

酒店新营销模式分析报告总结

汇报人：XXX

2024-01-19



contents

目录

- 引言
- 酒店新营销模式概述
- 酒店新营销模式分析
- 酒店新营销模式案例
- 酒店新营销模式面临的挑战与对策
- 结论与展望

01

引言

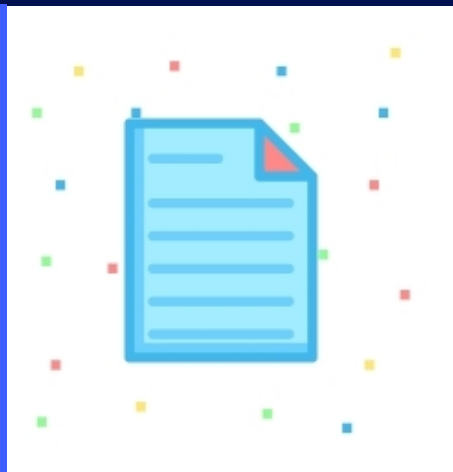


背景介绍

当前酒店行业竞争激烈，传统营销模式面临挑战。



酒店需要创新营销模式，提升品牌知名度和客户满意度。

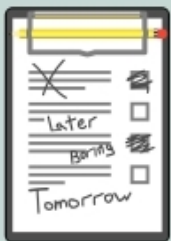
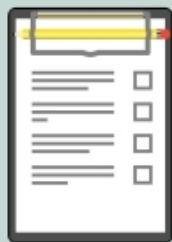
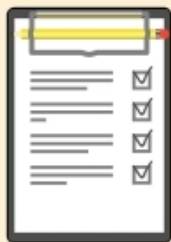


随着互联网和移动互联网的普及，消费者行为和需求发生变化。





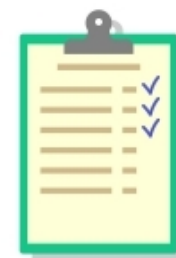
目的与意义



研究酒店新营销模式，为酒店行业提供借鉴和参考。



帮助酒店提高品牌价值和市场份额，提升竞争力。



有利于推动酒店行业的创新发展，满足消费者多元化需求。

02

酒店新营销模式概述



传统酒店营销模式

01



依赖线下渠道



传统酒店营销主要依靠线下渠道，如旅行社、酒店预订代理等。

02



广告宣传



通过电视、报纸、杂志等传统媒体进行广告宣传。

03



客户来源单一



客户主要来源于线下渠道，来源相对单一。

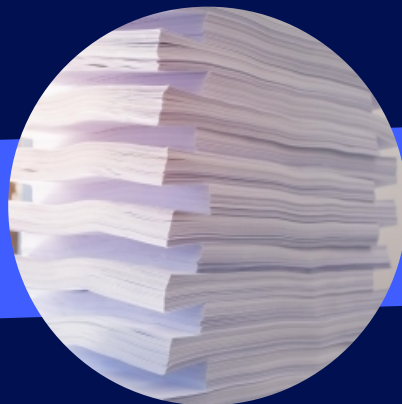


新营销模式的兴起



互联网技术的发展

随着互联网技术的不断发展，酒店营销模式逐渐向线上转移。



社交媒体的普及

社交媒体的普及为酒店提供了新的营销渠道和客户来源。



个性化需求的增长

消费者对个性化需求的增长促使酒店不断创新营销模式。



新营销模式的优势

降低成本

通过线上渠道进行营销，酒店可以降低营销成本。



扩大客户来源

线上渠道可以吸引更多潜在客户，扩大客户来源。



提高营销效果

通过数据分析，酒店可以更精准地定位目标客户，提高营销效果。

03

酒店新营销模式分析



O2O营销模式

总结词

O2O营销模式是一种将线上与线下相结合的营销方式，通过线上平台吸引客户，线下提供优质服务，实现客户转化和留存。

详细描述

O2O营销模式在酒店业中广泛应用，酒店通过线上平台如官网、预订平台、社交媒体等展示产品和服务，吸引潜在客户，同时提供在线预订、支付等功能，方便客户预订和入住。线下酒店则提供优质的服务和设施，提升客户体验，促进口碑传播和再次预订。



社交媒体营销



总结词

社交媒体营销是一种利用社交媒体平台进行品牌宣传、客户互动和推广的营销方式。

详细描述

社交媒体营销在酒店业中发挥着越来越重要的作用。酒店通过在社交媒体平台上发布内容，与客户互动，提高品牌知名度和曝光率。同时，酒店可以通过社交媒体平台了解客户需求和反馈，及时调整产品和服务，提升客户满意度。



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/835301003111011132>