



酒店营销环境swot 分析

汇报人：XXX

2024-01-19

目录

- **引言**
- **酒店营销环境概述**
- **SWOT分析原理及方法论**
- **酒店营销环境优势分析**
- **酒店营销环境劣势分析**
- **酒店营销环境机会分析**
- **酒店营销环境威胁分析**
- **总结与展望**



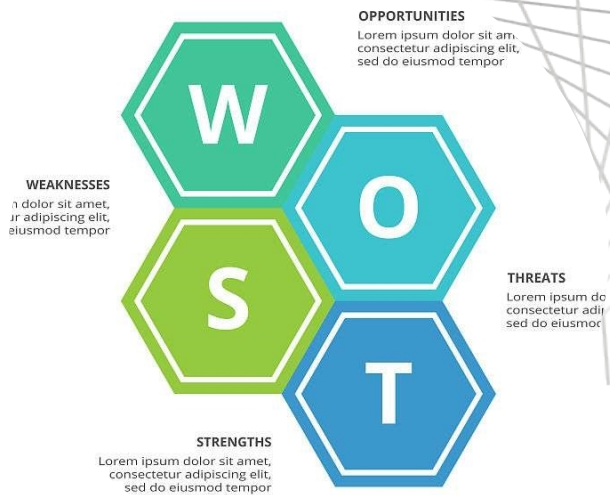
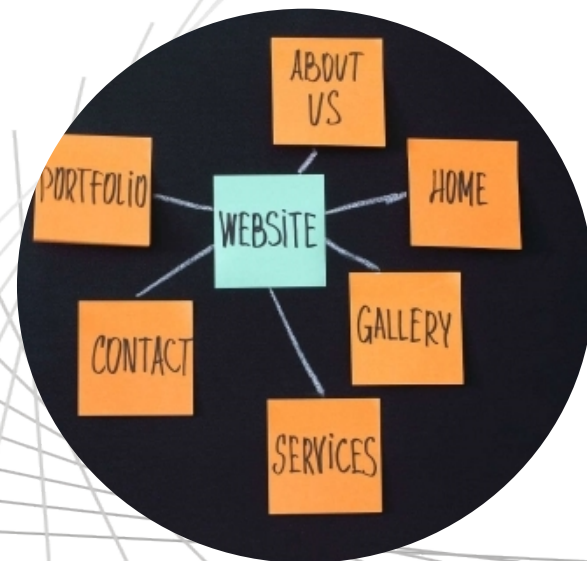
Part
/ 01

引言



目的和背景

分析酒店当前营销环境的优势、劣势、机会和威胁，为制定有效的营销策略提供决策依据。



随着市场竞争的加剧和消费者需求的变化，酒店需要不断调整和优化营销策略，以保持竞争力和提升业绩。



汇报范围

本次分析将涵盖酒店内部环境、外部环境、市场竞争、消费者需求等多个方面。

分析结果将以报告形式呈现，包括SWOT分析矩阵、策略建议等。



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod



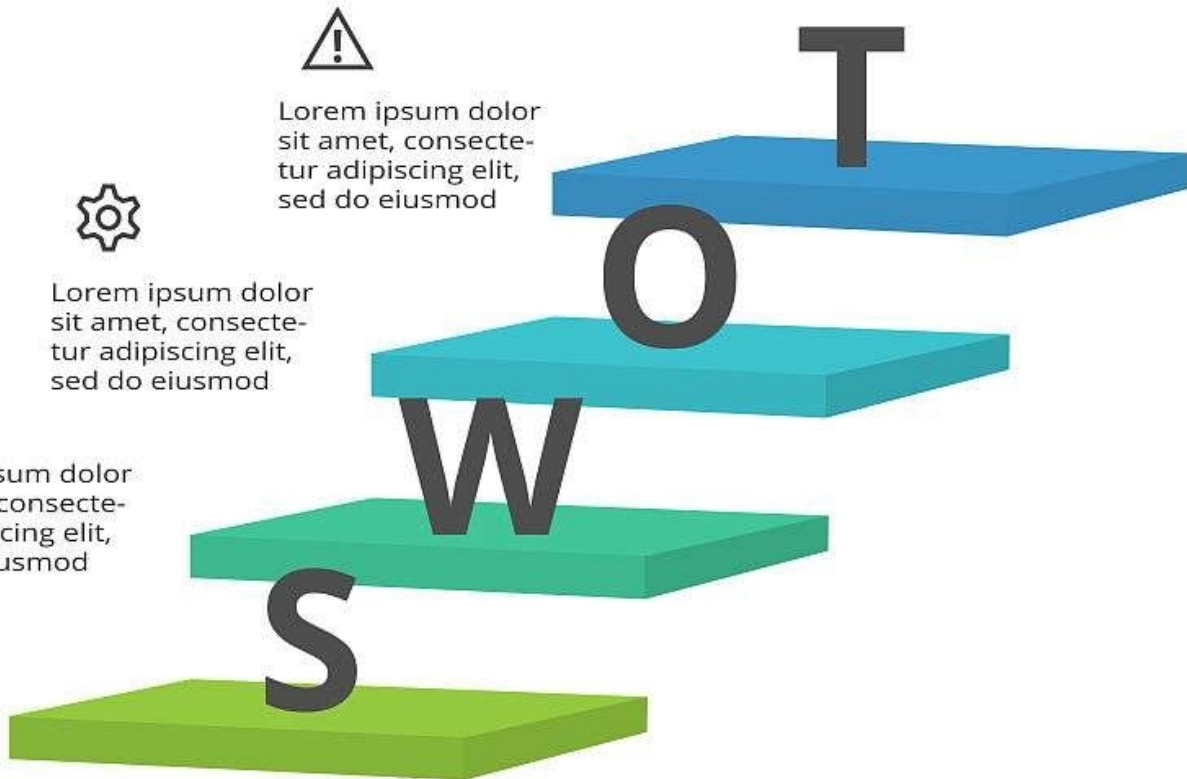
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod

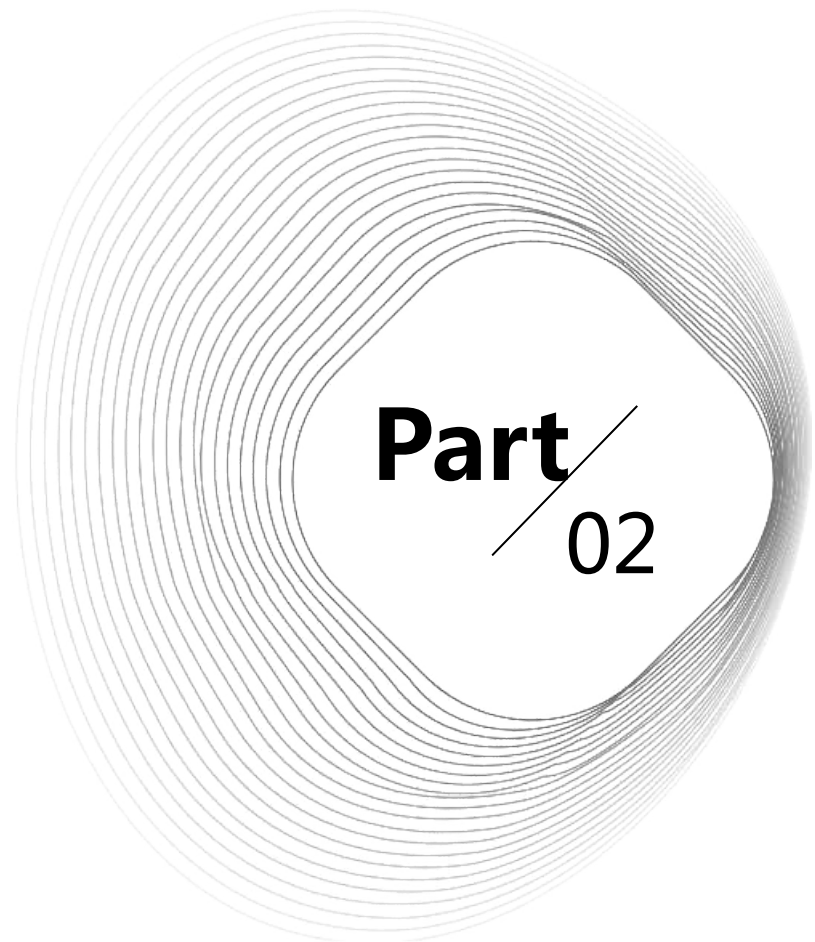


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod





酒店营销环境概述



酒店行业现状及发展趋势

1

行业竞争激烈

酒店数量不断增加，品牌多样化，市场竞争日益激烈。

2

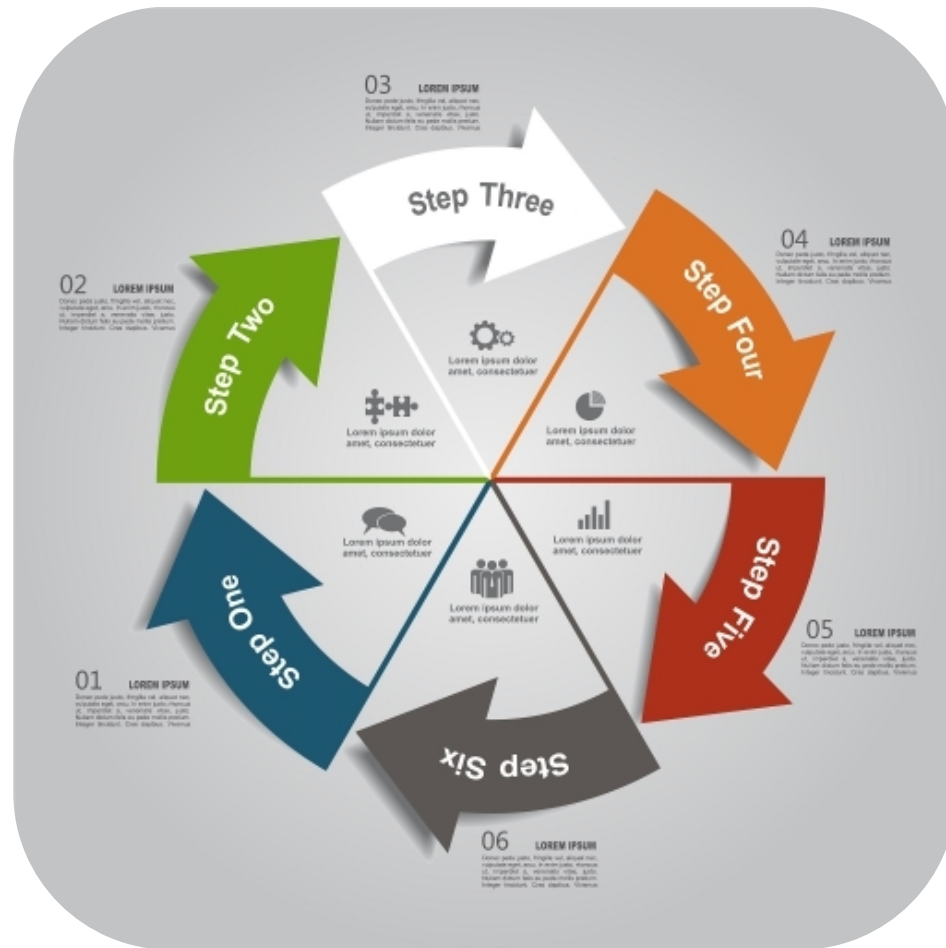
消费者需求变化

消费者对酒店服务品质和个性化需求不断提升，对绿色环保、智能化等方面也有更高要求。

3

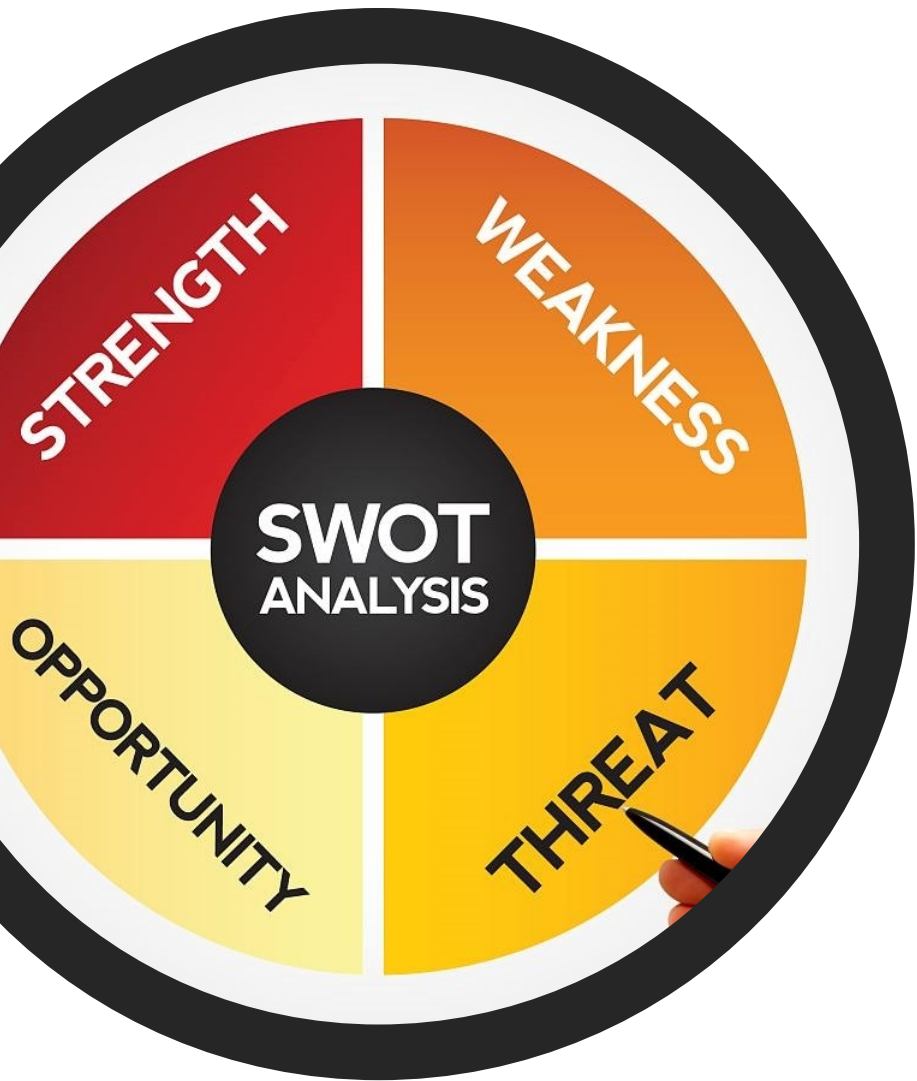
行业发展趋势

酒店行业逐渐向品牌化、连锁化、专业化方向发展，同时也在探索新的商业模式和盈利模式。





政策法规对酒店行业的影响



01

旅游法规政策

政府对旅游业的重视程度不断提高，出台了一系列旅游法规和政策，对酒店行业的规范和发展起到了积极作用。

02

环保政策

随着环保意识的提高，政府对酒店行业的环保要求也越来越高，酒店需要采取更加环保的措施来降低能耗和排放。

03

税收政策

政府对酒店行业的税收政策也直接影响到酒店的盈利能力和市场竞争力。



消费者需求变化及趋势



个性化需求

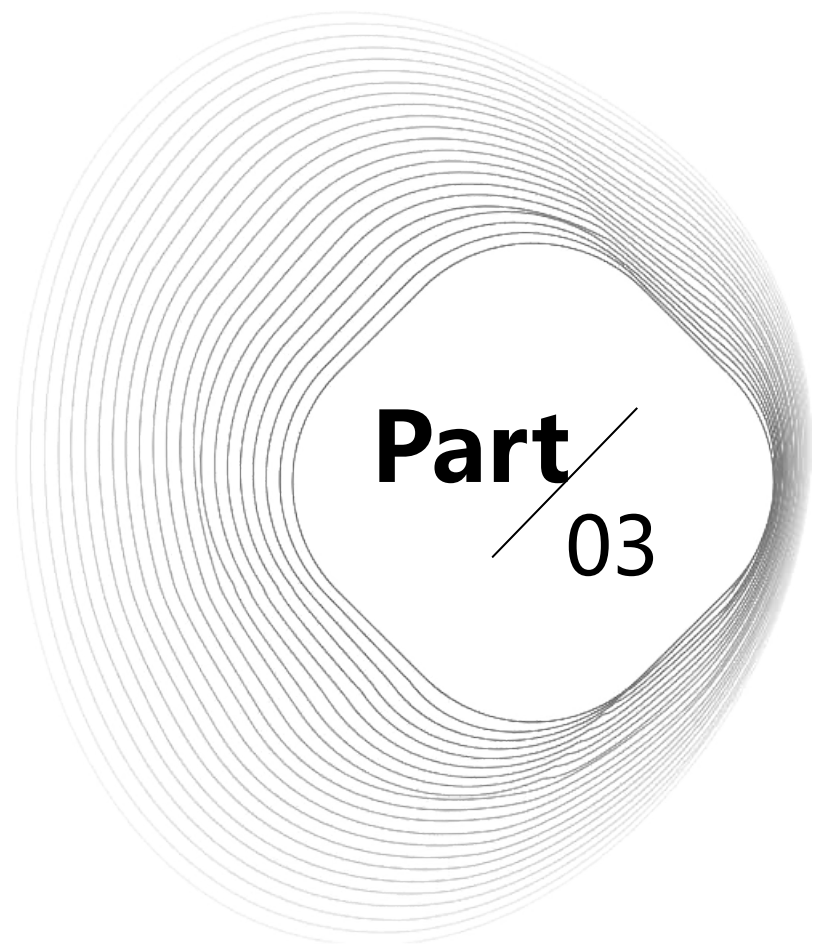
消费者对酒店服务品质和个性化需求不断提升，希望获得更加贴心、周到的服务。

智能化需求

随着科技的发展，消费者对酒店智能化服务的需求也越来越高，如智能门锁、智能照明、智能语音控制等。

绿色环保需求

消费者对酒店的环保要求也越来越高，希望酒店能够采取更加环保的措施来保护环境、降低能耗和排放。



SWOT分析原理及方法论



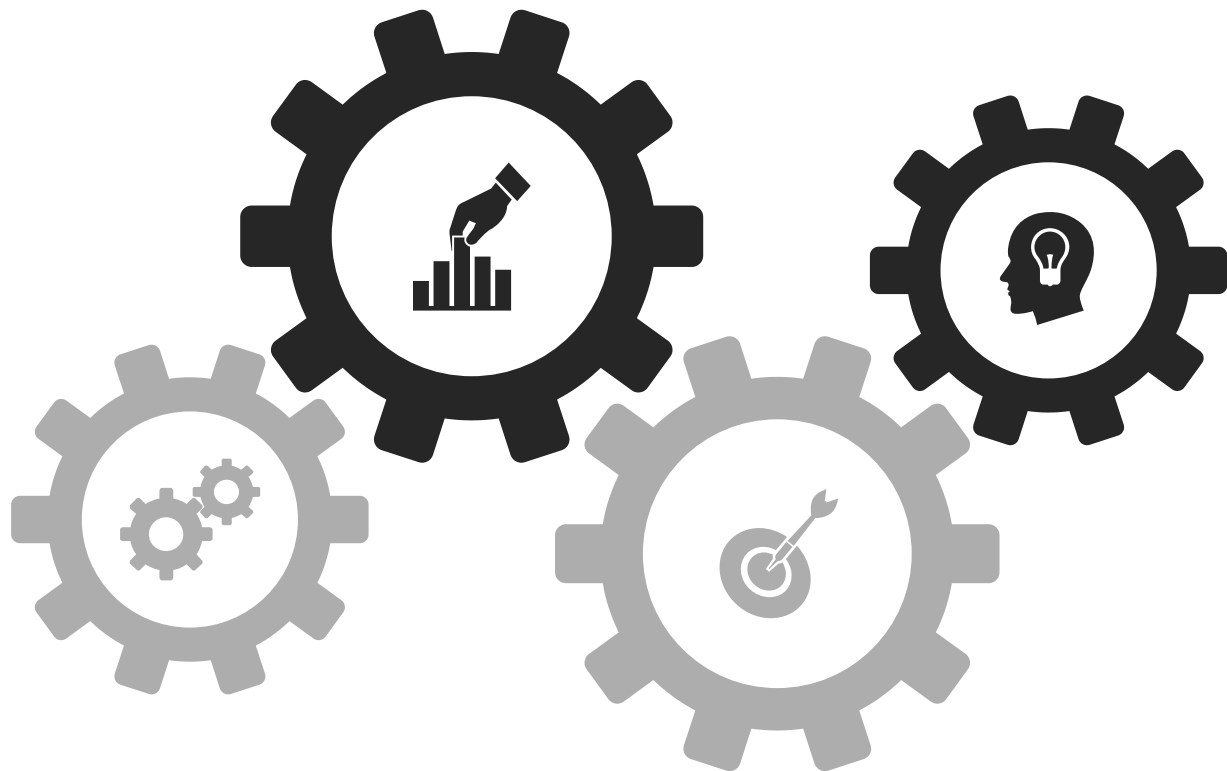
SWOT分析原理简介

SWOT分析是一种综合考虑企业内部条件和外部环境的各种因素，进行系统评价，从而选择最佳经营战略的方法。S是指企业内部的**优势(Strengths)**，W是指企业内部的**劣势(Weaknesses)**，O是指企业外部环境的**机会(Opportunities)**，T是指企业外部环境的**威胁(Threats)**。

SWOT分析通过对**优势、劣势、机会和威胁**的加以综合评估与分析得出结论，然后再调整企业资源及企业策略，来达成企业的目标。



SWOT分析方法论



构造SWOT矩阵

将调查得出的各种因素根据轻重缓急或影响程度等排序方式，构造SWOT矩阵。

规则校验与调整

当行动计划执行后，需要定期或不定期地对执行情况进行检查，并根据检查结果对原计划进行调整或修正，以确保计划的有效实施和目标的最终实现。



SWOT分析在酒店营销环境中的应用



分析酒店内部环境

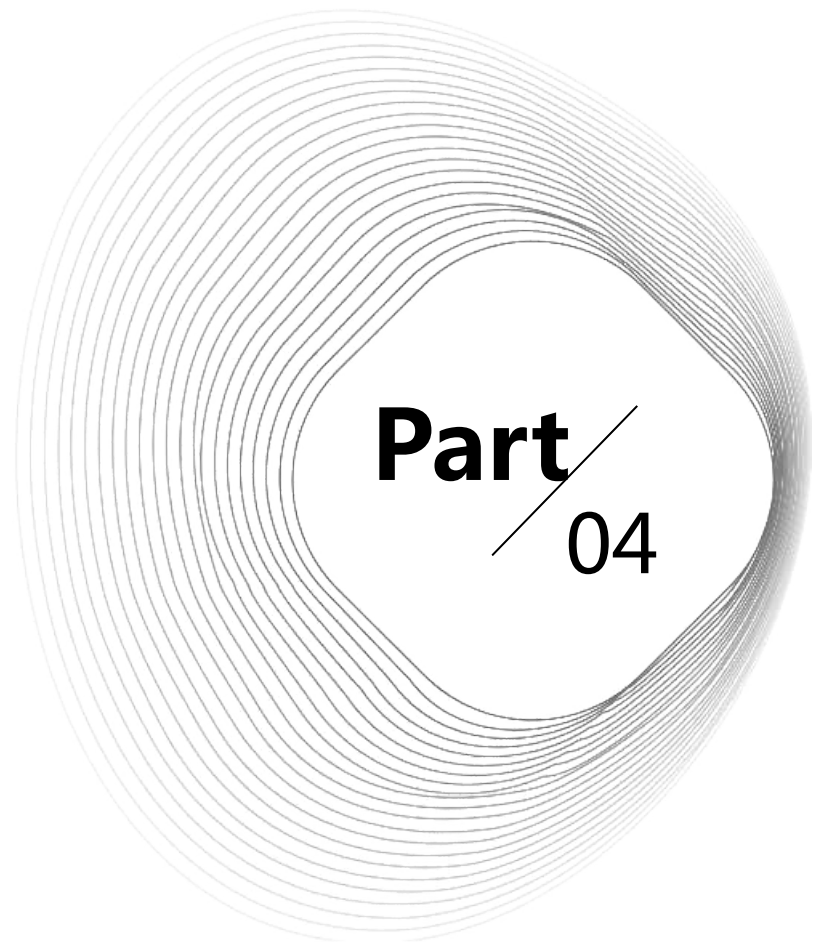
运用SWOT分析方法，可以全面、系统地分析酒店内部的优势和劣势，包括酒店设施、服务质量、管理水平、员工素质等方面。

分析酒店外部环境

通过对酒店外部环境的机会和威胁进行分析，可以了解市场趋势、竞争对手情况、政策法规等因素对酒店营销的影响。

制定酒店营销策略

基于SWOT分析结果，酒店可以制定相应的营销策略，如利用优势、改进劣势、抓住机会、应对威胁等，以提高酒店的市场竞争力和盈利能力。



酒店营销环境优势分析



品牌形象优势

知名度高

酒店品牌在市场上具有较高的知名度，能够吸引更多潜在客户的关注。

口碑良好

酒店品牌在市场上享有良好的口碑，客户对酒店的信任度较高。

品牌形象统一

酒店品牌形象统一，能够给客户留下深刻印象，提高品牌辨识度。



地理位置优势

01

交通便利

酒店位于交通便利的地段，方便客户前往，有利于提高酒店的可达性。

02

周边设施完善

酒店周边拥有完善的商业、餐饮、娱乐等设施，能够满足客户的多元化需求。

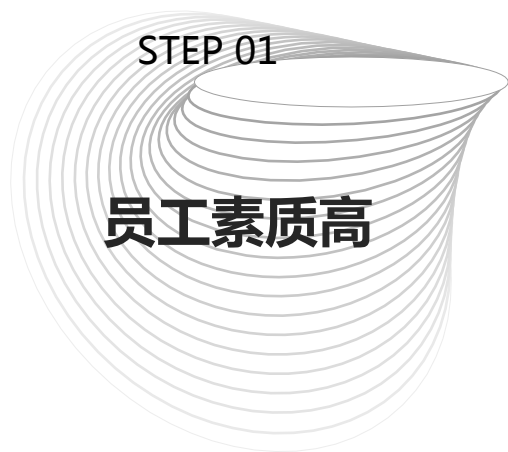
03

景点或商业中心附近

酒店位于著名景点或商业中心附近，能够吸引更多游客和商务客户。



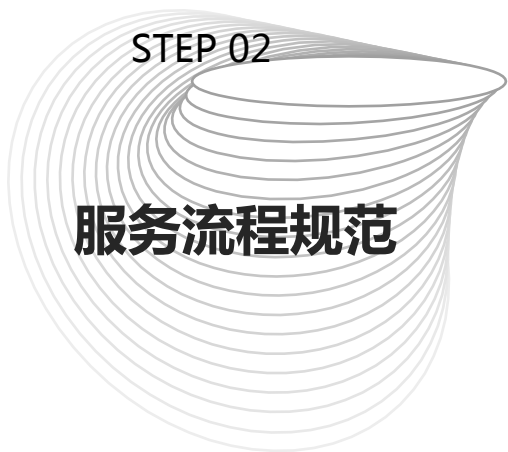
服务质量优势



STEP 01

员工素质高

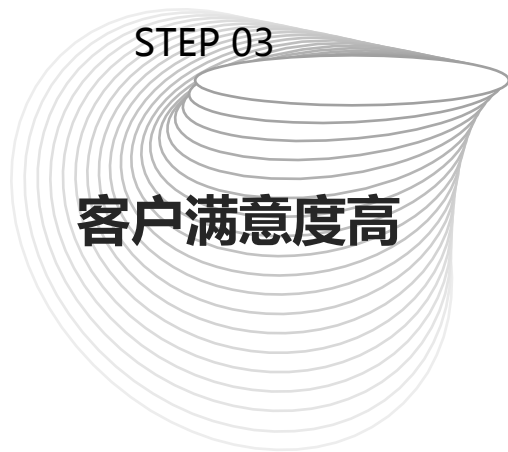
酒店员工具备良好的职业素养和服务意识，能够提供优质的服务。



STEP 02

服务流程规范

酒店服务流程规范，能够确保客户在入住过程中获得良好的体验。



STEP 03

客户满意度高

酒店客户满意度高，客户对酒店的服务质量和整体表现给予高度评价。



营销策略优势

多元化营销手段

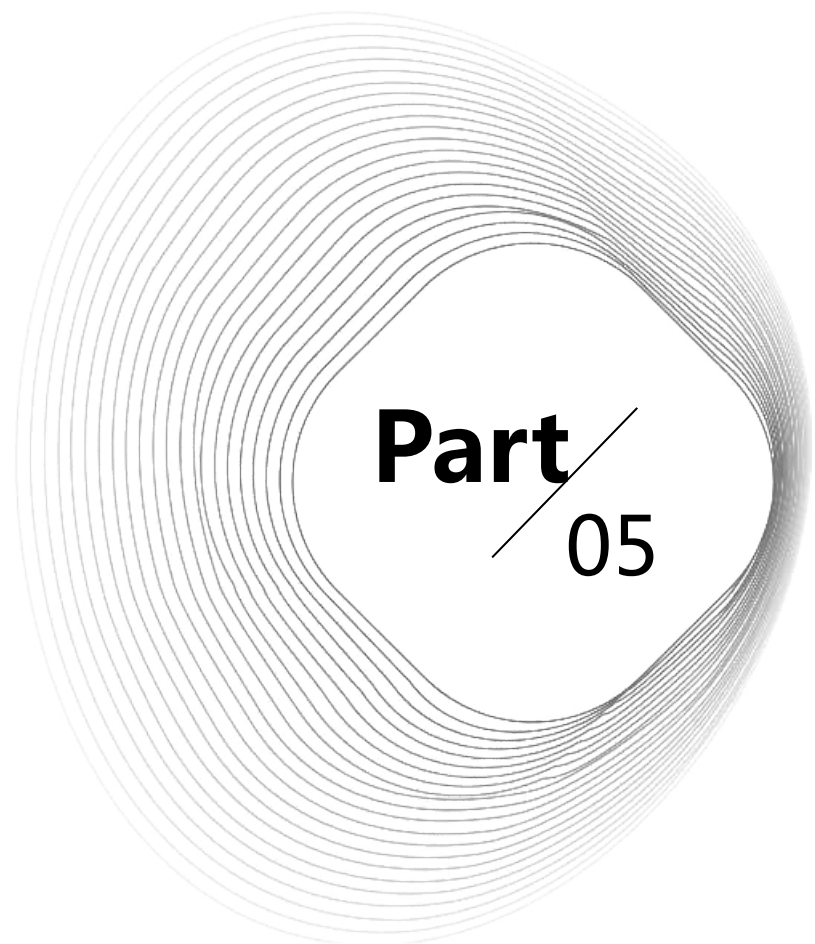
酒店采用多元化的营销手段，如网络营销、社交媒体营销、线下推广等，能够扩大品牌曝光度，吸引更多潜在客户。

客户关系管理

酒店注重客户关系管理，通过建立客户档案、提供个性化服务等方式，提高客户忠诚度和满意度。

市场调研与分析

酒店进行市场调研与分析，了解市场需求和竞争态势，为制定有效的营销策略提供支持。



酒店营销环境劣势分析

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/397141150043006060>