

《酒店营销实务》

图书基本信息

书名：《酒店营销实务》

13位ISBN编号：9787300156569

10位ISBN编号：7300156568

出版时间：2008-6

出版社：中国人民大学出版社

作者：宿荣江

页数：173

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《酒店营销实务》

内容概要

书籍目录

第一章 酒店营销概述

- 一 当今酒店业的发展趋势
- 二 市场运营与销售的区别
- 三 市场构成
- 四 高峰期、低谷期和平行期
- 五 市场营销中的管理者的角色
- 六 酒店经营的特点

第二章 市场计划：销售的基石

- 一 市场计划
- 二 市场销售团队
- 三 市场调研审视
- 四 酒店的定位
- 五 市场营销的目标
- 六 市场营销的预算
- 七 酒店产品定位
- 八 销售目标失败的原因

第三章 市场销售部分与人员

- 一 市场销售部
- 二 销售办公室
- 三 三项经典的组织原则
- 四 成功的销售人员所具有的特性
- 五 培训技巧
- 六 销售部会议
- 七 酒店活动安排日志
- 八 客房部房态日志
- 九 归档系统
- 十 销售办公室的自动化

第四章 客户拜访

- 一 客户拜访的类型
- 二 确认潜在客户
- 三 与客户谈话的距离
- 四 体语
- 五 演示性拜访的步骤
- 六 封闭式和开放式的提问方式
- 七 客户反驳意见的分类
- 八 成功的销售演示的三项技巧
- 九 时间管理和关键客户管理

第五章 电话销售

- 一 电话沟通的基本要素
- 二 通过电话确定潜在客户
- 三 电话约定
- 四 电话销售的结束技巧
- 五 促销、服务和公关形式的电话拜访
- 六 能带来销售业务的电话
- 七 电话突击销售手段
- 八 电子销售运营

第六章 酒店内部市场营销

- 一 酒店内部的市场营销
- 二 酒店内部销售
- 三 总经理与酒店内部销售
- 四 员工与酒店内部销售
- 五 员工奖励计划
- 六 酒店内部产品销售
- 七 特殊服务和酒店内部的促销活动

第七章 餐厅和酒吧销售

- 一 定位研究
- 二 菜单
- 三 确认菜单价格
- 四 餐饮产品推销的措施
- 五 餐厅促销的形式
- 六 酒店内部促销计划的步骤
- 七 赢得回头客
- 八 送餐服务

第八章 宴会与会议用房销售

- 一 宴会销售的利润
- 二 宴会销售部的职责和人员安排
- 三 宴会销售
- 四 咨询的种类
- 五 宴会菜单
- 六 常见的宴会服务形式
- 七 饮料计划
- 八 保证条款
- 九 会议用房销售

第九章 酒店营销广告

- 一 为什么要使用广告
- 二 广告的目的
- 三 店外广告、展示和宣传材料的使用
- 四 印刷广告
- 五 直邮广告
- 六 广播、电视广告
- 七 媒介广告多样性
- 八 相互性和合作性广告
- 九 广告的策略
- 十 制定有效的广告预算

第十章 酒店广告牌与形象宣传

- 一 独立经营型酒店的店标
- 二 广告牌
- 三 广告牌的类型
- 四 宣传广告栏的选择因素
- 五 广告宣传单和桌卡
- 六 广告册
- 七 特殊广告物品

第十一章 酒店营销材料及制作

- 一 选择报纸广告的因素
- 二 设计报纸广告的步骤
- 三 报纸广告的设计

- 四 报纸广告的撰写
- 五 杂志广告
- 六 消费者杂志
- 七 行业杂志
- 八 电话簿
- 九 衡量广告的有效性
- 第十二章 酒店公共关系
 - 一 公共关系计划
 - 二 公共关系效应的衡量
 - 三 新闻发布
 - 四 新闻发布材料
 - 五 旅游文章撰稿人
 - 六 与新闻媒体的关系
 - 七 个人采访
 - 八 应对敏感议题
- 第十三章 酒店商务客户市场
 - 一 商务旅行常客
 - 二 女性商务客户
 - 三 商务人住的类型
 - 四 行政或商务楼层
 - 五 商务服务
 - 六 赢得商务客源的途径
- 第十四章 针对休闲旅行市场的营销
 - 一 周末包价旅行
 - 二 满足家庭式旅行的需求
 - 三 旅游中间商
 - 四 过路旅游团与目的地旅游团
 - 五 酒店包价旅游
 - 六 小型酒店和休闲游客
- 第十五章 会议销售
 - 一 描述会议的主要种类
 - 二 会议计划的因素
 - 三 会议销售的组织工作
 - 四 关键客户的管理
 - 五 奖励会议
- 附录 练习答案

精彩短评

1、专业书籍，培训业内人士用。

《酒店营销实务》

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：www.tushu000.com