

《酒店低成本营销策划实务》

【培训课时】	12 课时	【培训师】	孙老师	2 天
【课程介绍】	<p>今天，中国酒店行业已经进入成熟阶段，企业面临的<big>最大挑战</big>依然是提高收益和利润空间。酒店业的<big>市场营销与销售服务环节</big>一直以来是一大难题，其主因是长期以来特别是私企对此的<big>重视程度不够</big>，其二是专业<big>市场营销与销售</big>人员相对其他行业少很多，且专业程度与水平相差甚远；</p> <p>有的人游泳姿势潇洒，有的是在“狗刨式”，但他们都在游泳；有的人跳舞舞姿翩翩，有的人丑态百出，但你不能说他不是跳舞。</p> <p>同样的是：我们的销售服务人员有的在顾客面前游刃有余，有些却感到举步维艰，但你却不能断言这些员工不够努力。问题在哪里？专业化！差异化！</p> <p>客户每天面对的是一拨又一拨同质化的酒店销售，今天我们要做的就是寻找差异化：专业优秀与作坊平庸的差异！市场需要差异化，赢得客户的欢迎需要我们与<big>众不同</big>。</p> <p>酒店营销有别于其他企业的营销，因为酒店所提供的产品和服务是不能储存的，是有时效性的，因而营销人员必须要根据不断变化的市场，努力发现消费者的不同需求，通过客户管理技巧，运用不同的营销手段、定价策略，进行营销整体设计、策划，提供消费者确实需要的产品。以使消费者感到满意，使消费者对酒店产生信任。并建立良好的往来关系。</p> <p>如何在高度竞争的市场中把握机遇，占领市场，是各企业高层管理者关注的焦点。如今很多酒店企业管理者对营销的重要性已经把握的非常透彻，然而，我们往往缺少切实可行的理念和方法去实现我们的营销战略。在市场的开拓中，我们缺乏对顾客挖掘的合理策略、缺乏切实可行的市场开发方案，我们的激励不当，团队的积极性不高；这导致我们向更高的营销战略迈进时；往往迟滞不前，困难重重。如何在市场竞争中占有有利地位，如何在渠道市场开发与管理中迅速挤占市场份额，就成为企业所面临的重要课题。</p> <p>通过我们专业系统的课程体系培训，可以切实帮助学员解决实际工作问题，掌握一套可实操的应用方法。这<big>将为企业突破困境与危机</big>，快速占领市场，增长销售业绩，扩大经营版图起着关键作用。</p>			
【课程对象】	酒店企业中高层管理层人员、市场销售部全体人员			
【授课方式】	实例列举、角色扮演、情景模拟、案例分析、小组讨论、故事游戏、互动分享、视频观看、激励音乐			
【课程特点】	<p>系统：课程涵盖了酒店专业营销策划的核心内容</p> <p>实战：理论实践结合，实操案例+工具方法，实用技巧突出操作性强</p> <p>易懂：专业的理论、深奥的道理寓于简单的描述，深入浅出</p>			

色】

易用：强调解决实际问题，易于复制，学后即学，立竿见影
高质：课堂氛围松紧结合，生动活泼，充分激发学员学习兴趣

【课程目标】

建立正确营销意识
掌握专业实用的营销策划方法
突破企业经营困境
提升企业整体盈利能力

【课程收益】

更新酒店传统营销观念和理念
掌握专业营销策划方法和技巧，学会运用专业策划工具
提升顾客对企业整体形象以及产品和服务的价值认知
掌握酒店企业品牌建设与价值塑造
掌握建立良好的客群关系

【内容大纲】

第一章 低成本营销策划成功基础

一、走出酒店营销策划误区

- 1、策划不是点子、创意
- 2、策划不是越复杂越好
- 3、策划不是天马行空
- 4、不是生意淡了才做营销策划
- 5、营销策划并非只是打广告宣传

三、酒店营销策划应遵循的4大特点

- 1、酒店产品的无形性特点
- 2、酒店产品的生产特点
- 3、酒店产品的服务特点
- 4、酒店产品的销售特点

二、酒店营销策划的5步要点

- 1、调研就是找到“瓶颈点”
- 2、诊断就是明确“突破点”
- 3、分析和思考就是构思“创意点”
- 4、归纳和判断就是确定“定位点”
- 5、最后就是策划“赢利点”

第二章 低成本营销策划概要

一、酒店低成本营销3大观念

- 1、4P-4C 理念运用
- 2、策划-管理-销售
- 3、传统营销中不可替代的优势
- 二、酒店低成本营销的 12 大规则**
- 三、酒店低成本营销的 11 种模式**
- 四、酒店低成本营销 3 大竞争力**
 - 1、老板营销竞争力
 - 2、团队营销竞争力
 - 3、个人营销竞争力

第三章 低成本营销战略策划

(一) 占领心智——营销定位策划

- 1、酒店定位的 9 种方法
- 2、酒店市场细分的 3 大策略

(二) 战略领先——企业 (CI) 策划

- 1、MI 内容策划
- 2、BI 内容策划
- 3、VI 内容策划

(三) 提升价值——品牌营销策划

- 1、品牌营销策划的基础
- 2、品牌营销策划的流程
- 3、品牌营销策划的策略步骤

(四) 赢得芳心——顾客满意度策划

- 1、顾客满意策划的认知
- 顾客群体分类分析
- A、家庭、度假、公务、商务、会议
 - B、散客、团队、VIP、内部、外卖
- 2、顾客需求分析
- A、顾客购买的买、卖的是什么
 - B、顾客为什么消费
- 3、正确引导与把握顾客的消费动机
 - 4、如何取得顾客信任
 - 5、获得忠实顾客策划方法

第四章 低成本营销组合策划

一、独特优势——产品创新策划

- 1、产品创新策略策划
- 2、产品卖点塑造策划
- 3、产品体系创新策划
- 4、新产品开发策划

二、赢利密码——定价策划

- 1、定价目标策划
- 2、价格体系制定
- 3、价格调整策划

三、疏通管道——渠道整合策划

- 1、建立营销渠道的途径
- 2、营销渠道整合
- 3、营销渠道维护

四、主流营销方式的创新

- 1、低成本的广告宣传策划创新技巧
- 2、“巧立名目”的主题营销创新技巧
- 3、网络微信营销创新技巧
- 4、体验互动营销创新技巧
- 5、打开顾客心扉的心理营销创新技巧

第五章 酒店互联网营销策划

- 一、移动互联网营销发展趋势及互联网思维
- 二、酒店行业的跨界营销模式
- 三、酒店创新赢利“天龙八部”法
- 四、酒店互联网众筹思维，融人、融资、融资源
- 五、酒店互联网+成功模式案例分析及应用
- 六、互联网背景下传统酒店营销创新方法
- 七、酒店企业做好 o2o 的四大技巧

第六章 低成本整合造势传播策划

- 一、低成本传播模式——炒作
- 二、低成本传播模式——借力推广
- 三、低成本传播模式——合作联盟
合作类别、垂直联盟、水平联盟
- 四、低成本传播模式——公共关系
让媒体免费为你打前锋
- 五、低成本传播模式——事件营销
- 六、低成本传播模式——环境营销
- 七、低成本传播模式——服务营销
A、先服务后促销；B、店内现场推销方法；C、全员推销
- 八、低成本传播模式——知识信息营销
- 九、低成本传播模式——时尚营销

【备注】

本课网内容将在课堂现场根据学员反馈信息对本主题课件内容作适当调整；
企业客户需提供多媒体培训设备：投影、音响、话筒、白板等；

企业客户需进行讲台背景布置与培训主题条幅布置；

企业客户、机构不得在课堂现场录像和录音。

本课程大纲为孙老师知识著作产权，未经授权与许可，翻录转载必究。