

2024年酒店销售工作心得体会简短3篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/188007.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

心中有不少心得体会时，不如来好好地做个总结，写一篇心得体会，如此可以一直更新迭代自己的想法。优质的心得体会该怎么样去写呢？下面我给大家整理了一些心得体会范文，希望能够帮助到大家。

酒店销售工作心得体会简短篇一

1、各类型会议83次，大型会议3次，分别是全省经济工作会议、枫润企业20xx年优秀员工表彰大会、县招商引资会议。总人数约为：5620人次。会议用房约为3219个间夜；其中新增加的会议客户24家。

2、本地行政、事业、企业协议单位间夜为4077个间夜，平均每天间22.65间，其中新签协议客户32家。

3、网络订房约为：479个间夜，平均每天间夜为2.66个间夜，网络订房包括，携程、艺龙、同程、号码百事通等6家网络销售平台。

4、旅行社、团队间夜约为：4120间，酒店以贵州旅游海外总公司、贵州国旅、青旅为旅行团队大客户

5、总的散客开房间夜约为4049个间夜，也包括了网络订房其中上门散客开房间夜.平均每天间22.5个间夜。

6、餐饮预订：

1月份：5322人次、共计：510桌、2月份：3200人次、共计305桌。

3月份：3405人次、共计：340桌、4月份：5319人次、共计496桌。5月份：4865人次、共计：463桌、6月份：5219人次、共计497桌。

配合餐饮部餐饮销售人员展开全面的酒店餐饮销售

7、收款任务，上半年在酒店领导每月制定的任务基础上回收欠款共计：

2608632元（贰佰陆拾万零捌仟陆佰叁拾贰元）其中：1月805494元、2月364177元、3月233731元、4月517346元、5月270147元、6月417737元。

8、年度重大接待9个，如：省委书记、委员、常委栗战书、全国人大常委会副委员长，民建中央主席陈昌智、省政协副主席王富玉、全国政协财经工作会议会议团等国家二级、三级重大接待。在接待的过程中得到了县领导的赞扬和对我酒店接待水平的肯定。

1、会议接待市场：首先销售部认真贯彻酒店领导关于维护好本县行政、事业等单位市场销售的思想，同时注重加大县外单位会议的促销和开发，在每月初及时了解会议信息，注重加强与各单位的联系，定期拜访，对会议的各项要求进行一一落实，与相关部门进行及时沟通、协调，认真接待好每一次大中小型会议，精心细致地做好每次会议的接待工作，得到了领导的一致好评。在县外单位会议市场的开发上，加大信息捕捉，量身度势，加大会议接待的宣传力度，半年来，我们逐步的开拓了一批新的县外会议客源，如：省工信局，省交通厅，湖南省石油总公司、中国网络优酷网培训公司等，同时注意加强了去年会议客户：省财政厅，省劳动和社会保障厅，中铁十三局，省电信，省工商行政管理局等的密切联系，并与旅行社会议接待中心等的合作，充分利用他们的会议接待平台和业务销售，进行宣传自己，同时争取了一定的会议客源。

1、旅行社市场一直是酒店的一个销售大户，为开发这一市场，在通过严谨细致的市场调查后，结合酒店的实际情况，制定了相应的接待价格政策和接待方案，并通过登门拜访、传真等方式进行了宣传工作，我店旅游团队接待已经颇为成熟，且酒店的知名度也已经提升，一定程度上弥补了淡季酒店的客房闲置，提高了客房入住率，同时带来了一定的经济效益。

2、为了拓宽销售宣传渠道，利用网络平台，qq等聊天工具，一方面进行酒店的宣传，和客户之间的沟通。一方面及时进行酒店各方面的信息即时更新，在宣传的同时拉近了客户之间的关系。

3、同时加强了与网络订房中心的合作，在互联网上做宣传。网络订房现在已经成为各类型宾客公务出差、旅游、商务活动的选择方式之一。为了网络订房中心实现资源共享、市场共拓，酒店采取返佣的方式，选择了6家左右的订房中心，进行合作，如携程、艺龙、114号码百事通、同程旅游网、12580中国移动订房在线等知名订房中心。

4、加强内部管理和培训工作。

我们有针对性地对新任销售人员加强了培训工作，使他们能最快的速度进入角色，同时也加强了内部员工的学习与交流，使团队的战斗力得到了一定的提升

1、销售队伍不稳定，特别是缺少有销售经验的人员，而且对销售人员的培训力度也亟待加强。

2、信息的捕捉和处理能力有所欠缺，具体表现在：缺乏把握市场信息的能力，在信息高度发达的现代社会，信息一纵而过，有一些有效的信息在我们身边流过，但是我们没有抓住。缺乏信息的交流，使很多有效的信息白白流失和工作的被动。在今后的的工作中，应采取有效的措施，发挥信息的作用，加大信息的交流，加强信息的处理能力，加强内部的沟通交流。

3、宣传力度不够大，特别是餐饮促销方法有待提高，下半年会大力配合餐饮部餐饮销售人员展开全面的酒店餐饮销售，突破瓶颈，开创新局面。

4、市场营销策划活动较少，特别是针对性的节假日、重大活动等期间的策划。

五、下半年的工作计划和打算

市场营销部将及时调整营销计划策略，勇于开拓创新，加强学习，团结奋进、敢挑担子，发挥营销的开源创收龙头作用，加大行政、商务、协议和散客

市场的促销与开发，继续收集信息争取一定的会议客源，适量的开发一定的旅游团队市场，走可持续发展的路线现制定如下工作计划：

- 1、继续做好会议的接待工作同时，加强会议促销，打造日月的会议接待品牌。积极寻求组织省内外会务客源，重点放在一些企业经济类的行政会议、商务会议、培训班会议和事业单位的会议。
- 2、加强婚宴、各种宴会等促销，增加高档旅行社指定用餐，增加团队自点餐消费。
- 3、加强商务促销和协议签订散客市场客源的开发，提高酒店的知名度，增加系统外散客的市场份额。这是我们酒店客房追求的另一个最主要的客源市场，要在有限的房数实现客房利润的最大化。在开拓散客市场，重点是周边市场，为此：营销部下半年的工作中：（1）通过对销售人员实行拜访量的考核及每月有效客户量的考核，促使其加大对老客户的拜访和新客户的拓展，增加酒店的客源量。定酒店的散客销售比例；（2）通过与前厅的配合，对酒店各类散客实行促销政策，像网络公司一样吸引客人成为我店的客户，对其可实行活动用房的方式，稳定其长期入住我店，从而增加酒店的销售。
- 4、通过近期对网络公司及旅行社的调查和沟通，目前在我市做得较好的订房中心还是携程和艺龙两家，网络公司对酒店的要求均集中在：在旺季时酒店能无条件保证其订房需求。对此，（1）我部将在今后的工作中加强与前厅的配合和协调，通过调整客源构成全力满足网络公司的订房需求，并根据市场需求及时调整价格，配合网络公司做好预订工作，增加酒店的客源；（2）对网络公司进行定期的回访，征求其对酒店的建议和意见，及时更新酒店在网上的宣传资料及新的促销政策，进行适时的销售调整；（3）对网络公司根据其每月的佣金进行快速返佣，调动他们的销售积极性，增加我店在网上的预订量，从而增加酒店的销售额。另外，对旅行社而言，由于其对价格敏感度最强，故在下半年的销售中，除了在价格上做到灵活的掌控、适当的进行调整外，我部将安排专职销售人员加强与旅行社计调人员的密切联系，增加其在酒店的团队预订量，提高酒店出租率；合理并适量的开发旅游团队市场，尽量做好调剂，在会议淡季加大团队销售，并定位于一些档次较高的团队市场开发。
- 5、加大内部和外部宣传和促销工作。通过人员促销、通过旅行社宣传，短信平台宣传，网络营销，其它媒体等等方式，来吸引更多客人的关注，并最终带来经济效益。
- 6、密切合作，主动协调与酒店其他部门接好业务结合工作，密切合作，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。
- 7、进一步强化销售员工培训、提高员工素质、业务水平。同时为营造一个和谐、积极的工作团体，多组织一些有意义的部门活动，来提高团队的凝聚力：规范销售人员的工作计划性；培养销售人员的工作独立性；量化工作目标，实行目标考核；统一管理表格，完善各类协议；坚持每天的部门的班前会和班后会，定期进行各类培训。

市场纵有千变万化，销售独有一墨之规。百舸争游，非进必退。在充满挑战的下半年，营销部全

体员工在酒店领导的正确领导下立志以前瞻的视野，超前的营销，勇于创新，迎难而上，勤勉工作，全身心投入酒店的经营发展中去，为酒店奉献自我，争取完成酒店下达的经济任务指标，创造营销部的新形象、新境界！

酒店销售工作心得体会简短篇二

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，基本完成了酒店20××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：

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，争取做到最大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，20××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**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。

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。

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。

酒店销售工作心得体会简短篇三

促进酒店“安全、经营、服务”三大主题的一年，也是酒店全年营收及利润指标完成得较为理想的一年。值此辞旧迎新之际，有必要回顾总结过去一年的工作、成绩、经验及不足，以利于扬长避短，奋发进取，在新一年里努力再创佳绩。

酒店总经理班子根据中心的要求，年初制定了全年工作计划，提出了指导各项工作开展的总体工作思路，一是努力实现“三创目标”，二是齐心蓄积“三方优势”等。总体思路决定着科学决策，指导着全年各项工作的开展。加之“三标一体”认证评审工作的促进，以及各项演出活动的实操，尤其下半年十六届四中全会强劲东风的激励，酒店总经理班子带领各部门经理及主管、领班，团结全体员工，上下一致，齐心协力，在创收、创利、创优、创稳定方面作出了一定的贡献，取得了颇为可观的业绩。

1、经营创收。酒店通过调整销售人员、拓宽销售渠道、推出房提奖励、餐饮绩效挂钩等

相关经营措施，增加了营业收入。酒店全年完成营收为 万元，比去年超额 万元，超幅为 %；其中客房收入为 万元，写字间收入为 万元，餐厅收入 万元，其它收入共 万元。全年客房平均出租率为 %，年均房价 元/间夜。

2、酒店客房出租率和平均房价，皆高于全市四星级酒店的平均值。管理创利。酒店通过狠抓管理，深挖潜力，节流节支，合理用工等，在人工成本、能源费用、物料消耗、采购库管等方面，倡导节约，从严控制。酒店全年经营利润为 万元，经营利润率为 %，比去年分别增加 万元和 %。其中，人工成本为 万元，能源费用为 万元，物料消耗为 万元，分别占酒店总收入的 %、%、%。比年初预定指标分别降低了 %、%、%。

3、服务创优。酒店通过引进品牌管理，强化《员工待客基本行为准则》关于“仪表、微笑、问候”等20字内容的培训，加强管理人员的现场督导和质量检查，逐步完善前台待客部门及岗位的窗口形象，不断提高员工的优质服务水准。因而，今年5月份由市旅游局每年一次组织对星级饭店明查暗访的打分评比，我店仅扣2分，获得优质服务较高分值，在本地区同星级饭店中名列前茅。此外，在大型活动的接待服务中，我店销售、前厅、客房、物业、餐厅等部门或岗位，分别收到了来自活动组委的表扬信，信中皆赞扬道：“酒店员工热情周到的服务，给我们的日常生活提供了必要的后勤保障，使我们能够圆满地完成此次活动。”

4、安全创稳定。酒店通过制定“大型活动安保方案”等项安全预案，做到了日常的防火、防盗等“六防”，全年几乎未发生一件意外安全事故。在酒店总经理的关心指导下，店级领导每天召开部门经理反馈会，通报情况提出要求。保安部安排干部员工加岗加时，勤于巡逻，严密防控。在相关部门的配合下，群防群控，确保了各项活动万无一失和酒店忙而不乱的安全稳定。酒店保安部警卫班也因此而被评为先进班组。

酒店总经理班子率先垂范，组织指导党员干部及全体员工，认真学习领会十六届四中全会精神。结合酒店经营、管理、服务等实际情况，与时俱进，提升素质，转变观念。在市场竞争的浪潮中求生存，使整个酒店范围下半年度突显了可喜的改观。主要表现在干部员工精神状态积极向上。酒店总经理大会、小会反复强调，干部员工要有紧迫感，应具上进心，培养“精气神”。酒店的管理服务不是高科技，没有什么深奥的学问。关键是人的主观能动性，是人的精神状态，是对酒店的忠诚度和敬业精神，是对管理与服务内涵真谛的理解及其运用。店级领导还通过组织对部门经理、主管、领班及员工的各项培训交流，启发引导大家拓宽视野，学习进取，团结协作。在完

成酒店经营指标、管理目标和接待任务的过程中实现自身价值，并感受人生乐趣。因而，部门经理之间相互推诿和讥贬的现象少了，则代之以互通信息、互为补台、互相尊重；酒店每月两次夜间例行安检和每周一次质量检查请假、缺席的人少了，则代之以主动关心参加、检查仔细认真等。在一些大型活动中，在店级领导的榜样作用下，部门经理带领着主管、领班及其员工，加班加点，任劳任怨，工作延长虽很疲惫却始终保持振作的精神状态，为酒店的窗口形象增添了光彩。

在今年抓“三标一体”6s管理的推行认证过程中，酒店召开了多次专题会，安排了不同内容的培训课，组织了一些验审预检等。这些大大促进并指导了酒店管理工作更规范地开展。同时，酒店引进国内外先进酒店成功经验，结合年初制定的管理目标和工作计划，酒店及各部门全年主要抓了八大工作。

（一）以效益为目标，抓好销售工作

1、人员调整。酒店销售部划开前台等岗位，仅销售人员上半年就有名，是同规模星级酒店的2倍多。酒店总经理班子分析原因，关键是人，是主要管理人员的责任。因此，酒店果断地调整了销售部经理，并将人员减至名，增强了留下人员竞争上岗意识和主动促销的工作责任心。

2、渠道拓宽。销售部原来分解指标因人而定，缺少科学依据。酒店下达的经营指标却难如期完成。针对上半年出现的缺少市场调研、合理定位、渠道划分种种问题，总经理班子在调整了部门经理后，研究通过了下半年度的“销售方案”。其中在原有协议公司、网络订房、上门散客仅三条自然销售渠道的基础上，拓展增加了会展、团队、同行、会员卡等渠道，设渠道主管专人负责，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，一是划分渠道科学，二为分解指标合理，三能激励大家的工作责任心和促销的主动性，四可逐步再次减员增效，五则明显促进了销售业绩的提升。

3、房提奖励。根据本酒店市场定位为商务型特色酒店，以接待协议公司商务客人和上门散客为主，以网络订房、会展团队等为辅的营销策略，总经理班子参照同行酒店“房提”的一些成功经验，制定了对销售部前台接待人员按高出协议公司价售房后予以一定比例提成的奖励。这一房提奖励政策，极大地调动了前台接待员促销热情和服务态度，使酒店上门散客收入由上半年万元升至下半年万元，升幅约为%。

4、窗口形象。销售部前厅除充分利用酒店给予的房提政策，加大促销力度外，还特别重视塑造酒店的窗口形象。其一，合理销控房间，保证酒店利益最大化。例如，在今年的车展、房展期间，合理的运作，保证客人的满意，也保证了酒店的最大利益，连续多天出租率超过100%，而平均房价也有明显的提高。其二，完善工作流程，确立各种检查制度。加强对前厅在接待结帐、交接-班等工作流程上的修订完善，尤其是结帐时采用了“宾客结算帐单”，减少了客人等待结帐的时间，改变了结帐的繁琐易错。加强主管的现场督导。通过增加主管去前台的站台时间，及时解决了客人的各种疑难问题，并对员工的微笑服务方面起到了检查督导作用。加强主管和领班的双检查工作。要求主管和领班对每天每班的户籍登记等检查并签字，增强主管、领班的责任心。今年户籍登记、会客登记、上网发送等无发生一起错登漏登现象。总之，前厅部在总经理的带领下，层层把关，狠抓落实，把握契机，高效推销，为酒店创下了一个又一个记录，上门散客由原来占客房总收入的%提高到%，最高日创收为元，最高日平均房价为元；全年接待宾客万人次，接待外宾万人次。

5、投诉处理。销售部尤其前厅岗位，是酒店的门面岗位，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”和“让客人完全满意”的宗旨

，从部门经理到主管、领班，直至前台接待人员，除了能做到礼貌待客、热情服务外，还能化解矛盾，妥善处理大大小小的客人投诉。一年来，销售部共接待并处理宾客投诉约起，为酒店减少经济损失约元，争取了较多的酒店回头客。

此外，销售部按酒店总经理班子的要求，开始从被动销售到主动销售、从无序工作到有序工作、从低效谈判到中效谈判、从无市场调研分析等无基础管理到每月一次市场调研分析和客户送房排名等等，直接赢得了销售业绩的显著回升。下半年共创收万元，比上半年增额万元，增幅约为%。

（二）以改革为动力，抓好餐饮工作

1、绩效挂钩。餐厅虽然是酒店的一个部门岗位，但在管理体制上率先进入市场轨道，绩效挂钩的改革举措在该餐厅正式推行，即将餐厅的经营收入指标核定为万元/月，工资总额控制为万元/月。在一定的费用和毛利率标准下，若超额完成或未完成营收指标，则按完成或未完成的比例扣除工资总额的相应比例名额。这种绩效挂钩的做法，一方面给餐厅厨房的管理者、服务员、厨师等人员以无形的压力，思想工作欠缺或管理不得法等还会带来一些负面的影响；另一方面，却使大家变压力为动力，促进餐厅、厨房为多创效益而自觉主动地做好经营促销工作。如餐厅增开夏季夜市、增加早餐品种等等。

2、竞聘上岗。餐厅除了分配政策作了改革，用人、用工机制也较灵活。管理者能上能下，员工能进能出，依据工作表现竞聘上岗等等，这些皆利于酒店及部门岗位的政令畅通，令行禁止。当然，主要管理者若素质欠佳或管理不力，也自然会产生一些逆反后果。但总体看来，餐厅将表现和能力较优秀的主管安排到负责岗位，将认真工作的员工提为领班，将不称职的主管、领班及员工予以劝退等，多多少少推动了餐厅各项工作的开展，为力争完成营收指标提供了管理机制等方面的保证。

3、试菜考核。酒店要求餐厅的厨师每周或至少隔周创出几款新菜，由店级领导及相关部门经理试菜打分，考核厨师的业务水平，同时对基本满意的新菜建议推销。半年来，餐厅共推出新菜余种，其中，铁板排骨饺、香辣牛筋、汉味醉鸡、野味鲜、兰豆拌金菇等受到食客的普遍认可。此外，对考核优秀的厨师给予表彰鼓励，对业务技术较差的厨师要求及时调换等。

另外，餐厅配合酒店，全年共接待重要客人批，计多桌，约人次。餐厅的服务接待工作得到了酒店和上级领导的基本肯定和表扬。

（三）以客户为重点，抓好物业工作

1、耐心售房。如物业部出租3322房，房主是做旅行社的，又处于刚创业阶段，为减少资本投入，就想租一间面积稍小但位置好能一目了然的房间，于是他们看中了3322房，离台口近18平方米的面积非常合适。然而此房间已被其他客人预订了。他们在物业部待了一整天。后来，物业部不厌其烦地给他们介绍其他房间，经过两天多的不断做工作，他们租下了比3322房大20平方米的3346房。在物业部全体员工的努力工作下，写字间的出租率达到了%，超过了去年同期水平。

2、售后服务。夏天到了，空调不制冷，投诉；房顶漏水了，投诉；发现有人私自动用公司的用品了，投诉；冬天到了，暖气不热了，投诉；就连浴室少了个凳子，都要投诉。每当物业部接到投诉电话时从不推卸责任，首先向客人道歉，再找到相关部门协助解决。解决完了还要对客户进行回访直到令其满意为止。

3、催收房费。催收房费也是一件难事。有的客人因为某种原因不按时交房费，物业部就积极进行催账，不仅是打电话，每到交费的时候就亲自到房间去收房费。

（四）以质量为前提，抓好客房工作

1、班组晨会。为保证酒店基本产品“客房”质量的优质和稳定，客房部根据酒店要求，设立了长包及散客班组的晨会制度，对当日的工作进行布置，对每个员工的仪表仪容不整进行规范，从而使全体员工在思想上能够保持一致，保证了各项工作能够落实到位。在班组的周例会中对上周工作进行总结，对下周的工作进行布置并形成文字，同时将酒店相关文件的内容纳入其中，充分体现了“严、细、实”的工作作风。

2、安全检查。除部门设立专职安全保卫分管负责人外，将安全知识培训开成系统在全年展开，体现不同层次、内容。从酒店相应的防范措施、突发事件的处理办法到各项电器的检查要求等等，从点滴入手。明确各区域的安全负责人，以文字形式上墙，强调“谁主管、谁负责”“群策群力”的工作原则。对于住店客人、会客人员、过往人员进行仔细观察、认真核对，做到无疏漏。全年散客区共查出住客不符的房间间，不符人员人。客务部共查出安全隐患起（客人未关门、关窗起；不符合酒店电器使用规定起）。

（五）以“六防”为内容，抓好安保工作。

1、制订预案。在日常经营、每个重大节日、大型活动前，保卫工程部都积极制定安保方案和应急预案共份、及时签订安全协议书份。按时组织酒店内安全检查，与各部门签订安全责任书，做到责任明确、落实到人、各负其责。

2、严格检查。严格检查消防设备设施，提前对烟感系统个报警点进行全面测试，对断线故障、报警点不准确进行修复，保障线路畅通、正常使用；对酒店应急疏散灯、安全出入口进行补装和更换等。

（六）以降耗为核心，抓好维保工作

1、八字要求。根据北京市委市政府关于节电节水的通知精神，酒店总经理办公会专题研究决定，在酒店及各部门原有管理规定执行的基础上，再次向全店干部员工提出节能降耗8字要求。即一要关，二要小，三要隔，四要定，五要防，六要查，七要罚，八要宣。

2、抢修维修。维修组的7名同志承担着酒店各个部门设备设施的维修保养工作，经常为抢修一个部位坚持工作到深夜，有时一干就是一整夜。同时，他们对自己的工作做到心中有数合理安排，如在入冬前提前对酒店供暖设备进行了全面检修、整修酒店配电箱更换电度表等。

3、采购把关。采购部在工作中努力做到节约开支，降低成本，积极走访市场咨询商家，努力做到货比三家，坚持同等价格比质量，同等质量比价格，严把进货质量关。坚持制度原则，凡是支出金额较大的采购计划，都要事先得到领导审批。做好预算费用开支，控制采购费用的支出。

（七）以精干为原则，抓好人事工作

酒店销售部工作总结5篇

1、合理定编。根据酒店总经理办公会议精神，以精干、高效为用人原则，人事部在年初

名全店人员编制的基础上，由店级领导出面，找相关部门协调，再减10名编制，并未影响酒店及部门工作。

2、员工招聘。根据酒店经营需要，控制人事费用支出，调整人员结构。由店级领导带队，数次去密云、怀柔、天津等地，联系职校，招聘录用实习生人次；登报次、网上招聘次，共计招聘人次。

（八）以“准则”为参照，抓好培训工作

1、店级讲座。按照酒店年初制定的全员培训计划，参照《员工待客基本行为准则》20字内容，由店级领导组织召集对部门经理、主管、领班及待客服务人员的专题培训，重点讲解管理素质、服务意识、礼貌待客、案例分析等。全年共组织培训余批，约人次参加，通过讲解、点评、交流等，受训人员在思想认识和日常工作中，皆得到不同程度的感悟和提升。

2、英语授课。上半年人事培训部每周二、四下午2小时，定期组织前台部门、岗位人员进行“饭店情景英语”的培训；下半年重点对餐厅、销售部前台员工进行英语会话能力的培训考核，促进了待客服务人员学习英语的自觉性。

3、部门培训。各部门在酒店组织培训的同时，每月有计划，自行对本部门员工进行“20字”准则内容和岗位业务的培训。例如销售部前厅，抓好对各岗位的培训，做到“日日有主题，天天有培训”。分阶段、分内容对前厅员工进行培训和考核。前台的接待、收银每天早班后利用业余时间进行培训；主管、领班每两周进行一次培训，前厅全体员工每月一次的培训。培训内容包括业务知识、接待外宾、推销技巧、案例分析、应急问题处理等。通过培训，员工的整体素质提高了，英语水平提高了，业务水平提高了，客人的满意度也提高了。一年来，各部门共自行组织培训批，约人次参加。酒店与部门相结合的两级培训，提高了员工整体的思想素质、服务态度和业务接待能力。

4、练兵考核。酒店会同客房、前厅、餐厅等前台部门岗位，在日常业务培训、岗位练兵的基础上，组织了业务实操考核，评出了客房第一名丁剑，第二名吕玺，第三名王凤；前厅第一名张进，第二名张振，第三名王云；餐厅第一名李晓娟，第二名孙桂芬，第三名高梅；厨房第一名黄玮，第二名方胜平，第三名钟玉彪。酒店分别予以奖励并宣传通报进行表彰。

一年的工作，经过全店上下的共同努力，成绩是主要的。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。用四星级酒店的标准来衡量，问题之明显、整改之必要已非常迫切地提上酒店领导班子的议事日程。

1、设施设备不尽完善。

2、管理水准有待提升。一表现在管理人员文化修养、专业知识、外语水平和管理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“管理模式”；三表现在“人治”管理、随意管理等个体行为在一些管理者身上时有发生。

3、服务质量尚需有优化。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。白天与夜晚、平时与周末、领导在与不在，都难做到一个样地优质服务。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结，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管理目标、经营指标和工作计划，以指导xx年酒店及部门各项工作的全面开展和具体实施。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发