# 销售会议

**OBJECTIVE 目的：**

1. 加强酒店内部交流。
2. 作为向相关部门反映顾客意见的平台。
3. 回顾过去一周的销售活动和业绩、讨论销售策略和竞争对手的动向。
4. 销售会议的日程安排制定后分发到所有与会者。
5. 营销部秘书负责做会议纪要。
6. 会议纪要必须在会议结束后四个工作日内分发到所有与会人员。
7. 会议纪要中包括“行动计划”栏，体现采取行动的时间和负责人。如果指定的负责人员在指定的时间内没有完成计划，“行动计划”栏中要注明延误原因。

**Bylaw规章制度：**

1. 参加人员：总经理室、各部门负责人、市场营销部全体人员
2. 回顾销售团队自上次会议后的活动和成就。所有销售人员都要汇报新业务的开拓情况、业务丢失的原因（如有），以及市场业务的开拓潜力。讨论即将开展的促销活动，通报销售流程和理念的变更情况。市场展望。对比现行销售业绩和目标销售业绩，提出改进措施以赶超销售目标。告知所有与会者促销活动中所需要的材料（宣传页、广告、海报，宣传册）。

销售会议议程

1. 回顾上月份客房销售情况
2. 本酒店客房销售情况
3. 竞争对手客房销售情况
4. 回顾上月商务客户建立情况
5. 新建商务客户总数
6. 至今总商务客户数
7. 签订旅行社及订房中心总数(包括网络订房)
8. 总登门拜访客户数量
9. 总电话销售拜访客户数量
10. 长住客签订情况
11. 回顾上月宴会销售情况
12. 总接待宴会及会议团数目
13. 重点宴会及会议团接待情况公布
14. 下月宴会及会议团预订情况
15. 回顾上月推广及专题销售分析
16. 广告宣传费用投资情况
17. 经营收入回报情况
18. 客人意见反馈情况及经验吸取
19. 回顾上月广告宣传工作情况
20. 报纸
21. 电视
22. 杂志
23. 网络
24. 传真文稿
25. 竖幅
26. 楼体宣传窗户广告
27. 店内宣传
28. 回顾上月客房价格体系
29. 回顾上月人员编制情况
30. 回顾上月整体客人意见反馈情况
31. 回顾客户信贷情况
32. 回顾上月工作情况总结出需改进及不足之处
33. 下月计划工作汇报
34. 下月计划推广活动
35. 客房推广
36. 餐饮推广

**晨会：**

市场营销部通常开每日例会，时间在早上销售人员上班后，销售人员将汇报每日的日常安排和主要销售活动，特殊公布和非常事件将在会上讨论。

1. 每位员工必须提前5分钟到会；
2. 例会地点在市场营销部办公室，由市场营销部经理主持例会；
3. 每位员工依次汇报工作情况；
4. 经理传达酒店例会精神、工作指示、经营信息，总结分析营业完成情况，检查销售指标完成情况、促销活动成效及新市场拓展程度，汇总回复客人需求、意见和建议；
5. 讨论大型销售计划和重要客人接待方案；

通常在团队抵达30、10天前，组织一个团队会议，以便检查或再次确认此团队的预订情况，团队协调、预定负责人和其他与该团有关人员再次确定有关预定后的具体细节。

**沟通的交通工具：**

1. 回顾和分析房间销售情况:平均房价和占有率，销售综合分析
2. 每日的更新
3. 当月主要的生意和新生意
4. 市场信息
5. 市场营销活动
6. 展览和会议销售

**访问参观报告**

销售经理对来酒店参观访问做小结，通常每星期一做

1. 访问参观团
2. 订房单位
3. 该团组织者
4. 访问参观团的意图
5. 入、离店时间，人数
6. 安排、礼物及特殊注意事项