

# 酒店营销新理念与利用（讲座）

——张建业（成教学院院长、副教授）  
上海师范大学旅游学院  
上海旅游高等专科学校

请多提宝贵意见

I Am Always At Your Service

# 张建业简介

张建业，男；现任上海师范大学旅游学院/上海旅游高等专科学校成人教育学院院长，副教授，世界金钥匙酒店联盟（中国区）培训基地副主任；先后毕业于上海旅游高等专科学校、上海理工大学、瑞士理诺士饭店管理学院；曾担任过旅游饭店和饭店管理企业的高层职位，并在瑞士和新加坡等地的世界著名饭店研习；编著出版了有关饭店管理、酒店人力资源管理和市场营销等专业书籍8本，刊登论文10篇；国家旅游局饭店总经理、部门经理岗位培训资深教师，中国烹饪协会、各省市旅游局培训主讲教师；参加国家、省市和学校的科研项目数10项；目前研究方向：饭店管理、旅游管理等。

# 一、酒店无效营销的症结所在

(一) 营销观念的问题

(二) 酒店对营销的注重程度问题

(三) 营销部职权问题

(四) 营销机构和人员素质及安排问题

(五) 营销经费问题

(六) 目标市场问题

(七) 产品开发问题

- (八) 营销市场环境问题
- (九) 营销目的与手段问题
- (十) 营销计划问题
- (十一) 营销时间的掌握问题
- (十二) 全酒店内部系统问题
- (十三) 其他问题

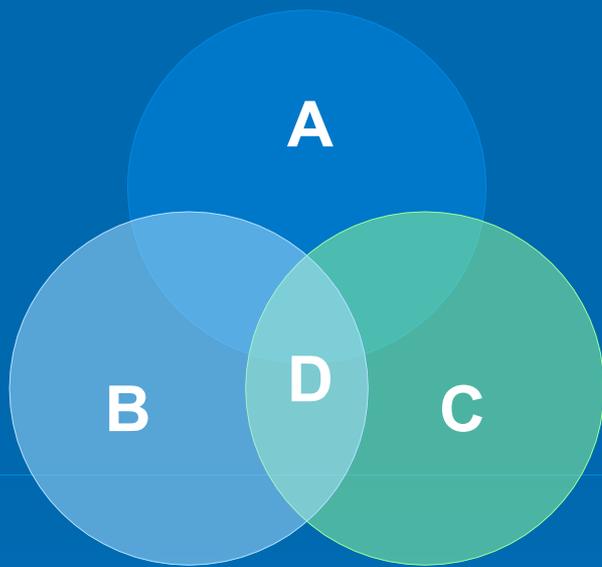
## 二、酒店营销必须回答的五大问题

- 1、我们的酒店目前在哪里？
- 2、我们的酒店想要到达哪里？
- 3、我们的酒店怎样到达那里？
- 4、我们的酒店怎么懂得一定能到达那里？
- 5、我们的酒店怎样懂得已经到达那里？

# 三、市场营销的基本理念与发展

## （一）市场营销观念的演变

- 1、生产观念
- 2、产品观念
- 3、销售观念
- 4、营销观念
- 5、社会营销观念
- 6、全球营销观念



A: 企业利益

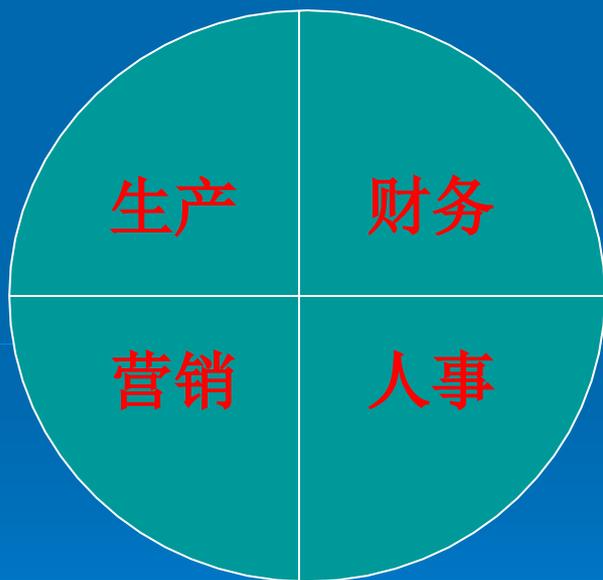
B: 社会利益

C: 消费者利益

D: 三者利益的结合点

# 饭店营销功能的演进过程

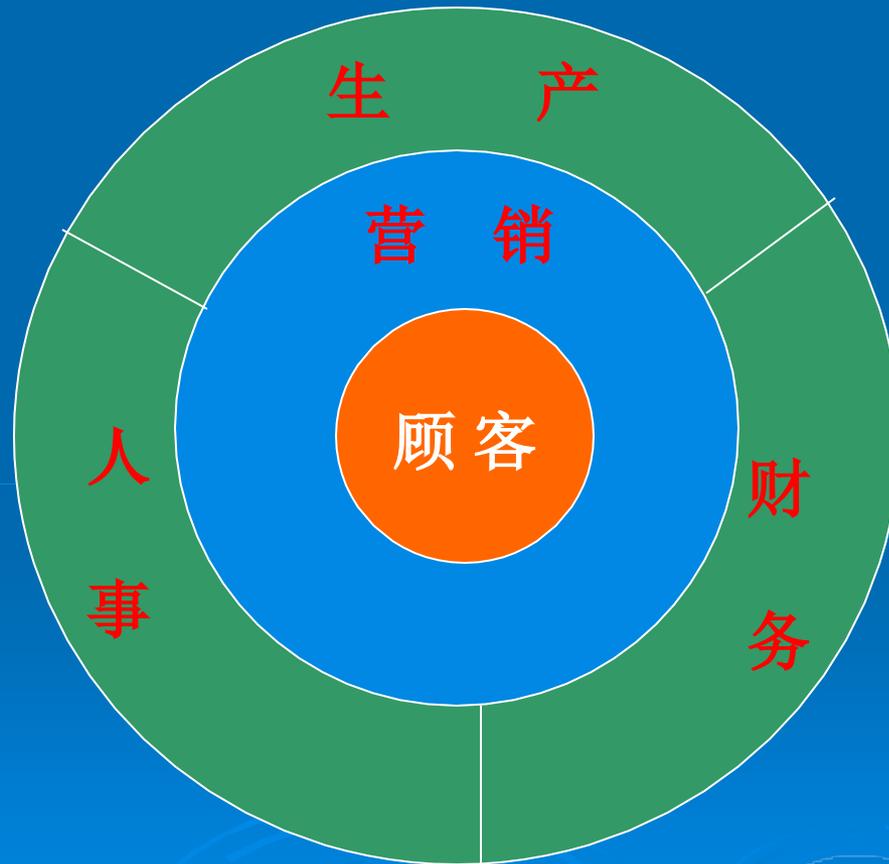
营销作为一般功能示意图



营销作为一种比较主要功能示意图



# 顾客作为关键功能和营销作为整体功能



## (二) 市场营销的实质以及与销售的区别

### 1、市场营销的实质

### 2、营销与销售的区别

	起 点	经营活动中 心	手 段	➤ 终点（目 的）
销 售	本企业	产 品	推销/促销	从销售中获利
营 销	市 场	顾客需求	整体营销活动	从顾客满意中 获利

### (三) 市场营销观念在酒店业中的应用

#### 1、消费者导向：作为起点，把握五大要素

(1) 拟定来宾需求的真正含义

(2) 拟定目的市场

(3) 差别化营销

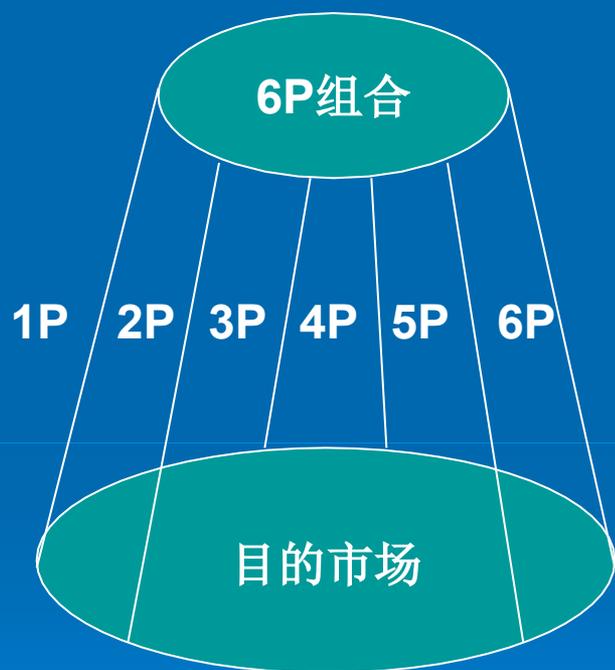
(4) 进行来宾行为研究

(5) 采用具有实际价值的策略与行动

## 2、整体营销

(1) 职能部门/前后各部门配合一致

(2) 各营销策略要素配合一致



营销方式是6P及组合

(1) 产品策略

(2) 价格策略

(3) 促销策略

(4) 分销策略

(5) 公共关系

(6) 权力营销

### 3、企业效益

(1) 帮助而非简朴取悦客人

(2) 到达“多赢”效果

(3) 进行营销调研

(4) 讲求社会利益与企业利益的统一

## （四）酒店市场营销的新发展

1、从跟随营销到发明营销

2、从“浑浊”营销到绿色营销

3、从有形营销到形象营销

4、从对抗营销到合作营销

5、从单一营销到整合/关系营销

与老式营销组合“4P”相比，整合营销的关键是“4C”，即

Product→关注客户的需求和欲望Consumer wants and needs

Price→关注客户为了满足自己需求和欲望所可能支付的成本Cost

Place→关注客户购置的便利性Convenience

Promotion→关注与客户的沟通 Communication

➤ 关系营销的体现形式为一对一营销

➤ 关系营销具有四个特征：

➤ 关系营销有三个层次：

关键—

内容—

形式—三级关系：

6、从大众营销到个性营销

7、从制造业营销到服务营销的 $4P_S+3R_S$ 组合

$3R_S$ : Retain 顾客保存:

Reference 有关销售:

Recommendation 顾客推荐:

## （五）酒店营销组合策略的发展趋势

1、产品——

2、价格——

3、广告——

4、促销——

5、直销——

6、推销——

7、公关——

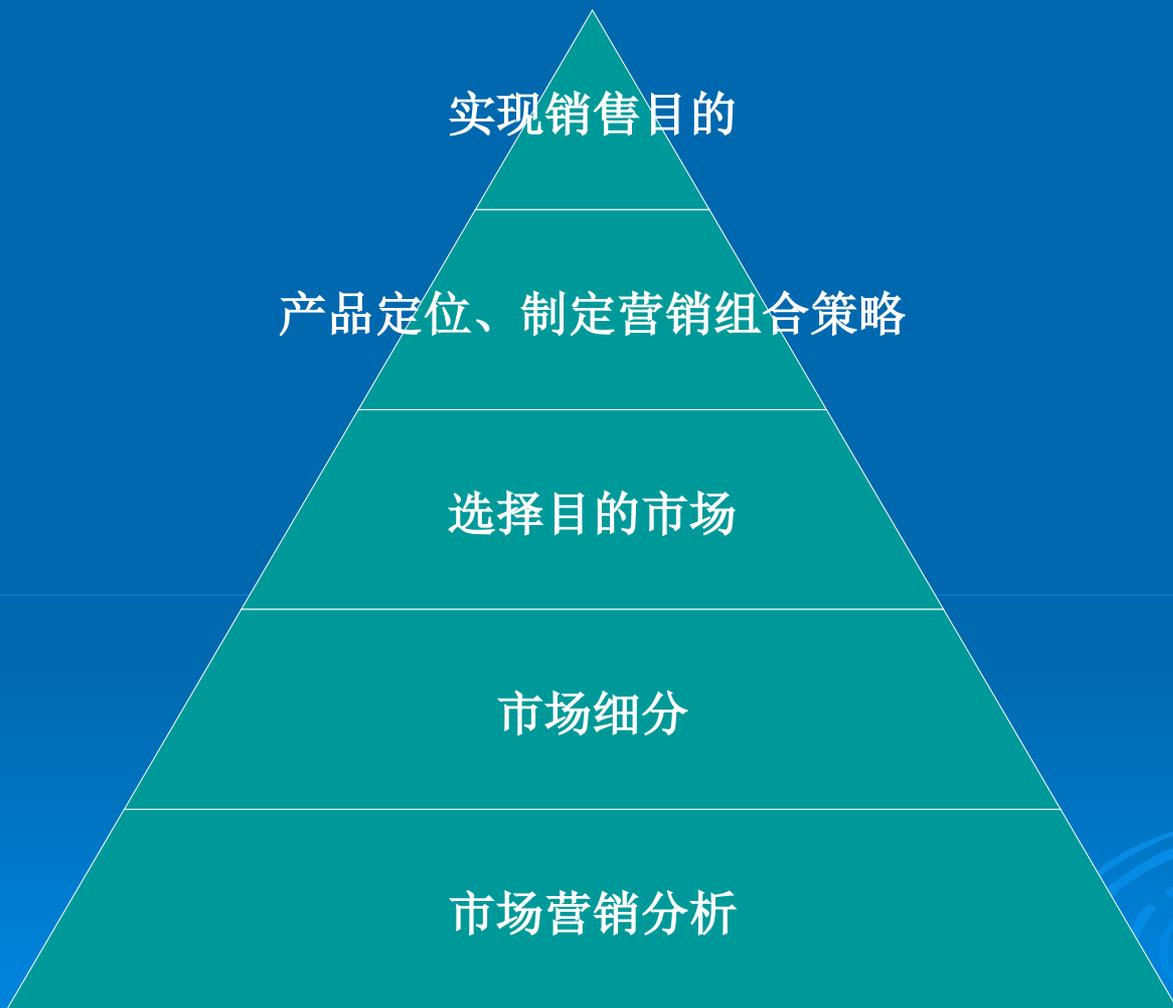
8、渠道——

# 四、饭店市场营销的基本框架及策略

## (一) 基本框架



## (二) 饭店目的市场营销理论体系金字塔框架



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/526211230200010240>