针对客人级别加以划分，作为每日餐饮部例会的一项分析内容，同时作为新客的跟踪和关注，当新客消费频率或消费金额达到一定标准，作为依据补充到客户档案当中去。

安全是营业的前提。餐饮部要求当值管理人员每日早、中、晚三次营业区域安全检查，从水、电、厨房出品和餐具消毒几个方面进行严格把关。

①．部门不断开展对新旧员工的安全培训，提高员工的安全意识。 ②．前厅要求餐具消毒，不定期进行餐具卫生检验，以确保客人的用餐安全。

③．厨房灶间内做到食品保存分类，并标示，各类食品按品名专箱专用，严禁成品与半成品混放。做到了无论大小会议24小时留样工作，避免食物中毒现象发生。

④．积极参加酒店组织的各类安全培训，让每一名员工把安全意识融入到日常工作当中去。

五、下半年工作计划

20xx年上半年，餐饮部已经取得了良好的开端，下半年更是大连地区的旅游旺季、宴会和企业聚会的高峰期，餐饮部争取在上半年的基础上取得更大的成绩。具体计划如下：

①． 在保证安全的前提下，做好餐饮接待工作。

②． 加强员工培训，针对礼仪接待等薄弱环节，进行强化培训，施行完善的奖罚制度，及时组织厨师外出学习，多创新。

③． 补充完善宾客档案，建立完整的vip接待流程。

④． 加强宴会服务的管理和督导，制定完善的宴会服务流程。

⑤． 针对七月份之后的谢师宴，制定完备的宴会菜单，做好营

销宣传工作。

⑥． 提前准备中秋节月饼营销工作，增加客户反馈服务，做好餐饮客户的维护和联系。

⑦． 完成餐饮部餐厅改造和餐具完善，加强员工的推销意思和海鲜类培训。

⑧． 落实“全员营销”方针，加强部门之间的沟通，取长补短，争取把工作做到更完善，更到位。

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！