

《酒店市场营销与运营管理实战》

从定位到执行的全链条赋能

主讲：易萍老师

【课程背景】

当前，许多酒店面临激烈的市场竞争和日益多元的客户需求，如何精准定位、有效拓展市场并实现高效运营，是提升酒店竞争力的核心课题。然而，不少单体酒店因缺乏系统的市场营销思路和完善的运营管理体系，导致品牌影响力薄弱，客户粘性不足，利润空间被压缩，运营成本却居高不下。尤其是在互联网+和 OTA 平台盛行的背景下，客户对酒店的品牌认知、服务体验和附加价值期待更高，单体酒店如果不能快速适应市场变化，势必被大品牌连锁和新兴品牌边缘化。

此外，酒店内部管理流程不完善，标准执行不到位，跨部门协调效率低下，也极大影响了酒店的整体运营效率和客户满意度。单体酒店普遍存在市场营销与运营管理割裂，二者协同不足，造成资源浪费和机会流失的现象。因此，本课程以酒店的实际问题为切入点，融合最新的市场营销理念与运营管理方法，系统梳理酒店定位、市场拓展、品牌建设、标准执行和运营流程管理，力求打造一个适合单体酒店特色且落地的营销与运营闭环。课程强调理论与实操结合，注重启发学员思考与团队协作，帮助酒店管理者 and 核心团队建立清晰的思路和可操作的方案，推动酒店业绩提升和持续成长。

【课程收益】

- 明确酒店市场定位与目标客群，制定差异化营销方案
- 掌握多元市场拓展技巧，实现客户结构优化与收入增长
- 建立系统化运营管理流程，提升服务质量与运营效率
- 理解并落实品牌标准执行，打造一致且高效的客户体验
- 学会跨部门协作和关键绩效指标设计，促进团队高效运作

【课程特色】

- 结合酒店真实管理案例，聚焦市场营销与运营管理深度融合
- 理论+实操+互动式教学，保证知识吸收与应用落地
- 强调酒店差异化定位和精准市场细分，规避同质化竞争
- 提供标准化流程模板与管理工具，提升执行力和管理效率
- 兼顾线上线下与 AI 等工具型营销策略，助力客源多渠道拓展

【课程时长】

2天（6小时/天）

【课程对象】

酒店中高层管理者、市场营销负责人、运营主管、品牌及服务质量管理人员

【课程方式】

案例分析及导入 25%，小组实操研讨 25%，讲师讲授 40%，其它形式 10%

【课程大纲】

模块一：酒店精准定位与市场分析

学习目标

- 深刻理解酒店定位的核心内涵及其在市场竞争中的战略意义。

- 掌握科学的市场细分方法，精准描绘目标客户画像，提升市场切入精准度。
- 能独立进行竞争对手分析与市场机会识别，找准差异化竞争优势。

要解决的问题

- 如何突破传统同质化竞争，实现酒店的独特市场定位？
- 怎样科学描绘并锁定目标客户群，满足其多样化需求？
- 如何有效分析市场和竞争环境，规避风险，抓住机会？

讲授知识点

- 定位理论与经典模型（如 STP 模型）详解。
- 市场细分维度与客户画像绘制技巧。
- 竞争对手分析方法与市场机会评估工具。

学员启发点

- 通过对比案例，反思自身酒店定位中的模糊与不足。
- 激发学员从客户视角重新审视酒店定位的可能性。
- 启发学员挖掘潜在细分市场 and 未满足需求。

案例讲解

通过精准市场定位成功突破区域竞争的知名酒店案例，剖析其定位策略与执行关键。

可选参考案例

国际案例：

丽思卡尔顿酒店集团（Ritz-Carlton）通过精准的高端奢华市场定位，强调个性化服务和卓越客户体验，在全球市场建立了强大品牌差异化。案例重点剖析其如何通过客户细分，定位商务和高净值客户，形成独特竞争优势。

国内案例：

华住集团旗下全季酒店，通过定位中端商务客户，结合智能化服务实现市场细分，成功避开高端酒店激烈竞争，打造差异化品牌。重点分析其客户画像和竞争对手应对策略。

小组练习

结合自身酒店情况，绘制目标客户画像和市场细分图，讨论差异化定位策略。

模块二：多渠道市场拓展策略

学习目标

- 掌握线上与线下多渠道营销组合策略，扩大酒店客源来源。
- 理解 OTA、社交媒体及线下合作渠道的特点与高效运用方法。
- 能设计具有针对性与可操作性的推广方案，实现精准投放与效果最大化。

要解决的问题

- 如何整合线上线下渠道，避免营销资源浪费？
- 怎样提升 OTA 与社交平台上的品牌曝光和客户转化率？
- 如何与本地合作伙伴建立稳固的营销联盟，增强市场渗透？
- 如何理解 AI 在业务推进中的作用与机制？

讲授知识点

- OTA 平台运作机制与优化策略。
- 社交媒体营销内容策划与用户互动技巧。
- 事件营销、公关与本地合作开发实务。

学员启发点

- 激发学员突破传统营销思维，拥抱数字化渠道。
- 通过对成功案例的分析，启示学员提升推广创新能力。
- 激励学员建立多元化客户拓展网络。

案例讲解

酒店成功整合 OTA 与本地合作渠道提升入住率的具体操作与成效分享。

可选参考案例

国际案例：

万豪国际集团 (Marriott International) 如何整合 OTA (如 Booking.com、Expedia)、自有官网及社交媒体资源，实现全球多渠道推广，提升品牌曝光和客户转化率。

国内案例：

锦江国际集团结合本地旅游资源，与 OTA 及微信、小红书等社交平台联动营销，通过本地合作联盟推广，实现客源多元化拓展。

案例着重分享线上线下渠道协同及资源整合经验

小组练习

设计一份针对酒店特色的多渠道营销推广方案，模拟预算分配与资源调配。

模块三：品牌标准与客户体验管理

学习目标

- 明确品牌标准体系建设的流程与关键要素。
- 掌握服务标准化设计及其对提升客户满意度的重要作用。
- 学会应用客户反馈机制，持续优化客户体验。

要解决的问题

- 如何打造与传递符合品牌定位的优质客户体验？
- 怎样有效执行服务标准 SOP，保证每一环节质量（具体针对客房与餐饮）？
- 如何收集和利用客户反馈推动服务持续改进？

讲授知识点

- 品牌标准体系构建方法。
- 服务流程设计与质量控制关键点。
- 客户满意度测评工具及改进机制。

学员启发点

- 从客户视角体察服务痛点与改进空间。
- 思考品牌文化如何贯穿服务细节。
- 激励学员构建以客户为中心的管理思维。

案例讲解

酒店通过建立严格服务标准和客户反馈体系，显著提升客户忠诚度的实证案例。

可选参考案例

国际案例：

希尔顿酒店集团 (Hilton Hotels) 建立了全球统一的品牌标准体系，标准化服务流程和客户体验管理，并设立反馈闭环机制，持续提升客户忠诚度。

国内案例：

华住集团通过“星礼程”会员体系强化客户体验，标准化服务流程结合大数据分析客户反馈，实现服务个性化与持续改进。

案例解析品牌标准的建立和执行如何直接提升客户满意度

小组练习

分析自身酒店服务流程，找出薄弱环节并制定提升方案。

模块四：运营流程与成本控制

学习目标

- 掌握关键运营流程设计与优化原则。
- 理解成本构成，学会科学管控与节约。
- 掌握跨部门协同机制，提升运营效率。

要解决的问题

- 如何设计高效且清晰的运营流程，减少资源浪费？
- 怎样合理管控采购、库存与人力成本？
- 如何推动部门间协作，形成合力实现运营目标？

讲授知识点

- 运营流程图绘制及优化技术。
- 采购、库存及人力成本管控方法。
- 跨部门沟通协调机制与工具。

学员启发点

- 反思自身运营中的瓶颈与效率低下因素。
- 激发学员探索创新成本控制思路。
- 强化团队合作意识，推动协同发展。

案例讲解

酒店通过优化运营流程和成本控制，实现利润显著增长的成功案例。

可选参考案例

国际案例：

洲际酒店集团（InterContinental Hotels Group, IHG）通过优化采购流程和智能库存管理系统，实现成本节约，同时利用跨部门协调提升运营效率。

国内案例：

如家酒店集团推行集中采购和标准化运营流程，优化人力资源配置，成功控制运营成本，提升盈利能力。

案例重点展示运营流程优化和成本管控方法

小组练习

绘制自身酒店关键运营流程图，识别改进点及制定优化方案。

模块五：绩效考核与团队激励

学习目标

- 掌握设计合理绩效指标体系的方法与原则。
- 理解绩效考核与激励机制对运营执行的驱动作用。
- 学会构建有效的员工沟通与激励策略。

要解决的问题

- 如何制定公平、有效的绩效考核标准？
- 怎样激励员工主动提升服务质量与工作效率？
- 如何通过沟通建立良好的团队文化？

讲授知识点

- 绩效指标设计与分解技巧。

- 激励机制类型及实施策略。
- 员工沟通与团队建设方法。

学员启发点

- 反思现有绩效体系的不足。
- 激发学员设计创新激励方案。
- 增强领导力与团队凝聚力意识。

案例讲解

酒店通过绩效激励提升员工积极性的典型案例。

可选参考案例

国际案例：

凯悦酒店集团（Hyatt Hotels）设计多维度绩效考核体系，结合激励机制激发员工服务热情，实现团队高效运作。

国内案例：

华住集团通过 KPI 与 OKR 相结合的考核体系，配合员工培训和激励措施，推动服务质量和运营效率双提升。

案例突出绩效管理如何驱动运营落地

小组练习

制定符合自身酒店特点的绩效考核方案和激励计划。

模块六：风险管理与持续改进机制

学习目标

- 识别酒店运营中的主要风险类型。
- 掌握风险预警与应对体系建设。
- 理解持续改进的 PDCA 管理循环与实践。

要解决的问题

- 如何科学识别和评估潜在风险？
- 怎样建立快速响应的风险预警机制？
- 如何推动持续改进，实现运营管理的动态优化？

讲授知识点

- 风险分类及识别方法。
- 风险预警体系设计与应急预案制定。
- PDCA 循环与质量持续改进工具。

学员启发点

- 从失败案例中总结风险教训。
- 激励学员主动建立风险防控意识。
- 培养持续改进的管理思维。

案例讲解

酒店成功应对突发事件，转危为机的风险管理案例。

可选参考案例

国际案例：

万豪国际集团成功应对新冠疫情危机，快速调整运营策略和安全标准，转危为机，实现平稳过渡。

国内案例：

锦江国际集团建立完善的风险预警体系，及时应对自然灾害和突发公共卫生事件，保障客户和员工安全。

案例重点讲述风险识别、应对预案与PDCA循环在酒店管理中的实际应用

小组练习

制定酒店运营风险识别清单和改进措施计划。

完成行动计划：

- 成果共创：各组展示学习成果
- 落地设计：制定 **30** 天行动清单
- 组织共识：建议设立共创机制持续精进