

<<酒店营销新拓展>>

图书基本信息

书名：<<酒店营销新拓展>>

13位ISBN编号：9787802559035

10位ISBN编号：7802559030

出版时间：2011-11

出版时间：企业管理出版社

作者：王文慧，吕莉 著

页数：324

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<酒店营销新拓展>>

内容概要

酒店营销是酒店经营管理工作的龙头，许多酒店都将营销视为提高经营业绩最为重要的手段之一。本书在对酒店营销理论重新审视的基础上，进一步拓展了一些新的营销思路与营销，^J式：在营销的基础工作方面，强调服务文化的建设，以内部营销推动外部营销工作的进行；在产品没设计方面，强调引入主题以实现酒店的差异化；在销售方式方面，通过组织会员俱乐部实现顾客的忠诚；通过分时销售实现客房产品价值的最大化，为度假型酒店的营销方式注入新的活力；借助顾客的口碑实现品牌迅速有效的传播；借助网络，酒店业天然的耦合关系，使酒店由传统的主动强势营销转为顾客主动寻找酒店产品的“软营销”模式。

<<酒店营销新拓展>>

书籍目录

第一章 酒店的主题营销

- 一、主题营销的内涵与本质
- 二、主题营销的层次与表现形式
- 三、酒店主题事件与活动设计
- 四、酒店主题产品设计
- 五、主题酒店的建设

第二章 酒店的内部营销

- 一、内部营销概述
- 二、酒店内部营销的层次与管理过程
- 三、酒店内部营销的具体实施
- 四、酒店内部营销的注意要点

第三章 酒店的会员制营销

- 一、会员制营销概述
- 二、酒店会员制营销的具体实施
- 三、酒店实施会员制营销的关键要点
- 四、我国酒店会员制营销存在的问题及其解决

第四章 酒店的分时营销

- 一、酒店分时营销概述
- 二、酒店分时营销的具体运作
- 三、酒店分时营销的关键要点

第五章 酒店的口碑营销

- 一、口碑营销与酒店营销的关系
- 二、口碑营销的步骤
- 三、口碑营销的要领
- 四、口碑营销在网络上的应用

第六章 酒店的网络营销

- 一、网络营销概述
- 二、酒店网络营销策略及其要点
- 三、酒店网络营销技术
- 四、新型酒店网络营销方式

参考文献

- 一、专著
- ……

<<酒店营销新拓展>>

章节摘录

(一) 主题事件营销--推出主题活动 主题事件营销,是指酒店在经营发展的过程中,通过按月、按季或者按年策划组织一些具有社会影响力和新闻价值的各类主题型事件活动,吸引媒体、社会团体和消费者的兴趣与关注,借助媒体在社会公众中传播事件的影响力,以求提高酒店和产品的知名度与美誉度,树立酒店的品牌形象,并最终达到销售产品或服务的目的。

主题事件营销是大部分酒店习惯使用的主题营销手段,特别是在设计初期未能引入主题营销思想,产品本身不存在特色主题的酒店中,主题事件营销更是酒店开展主题营销、进行营销传播的一件利器。

(二) 主题产品营销--设计局部的主题产品 主题产品营销的重点是主题产品,即酒店仅通过其所经营的某一局部产品如客房产品、餐饮产品、娱乐产品等体现某一主题。

与普通的酒店产品相比,主题产品因其独具特色,因而对消费者具有较强的吸引力。

酒店中的主题产品可以是相对稳定的(长期体现某一主题,专门设计推出特色鲜明的主题客房或者主题菜肴,以便在较长时期内凭借这些特色对部分顾客形成垄断),也可以是短期阶段性相对变化的(不同的时期选择不同的主题产品,如在情人节推出与“情人”这一主题相关的情人客房或者情人套餐,在中秋节推出与“中秋”主题相关的团圆客房或者明月套餐等),还可以根据某一主题形成主题产品的创新发展(以某一主题为中心,分阶段推出不同特色的主题产品),或者将某一产品分成不同的主题进行设计,例如酒店针对婚庆消费者,除了提供传统的大众化的婚宴服务以外,还可以根据其消费能力与爱好兴趣,设计具有不同风格的婚庆主题产品,包括草地婚庆、园林婚庆、植树婚庆、潜海婚庆、花车婚庆、热气球婚庆等。

有时,主题产品营销需要与主题事件营销相结合,才能获得更好的效果。

.....

<<酒店营销新拓展>>

编辑推荐

新思维 新方式 新拓展： 主题营销令酒店脱颖而出、木秀于林； 内部营销强调以雇员满意实现顾客满意； 会员制营销使酒店拥有众多忠诚顾客； 分时营销为度假酒店注入新的营销运作方式； 口碑营销使酒店品牌形象推广威力倍增； 网络营销引导消费者主动寻找酒店产品。

<<酒店营销新拓展>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>