

A wide-angle photograph of the Shanghai skyline at night, viewed from across the water. The Oriental Pearl Tower is prominent on the left, and the Shanghai Tower is on the right. The city lights are reflected in the water. The title text is overlaid on the lower half of the image.

旅游市场营销 (第五版)



目录

Contents page



任务1 细分旅游市场

任务2 选择目标旅游市场

任务3 明确旅游市场定位

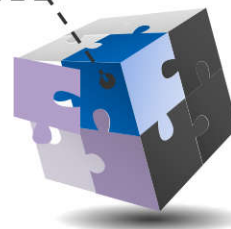


任务1 细分旅游市场

目录页

- ◆ 1.明确旅游企业实施市场细分的客观基础,举例说明市场细分的作用;
- ◆ 2.理解旅游市场细分的方法和市场细分的基本原则。

任务提出及实施





任务 1 细分旅游市场

目录页



一、旅游市场细分的概念

旅游市场细分是指企业根据旅游者特点及其需求的差异性,将一个整体市场划分为若干个具有类似需求特点的旅游者群体的活动过程。



任务 1 细分旅游市场

目录页



二、旅游市场细分的客观基础

市场需
求存在
差异性



市场竞
争日趋
激烈





任务 1 细分旅游市场

目录页



三、旅游市场细分的重要性

1. 企业情况分析

2. 市场细分

3. 选择目标市场

4. 市场定位

5. 制定相应的市场营销组合策略



任务 1 细分旅游市场

目录页



四、市场细分的意义



•(一)有利于企业抓住最佳的市场机会



•(二)有利于按目标市场的需要改良现有产品和开发新产品



•(三)有利于旅游企业集中使用资源



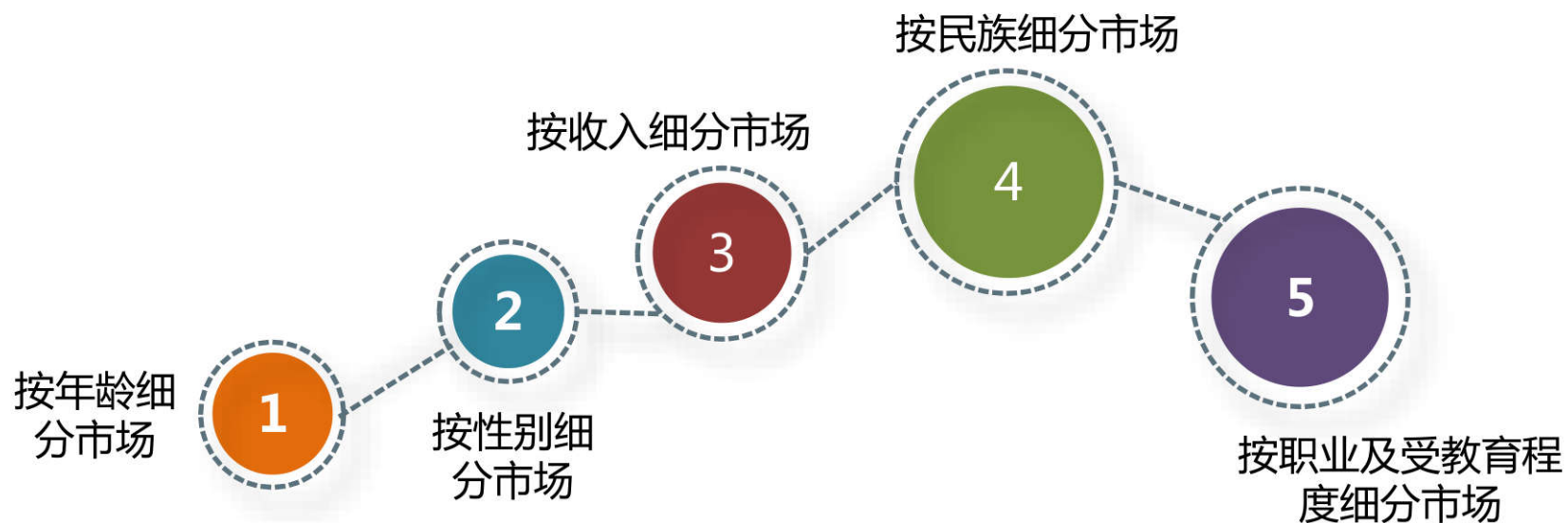
任务1 细分旅游市场

目录页



五、旅游市场细分的方法

□ (一)按旅游者的特点进行市场细分





任务1 细分旅游市场

目录页

□ (二)按地理区域进行市场细分

1.按主要地区细分市场

2.按国家(地区)细分市场

3.按气候细分市场



任务 1 细分旅游市场

目录页

□ (三)按心理因素进行市场细分

按生活方式细分市场

按态度细分市场

1

2



任务 1 细分旅游市场

目录页

□ (四)按购买行为进行市场细分



按购买目的细分市场



按旅游者寻求的利益细分市场



按经历情况细分市场



按购买过程及方式细分市场



按购买时机细分市场



按旅游者忠诚程度细分市场

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/108040141141006136>